

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR-UNIB.E

Escuela de Administración de Empresas Gastronómicas

**Trabajo de titulación para obtener el título de Ingeniera en Administración de
Empresas Gastronómicas**

Título:

Propiedades nutritivas y aplicación de la grosella en la preparación
de postres. Propuesta de Menú

Autora:

CABEZAS RODRIGUEZ MARIA FERNANDA

Tutora:

MSC. CECILIA MORILLO DE CASTRO

Quito - Ecuador

Mayo 2012

CERTIFICACIÓN DE APROBACIÓN

Certifico haber revisado el presente informe de investigación, que se encuentra conforme a las normas institucionales y académicas establecidas por la UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR, de Quito; por tanto, se autoriza su presentación final para los fines legales pertinentes.

MSc. Cecilia Morillo de Castro.

C: I: N°.....

Quito, 07 de Noviembre del 2011

AUTORIA

Yo, María Fernanda Cabezas Rodríguez, autora del presente informe, me responsabilizo por los conceptos y opiniones propuestas contenidos en el mismo, lo cual permitirá al pasar el tiempo tener una base firme y sólida en cuanto al tema a tratarse dejando un aporte para la comunidad.

Atentamente:

C: I: N°.....

Quito, 07 de Noviembre del 2011

AGRADECIMIENTO

A Dios por darme tantas bendiciones y por ayudarme a culminar esta etapa muy importante en mi vida.

A mis queridos padres, por su apoyo incondicional a quienes quiero y valoro mucho.

Adicionalmente quiero agradecer a todos los que me ayudaron a plasmar este trabajo.

Fernanda.-

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado a mis padres, Mirian y Jorge a quienes quiero, valoro, respeto y admiro; por el gran ejemplo que me han dado y por cultivar diariamente los valores necesarios para hacer de mí una mejor persona cada día.

A mi abuelita Concepción, que en paz descanse, le agradezco sus consejos y palabras de aliento y superación ya que con su manera tan dulce de decir las cosas me hizo mirar la vida de otra forma, fue fundamental a lo largo de ella y un gran apoyo en el desarrollo de mis objetivos, le agradezco de gran manera todo lo que ella hizo por mí.

A Nathaly mi hija que es la persona que me impulsa a seguir adelante y es ella la que me ayuda a superar los problemas ya que siempre está junto a mí en los buenos y malos momentos.

Fernanda.-

SINTESIS

INDICE

1	CAPÍTULO I	10
1.1	INTRODUCCIÓN	10
1.2	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	11
1.3	OBJETIVO GENERAL	15
1.4	OBJETIVOS ESPECIFICOS	16
1.5	JUSTIFICACIÓN	16
2	CAPÍTULO II	18
2.1	MARCO TEÓRICO	18
2.2	RESEÑA HISTORICA	20
2.2.1	LA GROSELLA	20
2.2.2	ORIGEN	21
2.2.3	CARACTERÍSTICAS	22
2.2.4	PROPIEDADES NUTRITIVAS	24
2.2.5	CULTIVO	26
2.2.6	GROSELLERO PLANTACIÓN Y REPRODUCCIÓN	27
2.2.7	GROSELLERO AMBIENTE Y EXPOSICION	29
2.2.8	EL GROSELLERO Y SUS USOS:	29
2.2.9	EL GROSELLERO Y SUS CUIDADOS	30
2.2.10	GROSELLEROS, SUELO Y ABONADO	30
2.2.11	ENFERMEDADES DEL GROSELLERO	30
2.2.12	PLAGAS DEL GROSELLERO	32
2.2.13	GROSELLEROS, RECOLECCIÓN Y CONSERVACIÓN	33
2.3	GLOSARIO DE TERMINOS	34

3	CAPÍTULO III	37
3.1	MARCO METODOLOGICO:	37
3.2	PRESENTACION Y ANALISIS DE RESULTADOS	43
3.3	CONCLUSIONES	53
4	CAPÍTULO IV	54
4.1	DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA:	54
4.2	PROBLEMAS Y OPORTUNIDADES	55
4.3	RECETAS ESTANDAR	58
4.4	ALCANCE	62
4.5	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	62
4.6	ORGANIGRAMA	64
4.7	FUNCIONES DE ÁREAS Y CARGOS	65
4.8	FODA DEL PROYECTO	67
4.9	INVESTIGACIÓN DE MERCADO	69
4.10	PRESUPUESTO:	74
4.11	ESTUDIO DE MERCADO:	80
4.12	LA COMPETENCIA:	80
4.13	EL PRODUCTO:	80
4.14	PLAN DE MARKETING:	81
5	CAPÍTULO V	83
5.1	MARCO CONCLUSIVO	83
5.1.1	CONCLUSIONES	83
5.1.2	RECOMENDACIONES	84
5.2	REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	85

5.3 ANEXOS	89
------------------	----

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRAFICO 1: ¿Su Sexo es?	43
GRAFICO 2: ¿Su edad esta entre?	44
GRAFICO 3: ¿En cuál de los barrios de la Parroquia Chillogallo está ubicado /a.?	45
GRAFICO 4: ¿Conoce usted la grosella?	46
GRAFICO 5: ¿Si la conoce como la consume?	47
GRAFICO 6:¿Cada que tiempo la consume?	48
GRAFICO 7:¿En qué lugares al adquiere?	49
GRAFICO 8:¿Le gustaría consumir la grosella de una forma diferente a la actual?	50
GRAFICO 9: ¿Si es asa como la prefiere?	51
GRAFICO 10: ¿Está usted de acuerdo que la grosella se encuentre como uso alternativo en la cocina ecuatoriana?	52

ÍNDICE DE CUADROS

● CUADRO 1:Composición Nutricional.....	18
● CUADRO 2:Características físicas de la grosella.....	23
● CUADRO 3:Estacionalidad de la Oferta Nacional.....	24
● CUADRO 4:Composición Química –Nutricional de la grosella.....	25
● CUADRO 5: Personal de la Empresa.....	66
● CUADRO 6:Descripción de la demanda.....	73

ANEXOS

- La grosella.....89
- Jalea de grosella.....89
- Mermelada de grosella.....90
- Mousse de grosella.....90
- Torta de grosella.....91
- Organigrama de la empresa.....92

1 CAPÍTULO I

1.1 INTRODUCCIÓN

Este proyecto es un aporte hacia la ciencia ya que fomenta el estudio de la grosella (*Phyllanthus acidus*), su valor nutricional y demás beneficios que se obtienen aplicando los procesos gastronómicos incursionando principalmente en el área de la repostería con el fin de crear nuevos productos para mejorar la manera de consumirlos. Es por eso que al desarrollarlo se está aprovechando el producto y a la vez se crea una nueva forma de utilizarlo aplicando los debidos procedimientos gastronómicos con fines nutricionales para el ser humano.

Es de vital importancia ya que es un aporte para la comunidad el dar a conocer este producto con una forma diferente de preparación y consumo que ofrece un producto sano y de calidad.

En la actualidad a la grosella se la consume con sal de una manera insalubre y muy simple a la salida de algunos establecimientos educativos como escuelas y colegios.¹

Por esta razón es necesario el dar a conocer los beneficios de consumir un producto que sea preparado adecuadamente con calidad y sobre todo que sea sano y no provoque ningún tipo de alteración en la salud de quien lo consuma. Es fundamental impartir información donde el consumidor conozca las bondades de la grosella en el campo de la repostería.

¹ Fuente: El Comercio Nutricionista María Auxiliadora Arévalo 2009.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La investigación se enfoca a la Ciudad de Quito con un número de habitantes de 2'215.820, debido a que un porcentaje no muy elevado de sus habitantes conoce la grosella es una ciudad en la que no se explota aun el mercado competitivo dentro de lo que son productos elaborados a base de frutos no tradicionales.

Para encontrar el segmento de mercado indicado se procede a definir el sector debido a que la ciudad de Quito es un área muy amplia se lo redujo a la Parroquia Chillogallo, con un número de habitantes de 131.439 de los cuales la mayor parte conoce la grosella.

Para recolectar información real es fundamental centrarse en un punto específico como es el barrio Las Cuadras, con una población aproximada de 7.880 habitantes, donde se procede a investigar mediante métodos como la encuesta que permiten obtener información veraz sobre el nivel de conocimiento y consumo de la grosella.

Una de las necesidades principales que tiene el ser humano es la de alimentarse, aunque exista un sinnúmero de alimentos que son propios de la naturaleza, como es la grosella, la forma de consumo y manipulación no es adecuada para el ser humano. Al hablar sobre la grosella se puede destacar que es un fruto del grosellero muy parecido a una baya pequeña muy jugosa y de sabor agridulce.

El Ecuador tiene gran variedad de frutas no tradicionales que muchas

veces por ausencia de factores tecnológicos no pueden ser producidas y comercializadas en mercados nacionales e internacionales.

El presente trabajo busca determinar la viabilidad de la grosella en la ciudad de Quito, que conozcan el fruto sus cualidades y beneficios, de esta manera, ofrecer a los consumidores un producto diferente además que este estudio pueda dar una visión de las consideraciones a tomarse para este tipo de proyectos.

Su cultivo es poco frecuente y no obstante es una fruta que goza de mucha popularidad debido a su agradable y suave sabor agridulce. Se la consume de una manera simple y muy poco atrayente para un adulto pero para un niño o adolescente la manera de consumirlo es muy provocativa, su venta se la realiza a la salida de los centros educativos y en las paradas de buses urbanos, son preferidas por los estudiantes al final de la jornada de clases, algunos las disfrutan con una cucharada de sal y mezcladas con agua para sentir su sabor agrio.

El Ecuador, rico en su naturaleza y biodiversidad, gracias a su ubicación en la parte central del planeta, con un clima tropical húmedo, así como las estaciones de invierno y verano, tiene un excelente cultivo de las frutas que son para el consumo nacional e internacional.

