

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR – UNIB.E

ESCUELA DE GASTRONOMÍA



Propuesta de un recetario de salsas y vinagretas a base de uvilla para establecimientos gastronómicos ubicados en el sector de Llano Grande.

Trabajo de Titulación para la obtención del Título de Licenciatura en Administración
de Empresas Gastronómicas

Autor:

Adriana Stephanie Coyago Sinche

Directora del Trabajo de Titulación

Mgst. Patricia Cadena

Quito, Ecuador

Marzo, 2022

Quito, 14 de marzo 2022

CARTA DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Magister

Juan Francisco Romero

Director de la Escuela de Gastronomía

Presente.

Yo, Patricia Cadena Director (a) del Trabajo de Titulación realizado por Adriana Stephanie Coyago Sinche, estudiante de la carrera de Gastronomía, informo haber revisado el presente documento titulado “Propuesta de un recetario de salsas y vinagretas a base de uvilla para establecimientos gastronómicos ubicados en el sector de Llano Grande”, el mismo que se encuentra elaborado conforme al Reglamento de Titulación, establecido por la UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR, UNIB.E de Quito y el Manual de Estilo institucional; por lo tanto autorizo su presentación final para los fines legales pertinentes.

En tal virtud autorizo a los señores a que concedan a realizar el anillado del trabajo de titulación y su entrega en la secretaria de la Escuela.

Atentamente,



Firmado electrónicamente por:
**PATRICIA
ALEXANDRA CADENA
VALLEJO**

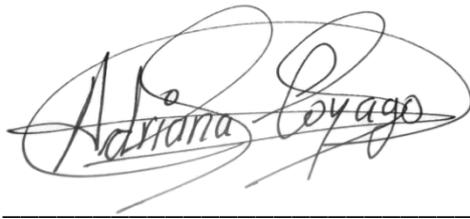
Mgst. Patricia Cadena

Director (a) del Trabajo de Titulación

CARTA DE AUTORÍA

Los criterios emitidos en el presente Trabajo de Titulación “Propuesta de un recetario de salsas y vinagretas a base de uvilla para establecimientos gastronómicos ubicados en el sector de Llano Grande”, así como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta(s) son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autor(a) del presente documento.

Autorizo a la Universidad Iberoamericana del Ecuador (UNIB.E) para que haga de éste un documento disponible para su lectura o lo publique total o parcialmente, de considerarlo pertinente, según las normas y regulaciones de la Institución, citando la fuente.

A handwritten signature in black ink, reading "Adriana Coyago Sinche". The signature is written in a cursive style and is positioned above a horizontal line.

Adriana Stephanie Coyago Sinche

172446385-4

Quito, marzo 2022

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por estar presente en todo momento, darme fortaleza y sabiduría cada día para no claudicar en los momentos difíciles durante mi forjamiento profesional y así lograr cumplir esta etapa importante en mi vida.

A mis amados padres, Ángela Sinche y Rafael Coyago a quienes debo este triunfo y agradecimiento por todo lo que han hecho para forjar mi futuro.

A mis hermanos, Paola y Jason que siempre son incondicionales en todo momento.

A mi familia, quienes me brindaron sus consejos y siempre estuvieron a mi lado.

A mi tutora la Mgst. Patricia Cadena quien me apoyó en todo momento para cumplir con este proyecto.

A todos mis maestros quienes impartieron en las aulas sus conocimientos y valores permitiendo una formación integral en mí.

A todos mis agradecimientos.

DEDICATORIA

Al culminar esta etapa de estudios he alcanzado uno de mis objetivos y quiero dedicar este triunfo a todas las personas que de forma directa e indirecta me apoyaron en esta meta y en el camino para lograrla. Con amor y respeto dedico este triunfo:

A mi familia quienes me brindan su apoyo incondicional en todas las etapas de mi vida, siendo un pilar fundamental en la misma.

A mis padres Ángela Sinche y Rafael Coyago, por creer en mí y ser ejemplo de superación y entrega, porque gracias a ustedes hoy puedo alcanzar una meta más en mi vida, puesto que siempre me dieron su apoyo y comprensión.

A mis hermanos Paola y Jason, por ser parte importante en mi vida porque más que hermanos son mis mejores amigos, gracias por brindarme sus consejos y apoyo durante el tiempo de estudios.

Adriana Stephanie Coyago Sinche

ÍNDICE GENERAL

CARTA DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	iii
CARTA DE AUTORÍA	iv
AGRADECIMIENTOS	v
DEDICATORIA	vi
ÍNDICE GENERAL.....	vii
ÍNDICE DE TABLAS.....	x
ÍNDICE DE FIGURAS	xii
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xiv
RESUMEN.....	xv
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.....	3
EL PROBLEMA	3
Planteamiento del Problema.....	3
Objetivos de la Investigación	7
Objetivo General	7
Objetivos Específicos	7
Justificación e impacto de la investigación.....	8
Alcance de la investigación.....	9
CAPÍTULO II.....	10
MARCO TEÓRICO	10
Antecedentes de la investigación	10
Bases Teóricas	12
La uvilla.....	12
Origen de la uvilla.....	12
Denominación de la uvilla en diversos países.....	13
Composición nutricional de la uvilla	14
Beneficios de la uvilla	14
Tipología de la uvilla	15
Características de la uvilla.....	15
Usos de la uvilla en la gastronomía	16
Cultivo de la uvilla en Ecuador.....	17
Salsas	19
Clasificación de las salsas.....	20
Características de las Salsas	20

Usos de las Salsas.....	21
Vinagretas	21
Características de las Vinagretas	21
Usos de las Vinagretas	22
Recetario Gastronómico	22
Características de un Recetario Gastronómico.....	22
Estructura de una receta	22
Mercadeo y consumo en Ecuador.....	23
Marketing	23
Marketing Mix.....	23
Degustación	24
Consumo de salsas en Ecuador.....	25
Salsas y vinagretas no tradicionales en Ecuador	26
Cultura gastronómica en Ecuador.....	26
Sector de Llano Grande.....	26
Características del sector	26
Establecimientos gastronómicos en el sector de Llano Grande.....	27
Consumo de salsas y vinagretas en los establecimientos gastronómicos (Llano Grande).....	27
CAPÍTULO III.....	28
MARCO METODOLÓGICO	28
Naturaleza de la investigación	28
Paradigma	28
Enfoque	28
Nivel	29
Diseño.....	30
Tipo.....	30
Población	30
Técnicas e instrumentos de recolección de datos	31
Técnica de recolección de datos	31
Instrumento de recolección de datos	32
Operacionalización de variables.....	33
Validez y confiabilidad	35
Técnica de análisis de datos	36
CAPÍTULO IV	38

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS.....	38
4.1 Conocimiento y uso de la uvilla en preparaciones de salsas y vinagretas en establecimientos gastronómicos ubicados en el sector de Llano Grande.....	38
4.2 Diseño de las recetas de salsas y vinagretas a base de uvilla estableciendo los ingredientes y su preparación para los establecimientos gastronómicos del sector de Llano Grande.....	47
4.3 Elaboración de las salsas y vinagretas a base de uvilla a partir de las recetas diseñadas.....	49
4.4 Determinación de la aceptación de las salsas y vinagretas a base de uvilla mediante un estudio de marketing mix, a partir de la opinión de expertos en el área.....	55
Propuesta del Recetario.....	88
CAPÍTULO V	98
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	98
Conclusiones.....	98
Recomendaciones.....	99
GLOSARIO	100
BIBLIOGRAFÍA.....	101
ANEXOS.....	106

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Denominaciones de la uvilla.....	13
Tabla 2. Composición nutricional de la uvilla.....	14
Tabla 3. Relación de técnica, instrumento y objetivo de la investigación.....	32
Tabla 4. Operacionalización de variables.....	34
Tabla 5. Validadores de los instrumentos de investigación.....	35
Tabla 6. Confiabilidad Instrumento Ficha de Degustación (Programa Estadístico SPSS).....	36
Tabla 7. Frecuencias de equilibrio de sabores de la uvilla.....	38
Tabla 8. Frecuencias de conocimiento acerca de Ecuador país exportador de uvilla.....	39
Tabla 9. Frecuencias de conocimiento sobre los ecotipos de la uvilla.....	39
Tabla 10. Frecuencias de prevención de la uvilla en enfermedades transmisibles como el cáncer.....	40
Tabla 11. Frecuencias de uso de la uvilla en preparaciones saladas.....	41
Tabla 12. Frecuencias de conocimiento sobre salsas a base de uvilla.....	41
Tabla 13. Frecuencias de uso de la uvilla como adobo.....	42
Tabla 14. Frecuencias de conocimiento sobre las pectinas de la uvilla en la elaboración de salsas.....	43
Tabla 15. Frecuencias de conocimiento sobre la incorporación de la uvilla en salsas.....	43
Tabla 16. Frecuencias en la elaboración de vinagretas a base de uvilla.....	44
Tabla 17. Frecuencias de conocimiento acerca de los carotenos de la uvilla en la elaboración de vinagretas.....	45
Tabla 18. Frecuencias de conocimiento de la existencia de recetas de vinagretas con uvilla.....	45
Tabla 19. Receta de la salsa de uvilla y albahaca.....	47
Tabla 20. Receta de la salsa bbq de uvilla.....	47
Tabla 21. Receta de la salsa tártara de uvilla.....	48
Tabla 22. Receta de la salsa picante de uvilla.....	48
Tabla 23. Receta de la vinagreta de uvilla y soya.....	49
Tabla 24. Receta de la vinagreta de uvilla y mostaza.....	49
Tabla 25. Salsas y vinagretas con su acompañamiento.....	55
Tabla 26. Valoración acerca de la impresión visual de la salsa de uvilla y albahaca.....	57
Tabla 27. Valoración acerca del olor de la salsa de uvilla y albahaca.....	58
Tabla 28. Valoración acerca del sabor de la salsa de uvilla y albahaca.....	58
Tabla 29. Valoración acerca del análisis somato sensorial de la salsa de uvilla y albahaca.....	59
Tabla 30. Valoración acerca de la impresión visual de la salsa bbq de uvilla.....	61
Tabla 31. Valoración acerca del olor de la salsa bbq de uvilla.....	62
Tabla 32. Valoración acerca del sabor de la salsa bbq de uvilla.....	62
Tabla 33. Valoración acerca del análisis somato sensorial de la salsa bbq de uvilla.....	63
Tabla 34. Valoración acerca de la impresión visual de la salsa tártara de uvilla.....	65

Tabla 35. Valoración acerca del olor de la salsa tártara de uvilla.	66
Tabla 36. Valoración acerca del sabor de la salsa tártara de uvilla.	66
Tabla 37. Valoración acerca del análisis somato sensorial de la salsa tártara de uvilla.	67
Tabla 38. Valoración acerca de la impresión visual de la salsa picante de uvilla.....	69
Tabla 39. Valoración acerca del olor de la salsa picante de uvilla.	70
Tabla 40. Valoración acerca del sabor de la salsa picante de uvilla.....	70
Tabla 41. Valoración acerca del análisis somato sensorial de la salsa picante de uvilla.	71
Tabla 42. Valoración acerca de la impresión visual de la vinagreta de uvilla y soya.	73
Tabla 43. Valoración acerca del olor de la vinagreta de uvilla y soya.	74
Tabla 44. Valoración acerca del sabor de la vinagreta de uvilla y soya.....	74
Tabla 45. Valoración acerca del análisis somato sensorial de la vinagreta de uvilla y soya.....	75
Tabla 46. Valoración acerca de la impresión visual de la vinagreta de uvilla y mostaza.	77
Tabla 47. Valoración acerca del olor de la vinagreta de uvilla y mostaza.	78
Tabla 48. Valoración acerca del sabor de la vinagreta de uvilla y mostaza.	78
Tabla 49. Valoración acerca del análisis somato sensorial de la vinagreta de uvilla y mostaza.	79
Tabla 50. Análisis de marketing mix de la salsa tártara de uvilla.	83
Tabla 51. Análisis de marketing mix de la vinagreta de uvilla y mostaza.	85

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Uvilla. (<i>Physalis peruviana</i> L.)	12
Figura 2. Usos de la uvilla en Gastronomía	16
Figura 3. Clasificación de las salsas	20
Figura 4. Vinagreta.....	21
Figura 5. Parrilladas “El Leñador”	27
Figura 6. Fórmula de Kuder-Richardson	36
Figura 7. Frecuencia de equilibrio de sabores de la uvilla.	38
Figura 8. Frecuencia de conocimiento acerca de Ecuador país exportador de uvilla	39
Figura 9. Frecuencia de conocimiento sobre los ecotipos de la uvilla.	40
Figura 10. Frecuencia de prevención de la uvilla en enfermedades transmisibles como el cáncer.	40
Figura 11. Frecuencia de uso de la uvilla en preparaciones saladas.....	41
Figura 12. Frecuencia de conocimiento sobre salsas a base de uvilla.	42
Figura 13. Frecuencia de uso de la uvilla como adobo.	42
Figura 14. Frecuencia de conocimiento sobre las pectinas de la uvilla en la elaboración de salsas.....	43
Figura 15. Frecuencia de conocimiento sobre la incorporación de la uvilla en salsas.	44
Figura 16. Frecuencia en la elaboración de vinagretas a base de uvilla.	44
Figura 17. Frecuencia de conocimiento acerca de los carotenos de la uvilla en la elaboración de vinagretas.....	45
Figura 18. Frecuencia de conocimiento de la existencia de recetas de vinagretas con uvilla.....	46
Figura 19. Proceso de elaboración de la salsa de uvilla y albahaca.	50
Figura 20. Proceso de elaboración de la salsa bbq de uvilla.....	51
Figura 21. Proceso de elaboración de la salsa tártara de uvilla.....	52
Figura 22. Proceso de elaboración de la salsa picante de uvilla.....	53
Figura 23. Proceso de elaboración de la vinagreta de uvilla y soya.....	54
Figura 24. Proceso de elaboración de la vinagreta de uvilla y mostaza.	55
Figura 25. Salsas y vinagretas con sus acompañamientos.	56
Figura 26. Diagrama de barras sobre los elementos de la impresión visual (salsa de uvilla ya albahaca).	57
Figura 27. Diagrama de barras sobre los elementos del olor (salsa de uvilla y albahaca).....	58
Figura 28. Diagrama de barras sobre los elementos del sabor (salsa de uvilla y albahaca).....	59
Figura 29. Diagrama de barras sobre los elementos del análisis somato sensorial (salsa de uvilla y albahaca).	59
Figura 30. Diagrama de barras media, mediana y moda (salsa de uvilla y albahaca).	60
Figura 31. Diagrama de barras sobre los elementos de la impresión visual (salsa bbq de uvilla).....	61
Figura 32. Diagrama de barras sobre los elementos del olor (salsa bbq de uvilla). 62	

Figura 33. Diagrama de barras sobre los elementos del sabor (salsa bbq de uvilla).	63
Figura 34. Diagrama de barras sobre los elementos del análisis somato sensorial (salsa bbq de uvilla).	63
Figura 35. Diagrama de barras media, mediana y moda (salsa bbq de uvilla).	64
Figura 36. Diagrama de barras sobre los elementos de la impresión visual (salsa tártara de uvilla).	65
Figura 37. Diagrama de barras sobre los elementos del olor (salsa tártara de uvilla).	66
Figura 38. Diagrama de barras sobre los elementos del sabor (salsa tártara de uvilla).	67
Figura 39. Diagrama de barras sobre los elementos del análisis somato sensorial (salsa tártara de uvilla).	68
Figura 40. Diagrama de barras media, mediana y moda (salsa tártara de uvilla).	69
Figura 41. Diagrama de barras sobre los elementos de la impresión visual (salsa picante de uvilla).	69
Figura 42. Diagrama de barras sobre los elementos del olor (salsa picante de uvilla).	70
Figura 43. Diagrama de barras sobre los elementos del sabor (salsa picante de uvilla).	71
Figura 44. Diagrama de barras sobre los elementos del análisis somato sensorial (salsa picante de uvilla).	71
Figura 45. Diagrama de barras media, mediana y moda (salsa picante de uvilla).	72
Figura 46. Diagrama de barras sobre los elementos de la impresión visual (vinagreta de uvilla y soya).	73
Figura 47. Diagrama de barras sobre los elementos del olor (vinagreta de uvilla y soya).	74
Figura 48. Diagrama de barras sobre los elementos del sabor (vinagreta de uvilla y soya).	75
Figura 49. Diagrama de barras sobre los elementos del análisis somato sensorial (vinagreta de uvilla y soya).	75
Figura 50. Diagrama de barras media, mediana y moda (vinagreta de uvilla y soya).	76
Figura 51. Diagrama de barras sobre los elementos de la impresión visual (vinagreta de uvilla y mostaza).	77
Figura 52. Diagrama de barras sobre los elementos del olor (vinagreta de uvilla y mostaza).	78
Figura 53. Diagrama de barras sobre los elementos del sabor (vinagreta de uvilla y mostaza).	79
Figura 54. Diagrama de barras sobre los elementos del análisis somato sensorial (vinagreta de uvilla y mostaza).	79
Figura 55. Diagrama de barras media, mediana y moda (salsa de uvilla y albahaca).	80
Figura 56. Medidas de tendencia central de la aceptabilidad de las salsas y vinagretas.	81

Figura 57. Medidas de tendencia central de las variables evaluadas en las salsas y vinagretas.....	82
---	----

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Cuestionario.....	106
Anexo 2. Ficha de degustación.....	107

Adriana Stephanie Coyago Sinche, PROPUESTA DE UN RECETARIO DE SALSAS Y VINAGRETAS A BASE DE UVILLA PARA ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS UBICADOS EN EL SECTOR DE LLANO GRANDE. Gastronomía. Universidad Iberoamericana del Ecuador. Quito - Ecuador. 2022. (109) pp

RESUMEN

La presente investigación se enfocó en la propuesta de un recetario de salsas y vinagretas a base de uvilla para establecimientos gastronómicos ubicados en el sector de Llano Grande, para ello se determinó el conocimiento y uso de la fruta en los chefs de los establecimientos referidos, posteriormente se diseñó y elaboró las recetas y finalmente se realizó un análisis de marketing mix que orientó la puesta en mercado del producto. El estudio se desarrolló enmarcado en un enfoque cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental - transversal y el tipo de investigación fue de campo. La población estuvo constituida por 31 chefs de los establecimientos gastronómicos, para el estudio se tomó toda la población, ya que esta es reducida y de fácil acceso. Se aplicó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario que permitió determinar el conocimiento y uso de la uvilla, de igual manera se empleó la técnica del análisis sensorial descriptivo cuantitativo (QDA) y como instrumento la ficha de degustación que permitió determinar la aceptación de las salsas y vinagretas mediante un estudio de marketing mix. Los resultados obtenidos evidenciaron el limitado uso y conocimiento que existe por parte de los chefs sobre la uvilla, también se determinó la aceptabilidad de mencionadas preparaciones, dando viabilidad al análisis de marketing mix, el cual ayudó a establecer de manera adecuada las estrategias que permitieron llegar al segmento de mercado adecuado. En conclusión, la propuesta sirvió para aplicar en los establecimientos gastronómicos, proporcionando un realce de sabores y nuevas experiencias que deleiten el paladar de los comensales, asimismo, el marketing mix permitió establecer el camino idóneo para influir y cautivar al consumidor con la puesta del producto en el mercado.

Palabras clave: Recetario, Salsas, Vinagretas, Uvilla, Establecimientos gastronómicos, Marketing mix.

INTRODUCCIÓN

La uvilla posee características adecuadas para la elaboración de salsas y vinagretas, además el Ecuador cuenta con las condiciones apropiadas para el desarrollo de la fruta, considerando que se encuentra ubicado en la mitad del mundo. Sin embargo, la falta de conocimientos y la escasa información sobre su aplicabilidad, ha limitado su uso en estas preparaciones, generando una restricción de nuevos sabores a los consumidores.

En este sentido, surge la presente investigación que tiene como objetivo central la propuesta de un recetario de salsas y vinagretas a base de uvilla para establecimientos gastronómicos ubicados en el sector de Llano Grande, el cual beneficia a los mismos, al ser aplicado en sus menús y así brindar un valor agregado. Para ello, en primer lugar, se determina el conocimiento y uso de la uvilla en mencionadas preparaciones por parte de los chefs, para luego establecer el diseño de las recetas y seguidamente tomar estas como guía para su elaboración, finalmente se determina su aceptabilidad mediante un análisis de marketing mix para la puesta en mercado de la salsa y vinagreta con mayor aceptabilidad.

Así pues, para el desarrollo de los objetivos planteados se consideran inicialmente las características de la uvilla que de acuerdo a PROECUADOR (2016) estas la colocan como una fruta exótica y se encuentra entre las más apreciadas en el mercado internacional, en cuanto a sus beneficios es una fruta que aporta nutrientes que ayudan al sistema digestivo, sistema ocular, sistema respiratorio e incluso previene enfermedades no transmisibles como el cáncer.

Por otra parte, se toma información referente a las salsas y vinagretas que son elementos importantes en el ámbito gastronómico, la primera sirve para dar humedad a la preparación, es decir que la proteína no se sienta seca, potenciará y resaltará los sabores de la misma (Carrión, 2020), en cuanto a la segunda estas son utilizadas para acompañar, dar brillo y realzar el sabor natural en los ingredientes de una ensalada (Jiménez, 2015).

En cuanto al recetario gastronómico se caracteriza por indicar los ingredientes y elaboración de un plato, cuidando que este sea de fácil entendimiento para el personal de un establecimiento gastronómico (Viudas, 1982 citado por la Revista Anuario de

Estudios Filológicos, 2020) y finalmente el marketing mix que de acuerdo a McCarthy y Perreault (2002) engloba variables controlables de la empresa para satisfacer a un grupo objetivo además incluye, un producto, ofrecido a un precio, con alguna promoción para informar a los clientes sobre el producto y una forma de llegar al lugar del cliente.

En lo que respecta a la metodología esta se enmarca en un paradigma positivista, con un nivel descriptivo, diseño no experimental - transversal y el tipo de investigación es de campo. Asimismo, se basa en estadística descriptiva, ya que los datos se reducen a través de la distribución de frecuencias y medidas de tendencia central, para de esta manera describir y comprender las características de los datos obtenidos mediante los instrumentos.

La investigación se encuentra organizada en cinco capítulos, el capítulo I denominado el problema contiene el planteamiento del problema, siendo este el desconocimiento y la poca aplicabilidad de la uvilla en preparaciones de salsas y vinagretas, seguido de los objetivos que orientaron el desarrollo de la investigación, así como la justificación en la que se explica las razones del estudio y finalmente se expone el alcance el cual presenta la finalidad de la investigación.

A continuación, se presenta el capítulo II que contempla el marco teórico, contiene los antecedentes que brindaron información para la investigación, se tomaron en cuenta tres antecedentes: uno internacional y dos nacionales, así mismo se exponen las bases teóricas relacionadas con las variables de la investigación.

Posteriormente, el capítulo III detalla el marco metodológico, exponiéndose los procedimientos empleados en el estudio para la recopilación y análisis de los datos. El capítulo IV refiere los resultados obtenidos y su respectiva interpretación, adicionalmente se presenta la propuesta del recetario de salsas y vinagretas a base de uvilla y el análisis de marketing mix para la puesta en mercado del producto. Finalmente, se presenta el capítulo V, el cual describe las conclusiones y recomendaciones derivadas del estudio.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

Planteamiento del Problema

La uvilla es una fruta exótica que posee características organolépticas únicas como aroma, jugosidad, coloración amarillento-anaranjada, sabor ácido-dulce, pulpa astringente y semillas comestibles. Además, brinda beneficios a la salud como reforzar el sistema inmunitario, tener efectos antibacterianos, cuidar la salud ocular, combatir el estreñimiento, ser anticancerígeno, purificar la sangre, prevenir el hígado graso, entre otros (Reina, 2021).

Adicionalmente, la uvilla es considerada una fruta versátil en la cocina porque se puede utilizar en platos dulces y salados. De hecho, puede ser consumida en diversas presentaciones por los beneficios que aporta, forma parte de los alimentos funcionales al contener ingredientes biológicamente activos que reducen el riesgo de sufrir enfermedades crónicas. La Revista MAXI (2021) menciona que es útil para personas diabéticas pues es dulce pero carece de sacarosa, lo cual ayuda a reducir los niveles de glucosa en sangre y posee flavonoides que son tranquilizantes naturales.

De igual manera, Brito (2020), Director de la Asociación de Productores de Frutas No Tradicionales de Ecuador, recalca que la uvilla tiene un elevado valor nutricional, incluso posee mayor capacidad antioxidante que las manzanas, el brócoli y el jugo de granada; y contiene tres veces más vitamina C que una naranja. Por lo tanto, es considerada una súper fruta y se debe apreciar e implementar este producto en la gastronomía del Ecuador.

Sin embargo, la falta de conocimiento sobre las bondades de la uvilla, el bajo consumo de frutas funcionales y la escasa información sobre su aplicabilidad ha provocado que no se consuma de forma considerable y su uso se limite a la decoración de postres. Esto a pesar de su potencial debido a sus cualidades organolépticas, pues puede ser aprovechada para la elaboración de productos de valor agregado como vinos, mermeladas, salsas, vinagretas o se lo puede vender incluso deshidratada.

Por su parte, Calvo (2009) citado por Loachamín (2016) indica que el cultivo de uvilla se desarrolla en altitudes que oscilan entre los 1800 y 2800 metros sobre el nivel del

mar y con temperaturas entre 13 y 15 grados centígrados (pág.6). Así mismo, Crosley et al. (2019) mencionan que para el crecimiento de la planta es necesario un suelo arenoso arcilloso que contenga materia orgánica, de igual manera requiere alta luminosidad, precipitación anual de 1000 a 2000 milímetros y humedad de 70% a 80%. No obstante, al no presentar las características antes expuestas, se produce una fruta con baja calidad, reducida en tamaño, color y sabor.

De acuerdo con Moreno, Moreno, Pilamala, Molina y Cerda (2018) en el Ecuador existen aproximadamente 855,3 hectáreas de producción que generan un rendimiento entre 5 a 7 toneladas de uvilla por cada hectárea. No obstante, los ecuatorianos tienden a consumir productos importados al pensar que estos son de mejor calidad. Sin embargo, la uvilla ecuatoriana es producto de las excelentes condiciones climáticas y la fertilidad de la tierra, puesto que este país al estar ubicado en la mitad del mundo, cuenta con microclimas aptos para el cultivo. Otro factor es su tierra fértil producto de las actividades volcánicas. De la misma manera, la precipitación de 1500 mm que tiene Ecuador beneficia el desarrollo de la planta (PROECUADOR, 2014). Además, la temperatura es estable a lo largo del año y la luminosidad prolongada en la zona ecuatorial permite obtener grados Brix altos en la fruta (Altamirano, 2010). En efecto, todos estos factores determinan las características de la fruta que son apreciadas en el mercado internacional.

Cabe recalcar que, sus características, la han categorizado como una fruta exótica en el extranjero, siendo las más demandadas las producidas en Ecuador por su calidad debido a los climas que la favorecen. Por otra parte, son adaptables a diferentes platillos, acompañando carnes blancas, mariscos, carnes rojas, ceviches, entre otros (Alcivar, 2013).

De acuerdo, con el estudio realizado por Alcivar (2013) la fruta cuenta con un grado de acidez alto, seguido por el dulce, el cual, genera un equilibrio en sabor, por lo cual, puede sustituir con facilidad a la naranja, mandarina, naranjilla, entre otras. Además, su alto contenido de pectina, favorece la preparación de salsas, también es apta para vinagretas.