En los últimos años se está tratando de dar mayor énfasis en promocionar los productos no tradicionales con la finalidad de lograr una expansión de los mismos tanto en el mercado nacional como internacional.

Dentro de este grupo de frutas no tradicionales es donde se ubica la grosella. En el ámbito nacional no se conoce una fabricación de productos cuya base sea la grosella.

La comercialización de las grosellas es tradicional en Guayaquil. Estas frutas contienen propiedades beneficiosas para el funcionamiento del organismo, aunque no todos sus consumidores conocen a fondo su valor nutricional y sus beneficios.

Según la nutricionista Lorena Miranda sus componentes principales son la vitamina C y A, los dos tipos de nutrientes mejoran la visión, fortalecen los huesos, protegen el sistema inmunológico y mantienen en buen estado la piel, el cabello y las mucosas. También se la considera un limpiador de arterias es por eso que se recomienda a quienes tengan niveles altos de triglicéridos y sufran de presión arterial alta, produce glóbulos rojos y blancos².

No obstante por higiene alimenticia no se la debe consumir directamente, debido a la contaminación existente cuando los vendedores las manipulan todo el día, además de colocarlas en agua contaminada y sin hervir. Por un lado sus consumidores se nutren pero por el otro podrían contraer salmonelosis. Según la nutricionista María Auxiliadora Arévalo no es recomendable mezclarlas con sal porque podría producirse retención de líquidos, ni tampoco mezclarlas con ají porque esto afectaría al estómago provocando gastritis.³

² www.dspace.espol.edu-ec/.

En la actualidad no existe un menú gastronómico donde se muestre a la grosella como un ingrediente activo y fuente principal en la repostería, debido posiblemente a la falta de información sobre las propiedades nutricionales que presenta.

Esto permite explorar ampliamente las mismas con el fin de utilizarla adecuadamente en la aplicación de un menú rico en nutrientes .

Este proyecto fomenta el estudio de la grosella, su valor nutricional y demás beneficios que se obtienen aplicando los procesos gastronómicos que permiten crear un producto de calidad.

En la actualidad la salud del hombre se ha convertido en algo primordial para la humanidad. La comida chatarra se ha posicionado en la mente de los consumidores como una buena opción de alimentación, pero han surgido nuevas opciones de una buena alimentación que proviene de la misma naturaleza, a un bajo costo, atractiva al gusto y que brindan propiedades significativas para la salud.

El problema radica en que a nivel nacional y local, la comercialización de la grosella no está desarrollada ya que la elaboración de postres de este producto se lo realiza de manera casera como lo hacen en algunos lugares.

Además, a la grosella se le ha dado una forma común de consumo es por eso que este proyecto es necesario debido a que muestra una forma diferente de consumo para la gente y además ayuda a dejar de lado la

forma tradicional de utilizarlo, la cual carece de higiene y no tiene una manipulación adecuada del producto.

Se ha encontrado una oportunidad para el desarrollo del emprendimiento en el país, por lo que es importante saber las propiedades de la grosella.

En el ámbito nacional no se conoce una fabricación de productos a base de grosella como son bebida, licor, jalea, refresco o mermeladas; de manera industrial solo de forma casera.⁴

Además que este proyecto servirá como ejemplo para personas emprendedoras, contribuyendo con empleo para el país, y al crecimiento en el sector de productos industrializados.

La elaboración de productos a base de grosella es una actividad relativamente nueva la cual no representa a la competencia, además que la materia prima es fácil de conseguir y con un costo bajo.

1.3 OBJETIVO GENERAL

Determinar las propiedades nutritivas de la grosella mediante un estudio adecuado y veraz, con el fin de promover el consumo en la preparación de postres en el menú diario.

1.4 OBJETIVOS ESPECIFICOS

Investigar las bondades alimentarias que posee la grosella a través del

⁴ www.dspace.espol.edu.ec//

estudio de fuentes científicas que permitan sintetizar y exponer las principales características nutricionales.

Determinar el nivel de aceptación y conocimiento de las preparaciones con grosella a través de encuestas a una población determinada.

Proponer menús nutritivos a base de la grosella potencializando sus propiedades alimentarias y examinando su sabor.

1.5 JUSTIFICACIÓN

En la actualidad la grosella podría ser una buena opción frente a la creciente demanda por alimentos saludables y artesanales. Al realizar el estudio de mercado se quiere investigar las características y preferencias de la demanda, saber si esta opción tendrá una acogida aceptable por parte del público y que tan viable sería invertir en la misma.

Por este motivo, se ha decidido realizar este proyecto debido a la gran oportunidad que brinda el mercado, ya que el mercado de la grosella en cuanto a la elaboración de postres no ha sido explotado aun. Se desea aprovechar las tendencias actuales a las que están enfocados los productos naturales, ricos en nutrientes y provechosos para la salud por lo que se ha planteado la idea de elaboración y comercialización de productos a base de grosella a nivel local.

Este proyecto generará nuevas plazas de trabajo, disminuirá la población desocupada y quizás parte del subempleo. Con esta investigación se quiere determinar el nivel de aceptación del producto, si es viable el

lanzamiento y cuáles serían los factores que influyen en el momento de la compra.

2 CAPÍTULO II

2.1 MARCO TEÓRICO

Al hablar sobre las grosellas se puede destacar que contienen 90% de agua, mucha fibra y no tiene muchas calorías, es beneficiosa para la salud ya que contiene minerales como potasio, magnesio, calcio, hierro y vitaminas (C, A, E) así como antioxidantes.⁵

Cuadro 1.
Fuente: www.euroresidentes.com//

Composición por 100 gramos de porción comestible	
Calorías	58.13
Hidratos de Carbono (g)	13.5
Fibra (g)	1.5
Provitamina A (mcg)	3
Vitamina C (mg)	8
Potasio (mg)	260
Magnesio (mg)	11
Calcio (mg)	16

Composición Nutricional

⁵ CENDES Estudio de Estacionalidad de las Frutas Ecuatorianas

Esta fruta tiene propiedades que ayudan a aliviar problemas como:

- La anemia
- Estreñimiento
- Colesterol
- Estrés
- Actúa como antiinflamatorio
- Astringente
- Anti cancerígeno

Algunos expertos señalan que no es muy recomendable consumirlas con sal porque podría causar retención de líquidos⁶.

Con la grosella se pueden realizar diversos productos de los cuales se destacan: los dulces, jugos, refrescos, los que son muy populares en Los Ríos, como también licor, mermeladas y jaleas.

Basándose en la producción de postres no existe competencia directa debido a que no se encuentra desarrollado en el mercado.

A nivel comercial representa una oportunidad para el crecimiento y posicionamiento de dicho producto, siempre y cuando tenga una aceptación elevada por parte de la población a quien va a estar dirigida.

En la actualidad no consta con suficiente información estadística sobre la demanda y producción de grosella, pero en el mercado actual la grosella

⁶ Fuente: www.euroresidentes.com//

sin un proceso de elaboración tiene competencia como por ejemplo: el limón con sal, ovo con sal, mango con sal, lo que indica que su posicionamiento en el mercado está dentro de la comida chatarra. Es por eso que es indispensable utilizar la grosella como un ingrediente activo, con un proceso de elaboración para que los consumidores puedan obtener un producto sano e innovador con el fin de que la grosella pueda ingresar al campo de la repostería dejando a tras su consumo poco atrayente y común.

2.2 RESEÑA HISTORICA

2.2.1 LA GROSELLA

La grosella cuyo nombre científico es *Phyllanthus Acidus*, que en la costa ecuatoriana se la conoce como grosellero, es un árbol pequeño de 6 a 10 metros de altura con una copa densa.

Es una planta de origen asiático que posee un amplia distribución pero su cultivo poco intenso, los frutos son aplanados con el ápice hundido de 1 a 2 cm de diámetro en la madurez son de color verde pálido o amarillo claro contiene un mesocarpio ácido y acuoso, el endocarpio es duro con seis surcos longitudinales marcados.

Las grosellas son frutas procedentes de Asia y Europa, se desconoce el punto de origen silvestre. Según ciertos autores este es uno de los alimentos recolectados por las sociedades del paleolítico, debido a que se encontraba en zonas de monte, húmedas, frías, donde también se daban las condiciones idóneas para la caza.

La grosella es un fruto del grosellero, es una baya pequeña muy jugosa y de sabor agridulce.

Su cultivo es poco frecuente en nuestro país, pero esta fruta que goza de mucha popularidad en toda Europa y sobre todo en Inglaterra donde su explotación adquiere verdadera importancia comercial, dedicándola también en la industria conservera, repostería y fabricación de licores.⁷

2.2.2 ORIGEN

Al hablar sobre la grosella se puede destacar que es un arbusto de la familia de las (*Euphorbiaceas*) con su nombre científico (*Phyllanthus Acidus*). Esta es una fruta típica de algunos países tropicales del mundo. Procede de Europa y del oeste asiático donde se pueden ver en estado silvestre en márgenes de caminos.

Llegó a América, específicamente a Jamaica lugar donde se dispersó por las islas del Caribe, Bermudas y Bahamas. En Sudamérica se la encuentra distribuida casi en todos los países ubicados en las zonas tropicales y subtropicales.

Crecen en terrenos húmedos maduran en verano, actualmente es fácil encontrarlas en mercados. Los cultivos de grosella, sirven generalmente, como frutales que crecen de forma espontánea en la Costa ecuatoriana y no son explotados comercialmente.

⁷ AA.VV. Las Plantas. Mi primera enciclopedia. Barcelona: Larousse 1995

Este fruto cítrico de color verde necesita pocos cuidados para desarrollarse. Carlos Ramos de Fruticultura de la Universidad Agraria de Guayaquil, señala que no es un fruto exigente en la cantidad de agua.