En ciudades como New York, Los Ángeles y Miami se comercializa la uvilla en varias preparaciones dulces, pero no se le da un uso más amplio por la escasa publicidad que existe acerca de la fruta (Coba, 2019). En el mismo contexto, la uvilla es

importada por países europeos y se consume en forma natural acompañada de chocolate, en preparaciones dulces como mermeladas, postres, licores y también se usa en decoraciones (PROECUADOR, 2020). Su escasa aplicabilidad es evidente en salsas y vinagretas, por tanto, los consumidores no experimentan sabores diferentes.

Continuando con la idea anterior, es esencial brindar sabores nuevos al consumidor como explica el chef español Ferrán Adriá, en una entrevista en la emisora La W en Colombia, en donde menciona que su objetivo sería ir a América Latina a buscar nuevos sabores porque es ahí donde está el futuro de la gastronomía, ya que existe una gran variedad de productos que aportan sabor a las comidas (Adriá, 2008).

Esto indica que se deben aprovechar las frutas no tradicionales implementándolas en la gastronomía a través de innovaciones culinarias. Sin embargo, es común el uso de productos importados desestimando aquellos que no son populares, pero que tienen grandes beneficios como la uvilla, que puede ser usada incluso en salsas y vinagretas.

En el Ecuador, los gastrónomos no la utilizan en preparaciones como salsas y vinagretas a pesar de ser un país productor debido al temor de no tener aceptabilidad por el consumidor y esto provoca que se limite su uso como ingrediente. Entonces, no se evidencia su aplicabilidad en diferentes preparaciones gastronómicas para aprovechar sus beneficios funcionales y nutricionales. A su vez, no se brinda al consumidor productos con sabores diferentes a los tradicionales. Sin embargo, Dávalos (2020) destaca que la uvilla se acopla a múltiples preparaciones debido a su versatilidad en el equilibrio de sabores, es por ello, que se adapta bien a la cocina de autor y resalta que no debería ser utilizada solamente para decoración de postres.

Ecuador es un país agrícola, como indica PROECUADOR (2020), posee una gran variedad de frutas no tradicionales, donde es posible encontrar mango, piña, papaya hawaiana, maracuyá (fruta de la pasión), granadilla, pitahaya, uvilla (aguaymanto), limón Tahití, guayaba y aguacate; las cuales son apreciadas en el exterior por los beneficios que brindan. En este caso la uvilla puede ser una excelente materia prima para preparaciones gastronómicas debido a sus características, pero la falta de publicidad sobre esta fruta limita a que las personas conozcan sus beneficios y en consecuencia no la consuman, restringiéndose de aprovechar todas las bondades que aporta. En vista a que en el país dicha fruta no se consume de forma

considerable, es ofertada en el mercado extranjero, la cual es conocida como una fruta exótica por su apariencia.

Por su parte, la provincia de Pichincha es una de las productoras de uvilla y aun así existen pocas preparaciones que evidencien su uso en salsas y vinagretas. La empresa Tankay promueve el cultivo de productos exportables y ha buscado potenciar el uso de la fruta en instituciones gastronómicas con el apoyo de PROECUADOR y trabajan para que la uvilla sea parte de preparaciones por las bondades culinarias y nutricionales que aporta (Plaza, 2015). No obstante, esto no ha generado resultados importantes, porque se sigue evidenciando un uso limitado de la fruta.

En la ciudad de Quito, la uvilla es poco ofertada en mercados y supermercados por su reducida adquisición, puesto que existe escasa información de cómo aplicarla en preparaciones gastronómicas. Es evidente que la uvilla no forma parte de los ingredientes en diversos recetarios por desconocimiento de sus aplicaciones y al creer que solo se puede emplear en recetas dulces (Veintimilla, 2015), teniéndose que su uso se vuelve limitado, principalmente en preparaciones como salsas y vinagretas, las cuales no se encuentran en establecimientos gastronómicos.

Por otra parte, en el ámbito gastronómico se observa que hay insuficiente información en libros, revistas gastronómicas y páginas web culinarias sobre el uso de la uvilla en salsas y vinagretas. En el pasado, la población la consideraba una plaga porque crecía en cualquier lugar de manera silvestre, debido a que sus semillas se esparcían con el viento. Por lo tanto, no tenía importancia el cultivo de la uvilla y solía ser desplazada por otras siembras, siendo objeto de ataques con el fin de erradicarla (Torres, 2019). En consecuencia, se originó desconocimiento sobre sus propiedades nutritivas, comerciales y culinarias especialmente en preparaciones de salsas y vinagretas.

Es importante considerar que la innovación es esencial en la gastronomía. Por ello, se debe aprovechar los productos que se generan en el país para brindar al consumidor nuevos sabores y una mejor relación costo-beneficio. Como se indica en la Revista Digital Alimentaria (2020), el bienestar constituye una de las tendencias más fuertes del área de alimentación, lo que ha impulsado el desarrollo y utilización

de productos funcionales para el organismo y de dietas saludables que incluyen la incorporación de diversos ingredientes.

De igual manera, se evidencia que en los establecimientos gastronómicos ubicados en el sector de Llano Grande, no se utiliza la uvilla en preparaciones de salsas y vinagretas, ya que no se observa en los menús que ofertan. Así también, no conocen las bondades nutricionales, versatilidad y aplicabilidad de la fruta. Otro limitante es no tener a la mano recetas a base de uvilla para incorporar a sus menús. Por tal motivo, no se ofertan sensaciones diferentes y se desconoce que aplicar la uvilla en sus preparaciones resaltaría los sabores, haciéndolas más apetecibles al paladar.

Por todas las razones expuestas, surge la siguiente pregunta de investigación:

¿Cómo introducir de manera adecuada al mercado salsas y vinagretas a base de uvilla?

Objetivos de la Investigación

Objetivo General

Proponer un recetario de salsas y vinagretas a base de uvilla para establecimientos gastronómicos ubicados en el sector de Llano Grande.

Objetivos Específicos

- Determinar el conocimiento y uso de la uvilla en preparaciones de salsas y vinagretas en establecimientos gastronómicos ubicados en el sector de Llano Grande, a partir de una encuesta aplicada a los chefs.
- Diseñar las recetas de salsas y vinagretas a base de uvilla estableciendo los ingredientes y su preparación para los establecimientos gastronómicos del sector de Llano Grande.
- Elaborar las salsas y vinagretas a base de uvilla a partir de las recetas diseñadas, para el proceso de degustación de los expertos gastronómicos.
- Determinar la aceptación de las salsas y vinagretas a base de uvilla mediante un estudio de marketing mix, a partir de la opinión de expertos en el área.

Justificación e impacto de la investigación

La uvilla es una fruta que tiene propiedades funcionales y es muy versátil. A pesar de que el Ecuador es uno de los productores, no se evidencia el uso de este producto en salsas y vinagretas, por tal motivo, en la presente investigación se propone un recetario de salsas y vinagretas a base de uvilla para los establecimientos ubicados en el sector de Llano Grande, asimismo, mediante un análisis de marketing mix se establece la puesta en mercado de la salsa y vinagreta con mayor aceptabilidad, con el fin de aprovechar los beneficios de la fruta y brindar nuevas experiencias en sabores.

Por tanto, este documento aportará a las personas interesadas en el estudio con información relevante sobre el consumo de frutas no tradicionales como la uvilla. De hecho, dicha fruta contiene gran cantidad de antioxidantes que aportan beneficios a la salud y una buena manera de consumirla sería a través de salsas y vinagretas. Al respecto, Herp (2018) expone que se debería poner en práctica la frase expresada por Hipócrates “Que tu medicina sea tu alimento, y el alimento tu medicina” haciendo referencia al consumo de productos que aporten nutrientes al organismo.

Conforme a lo antes mencionado, la importancia de esta investigación radica igualmente en que la base de una buena alimentación está en optar por alimentos que se adapten a los gustos, aporten nutrientes y brinden beneficios a la salud y uno de ellos es la uvilla, que es considerada una fruta funcional porque reduce el riesgo de sufrir enfermedades no transmisibles y como lo destaca el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP) 2020, tiene componentes que la hacen valiosa como la vitamina C, pues en 100 gramos de uvillas hay 20 miligramos de vitamina C.

De igual manera, esta propuesta brinda a la sociedad información sobre la aplicabilidad de la uvilla en salsas y vinagretas; y beneficia de forma directa a establecimientos gastronómicos ubicados en el sector de Llano Grande al utilizar dichas preparaciones en sus menús y así dar a sus consumidores nuevas experiencias en sabores y a la vez nutrientes. Más aún, otros beneficiarios son los clientes quienes podrán disfrutar de una variedad de preparaciones (salsas y vinagretas a base de uvilla), que brindan beneficios a su salud además de un buen sabor.

Por otra parte, el estudio propone salsas y vinagretas innovadoras considerando que varias personas piensan que al incluir un nuevo ingrediente se está cambiando la tradición de la preparación. Sin embargo, estas pueden potenciar los sabores, dar brillo, proporcionar humedad y frescura; y ser el valor agregado que brindarán los establecimientos a sus consumidores al indicar que están usando un producto ecuatoriano y que de esta manera se ayudará a generar una economía sostenible, considerando que se busca mejorar los ingresos y las condiciones de vida de los agricultores.

Así mismo, la presente investigación sirve de base para emprender futuros estudios que aporten alternativas gastronómicas que cumplan con las expectativas y necesidades de los consumidores, y que mejor manera de hacerlo a través de preparaciones que tiene como ingrediente una fruta no tradicional en este caso la uvilla y al mismo tiempo aplicar los conocimientos adquiridos en las aulas y talleres.

Adicionalmente, la importancia de investigar sobre la uvilla permite que esta fruta tome protagonismo en el área gastronómica para ser implementada en diferentes platillos, comprendiendo que no solo se la debe usar en preparaciones de repostería o decoración, pues es un producto apetecido, incluso en el exterior, por los beneficios que aporta tanto a la salud como al arte culinario (Torres, 2019).

Alcance de la investigación

La investigación se desarrolla en el Sector de Llano Grande durante el período de tiempo comprendido entre marzo 2021 y marzo 2022, con la finalidad de implementar la uvilla en recetas de salsa y vinagretas, además de que estas se incluyan en los menús que ofertan los establecimientos gastronómicos del sector antes mencionado, para de esta manera ofertar a los consumidores sabores diferenciados que aporten beneficios debido a que la uvilla contiene elevados valores nutritivos.

Asimismo, los restaurantes pueden ampliar su propuesta gastronómica, por ende, incrementen sus ventas, otro de los alcances de importancia es que a partir de esta propuesta se puede potencializar el uso de los productos de la región en este caso la uvilla y de esta manera generar nuevos productos que cumplan con las expectativas del cliente y se adapten a sus gustos.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Es una de las fases importantes en el trabajo de investigación, se basa en la revisión documental y bibliográfica, recopilación de ideas, posturas de autores, antecedentes o estudios existentes, conceptos y definiciones que sirven para la investigación (Arias, 2016). En el presente capítulo se describen los antecedentes de la investigación, así como las bases teóricas relacionadas con las variables de estudio, las mismas que permitirán generar la propuesta del recetario de salsas y vinagretas a base de uvilla para establecimientos gastronómicos ubicados en el sector de Llano Grande y a la vez desarrollar el análisis de marketing mix para la puesta en mercado de la salsa y vinagreta con mayor aceptabilidad.

Antecedentes de la investigación

Refiere a estudios previos como tesis de grado, trabajos de ascenso, artículos e informes científicos relacionados con el problema planteado y sirven de modelo para futuras investigaciones (Arias, 2016). A continuación, se describen los antecedentes relacionados con el presente estudio.

El primer antecedente es el Trabajo de Ordóñez (2018) titulado “Formulación de Mermelada de Aguaymanto (*Physalis peruviana*) y Loche (*Cucurbita moschata*)” para obtener el título de Ingeniero Agroindustrial y Comercio Exterior, realizado en Pimentel (Perú), el cual tuvo como objetivo determinar la formulación óptima para una mermelada a base de aguaymanto (*Physalis peruviana*) y loche (*Cucurbita moschata*). Se aplicó la metodología de carácter explicativo, con un diseño experimental con la finalidad de encontrar la mejor formulación de mermelada de aguaymanto y loche, para lo cual se realizó pruebas de laboratorio. En conclusión, se estableció que la 11va formulación, compuesta por 80% de aguaymato, 20% de loche y 0,43% de pectina es la fórmula adecuada para la mermelada y además fue la fórmula con mayor aceptabilidad por parte de los panelistas.

En este sentido, el estudio realizado por Ordóñez es un aporte para la presente investigación, debido a que se toma como referencia la información contemplada en el marco teórico acerca de la composición nutricional de la uvilla para 100 gramos de

parte comestible, así como, valores diarios recomendados basados en una dieta de 2000 calorías.

El segundo antecedente, es el estudio realizado por López y Yanchaliquin (2017) que tuvo como tema “Evaluación de Diferentes Métodos de Obtención de Extractos de Uvilla (*Physalis peruviana L.*) y su Actividad Antimicrobiana sobre Bacterias Patógenas” para obtener el título de Ingeniero Agroindustrial, se desarrolló en Guaranda- Ecuador y se trazó como objetivo evaluar los diferentes métodos de obtención de extractos a partir de la uvilla (*Physalis peruviana L.*) y su actividad antimicrobiana sobre bacterias patógenas. Se aplicó un diseño experimental con la finalidad de obtener los extractos de la uvilla y su aplicabilidad en patógenos. Como resultado de la investigación se obtuvo que los extractos de la uvilla obtenidos cumplen una función antimicrobiana eficiente, puesto que se demostró que a medida que pasaba el tiempo las bacterias no se duplicaron teniendo un crecimiento mínimo de reproducción.

Por lo tanto, la investigación llevada a cabo por López y Yanchaliquin aporta en la investigación con información acerca de las denominaciones que tiene la uvilla (*Physalis peruviana L.*) según el lugar donde se consume o produce la fruta, puesto que cada país la conoce con nombres diferentes por su apariencia exótica.

Finalmente, se tiene la investigación realizada por Torres (2019) titulada “Estudio de la Uvilla: Propuestas Innovadoras para Preparaciones Gastronómicas” para obtener el título de Ingeniero en Gastronomía, realizado en Quito (Ecuador), el cual tuvo como objetivo generar una propuesta gastronómica del uso de la uvilla para preparaciones de salsas, platos fuertes y postres. En este estudio se aplicaron varios métodos de investigación como el analítico, el cual se empleó para establecer las técnicas y métodos de preparación; y el inductivo, para conocer el origen, forma de producción, beneficios y usos que se pueden aplicar a la uvilla. Por último, el método experimental que permitió la aplicación de pruebas con el fin de innovar recetas. Se llegó a la conclusión que la uvilla es una excelente fruta y que gracias a su sabor agrídulce se puede utilizar en variedades de platos.

De esta manera, la investigación desarrollada por Torres es un aporte para el presente estudio, ya que se toma como referencia para fundamentar una de las causas del problema de investigación, debido a que se describe de forma adecuada

la manera como se buscaba erradicar la uvilla en épocas pasadas. De igual manera, proporciona información sobre las variedades de uvilla que se producen en el Ecuador.

Bases Teóricas

Son el soporte del estudio, resultan como consecuencia de una indagación bibliográfica exhaustiva sobre las variables del problema planteado (Ñaupas, Valdivia, Palacios y Romero, 2018). Por su parte Arias (2016) indica que debe existir una relación entre la teoría y el objeto de estudio desde la posición de distintos autores. A continuación, se presenta la fundamentación teórica relacionada con las variables de investigación.

La uvilla

El nombre científico de esta fruta es *physalis peruviana L* (ver Figura 1), también conocida como uva serrana, es considerada exótica por su apariencia y apreciada por sus beneficios nutricionales, posee alto contenido de vitaminas y antioxidantes naturales. Se ha convertido en un fruto de especial interés para el desarrollo de nuevos productos que generen valor agregado a sus consumidores (Brito, Espín, Villacrés y Vaillant, 2014).



Figura 1. Uvilla. (*Physalis peruviana L.*). Tomado de: PROECUADOR, 2020.

Origen de la uvilla

La uvilla es originaria de la región de los Andes sudamericanos (Perú, Ecuador, Colombia y Bolivia) donde crecía de forma silvestre. Era conocida y utilizada por los incas como alimento y medicina, se cultivaba en los jardines reales de la época, pero con la conquista española el cultivo en fresco desapareció (Atiencia, 2015).

En ese mismo contexto, National Research Council (1989) citado por Brito et al. (2014) menciona que la uvilla es un cultivo herbáceo del cual se utilizan sus frutos

(baya jugosa, redonda, de color amarillo y de intenso sabor). A pesar de la abundancia de esta planta en su región de origen, existen pocos datos etnohistóricos de la misma, porque era considerada una maleza y en los últimos años ha captado la atención de muchos países por los beneficios que ofrece. Según Navarro (2015) se dice que fue introducida en Sudáfrica por los españoles hace más de 200 años, desde ahí se esparció a Kenia, Zimbabwe, Australia, Nueva Zelanda, Hawai y la India, países en los que se cultiva comercialmente.

Desde los años ochenta la uvilla comienza a tener importancia comercial por sus inigualables características de aroma, sabor y apariencia. Su cultivo se ha expandido a países tropicales, subtropicales y en Sudamérica su producción se ha incrementado en países como Ecuador, Perú, Chile y Brasil debido a la demanda existente en el mercado europeo y norteamericano, porque la uvilla se comercializa en lugares donde no se produce (Brito, 2002 citado por Torres, 2019) y por ello tiene diferentes denominaciones.

Denominación de la uvilla en diversos países

La uvilla es una fruta procedente de países andinos y presenta varios nombres de acuerdo al país donde se consume, como se puede evidenciar en la Tabla 1.

Tabla 1. *Denominaciones de la uvilla.*

País	Nombre
Colombia	Uchuva
Perú	Aguaymanto
Ecuador	Uvilla
Chile	Amor en bolsa o capulí
Venezuela	Chuchuva
Alemania	Kapstachelbeere
Italia	Fisalis
Holanda	Lampion
India	Tepareeymakowi
Países de habla inglesa	Cape groseberry
Países de habla portuguesa	Groselha do Perú
Países de habla francesa	Coqueret de perou

Tomado de: López y Yanchaliquin, 2017.

Esta fruta es apreciada por su alto contenido de nutrientes, los mismos que brindan múltiples beneficios al consumirla, por lo tanto, es importante describir su composición nutricional.

Composición nutricional de la uvilla

La uvilla es una fuente de nutrientes y compuestos bioactivos. Por ello, es considerada una fruta funcional entre sus nutrientes están ácidos grasos poliinsaturados, vitaminas (B, C, E y K1) y minerales (fósforo, hierro, potasio y zinc). Los grupos bioactivos químicos como carotenoides, *fitosteroles*, *pectinas*, *polifenoles*, *vitanólidos* y *fisalinas*, dotan de efectos antiinflamatorio, antimicrobiano, *inmunosupresivo*, anticancerígeno, entre otros, convirtiéndolo en un alimento de gran interés para futuras investigaciones (Brito et al., 2014).

A continuación, en la Tabla 2 se presenta la composición nutricional de la uvilla por cada 100 gramos de fruta e incluye los valores recomendados para una dieta de 2000 calorías.

Tabla 2. Composición nutricional de la uvilla.

Componentes	Contenido de 100 mg de la parte comestible	Valores diarios recomendados (2000 calorías)
Agua	78.90%	-
Carbohidratos	16 g.	300 g.
Fibra	4.90 g.	25 g.
Grasa total	0.16 g.	66 g.
Proteína	0.05 g.	-
Ácido ascórbico	43 mg.	60 mg.
Calcio	8 mg.	162 mg.
Caroteno	1.61 mg.	5000 IU
Fósforo	55.30 mg.	125 mg.
Hierro	1.23 mg.	18 mg.
Niacina	1.73 mg.	20 mg.
Riboflavina	0.03 mg.	1.7 mg.
Ceniza	1 mg.	-
Vitamina A	648 gr.	940
Tiamina	0.18 mg.	1.10
Niacina	1.3 mg.	5.2 mg.

Tomado de: Ordóñez, 2018.

De acuerdo a lo expuesto, los componentes de la uvilla brindan varios beneficios a la salud, de ahí la importancia de consumir esta fruta.

Beneficios de la uvilla

En la actualidad existe interés por el consumo de alimentos funcionales, especialmente de frutas, puesto que producen efectos benéficos sobre la salud.

Según Reina (2021), éstos incluyen:

- Reconstruir y fortificar el nervio óptico.
- Eliminar la albúmina de los riñones.
- Ayudar en la purificación de la sangre.
- Ser adelgazante.
- Ser apto para el tratamiento de las afecciones de garganta.
- Ayudar a la eliminación de parásitos.
- Ser útil para personas con diabetes, ya que es dulce pero no contiene sacarosa.
- Poseer flavonoides, haciéndola diurética y tranquilizante.
- Tener efecto preventivo sobre el cáncer de estómago y colon.

Por ello, es importante considerar el consumo de la uvilla en diversas presentaciones y una de ellas es a través de salsas y vinagretas. Para su elaboración se puede utilizar los diversos ecotipos de la fruta que se presentan a continuación, puesto que cada uno presenta características diferentes.

Tipología de la uvilla

La uvilla cuenta con aproximadamente 90 genotipos silvestres y algunos de ellos en proceso de domesticación. Por su parte Torres (2019), menciona que los ecotipos de uvilla que se producen en Ecuador son:

- **Keniano:** posee un fruto grande de color amarillo, ácidos cítricos en menor cantidad, tiene una alta demanda de exportación.
- **Ambateño:** tamaño medio, color verde-amarillento, sabor agridulce, se destaca su aroma ante el resto de variedades.
- **Ecuatoriana:** tamaño pequeño, color amarillo intenso con mayor concentración de vitaminas y aroma agradable.

Características de la uvilla

De acuerdo a PROECUADOR (2016) sus cualidades la colocan como una fruta exótica y se encuentra entre las más apreciadas en el mercado internacional. Entre ellas se mencionan las siguientes:

- Presenta características únicas como aroma, textura, color y formas.
- El fruto es carnoso, con un color desde verde limón hasta amarillo dorado dependiendo de los ecotipos.
- La corteza es ligeramente amarga.

- La pulpa es amarilla y jugosa, dulce, semi ácida como la carne mucilaginoso que rodea las semillas.
- El calibre del fruto varía desde 1.25 a 2.30 centímetros.

La uvilla tiene una demanda elevada en el mercado internacional por su apariencia atractiva. Además, capta la atención el alto contenido de pectina que sirve como espesante natural (gelificante), también los carotenos proporcionan color tanto a las salsas como a las vinagretas. Por ello, la uvilla debería tener mayor aplicabilidad en la gastronomía y no solamente limitar su uso a la preparación de productos dulces (Loachamín, 2016).

Usos de la uvilla en la gastronomía

Estas bayas son especialmente apreciadas por su aroma, apariencia, color y sabor agrídulce que le da un toque de exuberancia tropical. En la figura 2 se exponen algunas de las aplicaciones de esta fruta.

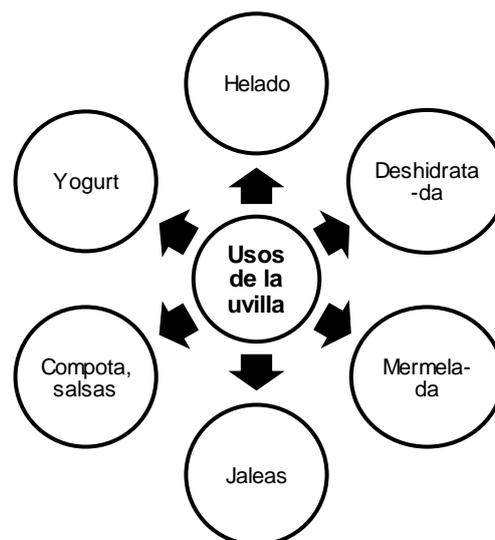


Figura 2. Usos de la uvilla en Gastronomía. Adaptado de: PROECUADOR, 2016.

Por otra parte, Brito et al. (2014) mencionan que la uvilla es una fruta maravillosa que se emplea en la elaboración de:

- Zumos o bebidas no alcohólicas, debido al elevado contenido de azúcares.
- Productos alimenticios de bajas calorías y dietéticos, por la riqueza en pectinas.
- Bebidas funcionales alcohólicas y no alcohólicas, ricas en antioxidantes.
- Complementos alimenticios, por su riqueza en compuestos beneficiosos para la salud.

- Aceite, obtenido a partir de las semillas, rico en vitaminas, ácidos grasos esenciales y carotenoides.
- Productos nutracéuticos, como fuente de compuestos bioactivos de origen vegetal.
- Fitomedicamentos, por su riqueza en componentes beneficiosos para el tratamiento de diversas enfermedades.

En tal sentido, la uvilla es una fruta muy versátil en la gastronomía, así como en otras áreas por sus características que la hacen única y las producidas en el Ecuador son muy apetecidas en el extranjero, puesto que, la región Sierra es apta para su desarrollo, a continuación se describen las zonas de cultivo en Ecuador.

Cultivo de la uvilla en Ecuador

Los países latinoamericanos presentan ventajas competitivas en el sector agropecuario uno de ellos es Ecuador, debido a las características favorables que presenta en suelo, clima, y ubicación geográfica.

Continuando con la idea, Legge (1974) citado por Torres (2019) expone que en un estudio realizado por los países del Convenio “Andrés Bello” en 1983, se determinó como zona apropiada y amplia para el origen de la uvilla a los Andes Ecuatorianos. Es decir que, esta región es apta para el cultivo de la fruta gracias a los climas que presenta, ya que, se ubica en la línea ecuatorial, favoreciendo las características de la fruta, las mismas que la hacen atractiva para diversas aplicaciones gastronómicas. Según Hilaca (2017) citado por Moreno et al. (2018) menciona que en la Sierra ecuatoriana se ha notado un incremento del 10 % en el cultivo de la uvilla especialmente en las provincias de Carchi, Imbabura, Cotopaxi, Tungurahua y Chimborazo; gracias a la preferencia de productos exóticos demandados por países europeos, norteamericanos y asiáticos.

Por consiguiente, es importante conocer las preferencias de los consumidores para generar nuevos nichos de mercado, un ejemplo es el incremento del consumo de frutas no tradicionales en varios países, puesto que, las personas buscan productos que brinden beneficios, interviniendo las variables costo- beneficio.

En Ecuador la uvilla ocupa un sitio importante dentro de los niveles de exportación de frutas no tradicionales, es decir, su mayor producción sale del país al exterior, debido a que tiene gran aceptabilidad por su valor nutricional, así como sus características.

Según Moreno et al. (2018) el consumo a nivel nacional es muy bajo debido al desconocimiento de los beneficios funcionales y nutricionales que posee la fruta, es por ello que el aporte de la uvilla al PIB agrícola es del 0,02% (PROEcuador, 2020).

La uvilla es un producto no tradicional que se expande dentro del sector agrícola del Ecuador con una producción de 700 hectáreas para exportación. En la actualidad la fruta ha ingresado a 43 mercados alrededor del mundo, desde el año 2018, este sector logro exportar un total de ciento cincuenta mil dólares siendo sus principales destinos: Francia, Canadá y Países Bajos. De acuerdo con cifras del Banco Central del Ecuador, en el periodo entre enero y septiembre de 2019, ese rubro aumento a USD 160 mil dólares (González, Sánchez y Paredes, 2020).

Con respecto a la producción de la uvilla en Ecuador, está a cargo de agricultores individuales, asociaciones y cooperativas agrícolas, su producción es destinada a intermediarios, centros de distribución, mercados distritales y procesadoras privadas. Asimismo, el factor socioeconómico de los productores juega un papel importante en la producción de la uvilla. De hecho, las personas dedicadas al cultivo se encuentran en edades de 30 a 50 años y en su mayoría son hombres. Con lo que respecta a sus fuentes de financiamiento, el capital propio es el que mayormente interviene en la producción, en tal sentido, esto provoca un limitado crecimiento económico (Moreno et al., 2018).

Por otra parte, el genotipo mayormente cultivado en el país es el ecuatoriano, seguido del genotipo keniano, estos pueden ser diferenciados por el color y tamaño del fruto. Además, en Ecuador hay un ecotipo anaranjado, adaptado a las condiciones agroclimáticas ecuatorianas, de tamaño mediano a grande y que es comercializado en el mercado nacional e internacional. Según Torres (2019) las zonas más aptas para el desarrollo de la uvilla son:

- **Sierra Norte:** Ibarra, Atuntaqui, Otavalo, Cayambe, Tabacundo, Yaruquí, Pomasqui, Pifo, Tumbaco, Machachi.
- **Sierra Centro:** Latacunga, Salcedo, Saquisilí, Pijilí, Pelileo, Huachi, Patate, Guano, Guamote, Alausí.
- **Sierra Sur:** Tambo, Ricaurte, Gualaceo, Paute, Loja, Catamayo, Vilcabamba.

Las provincias de la Sierra ecuatoriana cuentan con una ubicación estratégica y reúne las condiciones agroclimáticas para el cultivo. Las principales provincias que han

iniciado cultivos con fines de exportación son Pichincha y Tungurahua. De hecho, la planta de la uvilla cuenta con una morfología adaptable al clima de la Sierra ecuatoriana, produciendo una fruta de calidad.

Salsas

La Real Academia Española (2019) define a la salsa como una composición o mezcla de varias sustancias comestibles desleídas, que se hace para aderezar o condimentar la comida. Considerando lo enunciado, las salsas son la mezcla que tiene como finalidad brindar armonía de sabores en un platillo y ocupa un lugar importante en la gastronomía.

Entre las salsas más conocidas están la mayonesa, holandesa, española, bechamel, vinagretas, entre otras, sin dejar de lado las salsas dulces como chutneys, salsas de frutas, salsas de chocolate entre otras (Torres, 2019).

Por consiguiente, es importante conocer cómo llegó la salsa a posicionarse como uno de los elementos importantes dentro de un platillo, para ello, se describe de forma breve su historia.

Historia de las Salsas

Las salsas se realizaban desde la antigüedad y la historia relata que los primeros indicios fueron en la época romana, puesto que, se caracterizaban por su pasión a la gastronomía, en el siglo II a. C Marcus Apicius evidencia el uso de las salsas en su libro *De re coquinarias*, donde explica el uso del *Garum*, que consistía en una salsa a base de vísceras de peces, la cual, se colocaba en salmuera y se dejaba fermentar y descomponer al sol, finalmente se la perfumaba con especias y era un privilegio para las clases altas (Luján, 2019).

En la Edad Media, entre los siglos V y XV se emplearon salsas con sabores fuertes y picantes como la llamada “*cameline*” que consistía en una salsa basada en clavo de olor, canela, azafrán, nuez moscada además de vinagre, miga de pan, entre otros, en esta época las salsas no tenían el sabor ni la textura adecuada, partían de una base líquida de sabor ácido (vinagre, jugo de limón o naranja), se le agregaba especias y hierbas aromatizantes, en sus inicios estas carecían de un medio graso y eran ligadas con yemas y pan remojado. El medio ácido era muy importante debido a que este ayudaba a conservar las salsas.

A partir del siglo XVIII se preparan variedades de salsas especialmente en Francia, es aquí donde las salsas empiezan un proceso de refinamiento y nace la salsa Bechamel, la misma que se realizaba con leche, roux blanco (mantequilla y harina), también se empieza a publicar libros de cocina, destacando a *Marie Antoine Carême* quien clasificó las salsas. Pero en el siglo XIX, *Auguste Escoffier* promueve el arte culinario como una profesión y reorganiza la clasificación de las salsas, permaneciendo esta clasificación durante todo el siglo XX (Sánchez, 2015). En el siglo XX aparece la “*Nouvelle Cuisine*”, para potenciar el uso de salsas más sencillas y menos elaboradas. No obstante, se continúa utilizando la clasificación de las salsas para nuevas creaciones culinarias. A continuación, se presentan las mismas.

Clasificación de las salsas

Las salsas que se presentan a continuación en la Figura 3 son de importancia en la gastronomía.

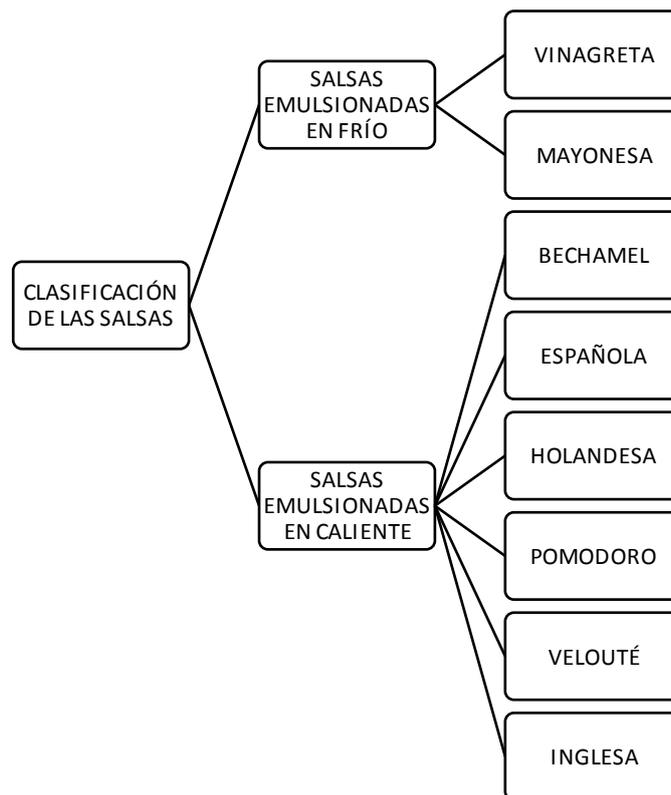


Figura 3. Clasificación de las salsas. Adaptado de: Inga y Niveló, 2017.

Características de las Salsas

Las salsas presentan características que las hacen únicas y exquisitas para acompañar los diferentes platos dando realce al mismo. De acuerdo a, Carrión (2020) las características a tener en cuenta en las salsas son:

- Deben tener un líquido base y un espesante para darle textura.
- Contienen aromatizantes para que sean agradables al gusto.
- Las hierbas, el vino y el vinagre son los ingredientes más empleados.
- Las grasas forman parte de las salsas como, por ejemplo, la crema de leche y la mantequilla son las más utilizadas.
- Una de sus características importantes es acompañar al ingrediente principal que compone un plato para complementar los sabores.

Usos de las Salsas

Comúnmente se las usa para dar humedad a las preparaciones, es decir que la proteína no se sienta seca, la salsa le dará más potencia y resaltará los sabores de la misma. De hecho, en algunos casos se utilizan para adobar proteínas o acompañar guarniciones (Carrión, 2020).

De igual manera, el actual estudio contará con recetas de vinagretas a base de uvilla, por lo que, es necesario describir sus características y usos enmarcados en la gastronomía.

Vinagretas

En concordancia con Jiménez (2015) las vinagretas son preparaciones que se elabora a partir de un medio ácido (vinagre, limón, entre otras), un medio graso (aceite) y sal, es considerada una emulsión temporal (ver Figura 4) porque es inestable debido a su composición.



Figura 4. *Vinagreta.* Tomado de: Fernández, 2020.

Características de las Vinagretas

Una de las características principales que debe tener una vinagreta en el momento de su elaboración, es añadir una parte ácida por tres partes de aceite (Fueftala, 2014).

La característica de mayor relevancia es obtener una emulsión homogénea, esto se consigue agitando todos los ingredientes.

Usos de las Vinagretas

Las vinagretas son utilizadas para acompañar, dar brillo y realzar el sabor natural en los ingredientes de una ensalada, es por ello que las frutas ácidas son el ingrediente perfecto para la elaboración de vinagretas, ya que proporcionan sabor, aroma y frescura, por eso en la presente investigación se aplica la uvilla como ingrediente principal en salsas y vinagretas (Jiménez, 2015).

Recetario Gastronómico

Un recetario gastronómico según Franco (2018) es un documento en el cual se estandariza el procedimiento y estructura la manera en la que se realiza un platillo. Por otra parte, Viudas (1982) citado por la Revista Anuario de Estudios Filológicos (2020), define al recetario como un libro que contiene recetas culinarias. De acuerdo a estas definiciones un recetario es un documento que contiene recetas culinarias estandarizadas, es decir, sin importar la persona que lo prepara debe tener el mismo sabor, textura, aroma, también se presentan los ingredientes y el paso a paso de la elaboración de las recetas.

Características de un Recetario Gastronómico

Un recetario gastronómico se caracteriza por indicar los ingredientes y elaboración de un plato, cuidando que este sea de fácil entendimiento para el personal de un establecimiento gastronómico (Viudas, 1982 citado por la Revista Anuario de Estudios Filológicos, 2020).

Estructura de una receta

1. El título

Debe ser sencillo, entendible, descriptivo y cautivador.

2. Cantidad de porciones

Hace referencia al número de pax que se obtiene de la receta.

3. Listado de ingredientes

Este debe indicar el ingrediente y la cantidad requerida del mismo (unidades, medidas). Es recomendable ubicarlos de acuerdo al orden que se va a ir utilizando en la preparación, deben ir separados con títulos de acuerdo a lo que se va a

realizar, es decir, si es un relleno ubicarle como título y luego colocar los ingredientes.

4. Instrucciones (elaboración)

Deben ser claras, concisas y en orden cronológico, utilizando terminologías correctas y comprensibles. El estilo de cocinar y la temperatura deberán también estar incluidos (Malherbe, 2021).

En vista de que la aplicación de salsas y vinagretas es un factor importante en un platillo, la investigación elabora la propuesta de un recetario para los establecimientos del sector de Llano Grande con el fin de brindar opciones que les permita variar los sabores de los platos que ofertan.

Mercadeo y consumo en Ecuador

Marketing

Es un sistema con el cual la organización enfoca sus esfuerzos en la satisfacción del cliente (mercado objetivo) mediante un producto o servicio que genere valor (McCarthy y Perreault, 2002). Por lo tanto, es importante tener en cuenta un proceso de gestión de marketing que según McCarthy y Perreault (2002) consiste en la planificación de actividades, implementación y control de las mismas, para de esta manera orientar a la empresa al cumplimiento de sus objetivos.

Además, el marketing busca generar una ventaja competitiva con respecto a la competencia, asimismo, brinda apertura a nuevos mercados objetivos. En concordancia con lo expuesto, el presente estudio pretende proponer recetas de salsas y vinagretas las mismas que generaran valor, considerando que al tener a la uvilla como ingrediente se dinamiza la economía de los productores y se aprovecha los beneficios que aporta la fruta a la salud siendo esta la ventaja competitiva.

Marketing Mix

Es uno de los elementos del marketing, de acuerdo a McCarthy y Perreault (2002) “engloba variables controlables de la empresa para satisfacer a un grupo objetivo” (pág. 46). Incluye, “un producto o servicio, ofrecido a un precio, con alguna promoción para informar a los clientes sobre el producto o servicio y una forma de llegar al lugar del cliente” (pág.48), a lo cual se le ha denominado las 4P’s.

- **Producto**

Conlleva el desarrollo del producto adecuado para satisfacer las necesidades del mercado objetivo. Asimismo, se relaciona con la marca, empaque, diseño y garantías.

- **Precio**

Refiere a la fijación del precio con que se ofertará el producto o servicio, es necesario considerar la competencia, costo que genera el producto, promoción y plaza.

- **Promoción**

Tiene como finalidad informar mediante canales adecuados sobre el producto, se enfoca en nuevos clientes o en mantener los existentes, puede aplicarse venta personal, venta masiva o promoción de ventas.

- **Plaza**

Es el lugar en el cual el producto se encuentra a disposición del cliente. Un producto no es muy bueno para un cliente si no está disponible cuando y donde se requiere. Para ello se utiliza canales de distribución los mismos que pueden ser directo (productor - cliente) o indirecto (intermediarios - cliente). La plaza también incluye la logística, almacenamiento y manipulación del producto.

El análisis de marketing mix se emplea en el actual estudio para determinar la aceptación de las salsas y vinagretas a base de uvilla en el mercado, en este caso en los establecimientos gastronómicos del sector de Llano Grande, para ello se aplica la degustación que es el instrumento mayormente utilizado para determinar la aceptación de productos gastronómicos.

Degustación

Consiste en saborear y percibir con deleite sensaciones agradables (RAE, 2020), es decir, probar un producto para determinar si produce agrado o desagrado, en el presente estudio se emplea una ficha de degustación que evalúa aspectos como: impresión visual, olor, sabor y somato sensorial (sensaciones), las mismas que se establecen mediante un sensograma y finalmente se determina la aceptabilidad de acuerdo a la percepción adquirida por parte de los expertos.

Continuando, según Sancho (2002) citado por Lotufo (2019) menciona que un sensograma engloba las impresiones que se perciben a través del análisis sensorial, es por ello que, en el presente estudio se toma los siguientes aspectos a ser medidos.

- **Impresión visual:** en los alimentos la apariencia es el primer estímulo que capta el consumidor y está conformado por atributos como color, brillo y textura. Además, el órgano que recepta mencionado estímulo es el ojo, que envía la información a través del nervio óptico al cerebro, en donde es interpretada (Lotufo, 2019).
- **Olor:** tiene como órgano receptor a todo el sistema nasal, las terminales nerviosas captan los olores y los transmiten al cerebro para ser interpretados. Los atributos que contempla el olor son ácido, dulce y salado (Lotufo, 2019).
- **Sabor:** este es detectado por las papilas gustativas (órgano receptor = lengua), las cuales, captan y llevan la información al cerebro para ser interpretadas. Además, la lengua presenta zonas de mayor o menor concentración de sabores, por ello un alimento no puede ser definido completamente y puede presentar sabor ácido, dulce o salado (Lotufo, 2019).
- **Análisis somato sensorial:** está relacionado con la persistencia del alimento en la cavidad bucal, es decir que un alimento puede ser aceptado inicialmente por su sabor agradable, pero posteriormente puede ser rechazado por percibir una sensación desagradable, puesto que el cerebro procesa la información captada y la interpreta, dando como resultado la sensación captada con mayor intensidad. Los atributos que contempla este análisis son astringente, ardiente y refrescante (Lotufo, 2019).

Consumo de salsas en Ecuador

En Ecuador el consumo y la comercialización de salsas y vinagretas es considerable, puesto que estas son elaboradas a nivel industrial, dentro de las cuales podemos encontrar, salsa de tomate, mayonesa, salsa bbq (piña), salsa de ají, salsa César, salsa Alfredo, salsa pesto, salsa de soya, salsa de queso, salsa de ajo, salsa de ostras, salsa bbq ahumada, salsa teriyaki, salsa de anguila, salsa inglesa, salsa china, salsa napolitana, salsa carbonara, salsa guacamole, vinagreta balsámica, vinagreta de pimiento rojo, vinagreta de ajo y hierbas, vinagreta de mostaza y miel siendo estas las más consumidas (Larrea, 2016).

Sin embargo, la tendencia de los consumidores se ha modificado y prefieren alimentarse con productos saludables, novedosos y diferenciados (PROEcuador, 2016), esto evidencia una demanda insatisfecha de salsas a base de frutas exóticas. Las salsas tradicionales más adquiridas son aquellas fabricadas por industrias como:

- ILE C.A.
- ANDES S.A.
- PRONACA
- MARCSEAL
- LA EUROPEA
- NESTLE (MAGGI)

Salsas y vinagretas no tradicionales en Ecuador

Actualmente, en el mercado se puede encontrar salsas y vinagretas no tradicionales como salsa bbq (piña), salsa de ciruela, salsa de maracuyá, vinagreta de frambuesa, vinagreta de mango y vinagreta de maracuyá, según (Landeta, 2021) mencionadas salsas y vinagretas no son adquiridas con frecuencia debido a que las personas desconocen sobre este tipo de preparaciones, sin embargo, existe personas que consumen y prefieren este tipo de productos que se diferencian del resto.

Cultura gastronómica en Ecuador

En el Ecuador no es amplia la oferta de salsas y vinagretas a base de frutas exóticas (PROEcuador, 2016) puesto que se consume salsas tradicionales pero el crecimiento cultural gastronómico ha dado lugar a que se pueda crear e innovar salsas y vinagretas con frutas exóticas, en este caso preparaciones a base de uvilla para ser implementadas en establecimientos del sector de Llano Grande.

Sector de Llano Grande

Características del sector

Llano Grande está ubicado en la parroquia de Calderón, es un sector con mucha afluencia de personas, puesto que, existen conjuntos habitacionales al igual que empresas, es por ello que, presenta varias características que favorecen el presente estudio, considerando que las personas que habitan y trabajan en el sector son potenciales clientes de los establecimientos gastronómicos.

Establecimientos gastronómicos en el sector de Llano Grande

En la actualidad existen 31 establecimientos gastronómicos que ofrecen variedad de preparaciones como carnes al carbón, ahumados, mariscos entre otros como se puede observar en la Figura 5, los mismos que pueden ser acompañados de salsas y vinagretas a base de uvilla, siendo este un excelente complemento para dichas preparaciones, es por ello, que se eligió este sector para realizar el presente trabajo de investigación.



Figura 5. Parrilladas “El Leñador”.

Consumo de salsas y vinagretas en los establecimientos gastronómicos (Llano Grande)

Se pudo determinar mediante las encuestas suministradas a los chefs de los establecimientos del sector de Llano Grande que no tienen un amplio conocimiento sobre la fruta (uvilla) y su aplicabilidad en salsas y vinagretas, limitando así ofertar a sus clientes nuevos sabores, además de proporcionar beneficios nutritivos. Esto indica que el consumo de este tipo de salsas no está popularizado en Llano Grande.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

Este capítulo presenta la metodología aplicada para desarrollar los objetivos planteados en el estudio, describiendo la naturaleza del proyecto que contempla el paradigma, enfoque, nivel, diseño y tipo de investigación, al igual que la población y muestra, técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez, confiabilidad y procedimientos para el análisis e interpretación de datos.

Naturaleza de la investigación

Paradigma

Es una teoría o teorías que sirven de modelo a seguir con la finalidad de resolver problemas o situaciones determinadas (Ñaupas, Valdivia, Palacios y Romero, 2018). La presente investigación se fundamentó en el paradigma positivista que según Bernal (2016) busca explicar fenómenos mediante leyes generales y universales. Asimismo, las variables son cuantificadas y analizadas, facilitando el cálculo de la probabilidad estadística, el positivismo es la base del desarrollo formal del método científico y de la investigación cuantitativa.

En este sentido, la presente investigación se desarrolló en una realidad objetiva, externa y real, sin influencias del investigador con el objeto de estudio y viceversa, además, los datos fueron cuantificados y expresados en números.

Enfoque

Es la forma en la que el investigador se aproxima al objeto de estudio, es decir, es la perspectiva con la que aborda el tema, por lo tanto, el presente estudio se enmarcó en el enfoque cuantitativo, el cual deriva del paradigma positivista. Además, según Hernández y Mendoza (2018), el enfoque cuantitativo es un proceso secuencial, orientado a la realidad objetiva, deductiva y probatoria, está vinculado con conteos numéricos y métodos matemáticos, representa un conjunto de procesos sistemáticos y rigurosos, que buscan comprobar suposiciones y parte de lo general a lo particular. Este enfoque se basa en el siguiente principio: "Lo que no se puede medir, no es digno de credibilidad".

Asimismo, presenta características propias como, tener claro el problema de estudio, revisión bibliográfica, los datos son numéricos y su recolección es mediante procedimientos estandarizados, los fenómenos no deben ser influenciados por el investigador, los resultados se generalizan (población) luego de ser obtenidos a partir de una muestra y se busca conocer el fenómeno tal y como se presenta (Hernández y Mendoza, 2018).

De esta manera, en la presente investigación se determinó los siguientes aspectos relacionados con la uvilla los mismos que dan paso a la viabilidad de la propuesta.

1. Conocimiento sobre la uvilla, para la recolección de estos datos se empleó un cuestionario autoadministrado a los chefs encargados del área de cocina de los 31 establecimientos gastronómicos del sector de Llano Grande.
2. Uso de la uvilla en preparaciones de salsas y vinagretas, se empleó un cuestionario que fue autoadministrado a los chefs de los 31 establecimientos gastronómicos del sector de Llano Grande, para así conocer si la uvilla es usada en preparaciones saladas (salsas y vinagretas) que acompañen proteínas de cerdo, pollo y res.
3. Aceptación de salsas y vinagretas a base de uvilla, para lo cual se aplicó una ficha de degustación a 7 expertos en el área gastronómica para medir los atributos de los productos y su correcta combinación con las preparaciones.

Una vez analizados los datos obtenidos, estos se presentaron de forma numérica y se procesaron con estadística descriptiva, además, no existió influencia por parte del investigador hacia el objeto de estudio, cumpliendo así con las características propias del enfoque cuantitativo.

Nivel

Refiere al grado de profundidad con que se aborda un estudio y está relacionado directamente con los objetivos de la investigación. (Arias, 2016). En este sentido, la presente investigación tuvo un nivel descriptivo, definido por Arias (2016) como aquel que se basa en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo y tiene como fin conocer su comportamiento.

De acuerdo a lo expuesto en el párrafo anterior, en el presente estudio se describió el fenómeno tal como se presenta y se aplicaron métodos estadísticos para medir las

variables, en este caso la determinación del conocimiento y uso de la uvilla en salsas y vinagretas en establecimientos gastronómicos ubicados en el sector de Llano Grande, así como la aceptación de salsas y vinagretas a base de uvilla en el mercado.

Diseño

Es un plan o estrategia que se desarrolla para obtener información (datos) con la finalidad de responder al planteamiento del problema (Hernández y Mendoza, 2018). De acuerdo con lo expuesto, esta investigación se desarrolló siguiendo un diseño no experimental – transversal, definido por Hernández y Mendoza (2018) como aquel que comprende estudios que se realizan sin la manipulación de variables, se observan los fenómenos en su ambiente natural para luego analizarlos, y se recolectan los datos en un solo momento y en un tiempo único.

Así pues, en la presente investigación se recolectaron los datos en un único momento y sin la manipulación de la variable de estudio.

Tipo

La actual investigación es de campo, que según Arias (2016) consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados o de la realidad donde ocurren los hechos sin manipular las variables. Por lo tanto, los datos se obtuvieron de fuentes primarias, es este caso los chefs de los 31 restaurantes ubicados en el sector de Llano Grande para cumplir con el objetivo de determinar el conocimiento y uso de la uvilla en preparaciones de salsas y vinagretas.

Asimismo, se obtuvo información de 7 expertos en el área para alcanzar el objetivo de determinar la aceptación de las salsas y vinagretas a base de uvilla en el mercado, cabe recalcar que toda la información se basó en una realidad sin alteración de las variables.

Población

La población hace referencia a la totalidad de elementos o individuos que tienen ciertas características en común y sobre estas se hace la inferencia (Jany, 1994 citado por Bernal, 2016). Es decir, la población es el conjunto de elementos a los que se enfoca la investigación.

El tipo de población del estudio fue finita, debido a que, estuvo formada por un número limitado de elementos, en este caso 31 chefs de los restaurantes del sector de Llano Grande.

Las características en común que tuvieron los establecimientos son las siguientes:

- Estar ubicados en el sector de Llano Grande.
- Ofertar menús que contengan carnes rojas y carnes blancas.
- Que las proteínas tengan diferentes técnicas de cocción.
- Menús que tengan ensaladas.

De acuerdo a lo expuesto, en el presente estudio se trabajó con toda la población considerando que esta es pequeña y de fácil acceso.

Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnica de recolección de datos

Es el procedimiento o forma particular de obtener datos, regula un determinado proceso para alcanzar objetivos, asimismo, sirven de base para construir los instrumentos de la investigación (Ñaupas, et al., 2018). Para la obtención de datos se emplearon las técnicas de la encuesta y la del análisis sensorial descriptivo cuantitativo (QDA).

La primera técnica según Arias (2016) pretende obtener información que suministra una muestra de sujetos acerca de sí mismo o de un tema, en un momento único, esta técnica permitió determinar el conocimiento y uso de la uvilla en preparaciones de salsa y vinagretas en establecimientos gastronómicos ubicados en el sector de Llano Grande.

Asimismo, la segunda técnica empleada fue el análisis sensorial descriptivo cuantitativo (QDA) que permite conocer la descripción completa de las propiedades sensoriales de un producto (Dairou y Sieffermann, 2002 citado por Chaparro, Castillejos, Carmona, Escalona y Pérez, 2013) por su parte, Cárdenas et al. (2018) menciona que esta técnica permite definir las características sensoriales de un producto, es decir, “describe color y sabor integral de un producto, así como sus atributos individuales” (pág. 258).

Continuando con la idea, mencionada técnica fue aplicada considerando que está adscrita al enfoque cuantitativo, además es ampliamente utilizado en el área de alimentos, ya que permite obtener un perfil sensorial adecuado del mismo, por lo tanto, esta técnica permitió identificar y medir los tributos del producto (salsas y vinagretas a base de uvilla) los cuales fueron analizados e interpretados mediante la estadística descriptiva, permitiendo determinar la aceptación de salsas y vinagretas a base de uvilla a través de un estudio de marketing mix.

Instrumento de recolección de datos

Es cualquier recurso, dispositivo o formato, que se emplea para obtener, registrar o almacenar información (Arias, 2016). En la presente investigación se utilizó como instrumento el cuestionario que contuvo 12 preguntas cerradas y fue autoadministrado a los chefs de cada establecimiento gastronómico ubicado en el sector de Llano Grande para determinar el conocimiento y uso de la uvilla en preparaciones de salsas y vinagretas con la finalidad de cuantificar dicha información. Asimismo, para cumplir el objetivo de determinar la aceptación de salsas y vinagretas a base de uvilla en el mercado, se utilizó como instrumento una ficha de degustación, que fue autoadministrada a 7 expertos en el área gastronómica. A continuación, se expone en la Tabla 3 la relación técnica, instrumento y objetivo.

Tabla 3. *Relación de técnica, instrumento y objetivo de la investigación.*

Técnica	Instrumento	Objetivo
Encuesta	Cuestionario	Determinar el conocimiento y uso de la uvilla en preparaciones de salsas y vinagretas en establecimientos gastronómicos ubicados en el sector de Llano Grande, a partir de una encuesta aplicada a los Chefs.
Análisis sensorial descriptivo cuantitativo (QDA)	Ficha de degustación	Determinar la aceptación de las salsas y vinagretas a base de uvilla mediante un estudio de marketing mix, a partir de la opinión de expertos en el área.

Operacionalización de variables

Es un procedimiento lógico que consiste en transformar las variables a indicadores, es decir a unidades de medición (Bernal, 2016), por otra parte, Ñaupás et al. (2018) indica que este proceso ayuda a comprender la importancia de los indicadores y las preguntas que se van a formular. En concordancia con lo expuesto, la operacionalización de variables del presente estudio se presenta en la Tabla 4, la misma que tuvo como finalidad construir los instrumentos en este caso el cuestionario y la ficha de degustación que sirvieron para la recolección de datos.