Porque es un arbusto y llega a absorber y mantener agua para el tiempo que requiera.⁸

2.2.3 CARACTERÍSTICAS

- **Forma**

Crece en forma de pequeños racimos, y son similares a las uvas pero con un tamaño inferior y el fruto es redondo y globoso.

- **Tamaño**

Puede llegar a medir de 6 a 10 metros con una copa densa.

- **Color**

Verde claro.

- **Sabor**

Su pulpa es carnosa y jugosa, de sabor muy ácido y algo insípido.

⁸ Artículo Revista Líderes 22 de noviembre del 2010.

Cuadro 2.
Fuente: www.eroresidentes.com//

Características físicas de la grosella	
Humedad	92.5%
Color del fruto	verde pálido
Tamaño	
• Diámetro	1.7 cm
• Peso	2.6 cm
• Consistencia	dura

Características físicas de la grosella

Su mejor época es entre agosto y septiembre, a pesar de su aparente fragilidad se conservan en buenas condiciones durante un tiempo que puede oscilar entre 3-10 días. Además de los meses de agosto y septiembre también se encuentran en oferta en los meses que empieza el verano en la costa Ecuatoriana.

Cuadro 3.

Fuente: Cendes, Informe de Estacionalidad de frutas Ecuatorianas.

Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
			x	x		x	x	x	x	x	x

Estacionalidad de la oferta nacional

2.2.4 PROPIEDADES NUTRITIVAS

Estas frutas no poseen un valor calórico elevado debido a su escaso aporte de hidratos de carbono. Son especialmente ricas en vitamina C aún más que algunos cítricos.

Son buena fuente de fibra es por eso que ayudan a el buen funcionamiento del tránsito intestinal, son fuente de potasio, hierro. Sin embargo lo que caracteriza a estas frutas es su abundancia de pigmentos naturales de acción antioxidante.

Cuadro 4.

Fuente: Tabla de Composición de los Alimentos Ecuatorianos.

Características	Contenido
Humedad (g)	92.40
Proteínas (g)	0.70
Extracto etéreo (g)	1.00
Carbohidratos totales (g)	5.60
Fibra (g)	0.70
Ceniza (g)	0.30
Calcio (mg)	11.00
Fósforo (mg)	20.00
Hierro (mg)	1.20
Caroteno (mg)	0.03
Tiamina (mg)	0.01
Riboflamina (mg)	0.01
Niacina (mg)	0.38

Composición Química - Nutricional de la Grosella.

2.2.5 CULTIVO

Abundante agua al plantarlos y cuando están creciendo, regarlos con frecuencia cuando florecen o cuando fructifican en verano.

Los groselleros poseen raíces superficiales es por eso que la mejor manera de regarlos es mediante el sistema de goteo que permite mantener la humedad del terreno sin que se encharque, ya que las grosellas necesitan un buen drenaje para evitar estancamientos los cuales originan la aparición de enfermedades. Una vez pasada la producción de frutos hay que reducir el riego.

- **Luz:** A pleno sol pero en los climas demasiado cálidos es conveniente cultivarla con un poco de sombra.
- **Suelo:** Acido, fresco, y rico en materia orgánica tierra fértil que mantiene humedad y un buen drenaje.
- **Plantación:** Se planta preferencialmente a una distancia de 1,20m entre planta y 2m entre fila. Es necesario un riego de al menos 20 litros de agua por planta cada cinco días con la fertilización adecuada. El tiempo de cosecha es progresivo y se efectúa en un lapso de dos meses: agosto y septiembre. El ciclo de la planta dura aproximadamente seis años. La grosella se la cultiva en climas que van entre los 18 y 38 grados centígrados.

La producción depende de la cantidad de floración que desarrolle la

planta, la comercialización de la fruta se produce principalmente a la salida de los establecimientos educativos y en los mercados. También es importante cortar la madera muerta para favorecer la fructificación.^{9 1011}

2.2.6 GROSELLERO PLANTACIÓN Y REPRODUCCIÓN

Previamente debe prepararse el terreno con un arado superficial de la tierra con un desherbado previo mediante la azada para eliminar la hierba y remover la tierra, hay que preparar los hoyos en los que se introducirá la tierra mezclada con estiércol normalmente los hoyos están separados por 1,20 metros, y entre hilera 2 metros, los agujeros se marcan mediante estacas. Una vez preparado el terreno como en la mayoría de los árboles frutales se puede realizar mediante las técnicas apropiadas para este tipo de plantas así disponemos de los siguientes métodos:

- **Mediante plantones:** Conviene utilizar ejemplares de vivero injertados de uno o dos años de edad y con certificación de origen. Es conveniente que los plantones injertados se mantengan durante unas horas en agua antes de plantarlos, deben revisarse las raíces para cortar aquellas que estén en mal estado y cortar todas las ramas que crezcan por debajo del punto de injerto. Se abren de nuevo los agujeros y se los cubre con tierra, una vez asentados en el hoyo se cortan los tallos por la mitad y se deja un hoyo alrededor para que se recoja el agua de lluvia o de riego.
- **Mediante semillas:** Las semillas se plantan en un semillero frío con

⁹ www.articulos.infojardin.com/frutales.

¹⁰ www.botanical-online.com/florgrosella.

¹¹ Fuente: AA.VV. Las Plantas. Mi primera enciclopedia. Barcelona: Larousse 1995

una temperatura previa a los 0°C y los 3°C los cuales se plantaran en contenedores individuales que se preservaran en el interior durante el invierno.

A principios de verano pueden trasplantarse en su lugar definitivo al exterior la fructificación se lleva a cabo cuando los arbustos alcanzan los tres o cuatro años de edad, la calidad de los frutos de los ejemplares realizados mediante semillas es muy similar al ejemplar de donde estas procedían por lo que no hace falta injertarlas.

- **Mediante esquejes de madera dura:** Se toman esquejes que tienen un año de edad, los esquejes se obtienen en invierno, deben tener unos 30 cm de longitud, se cortan de los arbustos se desecha la parte blanda y se conserva la dura.

Para que produzcan raíces se introducen en hormonas de crecimiento y se plantan en tierra normal, posteriormente durante el primer año se dejan en el interior a la sombra para que desarrollen raíces, posteriormente al año siguiente se trasplantan a su lugar definitivo.

En los lugares cálidos se puede plantar los esquejes directamente en el suelo, para lo cual se cava una zanja de 20 cm de profundidad posteriormente se introduce tierra mezclada con estiércol luego se introducen los esquejes, los cuales pueden ser trasplantados a lo largo de un año a un terreno libre de hierba y con buenas condiciones de humedad.¹²

2.2.7 GROSELLERO AMBIENTE Y EXPOSICION

¹² www.botanical-online.com//

Los groselleros crecen mejor en regiones frías con veranos húmedos e inviernos muy fríos.

Prefieren que se les dé el sol por la mañana pero por la tarde un poco de sombra, los groselleros no soportan temperaturas de más de 29°C, cuando la temperatura supera esta cifra las hojas se queman y la planta se marchita.

Por otra parte estas plantas son muy resistentes al frío, pero prefieren una buena circulación de aire.

2.2.8 EL GROSELLERO Y SUS USOS:

Los groselleros se plantan fundamentalmente para la producción de frutos, las grosellas. En este caso podemos disponer de pequeñas plantaciones familiares que se llevan a cabo en patios o huertos particulares o plantaciones extensivas destinadas a una producción mayor.

Los groselleros también pueden ser plantados como plantas decorativas por la belleza de sus racimos y frutos y por la finura de sus hojas. Además de sus usos como fruta tiene usos medicinales igualmente se la utilizan en la producción de licores .¹³

2.2.9 EL GROSELLERO Y SUS CUIDADOS

¹³ www.botanical-online.com//

Además de mantener el terreno húmedo en las épocas adecuadas, es necesario también conservar la tierra libre de malas hierbas, y eliminarlas cuidadosamente con el fin de no herir las raíces que crecen superficialmente alrededor de los arbustos, por eso es conveniente que se quiten las hierbas manualmente.

2.2.10 GROSELLEROS, SUELO Y ABONADO

Las grosellas pueden crecer en cualquier tipo de suelo excepto en los excesivamente ácidos o los alcalinos, el suelo preferido es el ligeramente ácido con un pH entre 6,5 y 6,8. Los suelos arenosos o los calcáreos no son los más convenientes porque retienen poca humedad, no toleran los suelos salinos o los que presentan un mal drenaje (demasiado arcillosos).

El mejor suelo es el rico en margas con una buena cantidad de materia orgánica. El mejor abonado es el que se realiza en la preparación del terreno, si el suelo ha sido abonado con abundante estiércol no hará falta abonar.¹⁴

2.2.11 ENFERMEDADES DEL GROSELLERO

Entre las principales enfermedades que afectan al grosellero tenemos las siguientes:

- **Oídio:** es una enfermedad que cubre la hojas con una especie de polvo blanco, esta enfermedad produce el retorcimiento de la hojas, la deformación de los brotes y la falta de floración poco a poco la planta se va

¹⁴ www.botanical-online.com//

debilitando y termina por morir.

Pulverizar las plantas con fungicida y evitar el riego por aspersión serían los consejos más importantes para tratar esta plaga, es conveniente aplicar un tratamiento en invierno y otro a principios de primavera sobre todo en tiempos lluviosos pues la humedad acrecienta el crecimiento del hongo.

Además es importante cortar las partes afectadas y deshacerse del material infectado para que no contamine las plantas sanas

- **Antracnosis del grosellero:** Produce manchas marrones en las hojas que se van extendiendo hasta atacar toda la planta la cual pierde todas sus hojas y muere. Se produce especialmente en tiempo caluroso y seco.

En este caso es importante aplicar un tratamiento con un fungicida adecuado al principio de la enfermedad para evitar que se extienda.

- **Roya del grosellero:** Es otro hongo que aparece en verano se manifiesta en forma de manchas de color amarillo que luego enrojecen, la enfermedad produce el debilitamiento de la planta y malformaciones en sus hojas. Debe utilizarse un fungicida adecuado en los primeros síntomas de la enfermedad.

- **Virus de la reversión:** Es la enfermedad más temida y la más peligrosa ya que puede causar la destrucción total de la planta, se manifiesta con la aparición de plantas raquíticas de pocas hojas que aparecen dobladas, no existe solución una vez que las plantas han sido infectadas¹⁵

2.2.12 PLAGAS DEL GROSELLERO

Entre las principales plagas del grosellero tenemos las siguientes:

- **Pulgones:** Se alimentan de la sabia de las plantas debilitándolas o transmitiendo enfermedades.
- **Arañas rojas:** Son las responsables de la destrucción de muchas hojas.
- **Coleópteros:** Muchos sitúan sus huevos sobre los tallos, al nacer las larvas perforan los tallos y se introducen en el interior donde permanecerán hasta la próxima temporada, si no se tratan adecuadamente pueden producir una infección total que puede acabar con las plantas.
- **Orugas:** Las orugas de algunas mariposas pueden devorar las hojas, se debe aplicar el insecticida adecuado.

Otras larvas de mariposas excavan dentro de los tallos es necesario cortar los tallos afectados para detener la infección.

- **Pájaros:** Constituyen una de las principales plagas cuando se producen los frutos ya que se sienten atraídos por estos.

En este caso se pueden utilizar objetos para asustarlos como bolsas de plástico que se mueven con el viento.¹⁶

¹⁶ www.botanical-online.com//

2.2.13 GROSELLEROS, RECOLECCIÓN Y CONSERVACIÓN

Las grosellas se recogen durante los meses de junio, julio y agosto. Si se desea comer los frutos maduros directamente de la planta es mejor dejar que maduren completamente para obtener un mejor sabor.^{17 18}

Sin embargo los estudios realizados con el área cultivada y consumo de grosellas en el país son escasos.¹⁹

Explica que no hay estudios en el Ecuador, porque se trata de un producto no explotado comercialmente es por eso que ninguna institución se ha preocupado en desarrollar investigaciones sobre la grosella. Hay un problema de productividad en el tema agrícola.

La gente siembra la grosella y no encuentra ningún tipo de negocio. No existe un mercado específico ni tampoco una cadena de negocios relacionada con la grosella de manera particular por lo tanto el que produce grosella lo distribuye entre su familia.

Por ello es indispensable incentivar la productividad agrícola en general, mediante programas de transferencia de conocimientos para conseguir un avance efectivo y sustentable.

¹⁷ www.botanical-online.com

¹⁸ Copyright@1999-2011botanical-online

¹⁹ Wilfrido Salazar, técnico del Ministerio de Agricultura Acuicultura, Ganadería y Pesca (MAGAP).

2.3 GLOSARIO DE TERMINOS

- **ANTIOXIDANTE:** Que evita la oxidación.
- **BIODIVERSIDAD:** Variedad de especies animales y vegetales en su medio ambiente.
- **COLEÓPTERO:** Se dice de los insectos que tienen boca dispuesta para masticar, caparazón consistente y dos élitros córneos que cubren dos alas membranosas, plegadas al través cuando el animal no vuela; ej., el escarabajo, el cocuyo, la cantárida y el gorgojo.
- **ENCHARCAR:** Cubrir de agua una parte de terreno que queda como si fuera un charco.
- **ESQUEJE:** Tallo o cogollo que se introduce en tierra para reproducir la planta.
- **GROSELLA:** Fruto del grosellero, que es una uva de color rojo, blanco o negro, jugosa y de sabor agridulce muy grato.

Su jugo es medicinal, y suele usarse en bebidas y en jalea.
- **GROSELLERO:** Arbusto de la familia de las Saxifragáceas, que tiene tronco ramoso de uno a dos metros de altura, hojas alternas, pecioladas y divididas en cinco lóbulos con fies toncillos en el margen, flores de color amarillo verdoso y en racimitos, y por fruto la grosella que crece en Europa, América y Asia.
- **HIGIENE:** Parte de la medicina que tiene por objeto la conservación de la salud y la prevención de enfermedades.
- **MADERA:** Parte sólida de los árboles cubierta por la corteza.
- **MANIPULACIÓN:** Acción y efecto de manipular de manejar o controlar objetos.

Aquella en cuya aplicación interviene la autoridad, prescribiendo reglas preventivas.

- **NUTRICIÓN:** Acción y efecto de nutrir. Conjunto de procesos fisiológicos que proporcionan a un organismo las sustancias necesarias para su crecimiento o mantenimiento.
- **OÍDIO:** Hongo de pequeño tamaño que vive parásito sobre las hojas de la vid y produce en esta planta una grave enfermedad.
- **OLIGOPOLIO:** Sistema de mercado en el que un pequeño número de vendedores controlan los precios y ofertas frente a un gran número de compradores.
- **ORUGA:** Larva de los insectos lepidópteros, que es vermiforme, con doce anillos casi iguales y de colores muy variados, según las especies.

Su boca está provista de un aparato masticador con el que tritura los alimentos, que son principalmente hojas vegetales.

- **PIGMENTAR:** Colorar (ll dar de color a una cosa). Producir coloración anormal y prolongada en la piel y otros tejidos, por diversas causas.
- **PLANTÓN:** Arbolito nuevo que ha de ser trasplantado. Estaca o rama de árbol plantada para que arraigue.
- **PULGÓN:** Insecto hemíptero, de uno a dos milímetros de largo, color negro, bronceado o verdoso, sin alas las hembras y con cuatro los machos, cuerpo ovoide y con dos tubillos en la extremidad del abdomen, por donde segrega un líquido azucarado.

Las hembras y sus larvas viven parásitas, apiñadas en gran número sobre las hojas y las partes tiernas de ciertas plantas, a las cuales causan grave daño.

- **PULPA:** Parte mollar de la fruta. Médula o tuétano de las plantas leñosas.
- **REVERSIÓN:** Restitución de algo al estado que tenía. Acción y efecto de revertir.
- **ROYA:** Hongo de tamaño muy pequeño, del cual se conocen muchas especies, que vive parásito sobre diversos vegetales, ocasionando en ellos peligrosas enfermedades.

Sus esporas son de color variado en las diferentes especies y forman en conjunto manchas amarillas, negras, etc., en las hojas de las plantas atacadas por el parásito. Enfermedad de algunos árboles en los que el centro del tronco se convierte en un polvo rojo negruzco.

- **SEMILLA:** Parte del fruto de las fanerógamas, que contiene el embrión de una futura planta, protegido por una testa, derivada de los tegumentos del primordio seminal.

Grano que en diversas formas produce las plantas y que al caer o ser sembrado produce nuevas plantas de la misma especie.

Fragmento de vegetal provisto de yemas, como tubérculos, bulbos, etc.

- **SURCOS:** Hendedura que el arado abre en la tierra. Raya, señal o hendedura que una cosa deja sobre otra.
- **ZANJA:** Excavación larga y estrecha que se hace en la tierra para echar los cimientos, conducir las aguas, defender los sembrados o cosas semejantes.

3 CAPÍTULO III

3.1 MARCO METODOLOGICO:

El tipo de investigación que se va a realizar es la investigación de campo cuya modalidad básica es la realización de la encuesta a un grupo determinado para obtener información clara y precisa.

- **ENCUESTA**

Para la realización de este trabajo se recurrió principalmente a la encuesta como medio de estudio, que se destinó a la población de la ciudad de Quito con un total de habitantes de 2'215,820, concentrándose en la Parroquia Chillogallo ubicada al sur de la ciudad la cual cuenta con un aproximado de 191,439 habitantes enfocándonos especialmente en el barrio Las Cuadras que cuenta con un estimado de 7,880 habitantes.

- **MUESTREO**

Se lo hará por medio de la fórmula de población, ya que el producto está dirigido a un determinado segmento de mercado.

Mediante la muestra se podrá conocer cuál será el mercado al que se va a aplicar este proyecto.

- **SIMBOLOGÍA**

n = Tamaño de la muestra.

PQ = Varianza poblacional, constante equivalente a 0.25.

K = Valor de significación con el que se va a realizar el tratamiento de las estimaciones (coeficiente de correlación del error) constante equivalente a 2.

$(N-1)$ = Corrección que se usa para poblaciones mayores de 30.

N = Población

E = Límite aceptable de error muestral, varía entre 0.01 (1%) y 0.09 (9%), en este caso se aplicó el margen de error del 0.09 (9%).

- **FORMULA:**

El estudio de la muestra se lo realizo de acuerdo a los siguientes pasos:

$$n = \frac{(N) (PQ)}{(N - 1) \left(\frac{E}{K} \right)^2 + PQ}$$

- **DESARROLLO DE LA FÓRMULA:**

$$n = \frac{(7880)(0.25)}{(7880 - 1) \left(\frac{0.09}{2} \right)^2 + 0.25}$$

$$n = \frac{(1970)}{(7879)(0.002025) + 0.25}$$

$$n = \frac{1970}{15.95 + 0.25}$$

$$n = \frac{1970}{16.20}$$

$$n = 121.60$$

• **FORMATO DE LA ENCUESTA**

ENCUESTA

ESTA ENCUESTA ESTÁ DESTINADA PARA DETERMINAR EL PORCENAJE DE CONOCIMIENTO QUE TIENE SOBRE LA GROSELLA.

MARQUE CON UNA (X) LA RESPUESTA QUE CONVenga

1 ¿Su sexo es?

Masculino

Femenino

2 ¿Su edad está entre?