Tabla 4. Operacionalización de variables.

Objetivo	Variable	Definición conceptual de la variable	Dimensión	Indicadores	Item	Instrumento
Determinar el conocimiento y uso de la uvilla en preparaciones de salsas y vinagretas en establecimientos gastronómicos ubicados en el sector de Llano Grande.	Conocimiento de la uvilla.	Información que mantiene relación con la fruta como sabor, producción, ecotipos y los beneficios que aporta a la salud.	Sabor de la uvilla	Tipo de sabor Ácido-dulce	1	Cuestionario
			Disponibilidad de la uvilla	Producción	2	
				Tipo de uvilla Keniano Ambateño Ecuatoriano	3	
	Beneficios de la uvilla	Sistema ocular. Sistema sanguíneo. Enfermedades no transmisibles. Sistema respiratorio. Sistema digestivo.	4			
	Uso de la uvilla en preparaciones de salsas y vinagretas.	Aplicación en múltiples preparaciones por su versatilidad en el equilibrio de sabores, se adapta vienen preparaciones culinarias (Dávalos, 2020).	Aplicabilidad	Preparaciones saladas.	5	
	Preparaciones de salsas y vinagretas	Mezcla o unión de determinados ingredientes, que dan como resultado elaboraciones complejas.	Salsas con uvilla	Clasificación	6	
				Funciones	7	
				Características	8	
				Recetas	9	
			Vinagretas con uvilla	Características	10	
				Recetas	11	
	Determinar la aceptación de las salsas y vinagretas a base de uvilla mediante un estudio de marketing mix.	Aceptación	Aprobar, dar por bueno, acceder a algo (RAE, 2021).	Percepción a través de la degustación de salsas y vinagretas a base de uvilla.	Impresión visual	
Olor					2	
Sabor					3	
Somato sensorial					4	

Validez y confiabilidad

La validez se refiere al grado en que un instrumento mide con exactitud la variable que se pretende medir (Hernández y Mendoza, 2018). Por otra parte, Ugarriza (2000) citado por Ñaupas et al. (2018) indica que mediante la validez se determina la eficacia del instrumento para presentar, describir o pronosticar el atributo que le interesa al investigador.

En el presente estudio se realizó mediante el juicio de expertos que según Hernández y Mendoza (2018), hace referencia al grado en que el instrumento mide la variable de interés de acuerdo con expertos en el tema. Por lo tanto, la validez del cuestionario que permitió determinar el conocimiento y uso de la uvilla en preparaciones de salsas y vinagretas, al igual que la ficha de degustación que determinó la aceptabilidad de mencionadas preparaciones fueron evaluadas por expertos, como se evidencia en la Tabla 5.

Tabla 5. Validadores de los instrumentos de investigación.

Cuestionario	
Expertos	Título Profesional
Experto 1	Magister en Gerencia Empresarial (Administrador Gastronómico).
Experto 2	Magister en Educación Superior (Ingeniero de Empresas Hoteleras).
Experto 3	Master Universitario en Innovación en la Gestión Turística en la Especialidad de Gestión del Patrimonio Culinario y Gastronómico.
Experto 4	Magister en Gestión Empresarial (Administrador Gastronómico).
Experto 5	Magister en Gestión Empresarial (Administrador Gastronómico).
Ficha de degustación	
Expertos	Título Profesional
Experto 1	Magister en Ecoturismo y Manejo de Áreas Naturales (Administrador Gastronómico).
Experto 2	Magister en Turismo Mención en Turismo Sostenible (Ingeniero en Gastronomía).
Experto 3	Phd. en Ciencias Humanas (Director de Investigación)

La confiabilidad de un instrumento se determina por el grado en que su aplicación repetida al mismo individuo, caso o muestra produce resultados iguales (Hernández y Mendoza, 2018).

Los coeficientes de confiabilidad que se aplicaron en el actual estudio fueron el Kuder-Richardson que se utiliza para instrumentos que tienen respuestas dicotómicas (Hernández y Mendoza, 2018) como es el caso del cuestionario que corresponden a respuestas de si – no y el Alfa de Cronbach que se utiliza para instrumentos en el que la respuesta a los ítems tiene más de dos valores, siendo este el caso de la ficha de degustación que tiene tres posibles respuestas a los ítems propuestos en la misma.

De acuerdo a lo mencionado para determinar la confiabilidad de los instrumentos se utilizó la fórmula de KR 20 tal como se muestra en la Figura 6 y dio como resultado la confiabilidad de 0.97 para el cuestionario. Asimismo, se utilizó el programa estadístico SPSS que arrojó una confiabilidad de 0,99 para la ficha de degustación, tal como se presenta en la Tabla 6.

En este sentido, la confiabilidad resultante indicó que la información recopilada con mencionados instrumentos es apta para el análisis de datos del actual estudio.

$$KR_{20} = \frac{n}{n - 1} \left(1 - \frac{\sum p_i q_i}{\sigma^2} \right)$$

Figura 6. *Fórmula de Kuder-Richardson.* Adaptado de: Merino y Charter, 2010.

Tabla 6. *Confiabilidad Instrumento Ficha de Degustación (Programa Estadístico SPSS).*

Estadística de Fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N° de elementos
0,990	78

Técnica de análisis de datos

Es la instancia en la que se definen las técnicas que se emplearán para la interpretación de los datos recolectados de acuerdo al enfoque que se utiliza en la investigación, es decir, detalla las operaciones a las que serán sometidos los datos siendo estos: clasificación, registro y tabulación, en cuanto al análisis se emplea técnicas como: inducción, deducción, síntesis y estadísticas inferencial o descriptiva.

(Arias, 2016). Por su parte Bernal (2016) indica que en esta etapa se procesan los datos (dispersos, desordenados) obtenidos de la muestra, con la finalidad de generar resultados (datos agrupados y ordenados).

De esta manera, se utilizó la estadística descriptiva que de acuerdo con Ñaupás, et al. (2018), permite procesar, resumir y analizar datos obtenidos de las variables estudiadas, por lo tanto, se inició con el cálculo de las frecuencias absolutas y relativas (encuesta) así como medidas de tendencia central (ficha de degustación) de cada elemento que contienen los instrumentos, obteniéndose un análisis detallado que permitió determinar el conocimiento y uso de la uvilla en preparaciones de salsas y vinagretas, así como la aceptabilidad de las mismas, mencionada estadística fue empleada en el actual estudio, puesto que permitió presentar en forma adecuada las características de los datos de manera informativa.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

En el presente capítulo se describen los resultados obtenidos a partir de los objetivos planteados en la investigación para lograr la propuesta del recetario de salsas y vinagretas a base de uvilla para establecimientos gastronómicos ubicados en el sector de Llano Grande y a la vez desarrollar un análisis de marketing mix con la finalidad de dar paso a la factibilidad de la puesta en mercado de las salsas y vinagretas.

4.1 Conocimiento y uso de la uvilla en preparaciones de salsas y vinagretas en establecimientos gastronómicos ubicados en el sector de Llano Grande.

En primer lugar, en cuanto al sabor de la uvilla el 90 % de los chefs encuestados indicaron que posee un equilibrio de sabores ácido-dulce, mientras que el 10 % restante expresó que no lo considera así, debido a que identifican los sabores por separado siendo estos ácido o dulce, incluso amargo, tal como se evidencia en la Tabla 7 y Figura 7.

Tabla 7. Frecuencias de equilibrio de sabores de la uvilla.

	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SI	28	90%
NO	3	10%
TOTAL	31	100%

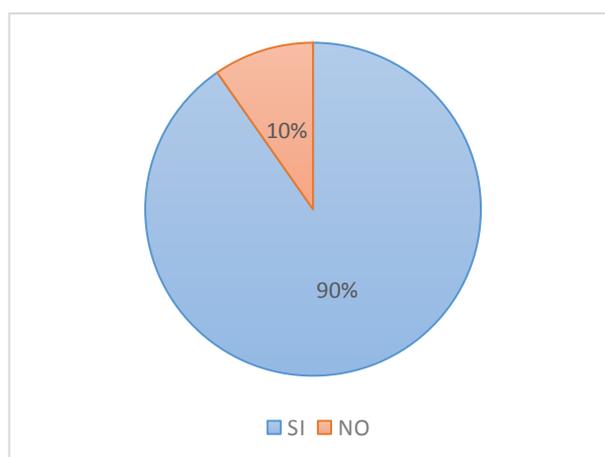


Figura 7. Frecuencia de equilibrio de sabores de la uvilla.

En referencia a que si el Ecuador es uno de los países exportadores de uvilla como se evidencia en la Tabla 8 y Figura 8, el 16 % de los chefs indicó que sí es un país

exportador de la fruta, pero el 84 % manifestó que el país no es exportador de uvilla, porque no conocen que la fruta ecuatoriana es muy apetecida en el exterior por su elevado valor nutricional y por las características organolépticas que posee, puesto que el Ecuador al estar ubicado en la línea ecuatorial presenta microclimas.

Tabla 8. Frecuencias de conocimiento acerca de Ecuador país exportador de uvilla.

	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SI	5	16%
NO	26	84%
TOTAL	31	100%

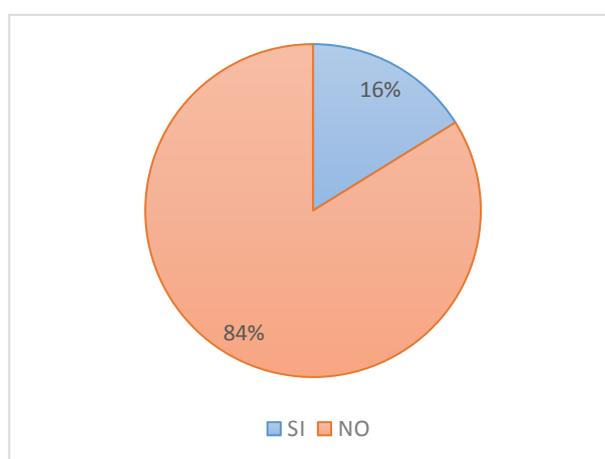


Figura 8. Frecuencia de conocimiento acerca de Ecuador país exportador de uvilla.

Respecto al conocimiento acerca de los ecotipos de la uvilla producidos en Ecuador, el 19 % de los encuestados indicó conocer que el ecotipo ecuatoriano posee mayor cantidad de vitaminas, evidenciando que conocen acerca de las características nutritivas que éste posee en comparación al ecotipo keniano, pero por el contrario, el 81 % expresó que no es así, puesto que desconocen acerca de los ecotipos antes mencionados, como se puede evidenciar en la Tabla 9 y Figura 9.

Tabla 9. Frecuencias de conocimiento sobre los ecotipos de la uvilla.

	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SI	6	19%
NO	25	81%
TOTAL	31	100%

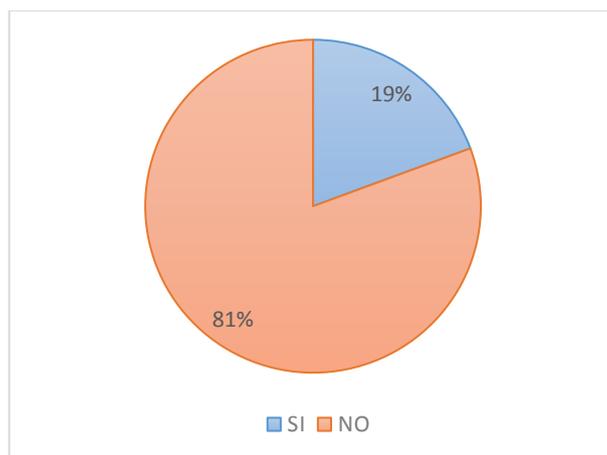


Figura 9. Frecuencia de conocimiento sobre los ecotipos de la uvilla.

En lo referente al conocimiento médico, de que la uvilla previene enfermedades transmisibles como el cáncer, el 77 % de los encuestados expresó que sí conoce acerca de estos beneficios que brinda la uvilla ante este tipo de enfermedades, sin embargo, el 23 % desconoce que la fruta posee antioxidantes que ayuda a la prevención de dichas enfermedades (ver Tabla 10 y Figura 10).

Tabla 10. Frecuencias de prevención de la uvilla en enfermedades transmisibles como el cáncer.

	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SI	24	77%
NO	7	23%
TOTAL	31	100%

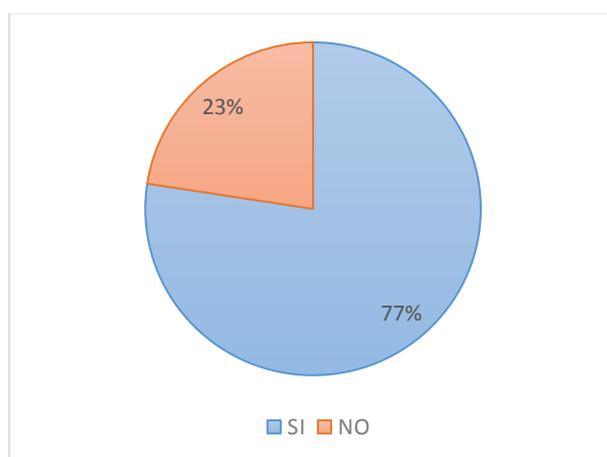


Figura 10. Frecuencia de prevención de la uvilla en enfermedades transmisibles como el cáncer.

Respecto al uso de la uvilla en preparaciones saladas (ver Tabla 11 y Figura 11) el 81 % de los chefs encuestados expresó que la uvilla si puede ser empleada en mencionadas preparaciones, pero el 19 % manifestó que no es así, considerando que

al ser una fruta solo se la puede emplear en preparaciones dulces como mermeladas, postres e incluso ser utilizada en decoraciones.

Tabla 11. Frecuencias de uso de la uvilla en preparaciones saladas.

	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SI	25	81%
NO	6	19%
TOTAL	31	100%

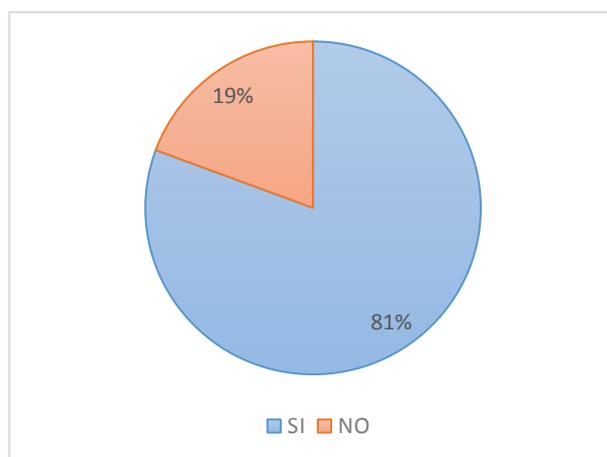


Figura 11. Frecuencia de uso de la uvilla en preparaciones saladas.

De acuerdo con el conocimiento acerca de salsas que contengan como ingrediente la uvilla el 71 % de los encuestados expresó desconocer salsas que tengan como ingrediente la uvilla, esto se debe a que su uso se ha limitado a preparaciones dulces o para decoraciones, por el contrario, el 31 % restante afirmó conocer salsas que tengan como base la uvilla, como se puede evidenciar en la Tabla 12 y Figura 12.

Tabla 12. Frecuencias de conocimiento sobre salsas a base de uvilla.

	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SI	9	29%
NO	22	71%
TOTAL	31	100%

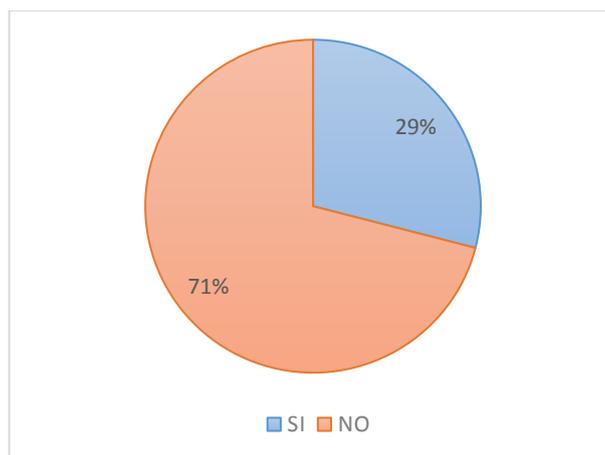


Figura 12. Frecuencia de conocimiento sobre salsas a base de uvilla.

En cuanto al uso de la salsa de uvilla como adobo el 55 % de los encuestados consideran que las salsas si se pueden usar como adobos, debido a que aportan sabor y uno de los aspectos importantes es que su acidez beneficia el control microbacteriano, pero, el 45 % desconoce que una salsa también tiene esa utilidad en el ámbito gastronómico (ver Tabla 13 y Figura 13).

Tabla 13. Frecuencias de uso de la uvilla como adobo.

	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SI	17	55%
NO	14	45%
TOTAL	31	100%

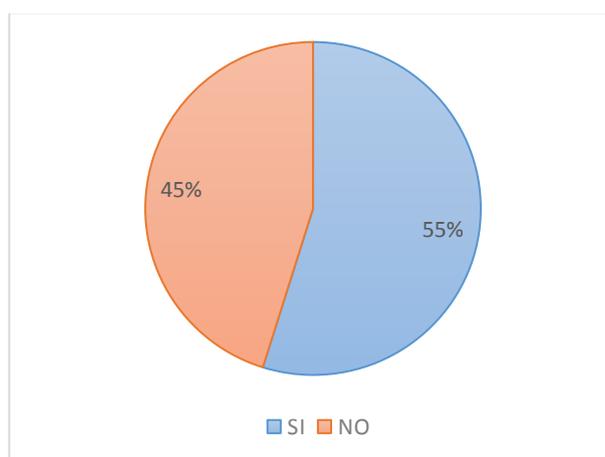


Figura 13. Frecuencia de uso de la uvilla como adobo.

Respecto a la presencia de pectinas en la uvilla y su beneficio en la elaboración de salsas el 58 % de los encuestados expresaron que las pectinas no benefician la elaboración de las salsas, debido a que no conocen que este componente al

combinarse el azúcar con el medio ácido forman geles beneficiando de esta manera su textura, pero por el contrario, el 42 % de los encuestados indicó que las pectinas si benefician la elaboración de estas preparaciones (ver Tabla 14 y Figura 14).

Tabla 14. Frecuencias de conocimiento sobre las pectinas de la uvilla en la elaboración de salsas.

	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SI	13	42%
NO	18	58%
TOTAL	31	100%

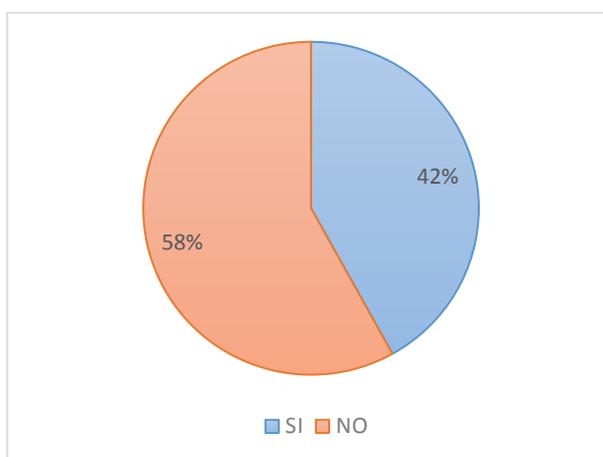


Figura 14. Frecuencia de conocimiento sobre las pectinas de la uvilla en la elaboración de salsas.

En lo que concierne a la incorporación de la uvilla en una salsa (ver Tabla 15 y Figura 15) el 55 % de los chefs manifestó que no conocen como incorporar la uvilla en una salsa, puesto que no existen recetas las cuales puedan ser aplicadas, pero el 45 % expresó que si poseen conocimientos acerca de cómo incorporar la uvilla en estas preparaciones.

Tabla 15. Frecuencias de conocimiento sobre la incorporación de la uvilla en salsas.

	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SI	14	45%
NO	17	55%
TOTAL	31	100%

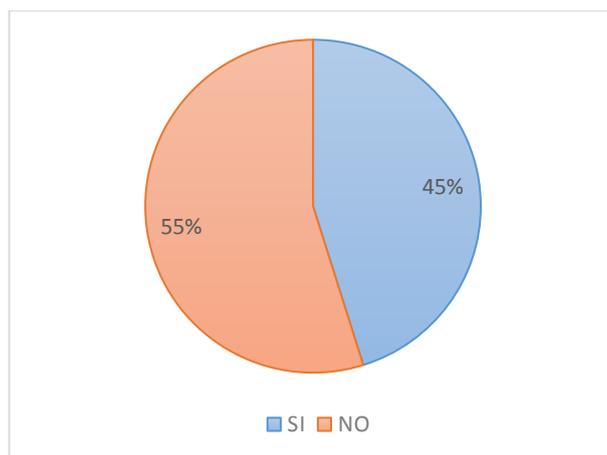


Figura 15. Frecuencia de conocimiento sobre la incorporación de la uvilla en salsas.

En lo referente al uso de la uvilla para la elaboración de vinagretas el 94 % de los chefs encuestados manifestó que la uvilla es apropiada para su elaboración, pero el 6 % consideró que no es así, debido a que no conocen que al tener un sabor ácido-dulce es perfecta para este tipo de preparaciones, además que proporciona aroma frutal a las mismas (ver Tabla 16 y Figura 16).

Tabla 16. Frecuencias en la elaboración de vinagretas a base de uvilla.

	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SI	29	94%
NO	2	6%
TOTAL	31	100%

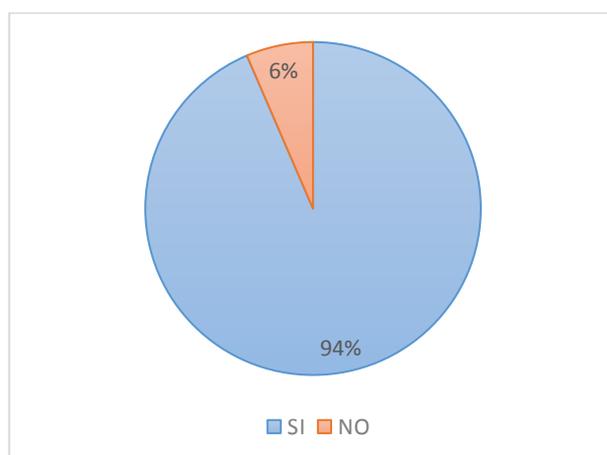


Figura 16. Frecuencia en la elaboración de vinagretas a base de uvilla.

Respecto a la presencia de carotenos en la uvilla y su beneficio en la elaboración de vinagretas el 52 % de chefs encuestados expresó que los carotenos que posee la

uvilla benefician la elaboración de vinagretas, pero el 48 % manifestó que no beneficia, ya que no conocen que los carotenos son un pigmento natural que poseen las frutas mayormente de color amarillo como en este caso la uvilla (ver Tabla 17 y Figura 17).

Tabla 17. Frecuencias de conocimiento acerca de los carotenos de la uvilla en la elaboración de vinagretas.

	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SI	16	52%
NO	15	48%
TOTAL	31	100%

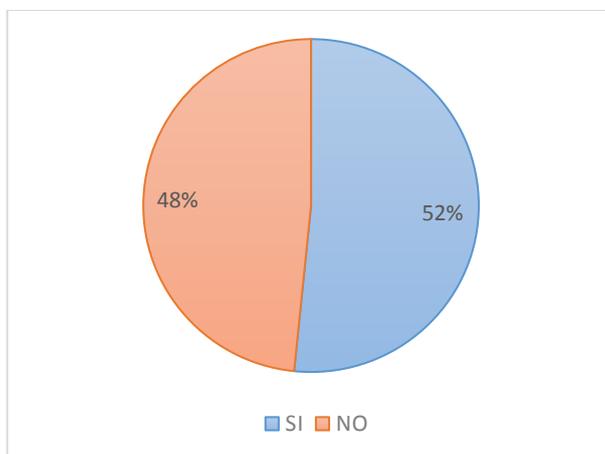


Figura 17. Frecuencia de conocimiento acerca de los carotenos de la uvilla en la elaboración de vinagretas.

En lo que concierne al conocimiento de vinagretas a base de uvilla el 68 % de los chefs encuestados manifestaron que no conocen vinagretas las cuales tengan como base la uvilla, debido a que no se ha impulsado su uso en el ámbito gastronómico, pero el 32 % mencionó que si conocen tal como se observa en la Tabla 18 y Figura 18.

Tabla 18. Frecuencias de conocimiento de la existencia de recetas de vinagretas con uvilla.

	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SI	10	32%
NO	21	68%
TOTAL	31	100%

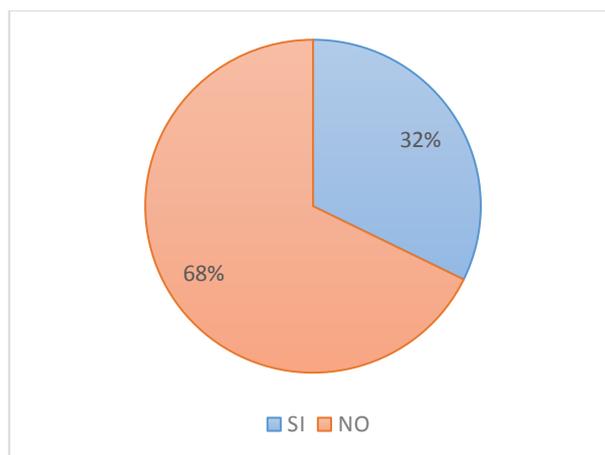


Figura 18. Frecuencia de conocimiento de la existencia de recetas de vinagretas con uvilla.

Con base a lo descrito anteriormente, se evidencia que existe un desconocimiento considerable sobre la uvilla resaltando aspectos como:

La mayoría de los chefs desconocen que el Ecuador es exportador de esta fruta, de igual manera se comprueba que no tienen información acerca de los ecotipos existentes en Ecuador y sus características.

También, se demuestra el limitado conocimiento acerca de cómo la uvilla previene enfermedades no transmisibles como el cáncer, derivándose el no consumo de la fruta, así también la mayoría expresó no conocer salsas que tengan como base la uvilla, restringiéndose su empleo en diferentes preparaciones y por ende su oferta en el mercado.

Otro aspecto que confirman desconocer es el beneficio que conllevan las pectinas que tiene la uvilla en la elaboración de salsas al proporcionar textura a las mismas, además, se demuestra que no conocen de la existencia de vinagretas que tengan de base la uvilla.

En cuanto al uso de la uvilla en salsa y vinagretas, se pudo constatar que los chefs encuestados no aplican la fruta en dichas preparaciones, debido al desconocimiento.

De esta manera, se corrobora lo útil de proponer un recetario de salsas y vinagretas a base de uvilla para los establecimientos gastronómicos del sector de Llano Grande, con la finalidad de ofrecer sabores diferentes a los que se encuentran comúnmente en el mercado y de esta manera incrementar el uso de la uvilla en la gastronomía.

4.2 Diseño de las recetas de salsas y vinagretas a base de uvilla estableciendo los ingredientes y su preparación para los establecimientos gastronómicos del sector de Llano Grande.

Las recetas propuestas en la presente investigación se realizaron con base a la información expuesta en las bases teóricas, formulándose los ingredientes y el procedimiento para cada tipo de salsa y vinagreta, tal como se muestra en las tablas 19, 20, 21, 22, 23, 24.

Tabla 19. Receta de la salsa de uvilla y albahaca.

SALSA DE UVILLA Y ALBAHACA	
Ingredientes	Procedimiento
Uvilla Azúcar morena Crema de leche Pimienta Albahaca Sal	1.- Lavar las uvillas y realizar un pequeño corte en la parte superior. 2.- Escaldar las uvillas (colocarlas en agua hirviendo por 30 segundos) realizar un choque térmico con agua helada y retirar la piel y reservar. 3.- Realizar una infusión con las hojas de albahaca. 4.- Procesar las uvillas junto con la infusión, colar para de esta manera separar las semillas del zumo. 5.- Colocar la preparación anterior en una olla junto con el azúcar morena y mezclar hasta que no queden restos del mismo. 6.- La preparación anterior llevar a ebullición y luego agregar crema de leche, remover hasta que contenga una textura de nape. 7.- Rectificar sabores con sal y pimienta. 8.- Finalmente agregar albahaca picada.

Tabla 20. Receta de la salsa bbq de uvilla.

SALSA BBQ DE UVILLA	
Ingredientes	Procedimiento
Uvilla Mantequilla Salsa de tomate Salsa inglesa Azúcar morena Vinagre de manzana Paprika Pimienta	1.- Lavar las uvillas y realizar un pequeño corte en la parte superior y reservar. 2.- Escaldar las uvillas (colocarlas en agua hirviendo por 30 segundos) realizar un choque térmico con agua helada y retirar la piel de las uvillas y reservar. 3.- Agregar la mantequilla en una olla a fuego bajo hasta que se derrita completamente. 4.- Agregar la salsa de tomate y mezclar hasta que se unifique.

Cebolla perla Miel Ajo Sal	5.- A la preparación anterior agregar paprika, pimienta, sal, ajo, salsa inglesa, vinagre de manzana, azúcar morena, cebolla y miel. 6.- Agregar el zumo de uvilla, dejar reducir por 15 minutos hasta que tome textura y color marrón. 7.- Rectificar sabores.
-------------------------------------	---

Tabla 21. Receta de la salsa tártara de uvilla.

SALSA TÁRTARA DE UVILLA	
Ingredientes	Procedimiento
Huevo Aceite Mostaza dijón Zumo de uvilla Pepinillos encurtidos Alcaparras Cebolla perla Pimienta Sal	1.- Mayonesa: colocar los huevos en un procesador, a estos agregar mostaza dijón, zumo de uvilla, sal, pimienta y poco a poco agregar el aceite para de esta manera ligar. Rectificar sabor. 2.- Retirar del líquido las alcaparras y los pepinillos, picarlos finamente y reservar. 3.- Cortar la cebolla en cubos pequeños (brunoise) y reservar. 4.- Retirar la piel de las uvillas (escaldar) y cortar finamente. 5.- En un recipiente agregar el pepinillo, las alcaparras, las uvillas, la cebolla perla e integrar todos los ingredientes. 7.- Finalmente rectificar sabor.

Tabla 22. Receta de la salsa picante de uvilla.

SALSA PICANTE DE UVILLA	
Ingredientes	Procedimiento
Uvilla Ají Gelatina sin sabor Cilantro Cebolla perla Aceite de oliva Sal	1.- Lavar las uvillas y realizar un pequeño corte en la parte superior y reservar. 2.- Escaldar las uvillas (colocarlas en agua hirviendo por 30 segundos) realizar un choque térmico con agua helada y retirar la piel de las uvillas y reservar. 3.- Procesar, colar y reservar. 4.- Exponer al ají directamente al fuego hasta que se quemé su piel para obtener un sabor ahumado, retirar la piel y reservar. 5.- Hidratar la gelatina sin sabor con agua. 6.- Procesar el ají junto con la pulpa de uvilla. 7.- Disolver la gelatina sin sabor a baño maría y agregar a la preparación anterior, mezclar hasta que esta se unifique y tome textura semilíquida. 8.- En un recipiente colocar la salsa y a esta añadir el ají y la cebolla en brunoise y mezclar. 8.- Agregar el cilantro picado, aceite y rectificar sabor con sal.

Tabla 23. Receta de la vinagreta de uvilla y soya.

VINAGRETA DE UVILLA Y SOYA	
Ingredientes	Procedimiento
Zumo de uvilla Aceite de oliva Salsa de soya Vinagre de manzana Ajonjolí Perejil Sal	1.- En un recipiente agregar la salsa de soya, aceite de oliva, zumo de uvilla y vinagre de manzana, mezclar hasta que todos los ingredientes se unifiquen. 2.- A la preparación anterior agregar perejil picado y el ajonjolí. 3.- Rectificar sabor con sal.

Tabla 24. Receta de la vinagreta de uvilla y mostaza.

VINAGRETA DE UVILLA Y MOSTAZA	
Ingredientes	Procedimiento
Zumo de uvilla Aceite de oliva Miel de abeja Vinagre de manzana Mostaza dijón Pimienta Sal	1.- En un recipiente agregar el zumo de uvilla, aceite de oliva, vinagre de manzana, mostaza dijón, mezclar hasta que todos los ingredientes se unifiquen. 2.- Rectificar sabor con miel de abeja, sal y pimienta.

4.3 Elaboración de las salsas y vinagretas a base de uvilla a partir de las recetas diseñadas, para el proceso de degustación de los expertos gastronómicos.

Continuando con el desarrollo de los objetivos, se presenta el proceso de elaboración de cada una de las salsas y vinagretas, las cuales se establecieron tomando en cuenta las preparaciones que ofertan los establecimientos gastronómicos del sector de Llano Grande, por lo tanto, cumple con un procedimiento estandarizado para que de esta manera se cumplan con las características propias de una salsa y una vinagreta.

Mencionado objetivo se desarrolló con la finalidad de proporcionar el producto final a los expertos, quienes determinaron su apreciación y aceptabilidad.

- **Salsa de uvilla y albahaca**

Para la elaboración de la salsa de uvilla y albahaca primeramente se realizó el lavado de la fruta, luego se hizo un corte en la parte superior de la misma para posteriormente escaldarlas, esta técnica consiste en exponer a la fruta en agua hirviendo por 30 segundos y luego realizar un choque térmico en agua helada para de esta manera retirar con facilidad la piel de la fruta. A continuación, se procesó la uvilla con una infusión de albahaca y se tamizó para de esta manera retirar las semillas.

Seguidamente, se colocó la preparación anterior en un sartén y se agregó azúcar morena revolviéndola hasta que se disuelva, luego se añadió hojas de albahaca para de esta manera aromatizar la salsa, posteriormente se colocó la crema de leche, la misma que proporcionó textura luego de dejar reducir, se rectificó sabor con sal, pimienta y azúcar morena; finalmente se agregó cebollín picado, tal como se presenta en la Figura 19.

De tal manera, el aporte de la uvilla en esta preparación es otorgar color a la salsa y a la vez aportar un sabor ácido dulce, siendo ideal para acompañar con proteína de cerdo otorgándole humectación y potenciando el sabor de la misma.



Figura 19. *Proceso de elaboración de la salsa de uvilla y albahaca.*

- **Salsa bbq de uvilla**

Como primer paso se realizó el lavado de la uvilla y posteriormente el escaldado para retirar la piel de la fruta, ya que al no ser retirada puede hacer que la preparación tome un sabor amargo, seguidamente se procesó y se coló el zumo de uvilla para retirar las semillas. A continuación, se colocó en un sartén la mantequilla, una vez derretida se agregó salsa de tomate y se mezcló hasta que esta se unifique con la mantequilla obteniendo una pasta, posteriormente se añadió paprika, sal, pimienta, ajo, salsa inglesa, vinagre de manzana, azúcar morena, cebolla en brunoise y miel, los ingredientes mencionados aportaron color, sabor y aroma; luego se procesó, para de esta manera tener una salsa uniforme. A continuación, se agregó el zumo de uvilla y se dejó reducir por 15 minutos para que de esta manera tome la textura deseada y un color marrón. Finalmente se rectificó sabores haciendo que la salsa sea apetecible al paladar (ver Figura 20).

El aporte de la uvilla en esta salsa es la acidez y el dulzor que le proporciona a la misma, lo cual le caracteriza, por lo tanto, es ideal para acompañar alitas de pollo, ya que realza el sabor de mencionada proteína.



Figura 20. Proceso de elaboración de la salsa bbq de uvilla.

- **Salsa tártara de uvilla**

En la elaboración de esta salsa primero se preparó el mise en place, se inició obteniendo el zumo de uvilla, para lo cual se realizó un escaldado, con el fin retirar la piel de la fruta, luego se procesó y se coló para separar las semillas. Seguidamente, se cortó en brunoise la cebolla, las alcaparras, los pepinos y la uvilla. Luego se elaboró la mayonesa considerando que es la base de esta salsa, para ello se colocó en una licuadora los huevos, mostaza dijón, zumo de uvilla, sal y pimienta; y poco a poco se añadió el aceite para de esta manera poder ligar y obtener una textura espesa.

Posteriormente, a la mayonesa se le agregó la cebolla, las alcaparras, los pepinos y la uvilla, y se mezcló hasta que todo se integre, finalmente se rectificó sabor con sal y pimienta (ver Figura 21).

La uvilla en esta salsa proporcionó la acidez que se requiere en una mayonesa, así como la dulzura al momento de ingerir, ya que cuenta con trocitos de uvilla proporcionando así un sabor frutal y refrescante, ideal para acompañar carne de cerdo, pollo y guarniciones, potencializando el sabor de los mismos.

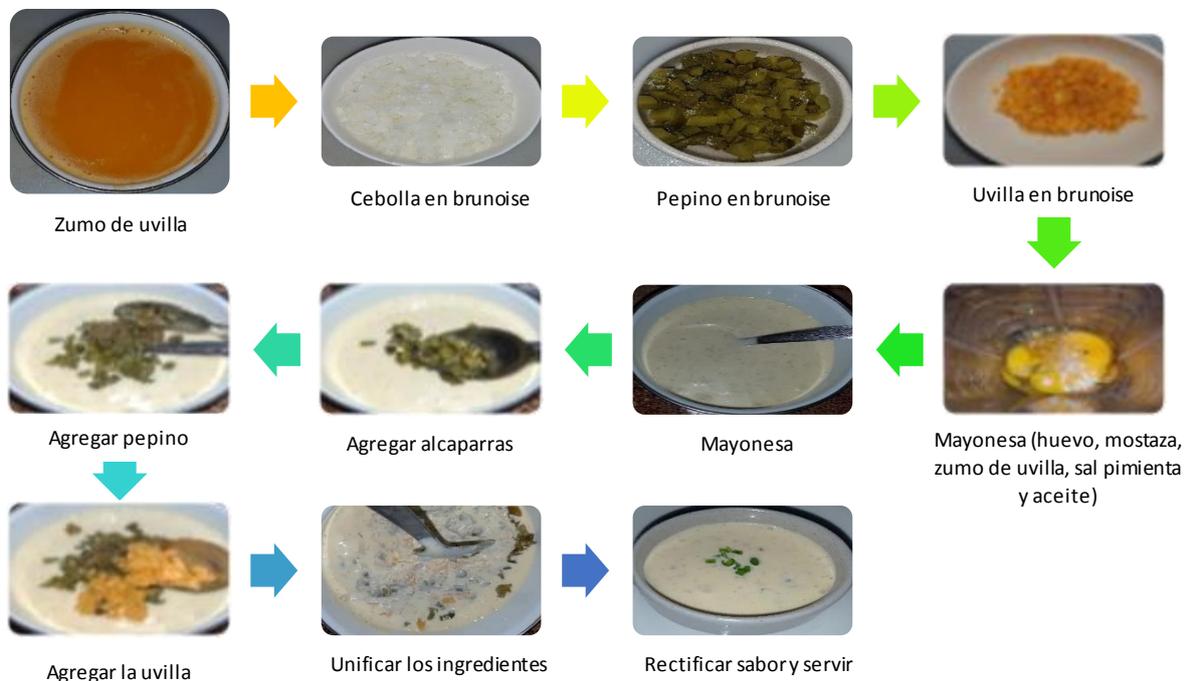


Figura 21. Proceso de elaboración de la salsa tártara de uvilla.

- **Salsa picante de uvilla**

El proceso de esta salsa inició con la obtención del zumo de uvilla, para lo cual primero se lavó la fruta, luego se escaldó, procesó y coló para así separar las semillas del zumo. A continuación, se procedió a llevar al fuego el ají para que se quemara y así proporcionarle un sabor ahumado, además facilitó retirar la piel del mismo. Luego se cortó en brunoise una porción de ají y cebolla perla. Posteriormente se hidrató la gelatina sin sabor con agua dejando reposar por 10 minutos, para luego ser disuelta a baño maría.

Continuando, se procesó el ají junto con pulpa de uvilla, a este se le añadió la gelatina sin sabor para de esta manera proporcionar textura (semilíquida). Posteriormente, a la salsa se añadió la cebolla, el ají, el cilantro y el aceite para dar brillo, finalmente, se rectificó el sabor con sal (ver Figura 22).

El aporte de la uvilla en esta preparación es proporcionar un sabor frutal y refrescante, además de que tiene un leve dulzor y un aroma frutal, haciéndola apetecible para acompañar con diversas preparaciones.



Figura 22. Proceso de elaboración de la salsa picante de uvilla

- **Vinagreta de uvilla y soya**

Para la elaboración de esta vinagreta como primer punto se obtuvo el zumo de uvilla, para lo cual, primero se lavó la fruta, se la escaldó, se procesó y finalmente se coló

para retirar las semillas del zumo, luego se colocó en un procesador la salsa de soya, aceite de oliva, el zumo de uvilla y el vinagre de manzana, y se mezcló hasta que todos los ingredientes se emulsionen, en este proceso es importante que los ingredientes se unifiquen, ya que las vinagretas se caracterizan por ser una emulsión inestable, debido a sus componentes como son el aceite y un medio ácido.

Una vez que se unificaron los ingredientes se rectificó sabores con sal y pimienta, finalmente se agregó perejil picado y ajonjolí (ver Figura 23).

El aporte que brinda la uvilla a esta vinagreta es su color anaranjado, así como su sabor ácido-dulce, aroma frutal y refrescante, por lo tanto, es ideal para acompañar ensaladas frescas de cualquier tipo, ya que aporta sabor y frescura a la misma.



Figura 23. *Proceso de elaboración de la vinagreta de uvilla y soja.*

- **Vinagreta de uvilla y mostaza**

Este proceso inició con la obtención de zumo de uvilla, para ello se lavó la fruta, se la escaldó, procesó y coló para retirar las semillas del zumo, luego en un procesador se colocó el zumo, aceite de oliva, vinagre de manzana, mostaza dijón y se mezcló enérgicamente hasta que se unifiquen todos los ingredientes para evitar que se separen los mismos, debido a que las vinagretas son una emulsión inestable al tener un medio ácido y un medio graso, finalmente se rectificó sabor con sal, pimienta y miel de abeja, tal como se presenta en la Figura 24.

La aportación de la fruta a mencionada preparación es otorgarle color anaranjado, sabor ácido-dulce, aroma frutal y refrescante, haciéndola una mezcla consistente de buen sabor adecuada para acompañar ensaladas frescas.



Figura 24. *Proceso de elaboración de la vinagreta de uvilla y mostaza.*

4.4 Determinación de la aceptación de las salsas y vinagretas a base de uvilla mediante un estudio de marketing mix, a partir de la opinión de expertos en el área.

El proceso para la determinación de la aceptación de las salsas y vinagretas a base de uvilla inició con la degustación que se realizó a través del juicio de experto en este caso chefs que tienen amplios conocimientos sobre este tipo de preparaciones (salsas y vinagretas), para ello se les autoadministró un set (ver Figura 25), el mismo que contenía las salsas y las proteínas con las cuales se pueden acompañar, así también contuvo una ensalada para acompañar las vinagretas y una guarnición. Los componentes del set se describen a continuación en la Tabla 25.

Tabla 25. *Salsas y vinagretas con su acompañamiento.*

Salsas/Vinagretas	Acompañamiento
Salsa de uvilla y albahaca	Proteína de cerdo
Salsa bbq de uvilla	Proteína de pollo
Salsa tártara	Proteínas de pollo y cerdo
Salsa picante de uvilla	Proteínas de pollo, cerdo, res y guarnición
Vinagreta de uvilla y soya	Ensalada
Vinagreta de uvilla y mostaza	Ensalada



Figura 25. Salsas y vinagretas con sus acompañamientos.

De tal manera, la degustación se llevó a cabo en las instalaciones de la Universidad Iberoamericana del Ecuador con la presencia de los chefs expertos.

El aporte que brindaron las salsas y vinagreta a base de uvilla a las preparaciones antes expuestas es: sabor ácido-dulce, color anaranjado, fresca, aroma frutal, además, humectan las preparaciones, brindando así a los consumidores una experiencia diferente de lo que se puede encontrar en el mercado, además potencializa los sabores de las proteínas con las cuales se combinan haciendo que estas sean exquisitas al paladar.

Por consiguiente, se presenta el análisis e interpretación de cada elemento que se evaluó en la ficha de degustación que fue autoadministrada a los expertos en el área gastronómica, para lo cual se utilizó una valoración de:

- No presenta = 0
- Desagradable = 5
- Ni agradable – ni desagradable = 10
- Agradable = 15

Para el cálculo se aplicó las medidas de tendencia central para de esta manera conocer la aceptabilidad que presenta cada una de las salsas y vinagretas propuestas. A continuación, se presentan las tablas, figuras e interpretaciones para las salsas y vinagretas con sus respectivas variables.

Salsa de uvilla y albahaca

En primer lugar, en lo referente a la impresión visual y sus componentes los expertos expresaron que la textura es adecuada, ya que presentó una media aritmética de 15 puntos, siendo este el valor máximo de agrado, considerando que una salsa debe ser densa para napar (cubrir) la proteína y así evitar que esta se derrame, así mismo otro componente importante fue el brillo que obtuvo una media aritmética de 14 puntos, lo cual evidencia que en una salsa este es relevante, porque al tener un brillo adecuado este proporciona un mejor aspecto al producto, además de que refleja un proceso de elaboración adecuado (ver Tabla 26 y Figura 26).

Tabla 26. Valoración acerca de la impresión visual de la salsa de uvilla y albahaca.

IMPRESIÓN VISUAL	EXPERTO 1	EXPERTO 2	EXPERTO 3	EXPERTO 4	EXPERTO 5	EXPERTO 6	EXPERTO 7
Color	15	10	15	15	10	15	10
Brillo	15	15	10	15	15	15	15
Textura	15	15	15	15	15	15	15
Total	45	40	40	45	40	45	40

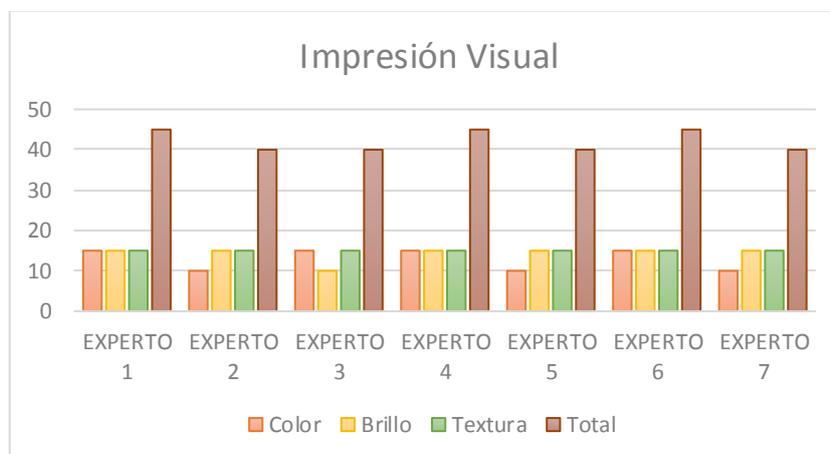


Figura 26. Diagrama de barras sobre los elementos de la impresión visual (salsa de uvilla y albahaca).

Con respecto al olor de la salsa de uvilla y albaca, los expertos expresaron que el olor con mayor percepción fue el dulce representado por una media aritmética de 13,6 puntos, lo que indicó que es de su agrado, esto se debe a que se utilizó la uvilla que es ácida-dulce y azúcar morena, además de que las salsas frutales tienden a presentar mencionado olor (ver Tabla 27 y Figura 27).

Tabla 27. Valoración acerca del olor de la salsa de uvilla y albahaca.

OLOR	EXPERTO 1	EXPERTO 2	EXPERTO 3	EXPERTO 4	EXPERTO 5	EXPERTO 6	EXPERTO 7
Ácido	0	10	0	15	0	0	0
Dulce	15	15	15	15	10	15	10
Salado	0	10	0	0	0	0	0
Total	15	35	15	30	10	15	10

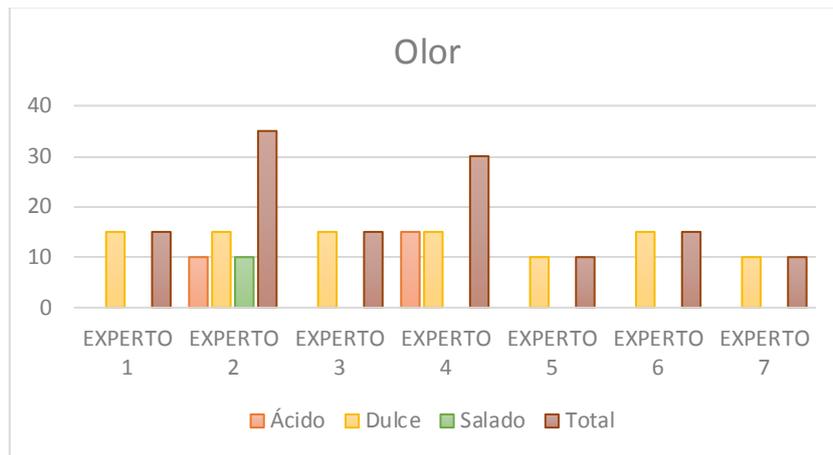


Figura 27. Diagrama de barras sobre los elementos del olor (salsa de uvilla y albahaca).

En lo que concierne al sabor de la salsa de uvilla y albahaca, los degustadores indicaron que el sabor más representativo de la salsa fue el dulce con una media aritmética de 13,6 puntos, indicando que es de su agrado. Mencionada salsa es adecuada para combinar con proteína de cerdo, porque realza el sabor y le proporciona humectación, lo cual la hace apetecible al paladar, además beneficia la digestión al tener un medio ácido (zumo de uvilla) (ver Tabla 28 y Figura 28).

Tabla 28. Valoración acerca del sabor de la salsa de uvilla y albahaca.

SABOR	EXPERTO 1	EXPERTO 2	EXPERTO 3	EXPERTO 4	EXPERTO 5	EXPERTO 6	EXPERTO 7
Ácido	0	10	15	15	15	15	0
Dulce	15	10	15	15	15	15	10
Salado	0	15	0	0	0	0	0
Total	15	35	30	30	30	30	10

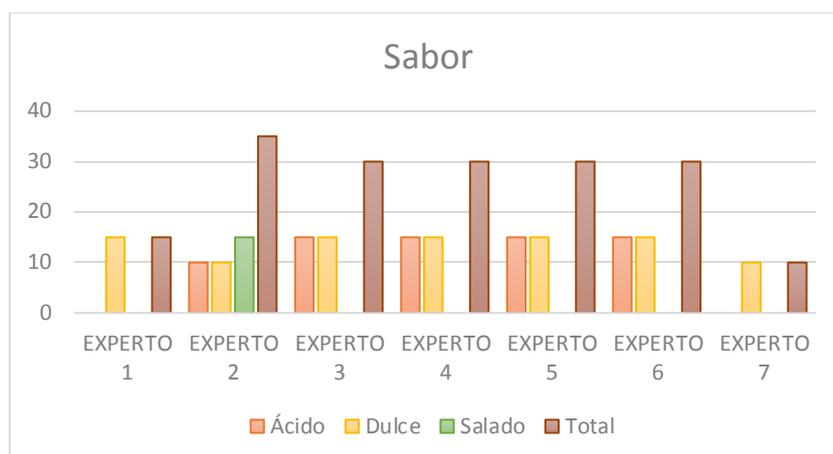


Figura 28. Diagrama de barras sobre los elementos del sabor (salsa de uvilla y albahaca).

En referencia al análisis somato sensorial de la salsa de uvilla y albahaca, se evidenció que los expertos percibieron sensaciones neutras que ni agrada, ni desagrada, puesto que estas eran levemente perceptibles. En este caso la sensación refrescante con una media de 6 puntos (ver Tabla 29, Figura 29).

Tabla 29. Valoración acerca del análisis somato sensorial de la salsa de uvilla y albahaca.

SOMATO SENSORIAL	EXPERTO 1	EXPERTO 2	EXPERTO 3	EXPERTO 4	EXPERTO 5	EXPERTO 6	EXPERTO 7
Astringente	0	15	0	10	0	0	0
Ardiente	0	10	15	10	0	0	0
Refrescante	0	10	0	10	10	10	0
Total	0	35	15	30	10	10	0

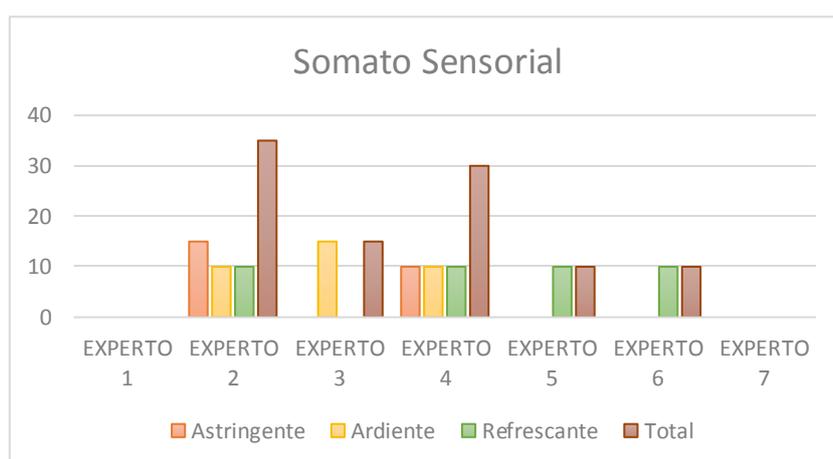


Figura 29. Diagrama de barras sobre los elementos del análisis somato sensorial (salsa de uvilla y albahaca).

Para determinar la tendencia de la salsa de uvilla y albaca, se realizó el cálculo de la media, mediana y moda en cada una de las variables medidas. Como se puede

observar en la Figura 30 la media aritmética en cuanto a impresión visual representa 42,1 puntos, siendo el puntaje máximo 45 puntos, lo cual demostró que fue atractiva visualmente y tuvo aceptabilidad en cuanto a color, brillo y textura, continuando con el olor este generó agrado en los expertos, puesto que se evidenció una media aritmética de 18,6 puntos; en cuanto a la media aritmética del sabor es de 25,7 puntos, indicando que es una percepción que agrada y generó aceptabilidad, finalmente el análisis somato sensorial representado por una media aritmética de 14,3 puntos, indicó poca presencia de las sensaciones que pueda causar la salsa luego de consumirla.

En lo que se refiere a la mediana, esta representa el punto medio del análisis, en este caso se puede observar en la Figura 30 que para la impresión visual se obtuvo una mediana de 40 puntos, en olor 15 puntos, en sabor 30 puntos y en somato sensorial 10 puntos.