Entre 10 a 20 años

Entre 21 a 30 años

Entre 31 a 40 años

41 años en adelante

3 ¿En cuál de estos barrios de la parroquia Chillogallo se encuentra ubicado?

23 de Mayo

El Girón

Chillogallo

Las Cuadras

4 ¿Conoce usted la grosella?

Si

No

5 ¿Si la conoce, cómo la consume?

Con sal

Con ají

Con azúcar

La conoce pero no la consume

6 ¿Cada qué tiempo la consume?

Una vez a la semana

Una vez al mes

Una vez al año

Con más frecuencia

¿En qué lugares la adquiere?

En tienda

En el mercado

En paradas de transportes

A la salida de los establecimientos educativos

¿Le gustaría consumir la grosella de una forma diferente a la actual?

Si

No

¿Si es así como la prefiere?

Como postre

Como salsa

Como ensalada

Como mermelada

¿Está usted de acuerdo que la grosella se encuentre como uso alternativo en la cocina ecuatoriana?

Si

No

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

3.2 PRESENTACION Y ANALISIS DE RESULTADOS

• REPRESENTACIÓN GRÁFICA

GRAFICO 1

AUTOR: MARIA FERNANDA CABEZAS RODRIGUEZ

De las 122 personas encuestadas son 73 mujeres y 49 hombres es decir el 59,83% le corresponde al sexo femenino y el 40,16% al sexo masculino, lo cual permite saber que en este sector de la ciudad existe mayor población femenina.

GRAFICO 2

AUTOR: MARIA FERNANDA CABEZAS RODRIGUEZ

De las 122 personas encuestadas 64 se encuentran entre los 10 a 20 años, 38 entre los 21 a 30 años, 12 entre los 31 a 40 años, y 8 de 40 años en adelante. El 52.45% de 10 a 20 años, el 31.14% de 21 a 30 años, el 9.83% desde 31 a 40 años y el 6.55% de 40 en adelante. Los resultados indican que la mayor parte de la población son niños y jóvenes.

GRAFICO 3

AUTOR: MARIA FERNANDA CABEZAS RODRIGUEZ

Del total de encuestados 58 que es el 47.54% se encuentran en el barrio Las Cuadras, 37 que corresponde al 30.32% en el barrio Chillogallo, 18 con un 14.75% en el barrio El Girón, y 9 con un 7.37% en el barrio 23 de Mayo, lo que indica que la mayor parte de los encuestados vive en el barrio Las Cuadra

GRAFICO 4

AUTOR: MARIA FERNANDA CABEZAS RODRIGUEZ

De todas las personas encuestadas, 122 conocen la grosella es decir el 100% de la población. Lo que permite comprobar que aunque la grosella no sea un producto con un nivel elevado de comercialización es conocida por la mayor parte de la población.

GRAFICO 5

AUTOR: MARIA FERNANDA CABEZAS RODRIGUEZ

Del total de encuestados, 95 que corresponde al 77.86% consumen la grosella con sal, 12 que equivale al 9.83% consumen con ají, 8 con un 6.55% la consumen con azúcar y 7 que es el 5.73% son las personas que conocen la grosella pero no la consumen. Esto quiere decir que la mayor parte de la población consume la grosella con sal, la menor parte de la población la consume con ají o con azúcar pero existe un porcentaje menor a los anteriores donde se evidencia que la población conoce la grosella pero no la consume debido a que no existen otras opciones .

GRAFICO 6

AUTOR: MARIA FERNANDA CABEZAS RODRIGUEZ

Del total de encuestados, 22 que corresponde al 18.03% consumen la grosella una vez por semana, 21 que equivale al 17.21% la consumen una vez por mes, 16 con un 13.11% consumen una vez por año, 56 con un 45.09% la consumen con más frecuencia, 7 que es el 5.74% conocen pero no la consumen. Por lo tanto existe un porcentaje mínimo de la población que conoce la grosella pero no la consume debido a que no existe una forma distinta de hacerlo.

GRAFICO 7

AUTOR: MARIA FERNANDA CABEZAS RODRIGUEZ

Del total de encuestados, 11 con un 9.02% adquieren la grosella en tiendas, 34 que es el 27.87% adquieren en el mercado, 21 que equivale al 17.21% la compran en paradas de transportes, 49 que corresponde al 40.16% adquieren a la salida de los establecimientos educativos, 7 con un 5.74% son las personas que conocen la grosella, no la consumen por lo tanto no la adquieren. Se puede notar que la mayoría de encuestados adquieren la grosella en los establecimientos educativos y que los mayores consumidores de grosella son niños y jóvenes, así también existe un porcentaje mínimo que corresponde a personas que conocen la grosella pero no la consumen y por eso no la compran.

GRAFICO 8

AUTOR: MARIA FERNANDA CABEZAS RODRIGUEZ

De todas las personas encuestadas, 122 desean consumir la grosella de una forma diferente a la actual, esta cifra incluye a las personas que conocen la grosella pero no la consumen debido a la forma distinta de hacerlo, es por eso que ese pequeño porcentaje desea alimentarse de una forma distinta y sana.

GRAFICO 9

AUTOR: MARIA FERNANDA CABEZAS RODRIGUEZ

De los 122 encuestados, 52 prefieren la grosella como postre lo que corresponde al 42.62%, 9 la prefieren como salsa lo que equivale al 7.38%, 12 con un 9.64% como ensalada, y 49 con un 40.16% la prefiere como mermelada, por lo tanto la mayor parte de los encuestados incluyendo a los que conocen la grosella pero no la consumen, lo que nos da como resultado que el 42.62% de la población prefiere la grosella como postre.

GRAFICO 10

AUTOR: MARIA FERNANDA CABEZAS RODRIGUEZ

De todas las personas encuestadas, 122 están de acuerdo que la grosella se encuentre como uso alternativo en la cocina ecuatoriana lo que

equivale al 100% lo que indica que existe un interés por el uso de la grosella dentro del campo de la gastronomía con el fin de utilizarla de una manera distinta a la actual.

3.3 CONCLUSIONES

Al concluir con la encuesta se pudo notar que de los 122 habitantes encuestados la mayor parte fueron de sexo femenino, que van entre la edad de 10 a 20 años, y viven en el barrio Las Cuadras al Sur de la ciudad de Quito en la Parroquia Chillogallo, el 100% de la población conoce la grosella, la mayor parte de los pobladores la consumen con sal, otros con ají o azúcar, la mayoría adquiere la grosella en los establecimientos educativos, lo que demuestra que principalmente la consumen niños y jóvenes, pero existe un porcentaje mínimo que conoce la grosella pero no la consume debido a que en los lugares donde se adquiere la grosella no cuentan con la higiene adecuada para manipular los alimentos, además que no existe una forma distinta y sana de consumo. Es por eso que aquel porcentaje mínimo que conoce la grosella pero no la consume prefiere que la grosella tenga un proceso que dé como resultado una preparación atrayente y saludable para el consumidor. Del total de la población encuestada, la gran mayoría prefiere consumir la grosella como un postre, así también existe un porcentaje alto que desea consumir la grosella como mermelada, lo que indica que la grosella puede llegar a ser un producto alternativo dentro de la cocina ecuatoriana. De acuerdo con los datos que se obtuvieron mediante las

encuestas se puede concluir que la población asegura que a la grosella se la puede consumir de una forma diferente con el fin de dar a conocer los beneficios y una nueva forma de consumo que sea atrayente.

4 CAPÍTULO IV

4.1 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

En la actualidad no existe un menú gastronómico donde se muestre a la grosella como un ingrediente activo y fuente principal dentro del campo de la repostería, debido a la falta de información sobre las propiedades nutricionales que presenta lo cual permite explorar ampliamente las mismas con el fin de utilizarla adecuadamente en la aplicación de un menú rico en nutrientes. Este proyecto fomenta el estudio de la grosella, su valor nutricional y de más beneficios que se obtienen aplicando los procesos gastronómicos y creando un producto de calidad.

En cuanto a la propuesta de menús se quiere descubrir las características y preferencias de la demanda, saber si esta opción tendrá una acogida aceptable por parte del público. Por esta razón es importante la realización de este proyecto por la gran oportunidad que brinda el mercado de la grosella ya que no ha sido explotado. Al analizar las tendencias actuales las cuales se enfocan a los productos naturales, ricos en nutrientes y provechosos para la salud que impulsa a la elaboración de productos cuya

base sea la grosella a nivel local.

Por lo tanto de acuerdo al estudio realizado se ha determinado que la mayor parte de la población desea que la grosella tenga un forma distinta de consumo donde se destaque el higiene, y la preparación de la misma con el fin de que los consumidores tengan una forma nueva y adecuada de consumo.

Basándose en la producción de grosella, se puede destacar que la mayor parte de su producción va dirigida a los establecimientos educativos al igual que : el limón, ovo y mango, lo que quiere decir que la competencia está latente ya que todos estos productos satisfacen la misma necesidad y se los consume de la misma manera. Por lo tanto la grosella se encuentra posicionado en el mercado local. De acuerdo con los resultados que se obtuvo mediante la investigación realizada a la población se ha determinada que los consumidores se encuentran interesados por el producto que se ofrece debido a su manipulación correcta además que es un producto innovador lo cual nos indica que este proyecto es viable.

En este caso la población a la que va dirigida es al barrio Las Cuadras que se encuentra situado al sur de la ciudad de Quito; de los resultado obtenidos mediante la encuesta realizada se puede destacar que la población tiene un interés y aceptación hacia el producto por lo tanto es de suma importancia que la realización de los menús superen las expectativas de los posibles consumidores tomando en cuenta que la grosella no es un

producto tradicional y conocido en el área de la repostería, es por eso que al realizar las preparaciones se debe tomar en cuenta el interés y sugerencias de la población.