Finalmente, en la Figura 30 se puede observar la moda, la cual indicó la tendencia que tuvo la salsa en sus diferentes variables, para la impresión visual se obtuvo una moda de 40 puntos, debido a la presencia de los tres atributos (color, brillo y textura) que la conforman, evidenciando la tendencia de agrado, en olor la moda es de 15 puntos, reflejando que de los tres atributos (ácido, dulce, salado) que conforman esta variable el de mayor precepción fue el olor dulce, el sabor tuvo una moda 30 puntos lo que indicó que el sabor les agrado, siendo estos el ácido y dulce, finalmente la moda del análisis somato sensorial demostró la escasa presencia de sensaciones para los expertos, ya que la moda es 0.

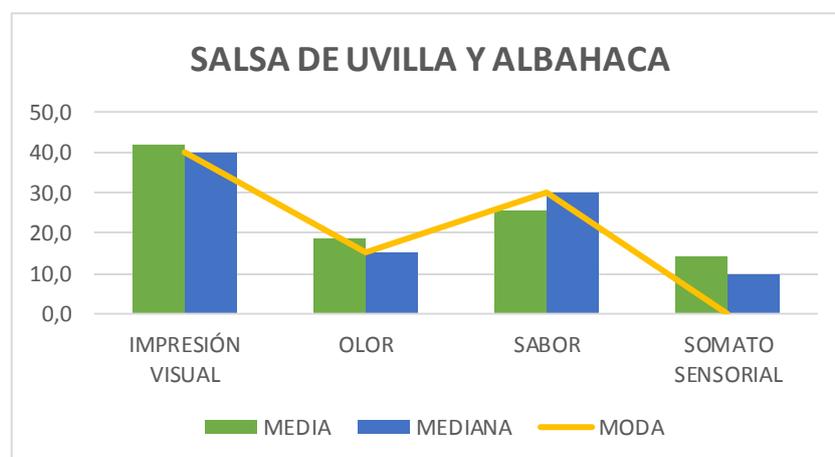


Figura 30. Diagrama de barras media, mediana y moda (salsa de uvilla y albahaca).

Salsa bbq de uvilla

En lo que concierne a la impresión visual de la salsa bbq de uvilla, se pudo evidenciar que los tres componentes color, brillo y textura demostraron agrado con una media aritmética de 15, 14 y 13 puntos, los chefs expresaron que el color es adecuado, puesto que al ser marrón oscuro es característico de este tipo de salsa, por su parte el brillo es correcto porque proporciona un buen aspecto a la salsa y evidencia que fue correctamente elaborada, por otra parte, indicaron que la textura es adecuada, ya que es semilíquida y se adhiere a la proteína con la cual se desea acompañar haciéndola apetecible al paladar (ver Tabla 30 y Figura 31).

Tabla 30. Valoración acerca de la impresión visual de la salsa bbq de uvilla.

IMPRESIÓN VISUAL	EXPERTO 1	EXPERTO 2	EXPERTO 3	EXPERTO 4	EXPERTO 5	EXPERTO 6	EXPERTO 7
Color	15	15	15	15	15	15	15
Brillo	10	15	15	15	15	15	15
Textura	15	15	10	10	10	15	15
Total	40	45	40	40	40	45	45

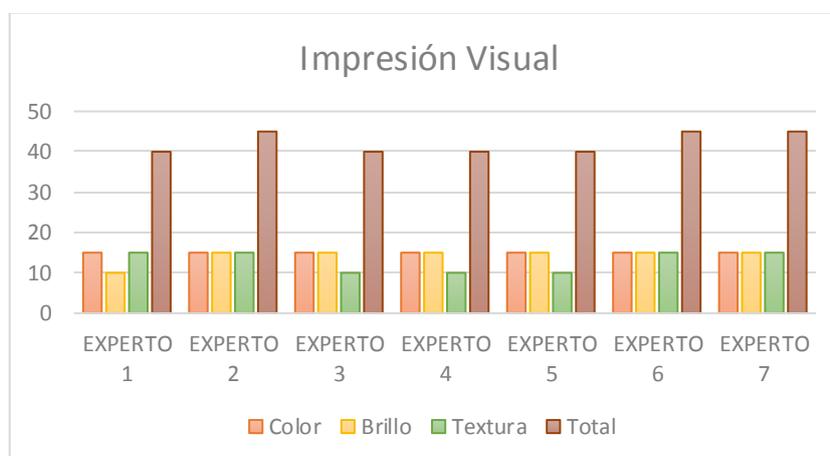


Figura 31. Diagrama de barras sobre los elementos de la impresión visual (salsa bbq de uvilla).

En referencia al olor de la salsa bbq de uvilla, los expertos expresaron que el olor representativo de esta salsa fue el dulce con una media aritmética de 12 puntos, lo cual evidenció que es de su agrado, ya que esta salsa al tener como base el zumo de uvilla proporciona un aroma dulce, además que contiene miel de abeja y azúcar morena para así equilibrar los sabores (ver Tabla 31 y Figura 32).

Tabla 31. Valoración acerca del olor de la salsa bbq de uvilla.

OLOR	EXPERTO 1	EXPERTO 2	EXPERTO 3	EXPERTO 4	EXPERTO 5	EXPERTO 6	EXPERTO 7
Ácido	0	10	15	15	10	10	0
Dulce	15	15	0	15	15	10	15
Salado	0	10	0	0	0	0	0
Total	15	35	15	30	25	20	15

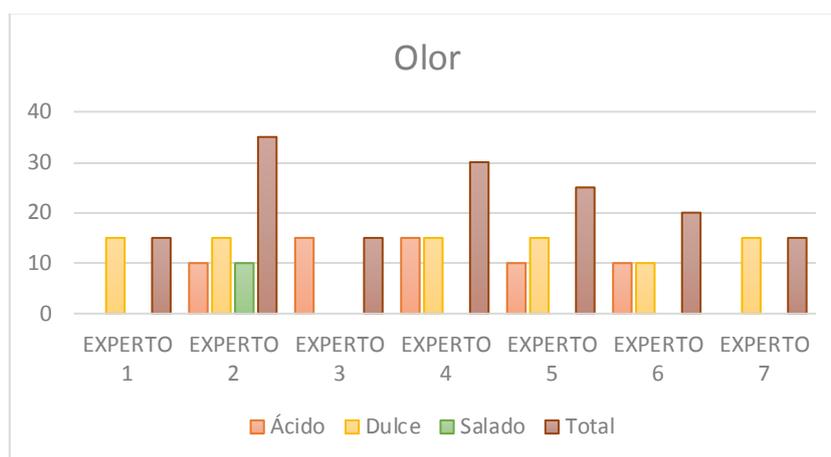


Figura 32. Diagrama de barras sobre los elementos del olor (salsa bbq de uvilla).

En lo que concierne al sabor de la salsa bbq de uvilla, los expertos manifestaron que el sabor que mayor percepción tuvo fue el ácido con una media de 12,1 puntos, lo que equivale a su agrado, este olor se debe a que la salsa tiene como ingredientes el zumo de uvilla y el vinagre de manzana que son medios ácidos, y proporcionan cierta acidez, lo cual la hace apetecible y adecuada para acompañar diferentes proteínas proporcionando humectación y potenciando el sabor de las mismas (ver Tabla 32 y Figura 33).

Tabla 32. Valoración acerca del sabor de la salsa bbq de uvilla.

SABOR	EXPERTO 1	EXPERTO 2	EXPERTO 3	EXPERTO 4	EXPERTO 5	EXPERTO 6	EXPERTO 7
Ácido	15	10	15	15	0	15	15
Dulce	0	15	0	0	15	15	15
Salado	0	10	0	15	0	0	0
Total	15	35	15	30	15	30	30

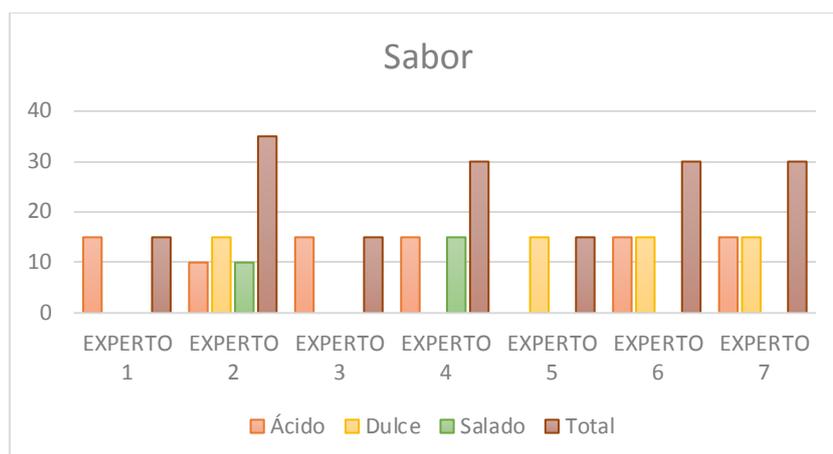


Figura 33. Diagrama de barras sobre los elementos del sabor (salsa bbq de uvilla).

Con respecto al análisis somato sensorial de la salsa bbq de uvilla, se observó que los degustadores luego de probar la salsa tuvieron la sensación astringente, la misma que no agrada ni desagrada, por lo cual presentó una media aritmética de 9,2 puntos; esta sensación es la resequedad que se genera en la boca, de acuerdo con la percepción de los expertos esta es aguda y no causó desagrado, esto se produce debido a la acidez que tiene la salsa (ver Tabla 33 y Figura 34).

Tabla 33. Valoración acerca del análisis somato sensorial de la salsa bbq de uvilla.

SOMATO SENSORIAL	EXPERTO 1	EXPERTO 2	EXPERTO 3	EXPERTO 4	EXPERTO 5	EXPERTO 6	EXPERTO 7
Astringente	15	15	0	15	10	10	0
Ardiente	0	10	15	15	0	0	0
Refrescante	0	10	0	15	15	0	0
Total	15	35	15	45	25	10	0

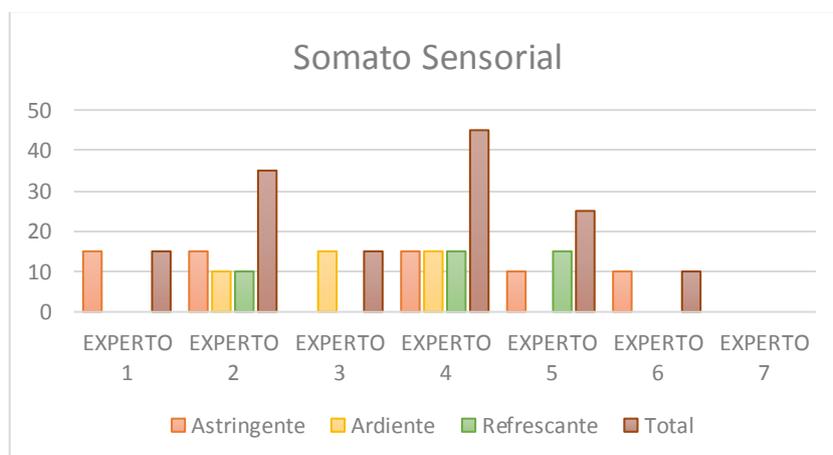


Figura 34. Diagrama de barras sobre los elementos del análisis somato sensorial (salsa bbq de uvilla).

En cuanto al análisis de la tendencia de las variables de la salsa bbq de uvilla, se puede observar en la Figura 35 que en la impresión visual se obtuvo una media aritmética de 42,1 puntos, indicando que la salsa fue agradable visualmente, la media aritmética del olor fue de 22,1 puntos, evidenciando que ni agrada ni desagrada, indicando neutralidad en el olor, seguidamente se tiene el sabor con una media aritmética de 30 puntos, demostrando que el sabor es adecuado, finalmente el análisis somato sensorial tuvo una media aritmética de 15 puntos, reflejando la escasa presencia de las sensaciones que forman parte del análisis somato sensorial.

Con relación a la mediana, este es el valor que se encuentra en la posición central, por ello se tiene en impresión visual 40 puntos, en olor 20 puntos, en sabor 30 puntos y finalmente en análisis somato sensorial 15 puntos.

Seguidamente se presenta la moda, esta demuestra la tendencia que tuvo cada una de las variables, por lo tanto, para la impresión visual se obtuvo una moda de 40 puntos, evidenciando la tendencia de agrado de los degustadores en cada uno de los atributos (color, brillo, textura) que contempla referida variable, por otra parte, el olor, sabor y análisis somato sensorial se mantuvieron en una moda de 15 puntos (ver Figura 35), indicando que la presencia de estos aspectos corresponde a un atributo para cada una de las variables; en olor predominó el dulce, en sabor el ácido y en somato sensorial la sensación astringente.

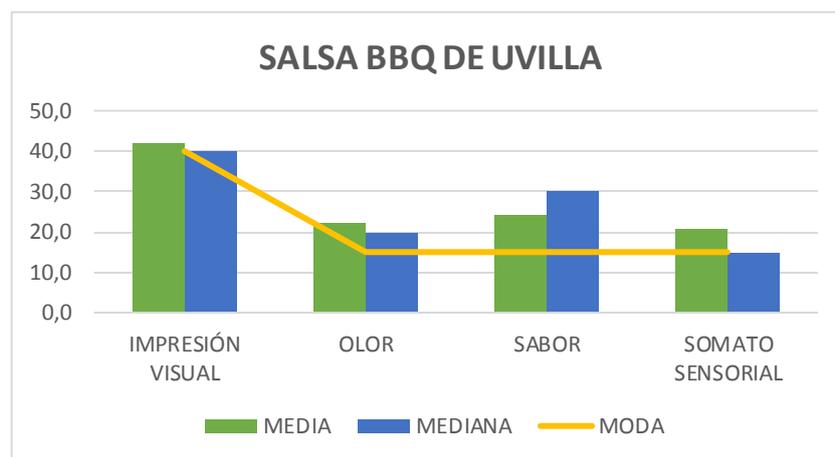


Figura 35. Diagrama de barras media, mediana y moda (salsa bbq de uvilla).

Salsa tártara de uvilla

En lo que concierne a la impresión visual de la salsa tártara de uvilla, los expertos expresaron que el brillo y la textura son adecuados y tuvieron una media de 15 puntos, siendo este el valor máximo de agrado, el primero evidencia una correcta preparación de la salsa y el segundo presenta una textura semilíquida adecuada para que se mantenga adherida a su acompañamiento. En cuanto al color este obtuvo una media aritmética de 14 puntos indicando agrado, debido a que es atractiva a la vista. (ver Tabla 34 y Figura 36).

Tabla 34. Valoración acerca de la impresión visual de la salsa tártara de uvilla.

IMPRESIÓN VISUAL	EXPERTO 1	EXPERTO 2	EXPERTO 3	EXPERTO 4	EXPERTO 5	EXPERTO 6	EXPERTO 7
Color	15	10	15	15	15	15	10
Brillo	15	15	15	15	15	15	15
Textura	15	15	15	15	15	15	15
Total	45	40	45	45	45	45	40

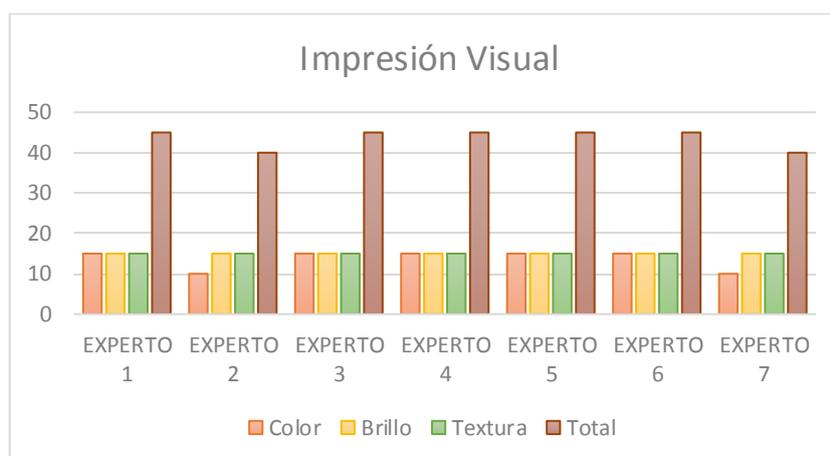


Figura 36. Diagrama de barras sobre los elementos de la impresión visual (salsa tártara de uvilla).

En relación con el olor de la salsa tártara de uvilla, los expertos manifestaron que los olores predominantes fueron el ácido con una media aritmética de 7,9 puntos; y el salado con una media aritmética de 7,1 puntos, ubicándolos en una valoración que no produjo ni agrado ni desagrado, reflejando la neutralidad en olores, esto se debe a que su componente principal es una fruta ácida-dulce y para estabilizar los sabores se añadió sal, por ende, las sustancias volátiles proporcionan los olores antes mencionados (ver Tabla 35 y Figura 37).

Tabla 35. Valoración acerca del olor de la salsa tártara de uvilla.

OLOR	EXPERTO 1	EXPERTO 2	EXPERTO 3	EXPERTO 4	EXPERTO 5	EXPERTO 6	EXPERTO 7
Ácido	0	10	0	15	15	10	0
Dulce	0	15	0	0	0	0	0
Salado	15	10	15	0	0	0	15
Total	15	35	15	15	15	10	15

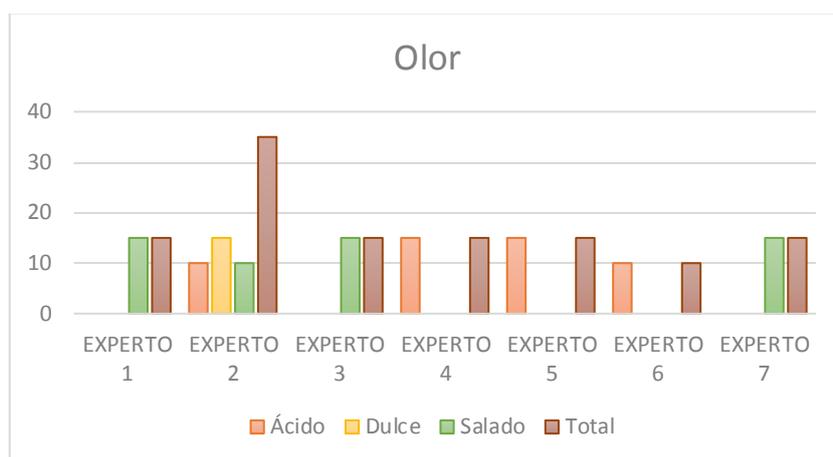


Figura 37. Diagrama de barras sobre los elementos del olor (salsa tártara de uvilla).

En lo referente al sabor de la salsa tártara de uvilla, los expertos expusieron que era salado agradable con una media aritmética de 11,4 puntos, porque al tener como base mayonesa esta tiene un sabor salado, pero equilibrado con el resto de ingredientes proporcionando un sabor agradable. Asimismo, humecta y potencia el sabor del producto con el cual se desee acompañar (ver Tabla 36 y Figura 38).

Tabla 36. Valoración acerca del sabor de la salsa tártara de uvilla.

SABOR	EXPERTO 1	EXPERTO 2	EXPERTO 3	EXPERTO 4	EXPERTO 5	EXPERTO 6	EXPERTO 7
Ácido	0	10	15	15	10	10	10
Dulce	0	10	0	0	0	0	0
Salado	15	10	15	15	0	15	10
Total	15	30	30	30	10	25	20

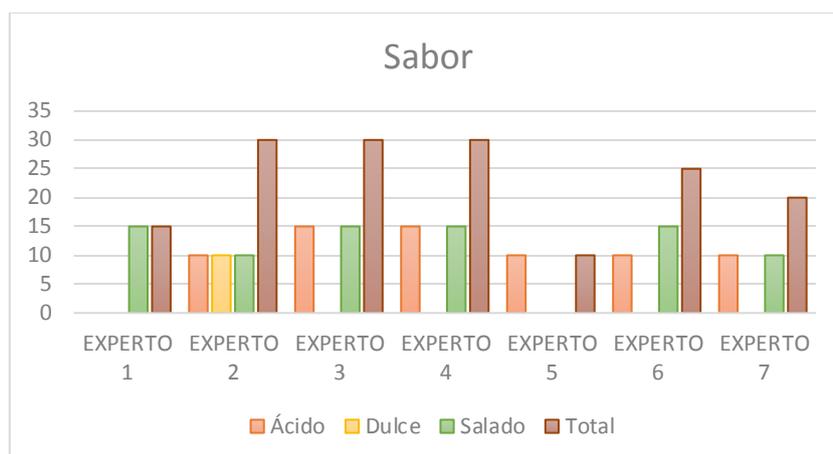


Figura 38. Diagrama de barras sobre los elementos del sabor (salsa tártara de uvilla).

Con respecto al análisis somato sensorial de la salsa tártara de uvilla, se pudo evidenciar que los expertos tras probar mencionada salsa experimentaron una sensación astringente y refrescante, representadas con una media aritmética de 8,6 puntos, lo cual evidenció que no les produjo agrado ni desagrado pero, es aceptable, estas sensaciones se producen debido a que la preparación tiene ingredientes como alcaparras y pepinos en vinagre, por lo cual es importante retirar la mayor cantidad de vinagre de los mimos para así evitar tener una astringencia que evoque desagrado, y la sensación de frescura es debido a que contiene trozos de uvilla que al masticarlos evocan mencionada sensación (ver Tabla 37 y Figura 39).

Tabla 37. Valoración acerca del análisis somato sensorial de la salsa tártara de uvilla.

SOMATO SENSORIAL	EXPERTO 1	EXPERTO 2	EXPERTO 3	EXPERTO 4	EXPERTO 5	EXPERTO 6	EXPERTO 7
Astringente	0	15	15	10	10	10	0
Ardiente	0	10	15	10	0	0	0
Refrescante	15	10	0	0	10	10	15
Total	15	35	30	20	20	20	15

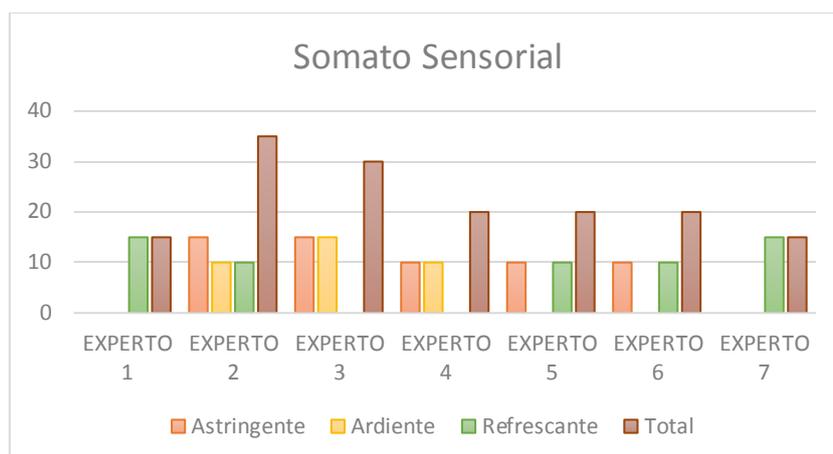


Figura 39. Diagrama de barras sobre los elementos del análisis somato sensorial (salsa tártara de uvilla).

Las medidas de tendencia central que presenta la salsa tártara de uvilla se pueden evidenciar en la Figura 40, en cuanto a la impresión visual se obtuvo una media aritmética de 43,6 puntos, esto indicó que la salsa fue agradable visualmente, en cuanto al olor la media aritmética fue de 17,1 puntos indicando que no presentó agrado ni desagrado en los expertos, el sabor y el análisis somato sensorial tuvieron una media aritmética de 22 puntos, demostrando que estas variables ni agradan ni desagradan, pero se mantiene una neutralidad; sin embargo, son aceptadas por los degustadores.

En lo referente a la mediana en impresión visual se tuvo 45 puntos, en olor 15 puntos, en sabor 25 puntos y finalmente en el análisis somato sensorial 20 puntos siendo esto los valores centrales.

En lo que respecta a la moda, esta determina la tendencia, por lo tanto, en la Figura 40 se puede observar que en impresión visual la moda es de 45 puntos y representó agrado en color, brillo y textura; el olor obtuvo una moda de 15 puntos evidenciando que el atributo con mayor presencia fue el salado y generó agrado en los expertos, en sabor la moda fue de 30 puntos, indicando que es de agrado al consumir la salsa, puesto que los sabores predominantes fueron el ácido y salado; finalmente el análisis somato sensorial presentó una moda de 20 puntos indicando que no causó agrado ni desagrado, además se evidenció la presencia de dos de los tres atributos que contempla mencionada variable, los mismos que son astringente y refrescante.

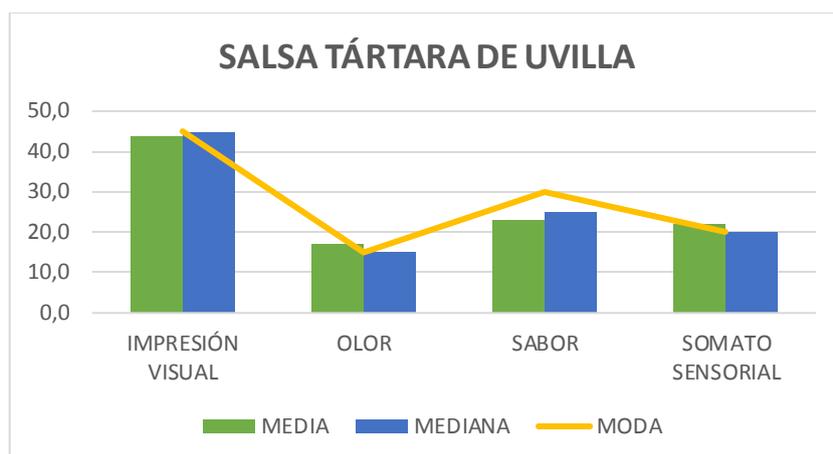


Figura 40. Diagrama de barras media, mediana y moda (salsa tártara de uvilla).

Salsa picante de uvilla

En relación con la impresión visual de la salsa picante de uvilla, los expertos manifestaron que tanto el color como el brillo son adecuados, por ello obtuvieron una media aritmética de 13,6 puntos; lo cual representa que es agradable, el brillo la hace apetecible y el color es un anaranjado, que en el ámbito gastronómico capta la atención y estimula el apetito, además se asocia a lo saludable (ver Tabla 38 y Figura 41).

Tabla 38. Valoración acerca de la impresión visual de la salsa picante de uvilla.

IMPRESIÓN VISUAL	EXPERTO 1	EXPERTO 2	EXPERTO 3	EXPERTO 4	EXPERTO 5	EXPERTO 6	EXPERTO 7
Color	15	10	15	15	10	15	15
Brillo	10	10	15	15	15	15	15
Textura	10	5	10	5	5	10	10
Total	35	25	40	35	30	40	40

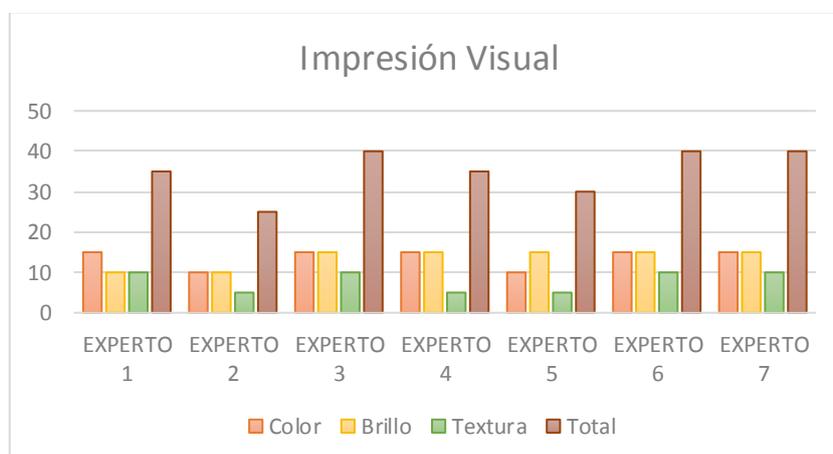


Figura 41. Diagrama de barras sobre los elementos de la impresión visual (salsa picante de uvilla).