4.2 PROBLEMAS Y OPORTUNIDADES

Los productos que se elaboran dentro del área de la repostería no son considerados como productos de primera necesidad, sino más bien son aquellos que se pueden retirar de la canasta familiar en el caso que exista un ajuste de presupuesto, lo que hace que la demanda del mismo sea reducida.

En el momento que se empezó a introducir productos diferentes a los que se consumían normalmente, como productos sin azúcar o dietéticos ha incrementado la competencia y en algunos casos estos productos resultan más baratos que los que son de elaboración local y nacional lo que induce a que baje el precio del producto.

El principal problema de las frutas tropicales radica en que no existe información sobre su cultivo ni la manera más eficiente de propagarlo es por eso que se ha hecho difícil su comercialización.

- **LA MERMELADA**

Se define mermelada a un producto de consistencia pastosa o gelatinosa, obtenida por cocción y concentración de frutas sanas combinándolas con agua y azúcar. La fruta puede ir entera o en trozos y

debe estar dispersa uniformemente en todo el producto.²⁰

El sabor combinado con un cuidadoso proceso de transformación permite elaborar un producto de calidad y rico en vitaminas. La mermelada de grosella es de color rojizo con un rico sabor agridulce.

²⁰ Es.[wikipedia.org/wiki/mermelada](https://es.wikipedia.org/wiki/mermelada).

- **EL MOUSE**

Es un preparado culinario de tipo francés cuya base es la clara de huevo montada a punto de nieve, o la crema de leche batida los cuales le dan consistencia esponjosa. ²¹

- **LA JALEA**

Es un gel comestible dulce o salado obtenido mediante la adición de gelatina o pectina. ²²

Son preparaciones a base de cascara de frutas, ricas en pectina y cocidas con azúcar de consistencia espesa pero trasparente. Para extraer esos jugos no es necesario pelar, ni descorazonar, ni sacar las pepas de la fruta, simplemente se lavan y se trocean para llevar a cabo la preparación

- **LA TORTA**

Es un tipo de alimento generalmente dulce que a menudo es cocido en horno y luego relleno con capas de algún tipo de fruta o crema.²³ A menudo la torta es de elección para las ocasiones especiales cuyo principal ingrediente es la harina de trigo.

²¹ Es.wikipedia.org/wiki/mousse

²² Es.wikipedia.org/wiki/jalea

²³ Es.wikipedia.org/wiki/torta.

4.3 RECETAS ESTANDAR

- **NOMBRE DE LA PREPARACIÓN: MOUSSE DE GROSELLA**

NÚMERO DE PAX: 6

COSTO ESTIMADO: \$2.50

COSTO POR PORCIÓN: \$2.34

INGREDIENTES	CANTIDAD REQUERIDA	COSTO GENERAL	COSTO UNITARIO	COSTO
CREMA DE LECHE	500gr	500gr-\$3.50	\$3.50	\$7.00
GROSELLA	200gr	200gr-\$2.00	\$2.00	\$4.00
HUEVOS	100gr	50gr-\$0.12	\$0.24	\$0.36
GELATINA SIN SABOR	20gr	40gr-\$1.20	\$0.60	\$1.80
AZUCAR	100gr	100gr-\$0.80	\$0.08	\$ 0.88
				\$14.04
				/ 6
TOTAL:\$2.34/\$2.50=0.93%utilidad				\$2.34



PREPARACIÓN:

- Batir la crema de leche hasta el punto chantilly.
- Batir los huevos hasta que espese y agregar el azúcar poco a poco.
- Mezclar las dos preparaciones anteriores y añadir el zumo de grosella.
- Mezclar bien y cuidadosamente añadir la gelatina previamente disuelta.
- Llevar a refrigeración.

- **NOMBRE DE LA PREPARACIÓN: MERMELADA DE GROSELLA**

NÚMERO DE PAX: 5

COSTO ESTIMADO: \$2.00

COSTO POR PORCIÓN: \$1.85

INGREDIENTES	CANTIDAD REQUERIDA	COSTO GENERAL	COSTO UNITARIO	COSTO
AZUCAR	600gr	1000gr-\$0.80	\$0.48	\$1.24
GROSELLA	400gr	400gr-\$4.00	\$4.00	\$8.00
				\$9.24
				/ 5
TOTAL		\$1.85/\$2.00=0.92% utilidad		\$1.85



PREPARACIÓN:

- En un recipiente colocar el azúcar llevarlo a fuego hasta que empiece a derretirse.
- Añadir el jugo de la grosella (200gr) y la pulpa (200gr).
- Mezclar cuidadosamente y dejar que se reduzca hasta que tome un color rojizo.

- **NOMBRE DE LA PREPARACIÓN: JALEA DE GROSELLA**

NÚMERO DE PAX: 4

COSTO ESTIMADO: \$1.70

COSTO POR PORCIÓN: \$1.64

INGREDIENTES	CANTIDAD REQUERIDA	COSTO GENERAL	COSTO UNITARIO	COSTO
AZUCAR	400gr	1000gr-\$0.80	\$0.32	\$1.12
GROSELLA	250gr	250gr-\$2.50	\$2.50	\$5.00
AGUA	50gr	500gr-\$0.40	\$0.04	\$0.44
				\$6.56
				/ 4
TOTAL		\$1.64/\$1.70=0.96% utilidad		\$1.64



PREPARACIÓN:

- Agregar azúcar en un recipiente llevarlo a fuego hasta que se derrita.
- Añadir el zumo de grosella.
- Mezclar cuidadosamente y dejar que se reduzca hasta que se espese un poco.

- **NOMBRE DE LA PREPARACIÓN: TORTA DE GROSELLA**

NÚMERO DE PAX: 6

COSTO ESTIMADO: \$2.80

COSTO POR PORCIÓN: \$2.72

INGREDIENTES	CANTIDAD REQUERIDA	COSTO GENERAL	COSTO UNITARIO	COSTO
HARINA	1500gr	1000gr-\$2.50	\$3.70	\$6.25
MANTEQUILLA	250gr	100gr-\$0.90	\$2.25	\$3.15
HUEVOS	400gr	50gr-\$0.12	\$0.96	\$1.08
GROSELLA	150gr	150gr-\$1.50	\$1.50	\$3.00
AZUCAR	200gr	1000gr-\$0.80	\$0.16	\$0.96
POLVO DE HORNEAR	30gr	50gr-\$1.20	\$0.72	\$1.92
				\$16.36
				/ 6
TOTAL	\$2.72/\$2.80=0.97% utilidad			\$2.72



PREPARACIÓN:

- Pre calentar el horno.
- Engrasar y enharinar los moldes.
- Cremar la mantequilla el azúcar y los huevos.
- Agregar el zumo de grosella.
- Agregar la harina y polvo de hornear.
- Hornear a 180 grados C por 45 minutos.

- Sacar del horno y dejar enfriar.

4.4 ALCANCE

Mediante un análisis detallado de la información que se obtuvo con la implementación del proyecto se destaca:

- **Área Geográfica**
 - Ciudad de Quito
 - Parroquia Chillogallo
 - Barrio Las Cuadras
- **Segmento de estudio**
 - Consumidor final
- **Sub-segmentos**
 - Generacional
 - Población comprendida entre 10 años en adelante.
 - Genero
 - Masculino
 - Femenino.
 - Estrato socioeconómico
 - Alta
 - Media
 - Baja

4.5 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Este estudio analiza los factores propios de la actividad administrativa, operativa y de ventas de la empresa.

- **MISIÓN**

Lo más importante es dar a conocer la grosella mediante un proceso de comercialización como son los postres, satisfaciendo las necesidades de las personas que gustan deleitar postres de alta calidad y accesible a todo público. De esta manera se busca contribuir con la generación de empleos directos e indirectos, además del aumento de la industria y aportar con la economía del país.

- **VISIÓN**

En los próximos años los productos a base de grosella lleguen a formar parte de una microempresa en el mercado de las productoras de postres y mermeladas, con reconocimiento por la excelente calidad de sus productos, alcanzando un posicionamiento importante en el mercado, además de la innovación continua que será parte fundamental para la preferencia de clientes potenciales a nivel local.