En lo que concierne al olor de la salsa picante de uvilla, los expertos manifestaron que el olor salado fue el que mayormente se percibió y tuvo una media aritmética de 6,4 puntos, lo cual evidenció que ni les agrada ni les desagrada, este olor se debe a su composición, porque se añade sal para equilibrar el sabor ácido-dulce que tiene el zumo de uvilla, además este tiende a ser asociado con preparaciones que comúnmente son de este sabor. (ver Tabla 39 y Figura 42).

Tabla 39. Valoración acerca del olor de la salsa picante de uvilla.

OLOR	EXPERTO 1	EXPERTO 2	EXPERTO 3	EXPERTO 4	EXPERTO 5	EXPERTO 6	EXPERTO 7
Ácido	0	10	5	10	0	0	15
Dulce	0	15	0	0	15	0	0
Salado	15	10	0	0	0	10	10
Total	15	35	5	10	15	10	25

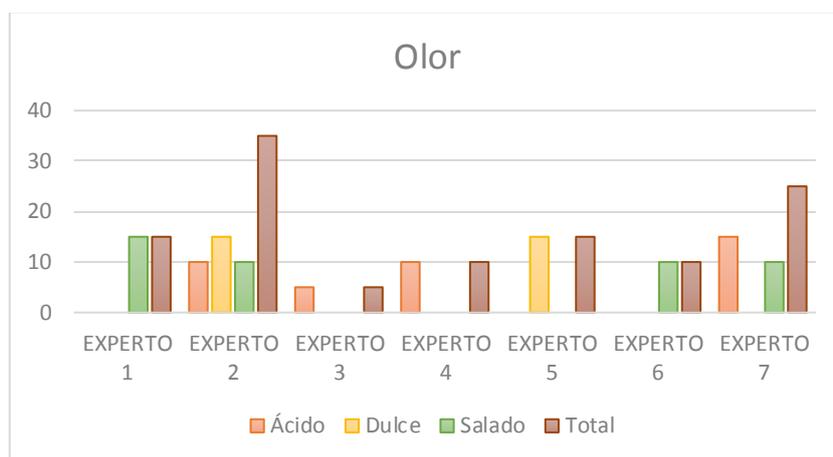


Figura 42. Diagrama de barras sobre los elementos del olor (salsa picante de uvilla).

En lo concerniente al sabor de la salsa picante de uvilla, se evidenció (ver Tabla 40 y Figura 43) que el sabor predominante fue el ácido con una media aritmética de 8,6 puntos, lo cual demostró que ni les agrada ni les desagrada, considerando que esta salsa tiene como base el zumo de uvilla, por ello presenta un sabor ácido-dulce.

Tabla 40. Valoración acerca del sabor de la salsa picante de uvilla.

SABOR	EXPERTO 1	EXPERTO 2	EXPERTO 3	EXPERTO 4	EXPERTO 5	EXPERTO 6	EXPERTO 7
Ácido	0	15	15	10	0	10	10
Dulce	0	10	0	10	15	10	0
Salado	15	15	0	10	0	0	15
Total	15	40	15	30	15	20	25

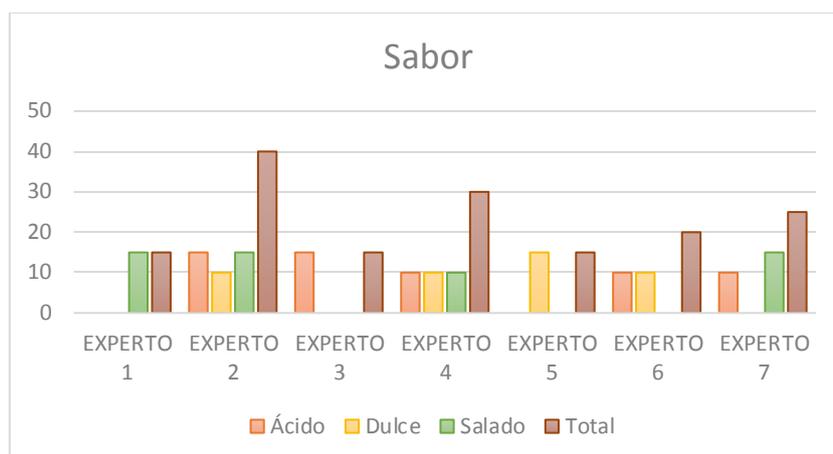


Figura 43. Diagrama de barras sobre los elementos del sabor (salsa picante de uvilla).

En cuanto al análisis somato sensorial de la salsa picante de uvilla, los expertos indicaron que mencionada salsa presentó una sensación ardiente luego de consumirla, tuvo una media aritmética de 8 puntos, representando ni agrado ni desagrado, esta sensación es característica de esta salsa picante, debido a que tiene como ingrediente el ají, asimismo, en mencionada preparación se estableció un picante moderado para evitar el desagrado del consumidor (ver Tabla 41 y Figura 44).

Tabla 41. Valoración acerca del análisis somato sensorial de la salsa picante de uvilla.

SOMATO SENSORIAL	EXPERTO 1	EXPERTO 2	EXPERTO 3	EXPERTO 4	EXPERTO 5	EXPERTO 6	EXPERTO 7
Astringente	15	10	0	15	0	0	0
Ardiente	0	10	10	0	15	15	10
Refrescante	0	10	0	0	15	15	0
Total	15	30	10	15	30	30	10

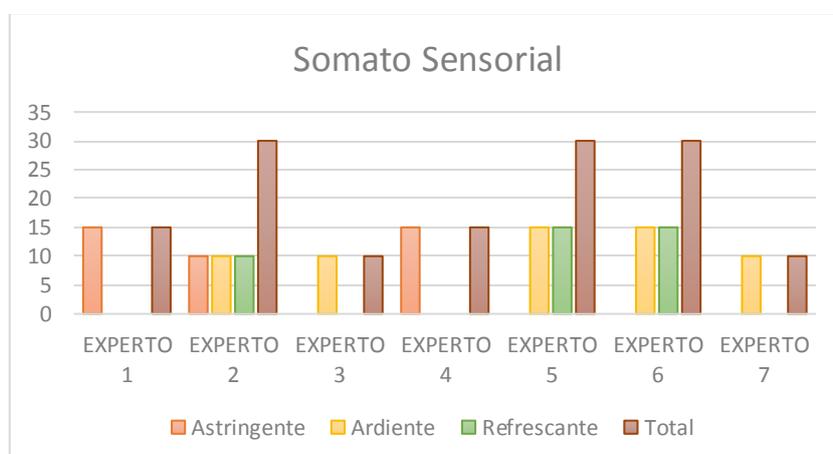


Figura 44. Diagrama de barras sobre los elementos del análisis somato sensorial (salsa picante de uvilla).

Con relación al análisis de las variables de la salsa picante de uvilla, se puede observar en la Figura 45 que en la impresión visual se tuvo una media aritmética de 35 puntos, indicando que la salsa es agradable visualmente de acuerdo a sus atributos como color, brillo y textura, en cuanto a la media aritmética del olor fue de 16,4 puntos, evidenciando neutralidad en el mismo, puesto que el olor ni agradó ni desagradó a los degustadores, seguidamente se tiene el sabor con una media aritmética de 22,9 puntos, lo cual indicó que el sabor no produjo ni agrado ni desagrado y finalmente el análisis somato sensorial con una media aritmética de 20 puntos que reflejó que no agrada ni desagrada la presencia de las sensaciones que forman parte del análisis somato sensorial.

Con relación a la mediana este es el valor que se encuentra en la posición central, por ello se obtuvo en impresión visual 35 puntos, en olor 15 puntos, en sabor 20 puntos y finalmente en análisis somato sensorial 15 puntos.

Continuando, se presenta la moda que es la tendencia que reflejó cada una de las variables, por lo tanto, para la impresión visual se obtuvo una moda de 40 puntos evidenciando la tendencia de agrado de los degustadores en los tres atributos (color, brillo y textura) que contempla dicha variable, el olor y sabor presentaron una moda de 15 puntos indicando aceptabilidad por uno de los tres atributos de dichas variables, en este caso en olor es salado y en sabor es ácido, las mismas que ni agradan ni desagradan, finalmente el análisis somato sensorial presentó una moda de 30 puntos (ver Figura 45), reflejando que es de agrado para los expertos las sensaciones percibidas, en este caso estas fueron ardiente y refrescante.

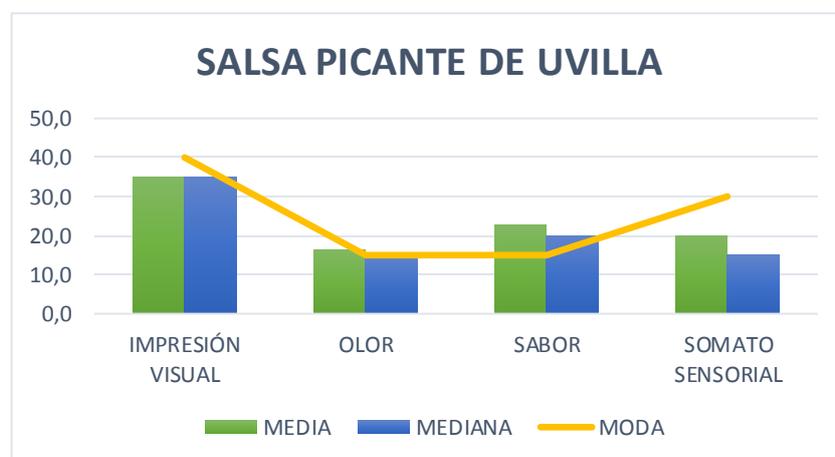


Figura 45. Diagrama de barras media, mediana y moda (salsa picante de uvilla).

Vinagreta de uvilla y soya

En lo que concierne a la impresión visual de la vinagreta de uvilla y soya, se evidenció que el brillo, color y textura captaron la atención de los expertos y tuvieron como media aritmética 14, 10,7 y 12,8 puntos, lo que significó que es de su agrado, es por ello, que en una vinagreta el brillo es importante debido a su composición, ya que por una parte ácida se agrega 3 partes de grasa, lo cual proporciona brillo y la hace agradable a la vista, el color es otro factor que influye al momento de consumir una vinagreta, en este caso este es aportado por el zumo de la fruta; y la textura al ser adecuada se adhiere al acompañamiento potencializando el sabor del mismo, en este caso la salsa de soya ayudó a la emulsión de la vinagreta dándole estabilidad (ver Tabla 42 y Figura 46).

Tabla 42. Valoración acerca de la impresión visual de la vinagreta de uvilla y soya.

IMPRESIÓN VISUAL	EXPERTO 1	EXPERTO 2	EXPERTO 3	EXPERTO 4	EXPERTO 5	EXPERTO 6	EXPERTO 7
Color	15	5	5	10	15	10	15
Brillo	15	10	15	15	15	15	15
Textura	10	10	15	10	15	15	15
Total	40	25	35	35	45	40	45

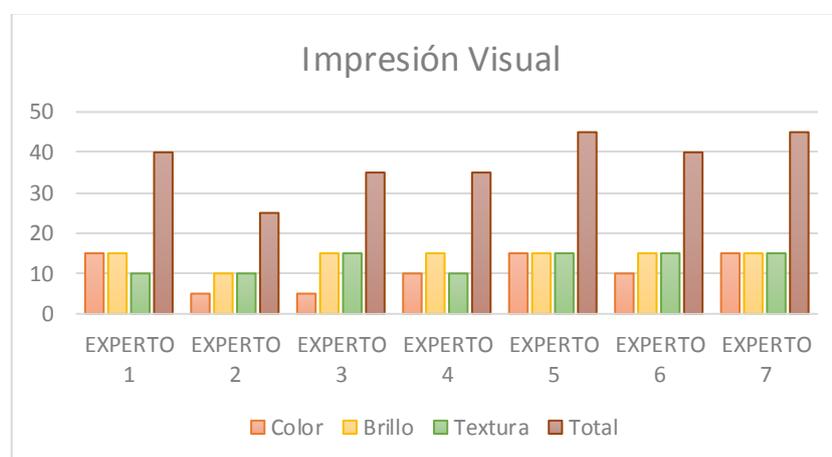


Figura 46. Diagrama de barras sobre los elementos de la impresión visual (vinagreta de uvilla y soya).

En lo que se refiere al olor de la vinagreta de uvilla y soya, los expertos expresaron que el olor predominante en mencionada vinagreta es el ácido con una media aritmética de 10 puntos, evidenciando que ni les agrada ni les desagrada, la vinagreta presentó este olor debido a su composición, tiene un medio ácido en este caso el

zumo de uvilla y el vinagre de manzana para así equilibrar la acidez (ver Tabla 43 y Figura 47).

Tabla 43. Valoración acerca del olor de la vinagreta de uvilla y soya.

OLOR	EXPERTO 1	EXPERTO 2	EXPERTO 3	EXPERTO 4	EXPERTO 5	EXPERTO 6	EXPERTO 7
Ácido	0	10	0	15	15	15	15
Dulce	0	10	15	10	15	0	0
Salado	15	10	0	10	0	0	10
Total	15	30	15	35	30	15	25

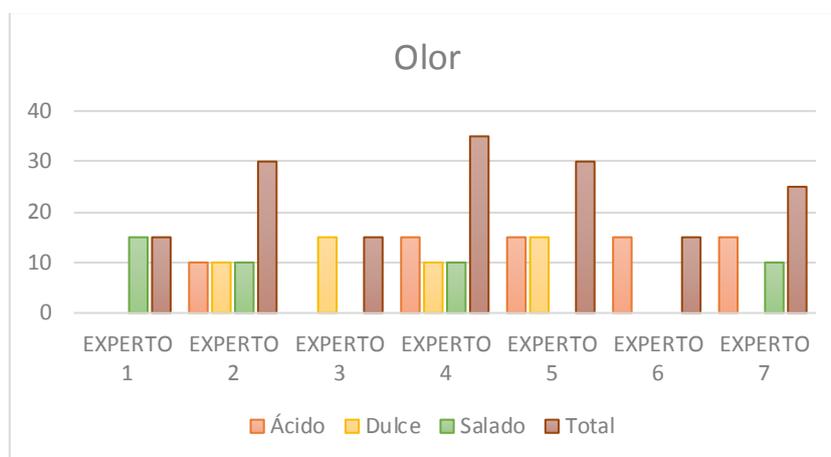


Figura 47. Diagrama de barras sobre los elementos del olor (vinagreta de uvilla y soya).

En relación con el sabor de la vinagreta de uvilla y soya, los degustadores manifestaron que el sabor principal que presentó mencionada preparación es el salado con una media aritmética de 10 puntos, seguido por el ácido con una media aritmética de 9 puntos; lo cual evidenció que ni les agrada ni les desagrada los dos sabores, debido a que al combinarse se equilibran y hacen que la vinagreta presente un sabor agradable y apetecible al paladar (ver Tabla 44 y Figura 48).

Tabla 44. Valoración acerca del sabor de la vinagreta de uvilla y soya.

SABOR	EXPERTO 1	EXPERTO 2	EXPERTO 3	EXPERTO 4	EXPERTO 5	EXPERTO 6	EXPERTO 7
Ácido	0	10	15	15	0	10	15
Dulce	0	10	15	15	0	10	0
Salado	15	10	0	15	15	0	15
Total	15	30	30	45	15	20	30

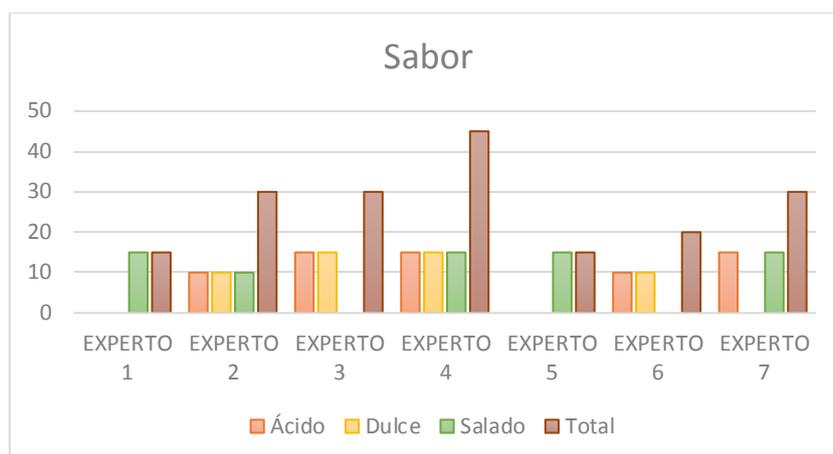


Figura 48. Diagrama de barras sobre los elementos del sabor (vinagreta de uvilla y soya).

En lo que concierne al análisis somato sensorial de la vinagreta de uvilla y soya, se evidenció que los expertos luego de probar la vinagreta sintieron una sensación refrescante, por lo cual obtuvo una media aritmética de 9,2 puntos, lo cual significa que ni les agrada ni les desagrada mencionada sensación (ver Tabla 45 y Figura 49), esto se debe a que la vinagreta tiene como base el zumo de uvilla, por lo tanto, tiene una sensación frutal, lo cual evoca frescura.

Tabla 45. Valoración acerca del análisis somato sensorial de la vinagreta de uvilla y soya.

SOMATO SENSORIAL	EXPERTO 1	EXPERTO 2	EXPERTO 3	EXPERTO 4	EXPERTO 5	EXPERTO 6	EXPERTO 7
Astringente	15	5	0	10	15	0	0
Ardiente	0	10	0	0	0	0	15
Refrescante	0	10	15	0	10	15	15
Total	15	25	15	10	25	15	30

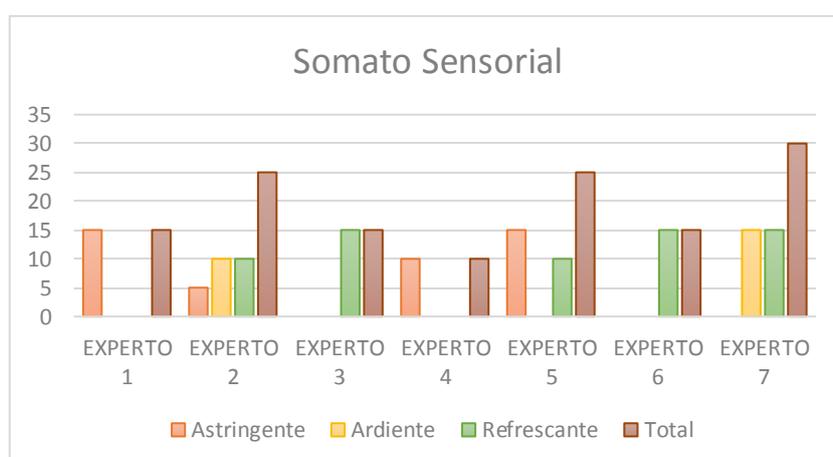


Figura 49. Diagrama de barras sobre los elementos del análisis somato sensorial (vinagreta de uvilla y soya).

Las medidas de tendencia central que presenta la vinagreta de uvilla y soya se puede observar en la Figura 50, en cuanto a la impresión visual esta obtuvo una media aritmética de 37,9 puntos, lo cual indicó que es agradable visualmente en cuanto a color, brillo y textura, en olor la media aritmética fue 23,6 puntos, reflejando que no causó agrado ni desagrado; el sabor es de 26,4 puntos; y el análisis somato sensorial es de 19,3 puntos, lo cual reflejó que no agrada ni desagrada a los expertos mencionadas variables; sin embargo, son aceptadas.

En lo referente a la mediana en impresión visual se tiene 40 puntos, en olor 25 puntos, en sabor 30 puntos y finalmente en análisis somato sensorial 15 puntos, siendo estos los valores centrales.

En concordancia con la moda que es la que determina la tendencia, se pudo observar que en impresión visual la moda fue de 40 puntos, agradando visualmente en color, brillo y textura, el olor presentó una moda de 15 puntos y evidenció que el olor con mayor precepción fue el ácido, el mismo que no causa desagrado, en cuanto al sabor la moda fue de 30 puntos, indicando que es de agrado al consumirla, los sabores con mayor percepción fueron el ácido y salado que al combinarse generan un equilibrio en sabor; finalmente el análisis somato sensorial con una moda de 15 puntos reflejando un atributo (refrescante) percibido de los tres que contempla mencionada variable.

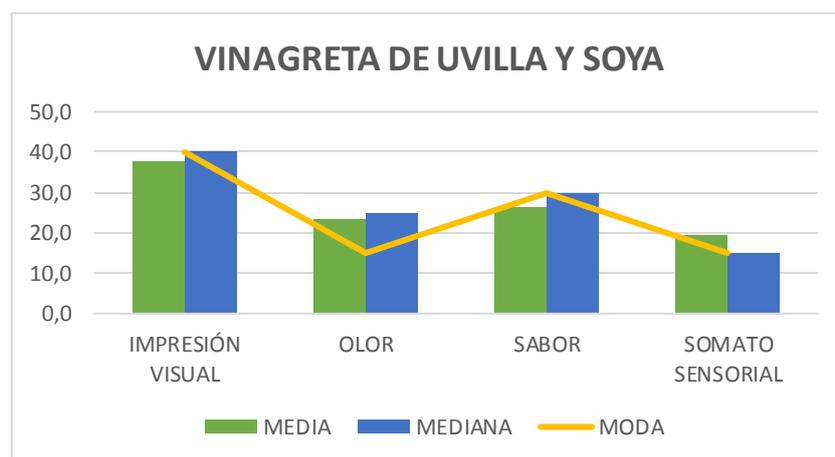


Figura 50. Diagrama de barras media, mediana y moda (vinagreta de uvilla y soya).

Vinagreta de uvilla y mostaza

En lo que se refiere a la impresión visual de la vinagreta de uvilla y mostaza, los degustadores indicaron que en mencionada vinagreta el color, el brillo y la textura son

adecuados, por lo tanto, tuvo una media aritmética de 14,3 puntos, lo cual significó que es de su agrado, en cuanto al color este es amarillo mostaza debido al zumo de uvilla y a la mostaza dijón, este color en el área gastronómica es un captador de atención y estimula las ganas de comer; el brillo indica que fue elaborada correctamente y de igual manera capta la atención del consumidor. Finalmente, la textura que es líquida, característica de una vinagreta para que se pueda incorporar con facilidad a una ensalada (ver Tabla 46 y Figura 51).

Tabla 46. Valoración acerca de la impresión visual de la vinagreta de uvilla y mostaza.

IMPRESIÓN VISUAL	EXPERTO 1	EXPERTO 2	EXPERTO 3	EXPERTO 4	EXPERTO 5	EXPERTO 6	EXPERTO 7
Color	15	10	15	15	15	15	15
Brillo	15	10	15	15	15	15	15
Textura	15	10	15	15	15	15	15
Total	45	30	45	45	45	45	45

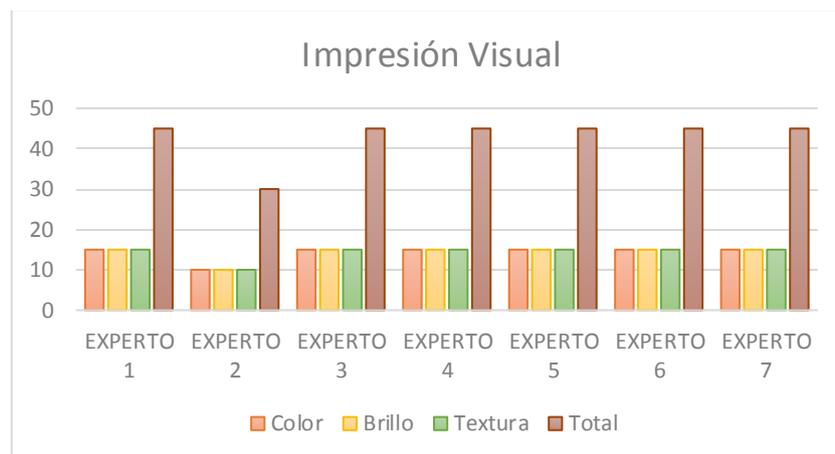


Figura 51. Diagrama de barras sobre los elementos de la impresión visual (vinagreta de uvilla y mostaza).

En referencia al olor de la vinagreta de uvilla y mostaza, los expertos indicaron que el olor predominante en la vinagreta es el ácido con una media aritmética de 11,4 puntos indicando que fue de su agrado, este olor se debe a su composición, en este caso tiene zumo de uvilla y vinagre de manzana, considerando que uno de los ingredientes principales en este tipo de preparaciones es un medio ácido, por ello su olor (ver Tabla 47 y Figura 52).

Tabla 47. Valoración acerca del olor de la vinagreta de uvilla y mostaza.

OLOR	EXPERTO 1	EXPERTO 2	EXPERTO 3	EXPERTO 4	EXPERTO 5	EXPERTO 6	EXPERTO 7
Ácido	15	10	15	15	15	10	0
Dulce	0	10	0	15	0	0	15
Salado	0	10	0	0	10	0	0
Total	15	30	15	30	25	10	15

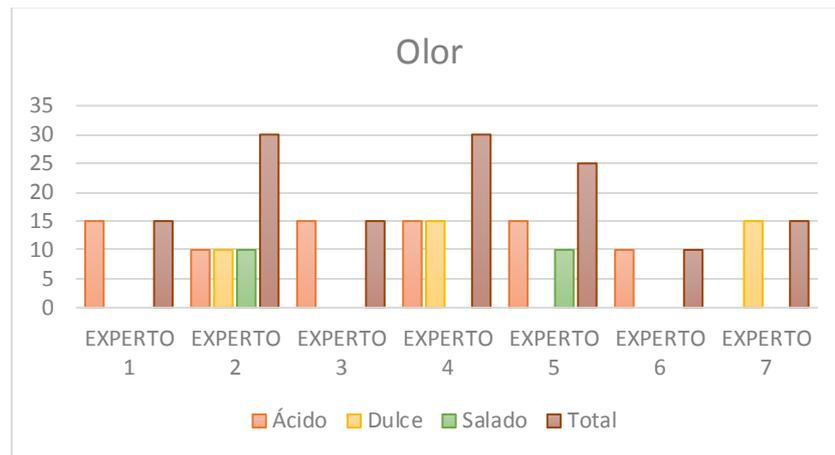


Figura 52. Diagrama de barras sobre los elementos del olor (vinagreta de uvilla y mostaza).

En lo que concierne al sabor de la vinagreta de uvilla y mostaza, se evidenció que este fue ácido y tuvo una media aritmética de 13,6 puntos, lo que indicó que es agradable, en lo que refiere al sabor dulce este obtuvo como media aritmética 11,4 puntos, la presencia de estos sabores se debe a la uvilla que tiene sabor ácido-dulce lo que genera que la vinagreta sea adecuada para ser utilizada en ensaladas y de esta manera realzar el sabor de las mismas (ver Tabla 48 y Figura 53).

Tabla 48. Valoración acerca del sabor de la vinagreta de uvilla y mostaza.