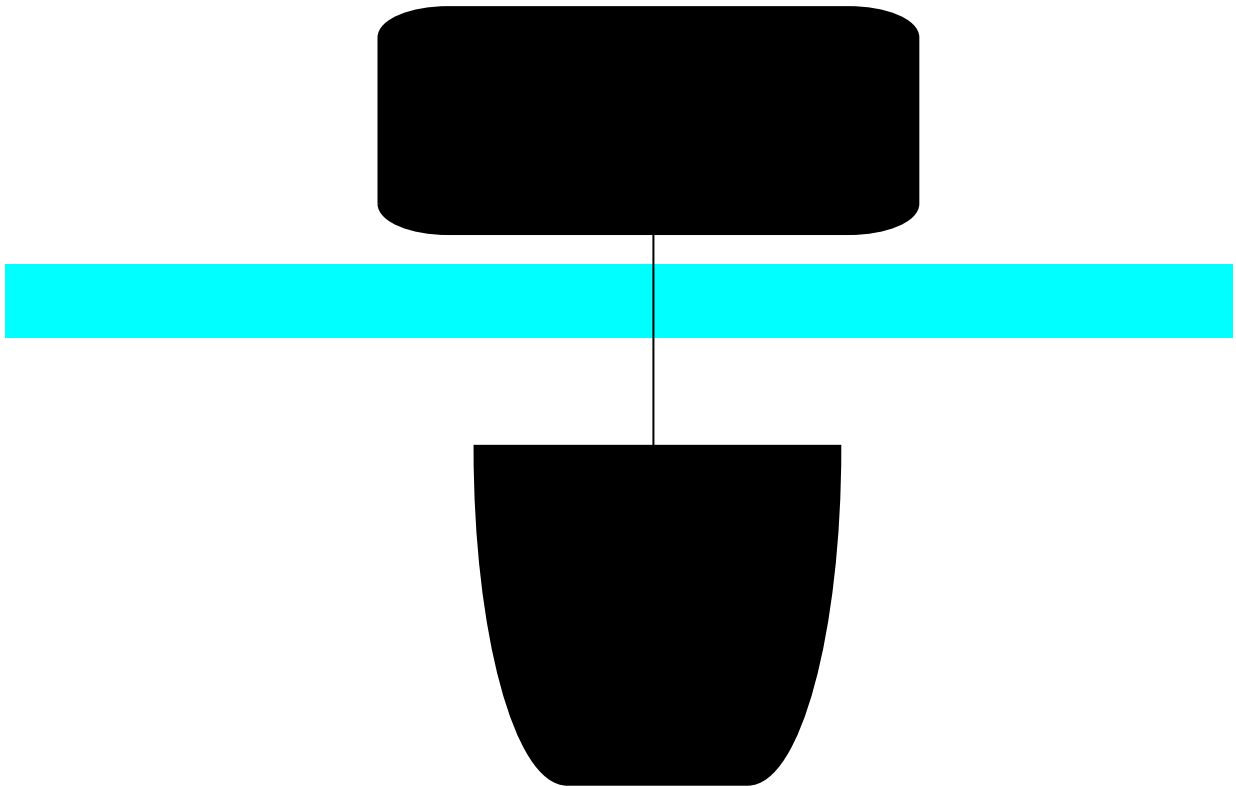
4.6 ORGANIGRAMA

La empresa estará conformada por:

GRAFICO 11

Elaborado por: María Fernanda Cabezas Rodríguez

Organigrama de la empresa



4.7 FUNCIONES DE ÁREAS Y CARGOS

● FUNCION ADMINISTRATIVA

Esta encargada de responder con las actividades económicas de la empresa, además de velar por el bien de las finanzas y realizar la contabilidad de la empresa, además de presentar informes mensuales del movimiento económico de la empresa, cuidar los activos fijos de la empresa con los que se realizara su actividad.

● OPERARIO DE PRODUCCIÓN Y VENTAS

Esta encargado de responder por la elaboración de los productos, solucionar los posibles inconvenientes que se presenten durante el proceso, cumplir con los estándares de calidad asignados por la empresa, hacer cumplir las normas y políticas establecidas por la administración, cumplir con la seguridad industrial para el bienestar de los trabajadores, además es la persona encargada de cumplir a cabalidad con el plan de ventas ya establecido, debe poner en práctica las estrategias necesarias para que el producto llegue al consumidor final y sobre todo realizar el respectivo plan de mercadeo para promocionar el producto en los puntos de venta. Es indispensable que cumpla con los estándares de calidad y que brinde un excelente servicio al cliente.

Cuadro 5.

Elaborado por: María Fernanda Cabezas Rodríguez

Cargo	# de personal
Administrador	1
Operario Producción y Ventas	1
Total	2

Personal de la Empresa

4.8 FODA DEL PROYECTO

- **FORTALEZAS**

La elaboración de productos a base de grosella se llevará a cabo con la mejor calidad dando como resultado un producto óptimo.

Agilidad en la entrega del producto terminado al consumidor final.

Los productos elaborados con grosella poseen un alto contenido nutritivo.

La grosella ofrece grandes beneficios para la salud del ser humano ya que posee anticancerígenos y antioxidantes.

Bajo costo.

- **OPORTUNIDADES**

Existe una gran aceptación en el mercado local por los productos naturales que ayuden a prevenir enfermedades.

Crecimiento de la microempresa a nivel local y posteriormente nacional.

Nuevos productos en el mercado.

Posibilidad de incursionar en mercados extranjeros.

- **DEBILIDADES**

Producto elaborado nuevo en el mercado.

La empresa sólo depende de la rentabilidad que tenga el producto.

Los costos de inversión son muy altos.

Existe sensibilidad en cuanto a la disminución de ventas.

- **AMENAZAS**

Empresas que están posicionadas en la mente del consumidor y con experiencia en la fabricación de todo tipo de postres podrían lanzar productos similares y mejorados.

Es producto estacionario.

El mercado de la repostería es amplio por lo tanto es difícil entrar a este mercado.

La situación económica y política del país.

4.9 INVESTIGACIÓN DE MERCADO

- **LA SITUACIÓN DE MERCADO**

Los postres no son considerados un producto de primera necesidad, sino más bien secundario que puede ser eliminado en caso de reducción de presupuesto, lo que hace que el mercado reduzca el producto.

El Ecuador cuenta con varias marcas en cuanto a repostería tanto nacional como extranjera que han llegado a posicionarse en el mercado manteniendo su nivel de ventas e incluso elevando el mismo, debido a que estos productos llevan mucho tiempo en el mercado y por esta razón ya se han instalado en la mente del consumidor como un producto difícil de no comprarlo.

Por otro lado dentro del mercado nacional aquellas marcas que están posicionadas no son la preferencia de la mayoría de la población debido a que conservan la forma de elaboración y presentación ya varios años y por eso es que no llaman la atención del consumidor.

En cambio aquellas marcas internacionales van innovando y creando nuevos productos de acuerdo a las tendencias actuales como son los famosos productos light, los que ingresan al mercado y llegan a ser la máxima competencia ya que su costo es más bajo que el de los productos nacionales.²⁴

²⁴ HARRIS EDGAR.E. Investigación de Mercados Segunda Edición Editorial Mcgraw Hill Traducido por Corona

- **DEMANDA POTENCIAL**

Al evaluar la situación actual de la grosella se pudo determinar mediante un estudio de mercado que la oferta y la demanda potencial de los productos elaborados se basan actualmente en géneros naturales que tengan propiedades nutricionales además que brinden al ser humano una opción sana de consumo. Como se sabe la grosella es una buena opción frente a la creciente demanda de alimentos saludables y artesanales.

- **OFERTA POTENCIAL**

Al realizar el estudio de mercado se quiere descubrir las características y preferencias de la demanda. Por estos motivos se ha decidido realizar este proyecto por la oportunidad que brinda el mercado, debido a que este no ha sido explotado. Se desea aprovechar las tendencias actuales ya que se enfocan a los productos naturales ricos en nutrientes y provechosos para la salud, por lo que se plantea la idea de la elaboración de un menú a base de grosella que se enfoque en el área de la repostería a nivel local.

- **ANALISIS DE LA OFERTA**

Se clasifica en un mercado oligopolio, debido a que existen algunas grandes empresas que tiene el control sobre el segmento al que está dirigido, teniendo en cuenta que quien decide si tiene éxito un producto es directamente el consumidor.

- **ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA**

La competencia puede ser entendida como las alternativas frente a un producto que existe en el mercado, las que satisfacen necesidades similares a niveles de precios distintos y competitivos.

En el mercado de la ciudad de Quito se ha establecido que no existe oferta de los productos elaborados a base de grosella. Debido a que los sabores que más se ofrecen son los de: frutilla, mora, piña, guayaba, durazno.

Existen algunas marcas que ofrecen productos donde se combinan dos frutas pero no se encuentran sabores de frutas no tradicionales excepto de la guayaba.

- **ANÁLISIS DE LA DEMANDA**

El proyecto empezará inicialmente en la ciudad de Quito situándose en el Sector Sur de la capital, en la Parroquia Chillogallo, en el barrio Las Cuadras, dado que el producto es procesado y no es un producto de primera necesidad requiere mayor poder adquisitivo por lo que el nivel socio económico al cual se dirige es a todos los estratos, se tomará a la población urbana tanto mujeres como hombres que oscilan entre los 10 años en adelante, de la ciudad de Quito con un total de habitantes de 2'215.820, concentrándonos en la Parroquia Chillogallo la cual cuenta con un total de 191.439, habitantes enfocándose principalmente en el barrio Las Cuadras que

cuenta con un estimado de 7.880 habitantes. ²⁵

- **DESCRIPCIÓN DE LA DEMANDA POTENCIAL**

Se la realizó mediante el proceso de análisis de la muestra, en donde cada elemento de la población tuvo la oportunidad de dar a conocer su punto de vista por medio de una encuesta.

²⁵ base de datos del INEC

Cuadro 6.

Elaborado por: María Fernanda Cabezas Rodríguez

Demográfico	
Variable	Segmento
Edad	10 - en adelante
Sexo	masculino - femenino
Clase social	alta, media y baja

Descripción de la demanda

4.10 PRESUPUESTO:

En cuanto al presupuesto se detallara los enceres necesarios para la realización de este proyecto, del valor total el 30% que corresponde a \$340,56 es el capital con el que se cuenta actualmente, el 70% cuyo valor es de \$794,64 este monto vendrá de un préstamo a realizarse al Banco del Pichincha, con el cual se completa el siguiente presupuesto:

N	PRODUCTO	V. UNITARIO	V. TOTAL
1	COCINA	\$320,00	\$320,00
1	REFRIGERADORA	\$450,00	\$450,00
1	MICROONDAS	\$180,00	\$180,00
2	CUCHILLOS	\$5,00	\$5,00
1	PAQUETE DE CUCHARAS	\$10,00	\$10,00
1	TABLAS DE PICAR	\$15,00	\$15,00
1	BATIDORA	\$18,00	\$18,00
1	LICUADORA	\$25,00	\$25,00
2	MOLDES METALICOS	\$6,50	\$13,00
4	BOLS	\$5,50	\$22,00
1	BATIDOR DE MANO	\$3,00	\$3,00
1	PALETA	\$3,00	\$3,00
4	MOLDES DE PLASTICO	\$4,00	\$16,00
1	BALANZA	\$20,00	\$20,00
3	CERNIDORES	\$1,50	\$4,50
1	TARRINAS PAQUETE DE 50	\$5,90	\$5,90
1	FUNDAS PAQUETE DE 100	\$4,80	\$4,80
	TOTAL		1135.20

4.10 PLAN DE MARKETING:

De acuerdo con los porcentajes más altos tomados de la investigación realizada anteriormente por medio de las encuestas se puede notar :

GRÁFICO 1

Se puede notar claramente que la mayor parte de las personas que lo consumen son mujeres.

GRÁFICO 2

Que van desde los 10 años a 20 años de edad.

GRÁFICO 3

Además muestra que la mayor parte de la población encuestada vive en el Barrio Las Cuadras.

GRÁFICO 4

Se puede notar que el 100% de la población conoce la grosella.

GRÁFICO 5

Nos muestra que un porcentaje muy alto de la población consume la grosella con sal.

GRÁFICO 6

La población encuestada consume la grosella con mucha frecuencia.

GRÁFICO 7

Se la adquiere a la salida de los establecimientos educativos.

GRÁFICO 8

Aquí indica que el 100% de la población desea consumirla de forma diferente.

GRÁFICO 9

La mayor parte de la población encuestada la prefiere como postre.

GRÁFICO 10

Toda la población encuestada está de acuerdo en que la grosella llegue a ser un producto alternativo dentro de la cocina ecuatoriana.

4.11 ESTUDIO DE MERCADO:

- **MERCADO POTENCIAL:** El mercado potencial son mujeres cuya edad va desde los 10-20 años que conocen el producto.
- **CLIENTE POTENCIAL:** los clientes potenciales son mujeres de 10 a 20 años que consumen el producto frecuentemente.
- **CARACTERÍSTICAS:**
 - Sexo femenino.
 - Entre 10 y 20 años
 - Estudiantes

4.12 LA COMPETENCIA:

- **MANGO:** se oferta a la salida de los establecimientos educativos,

los que se mezclan con sal, pimienta, azúcar dulce de leche etc. Su costo es de \$ 1.00 y \$1.50.

- **LIMON:** Se lo consume de forma insalubre, con sal y su costo esta entre \$ 0.50 y \$1.00.
- **OVOS:** Al igual que el mango y el limón se lo consume con sal sin una manipulación correcta y a un costo de \$0.75 y \$1.00.

4.13 EL PRODUCTO:

- **LA GROSELLA:** comúnmente se la consume con sal al igual que el limón, mango y ovos, por lo tanto al analizar la forma de manipulación y consumo de vendedores y compradores se llega a la conclusión que la grosella con un debido proceso de elaboración puede llegar a satisfacer las necesidades de los posibles consumidores al brindar un producto nuevo e innovador y sobre todo sano.
- **Mermelada de grosella:** contiene grosella y azúcar cuyo costo sería de \$1.00 por cada 250 g, la cual satisface necesidades del consumidor.

4.14 PLAN DE MARKETING:

En este caso utilizamos el marketing empresarial debido a que tiene por objeto el intercambio de bienes y servicios el cual se convierte específicamente en un marketing de productos de consumo ya que se ofrece un producto elaborado a cambio de dinero.

- **Producto:** Es innovador para el cliente potencial en este caso son mujeres de 10 a 20 años de edad , son estudiantes que prefieren la grosella como postre.
- **Precio:** El precio está dado acorde a su elaboración, la población encuestada está dispuesta a cancelar el precio asignado por cada producto debido a que es seguro consumirlo gracias a su elaboración basada en las respectivas normas de sanitación, y porque es un producto nuevo.
- **Plaza:** Está ubicado en la ciudad de Quito en la parroquia Chillogallo, en el barrio Las Cuadras, cuyo segmento de mercado son mujeres con una edad que va desde los 10 a 20 años, consumen la grosella frecuentemente. El producto tendrá una venta tercerizada es decir se realizara convenios con empresas ya posicionadas en el mercado lo que permitirá introducir el producto con el fin de llegar a tener clientes fijos.
- **Publicidad:**

Nombre De La Empresa: “ EL GROSELLERO ”

Eslogan: “Endulza tu vida con tu fruta preferida”

Logotipo:

E l g r o s e l l e r o



“e n d u l t z u a v i d a o n t u f r u t a r e f e r i d a

Será visual mediante hojas volante y redes sociales donde el posible consumidor observara el producto que se ofrece.

5 CAPÍTULO V

5.1 MARCO CONCLUSIVO

5.1.1 CONCLUSIONES

- Después de realizar el análisis pertinente se ha llegado a la conclusión que la grosella como producto elaborado y transformado tendría acogida dentro del mercado local lo que significa que la mayor parte de la población acepta el producto, por lo tanto surge una ventaja competitiva dentro del mercado laboral.
- Al realizar la respectiva degustación del producto se pudo observar que

la mayor parte de la población optó por el mousse de grosella lo que permite saber que los posibles consumidores están de acuerdo con la nueva forma de consumo, además de apreciar el sabor y color del producto.

- Luego de haber recolectado información acerca de las preferencias de los consumidores, también se pudo notar que la torta de grosella no tiene un nivel de aceptación elevado en cuanto a sabor y vistosidad.
- La elaboración de las recetas es sencilla, este es un punto a favor debido a que puede entrar en el mercado con facilidad.

5.1.2 RECOMENDACIONES

- Es indispensable que la grosella se la adquiera en un lugar donde exista higiene alimentaria.
- Además que al comprarla no se consuma inmediatamente, sino llevarla a su hogar y tomar las debidas precauciones con la limpieza del producto con el fin de que no se produzca enfermedades en el ser humano.
- Por prevención no se debería consumir con sal o con ají para evitar

enfermedades debido al consumo inadecuado de la grosella.

- Tener presente que los postres a base de grosella son un producto nuevo y por lo tanto tiene un mercado fijo y competitivo.

5.2 REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- AA.VV. Las Plantas. Mi primera enciclopedia. Barcelona: Larousse 1995.
- ARROYO MERINO, José Antonio. La Botánica en experimentos. Madrid, Santillana 1965.
- CENDES. Estudios de la Estacionalidad de Las Frutas Ecuatorianas 1992.
- Diccionario Aristos, año 1998, página 235
- Diccionario Aristos, año 1998, página 258.
- Diccionario Enciclopédico , Ilustrado año 1993, página 699, Tomo 2.
- Diccionario Enciclopédico , Ilustrado año 1993, página 699, Tomo 2.
- Diccionario Enciclopédico, Ilustrado año 1993, página 736, Tomo 3.
- Diccionario Enciclopédico, Ilustrado año 1993, página 1028, Tomo 4.
- Diccionario Enciclopédico, Ilustrado año 1993, página 1041, Tomo 4.

- Diccionario Enciclopédico, Ilustrado año 1993, página 1340, Tomo 4.
- Diccionario Enciclopédico, Ilustrado año 1993, página 1038, Tomo 4.
- Diccionario Enciclopédico, Ilustrado año 1993, página 1240, Tomo 4.
- Diccionario Enciclopédico, Ilustrado año 1993, página 1218, Tomo 4.
- Diccionario Enciclopédico, Ilustrado año 1993, página 1172, Tomo 4.
- Diccionario Enciclopédico, Ilustrado año 1993, página 342, Tomo 1.
- Diccionario Enciclopédico, Ilustrado año 1993, página 1052, Tomo 4.
- Diccionario Enciclopédico, Ilustrado año 1993, página 575, Tomo 2.
- Diccionario Enciclopédico, Ilustrado año 1993, página 1134, Tomo 4.
- Diccionario Enciclopédico, Ilustrado año 1993, página 1511, Tomo 4.
- Diccionario Enciclopédico, Ilustrado año 1993, página 530, Tomo 2.

- Diccionario Enciclopédico, Ilustrado año 1993, página 1028, Tomo 4.
- Diccionario Enciclopédico, Ilustrado año 1993, página 1290, Tomo 4.
- Diccionario Enciclopédico, Ilustrado año 1993, página 121, Tomo 1.

- Diccionario Enciclopédico, Ilustrado año 1993, página 1028, Tomo 4.

- Diccionario Enciclopédico, Ilustrado año 1993, página 258, Tomo 1.

- EURORESIDENTES. 1996.

- FERLEY HENAO. Director de Innovación de Tecnología de Productividad Agrícola. 2005.

- FUENTES YAGUE, JL. Iniciación a La Botánica. Mundi Prensa 2001.

- HARRIS EDGAR.E. Investigación de Mercados Segunda Edición Editorial McGraw Hill Traducido por Corona Hortensia año 1999.

- Instituto Nacional De Estadística Y Censo INEC.

- LAMSON WHITNEY, Federico. Elementos de Investigación. Quinta Edición. Ediciones Omega S. A: Barcelona 1983. 395pp.

- M.A. Amerine Fruit lines Technology of wine making 1971
- WILLIAM, Edison. Manual Práctico para desarrollar Proyectos de investigación de Tesis. Segunda Edición 1999.
- [http:redaccion@revistalideres.es/2009/](http://redaccion@revistalideres.es/2009/)
- <http://www.botanical-online.com/florgrosella2010.htm//>
- <http://www.hamadryade-lodge-ecuador.com25/04/2009//>
- <http://www.plusvalia.com.ec17/07/2010//>
- <http://www.articlesnatch.com//2009/2010>
- <http://www.botanical-online.com //>
- <http://Copyright@1999-2011botanical-online//>
- <http://es.wikipedia.org/wiki/mousse//2009-2010>
- <http://es.wikipedia.org/wiki/mermelada//>
- <http://es.wikipedia.org/wiki/jalea//>

- <http://es.wikipedia.org/wiki/torta//>

5.3 ANEXOS

La grosella:



Jalea de grosella:



Mermelada de grosella:



Mousse de grosella:



Torta de grosella:



Área de Cocina