SABOR	EXPERTO 1	EXPERTO 2	EXPERTO 3	EXPERTO 4	EXPERTO 5	EXPERTO 6	EXPERTO 7
Ácido	15	10	15	10	15	15	15
Dulce	0	10	15	10	15	15	15
Salado	0	10	0	10	15	0	15
Total	15	30	30	30	45	30	45

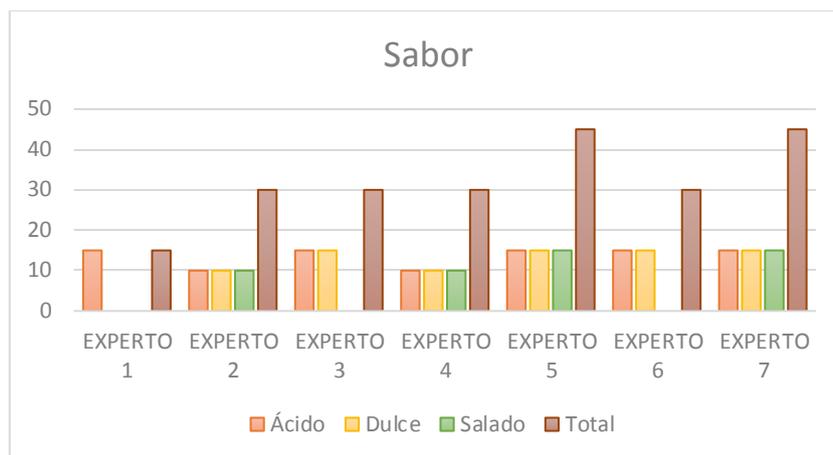


Figura 53. Diagrama de barras sobre los elementos del sabor (vinagreta de uvilla y mostaza).

Con relación al análisis somato sensorial de la vinagreta de uvilla y mostaza, los expertos mencionaron que evocó una sensación refrescante y presentó una media aritmética de 13,6 puntos evidenciando su agrado, la vinagreta produce esta sensación debido a su componente base que es el zumo de uvilla, este evoca frescura debido a su sabor y olor (ver Tabla 49 y Figura 54).

Tabla 49. Valoración acerca del análisis somato sensorial de la vinagreta de uvilla y mostaza.

SOMATO SENSORIAL	EXPERTO 1	EXPERTO 2	EXPERTO 3	EXPERTO 4	EXPERTO 5	EXPERTO 6	EXPERTO 7
Astringente	0	5	0	10	15	0	0
Ardiente	0	10	0	15	0	0	0
Refrescante	15	10	15	15	15	10	15
Total	15	25	15	40	30	10	15

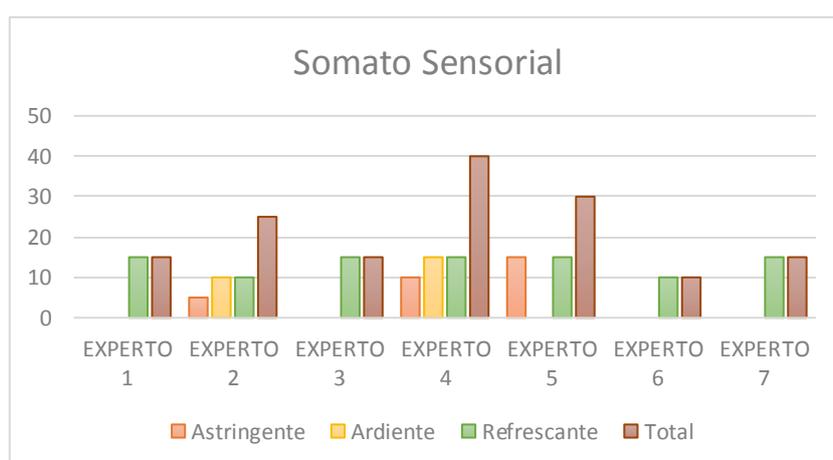


Figura 54. Diagrama de barras sobre los elementos del análisis somato sensorial (vinagreta de uvilla y mostaza).

En cuanto al análisis de la tendencia de las variables de la vinagreta de uvilla y mostaza, se puede observar en la Figura 55 que en la impresión visual se obtuvo una media aritmética de 42,9 puntos, indicando que la vinagreta es agradable visualmente en color, brillo y textura, la media aritmética del olor es de 20 puntos demostrando que el olor ni agrada ni desagrada, es decir se mantuvo neutro, seguidamente se tiene el sabor con una media aritmética de 32,1 puntos, lo cual reflejó que el sabor es adecuado y agradable; finalmente el análisis somato sensorial con una media aritmética de 21,4 puntos, esto indicó que ni agrada ni desagrada, se mantiene neutra la presencia de sensaciones que forman parte del análisis somato sensorial.

Con relación a la mediana este es el valor que se encuentra en la posición central por ello se tiene en impresión visual 45 puntos, en olor 15 puntos, el sabor 30 puntos y finalmente en análisis somato sensorial 15 puntos.

Seguidamente, se presenta la moda que evidencia la tendencia que tiene cada una de las variables, por lo tanto, para la impresión visual se obtuvo una moda de 45 puntos evidenciando la tendencia de agrado de los degustadores en los tres atributos (color, brillo, textura) que contempla esta variable, el olor y el análisis somato sensorial tuvieron una moda de 15 puntos (ver Figura 55), indicando que presenta mayor percepción uno de los tres atributos que tiene cada una de las variables, en este caso el olor ácido y en análisis somato sensorial la sensación refrescante; finalmente el sabor tiene una moda de 30 puntos representando agrado, en este caso de los tres atributos dos de ellos fueron mayormente percibidos como son el ácido y el dulce.

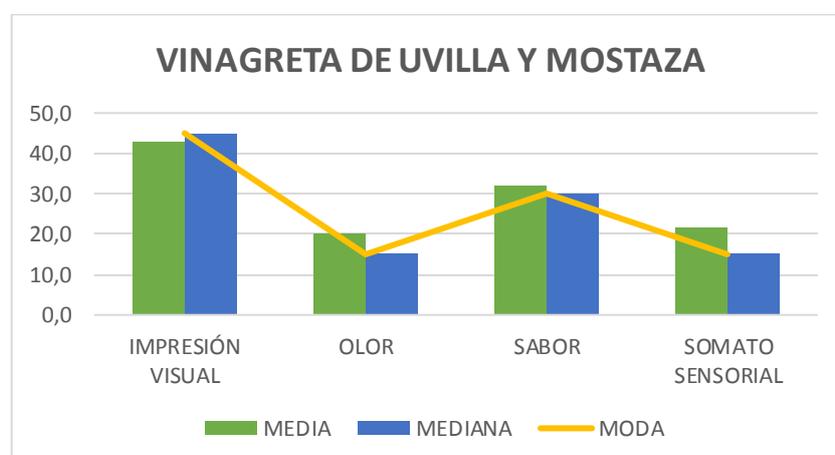


Figura 55. Diagrama de barras media, mediana y moda (salsa de uvilla y albahaca).

Para determinar la salsa y vinagreta a las cuales se aplicará el análisis de marketing mix se analizó la Figura 57 que representa las medidas de tendencia central que tiene cada una de las variables que se midieron en este caso impresión visual, olor, sabor y análisis somato sensorial para cada una de las salsas y vinagretas, se compararon con la Figura 56 que contempla la aceptabilidad que tuvieron las mismas.

Como resultado de la comparación realizada se pudo determinar que la salsa que mayor tendencia (moda) presentó es la salsa tártara de uvilla como se puede observar tiene una tendencia elevada en impresión visual, seguido por el sabor, análisis somato sensorial y finalmente el olor, asimismo presentó una tendencia de aceptación de 15 puntos siendo esta la puntuación máxima.

De igual manera la vinagreta con mayor tendencia fue la vinagreta de uvilla y mostaza que tuvo tendencia (moda) en las variables medidas ubicándose en el siguiente orden impresión visual, seguido por el sabor, análisis somato sensorial y finalmente el olor, además en la aceptabilidad por parte de los expertos presentó una moda de 15 puntos. En concordancia con lo expuesto, es evidente que existe una preferencia tanto por la salsa como por la vinagreta.

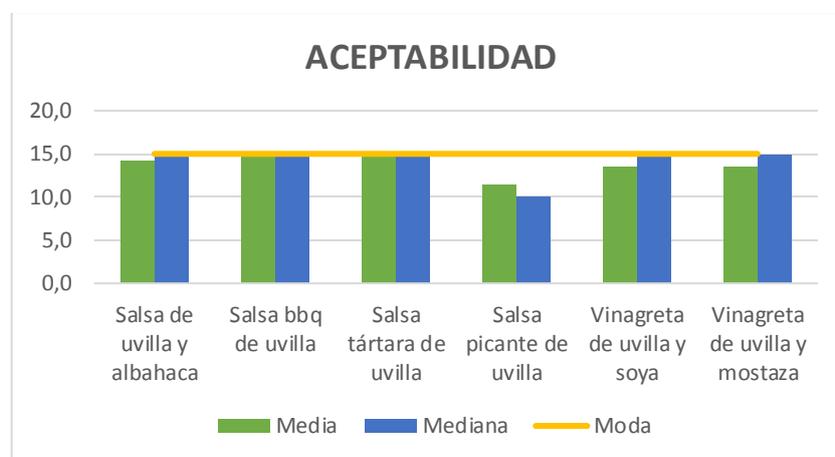


Figura 56. Medidas de tendencia central de la aceptabilidad de las salsas y vinagretas.

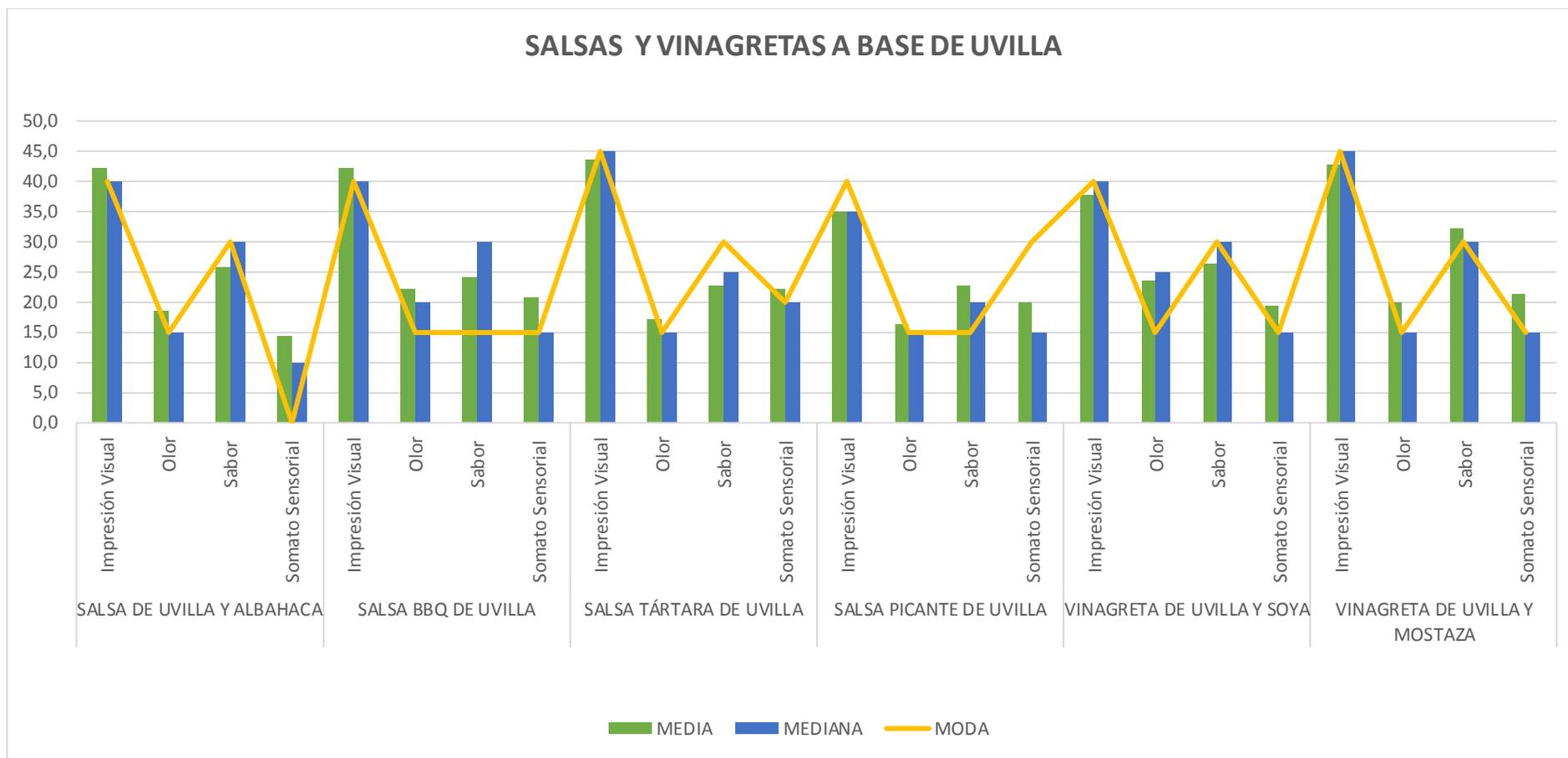


Figura 57. Medidas de tendencia central de las variables evaluadas en las salsas y vinagretas.

Continuando con el análisis de marketing mix, este detalla cada una de las cuatros P's (Producto, Precio, Plaza, Promoción) para la salsa tártara de uvilla y la vinagreta de uvilla y mostaza, tal como se observa en la Tabla 50 y Tabla 51, detallando que comprende cada uno de los componentes del marketing mix con la finalidad de cumplir con el objetivo de establecer los parámetros adecuados para introducir un nuevo producto al mercado, en este caso la salsa tártara de uvilla y la vinagreta de uvilla y mostaza, el mismo que inicia en el Sector de Llano Grande con proyección a nivel nacional.

Tabla 50. Análisis de marketing mix de la salsa tártara de uvilla.

SALSA TÁRTARA DE UVILLA	
Producto	Precio
<p>Caracterización del producto</p> <ul style="list-style-type: none"> • Salsa color blanquecino. • Contiene trozos de uvilla. • Presenta puntos amarillos y marrones debido a la mostaza dijón. • Presenta trozos verdosos debido a las alcaparras y los pepinos. • Olor ácido – salado. • Textura semilíquida – fácilmente untable. • Sabor salado agradable al gusto, ácido – dulce al momento de masticar los trozos de fruta. • Sensación refrescante. <p>Envase</p> <ul style="list-style-type: none"> • Envase de cristal • Tapa hermética • Tapa con una cobertura plástica. • Capacidad de 250 gramos. • Contendrá 12 porciones de 20 gramos. • Cinta de seguridad en la tapa. • Envase reutilizable. 	<p>Estrategias de precios</p> <ul style="list-style-type: none"> • El precio fue establecido de acuerdo a la receta estándar (costo= \$ 0,19 porción), resultando como costo total \$ 2,28. • De igual manera se tomó en cuenta los insumos que engloba el producto (envase, etiqueta, cinta de seguridad = \$ 1,50). • Por lo tanto, el precio con el cual se ofertará el producto es de \$ 3,78 c/u. • Asimismo, se realizará alianzas estratégicas con los productores para mantener e incluso reducir costos. • Se tomó en cuenta el precio de las salsas de frutas que se ofertan en el mercado con precios que oscila entre \$ 4,40 a \$ 3,90. • Implementar un precio especial de lanzamiento que haga que el cliente no quiera desaprovechar la oportunidad.

<p>Etiqueta</p> <ul style="list-style-type: none"> • Adhesiva • Colores café con la imagen de la uvilla. • Logo • Slogan “Una experiencia memorable”. • Información nutricional. • Semáforo nutricional. • Ingredientes. • Nombre del producto. • Fecha de elaboración y fecha de caducidad. 	
Plaza	Promoción
<p>Canales de distribución</p> <ul style="list-style-type: none"> • Canal de distribución Minoristas (bodegas, micromercados y tiendas) y mayorista en este caso el más popular del sector. <p>Logística</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se realizará mediante camiones repartidores que lleven el producto al lugar que requiere el comprador. <p>Lugar</p> <ul style="list-style-type: none"> • Llano Grande <p>Minoristas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bodegas • Micromercados • Tiendas <p>Mayorista</p> <ul style="list-style-type: none"> • Santa María <p>Ubicación</p> <ul style="list-style-type: none"> • La producción y distribución se ubicará en la Urbanización Sierra Dorada (Calle Caspicara y Luis Heredia) considerando que es un lugar estratégico para la distribución al estar cerca de los potenciales clientes. <p>Transporte</p>	<p>La promoción de la salsa se realizará mediante los siguientes medios publicitarios.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Publicidad visual (volantes en papel couche, con colores representativos de la fruta los mismos que evoquen salud y frescura e influya en la compra del producto). • Promoción del producto mediante influencer, éste grabará un pequeño comercial presentando el producto para de esta manera persuadir en el consumidor. • Publicitar el producto en redes sociales (Facebook), este se realizará mediante publicaciones del producto y su precio, las mismas que serán renovadas cada 3 meses. • Recomendaciones de clientes satisfechos, mediante la publicación de una fotografía en la cual recomienden el producto mediante Facebook. • Degustación, se realizará en los establecimientos elegidos en este caso bodegas, tiendas,

<ul style="list-style-type: none"> • Será mediante un camión que distribuirá el producto a su destino. <p>Cobertura</p> <ul style="list-style-type: none"> • El producto cubrirá el mercado del sector de Llano Grande y Calderón mediante entregas al por mayor, teniendo una proyección de cobertura más amplia tanto a nivel de ciudad como nacional. • Consumidores de nivel económico medio y alto. 	<p>micromercados y Santa María, para de esta manera influir en los consumidores para que la adquieran.</p>
--	--

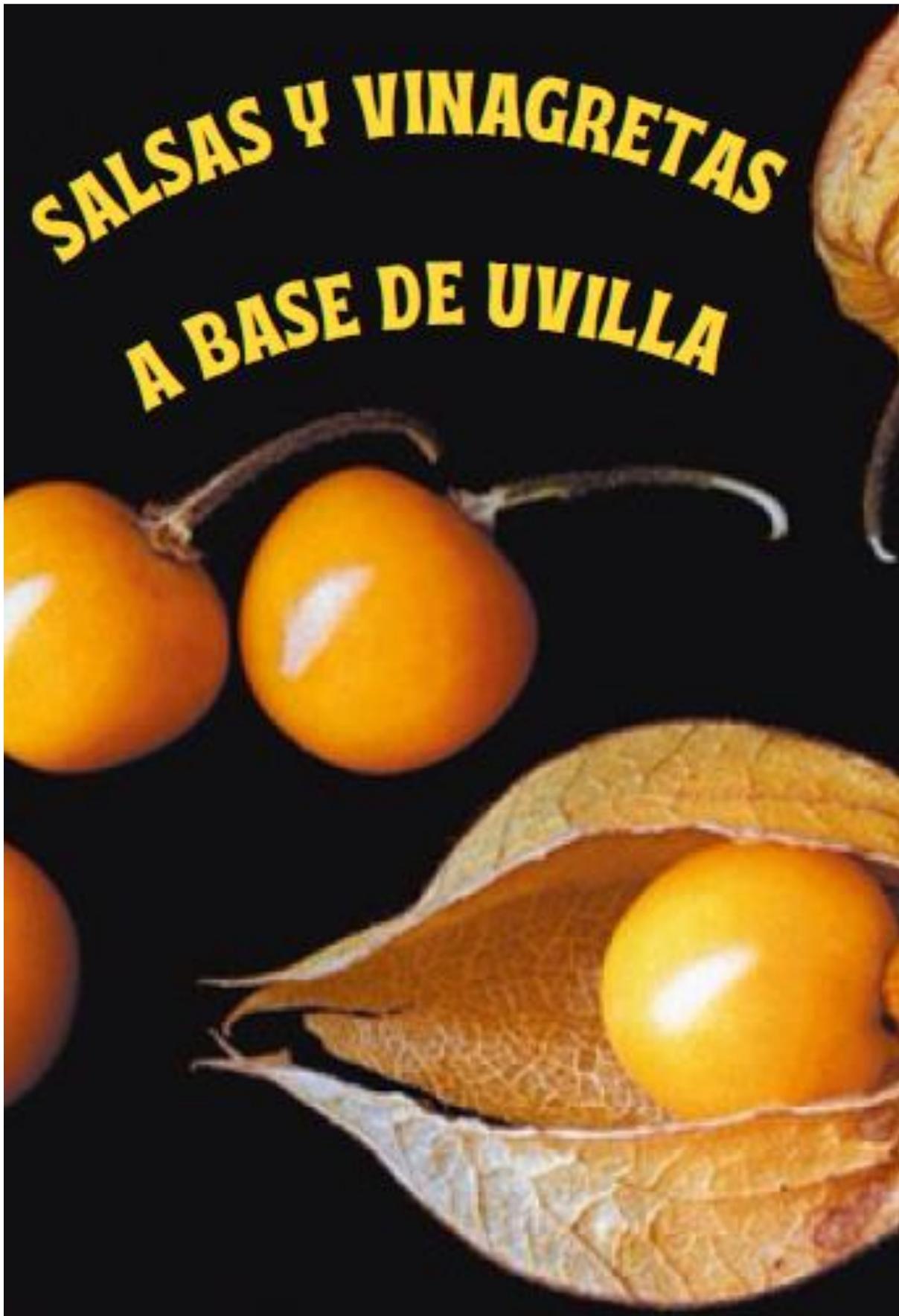
Tabla 51. Análisis de marketing mix de la vinagreta de uvilla y mostaza.

VINAGRETA DE UVILLA Y MOSTAZA	
Producto	Precio
<p>Caracterización del producto</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vinagreta color amarillo mostaza. • Presenta puntos amarillos y marrones debido a la mostaza dijón. • Olor ácido. • Textura líquida y brillante – fácil de incorporar a ensaladas. • Sabor ácido - dulce agradable al gusto. • Sensación refrescante. <p>Envase</p> <ul style="list-style-type: none"> • Envase de cristal • Tapa hermética • Tapa con una cobertura plástica. • Capacidad de 160 ml. • Contendrá 10 porciones de 15 ml. • Cinta de seguridad en la tapa. • Envase reutilizable. <p>Etiqueta</p> <ul style="list-style-type: none"> • Adhesiva • Colores café con la imagen de la uvilla. • Logo 	<p>Estrategias de precios</p> <ul style="list-style-type: none"> • El precio fue establecido de acuerdo a la receta estándar (costo= \$ 0,07 porción), resultando como costo total \$ 0,70. • De igual manera se tomó en cuenta los insumos que engloba el producto (envase, etiqueta, cinta de seguridad = \$ 1,15). • Por lo tanto, el precio con el cual se ofertará el producto es de \$ 1,85 c/u. • Asimismo, se realizará alianzas estratégicas con los productores para mantener e incluso reducir costos. • Se tomó en cuenta el precio de las vinagretas de frutas que se ofertan en el mercado con precios que oscila entre \$ 2,95 a \$ 2,25. • Implementar un precio especial de lanzamiento que haga que el cliente no quiera desaprovechar la oportunidad.

<ul style="list-style-type: none"> • Slogan “Una experiencia memorable”. • Información nutricional. • Semáforo nutricional. • Ingredientes. • Nombre del producto. • Fecha de elaboración y fecha de caducidad. 	
Plaza	Promoción
<p>Canales de distribución</p> <ul style="list-style-type: none"> • Canal de distribución Minoristas (bodegas, micromercados y tiendas) y mayorista en este caso el más popular del sector. <p>Logística</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se realizará mediante camiones repartidores que lleven el producto al lugar que requiere el comprador. <p>Lugar</p> <ul style="list-style-type: none"> • Llano Grande. <p>Minoristas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bodegas • Micromercados • Tiendas <p>Mayorista</p> <ul style="list-style-type: none"> • Santa María <p>Ubicación</p> <ul style="list-style-type: none"> • La producción y distribución se ubicará en la Urbanización Sierra Dorada (Calle Caspicara y Luis Heredia) considerando que es un lugar estratégico para la distribución al estar cerca de los potenciales clientes. <p>Transporte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Será mediante un camión que distribuirá el producto a su destino. <p>Cobertura</p> <ul style="list-style-type: none"> • El producto cubrirá el mercado del sector de Llano Grande y Calderón mediante entregas al por mayor, teniendo una proyección de 	<p>La promoción de la salsa se realizará mediante los siguientes medios publicitarios.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Publicidad visual (volantes en papel couche, con colores representativos de la fruta los mismos que evoquen salud y frescura e influya en la compra del producto). • Promoción del producto mediante influencer, éste grabará un pequeño comercial presentando el producto para de esta manera persuadir en el consumidor. • Publicitar el producto en redes sociales (Facebook), este se realizará mediante publicaciones del producto y su precio, las mismas que serán renovadas cada 3 meses. • Recomendaciones de clientes satisfechos, mediante la publicación de una fotografía en la cual recomienden el producto mediante Facebook. • Degustación, se realizará en los establecimientos elegidos en este caso bodegas, tiendas, micromercados y Santa María, para de esta manera influir en los consumidores para que la adquieran.

cobertura más amplia tanto a nivel de ciudad como nacional. • Consumidores de nivel económico medio y alto.	
--	--

Las matrices antes expuestas permitieron establecer de manera adecuada las estrategias que se empleó para cada uno de los componentes del marketing mix 4P's (Producto, Precio, Plaza, Promoción) con la finalidad de llegar al segmento de mercado adecuado y captar la atención del mismo, para de esta manera tener una puesta en el mercado que genere un impacto positivo en el consumidor.





La uvilla (*Physalis peruviana L.*) es una fruta considerada exótica debido a sus características organolépticas como fruto carnoso, color desde verde limón hasta amarillo dorado dependiendo del ecotipo, corteza ligeramente amarga, pulpa amarilla y jugosa, sabor ácido-dulce, carne mulaginosa que rodea las semillas.

Actualmente, es una fruta que ha captado la atención por su elevado valor nutricional, ya que brinda beneficios a la salud, además forma parte de los alimentos funcionales, debido a que contiene minerales y vitaminas, elementos indispensables para el crecimiento, desarrollo y correcto funcionamiento de los diferentes órganos humanos. Es una fuente de provitamina A, vitamina C y vitaminas del complejo B (tiamina, niacina y vitamina B12).

Asimismo, posee un contenido muy elevado de proteína y fósforo, además, es fuente de hierro, excelente diurético, depurador de las vías urinarias y equilibra la presión arterial. Entre las propiedades medicinales de la fruta se encuentran propiedades diuréticas, tranquilizante, apto para diabéticos y adelgazante, también fortifica el nervio óptico, es adelgazante, entre otros.

Por lo antes expuesto, una manera innovadora de consumir esta fruta y aprovechar sus beneficios es mediante la gastronomía a través de preparaciones, por esa razón, a continuación, se presentan recetas de salsas y vinagretas elaboradas a base de la uvilla con la finalidad de que esta fruta tome protagonismo en el área gastronómica y proporcionar al consumidor sabores que evoquen experiencias.



RECETA ESTÁNDAR						
No. RECETA	1					
NOMBRE DE LA RECETA	SALSA DE UVILLA Y ALBAHACA					
NÚMERO DE PAX	20					
TIPO DE RECETA	SALSA					
CHEF RESPONSABLE	Adriana Coyago					
CIUDAD/REGIÓN						
COD	INGREDIENTE	CANTIDAD	UNI.	MISE EN PLACE	V. UNIT.	V.TOTAL
	UVILLAS	0,300	KG		2,50	0,75
	AZÚCAR MORENA	0,055	KG		1,50	0,08
	CREMA DE LECHE	0,300	L		4,75	1,43
	PIMIENTA		C/N			0,00
	ALBAHACA	0,100	KG		3,33	0,33
	SAL		C/N			0,00
COSTO DE MATERIA PRIMA						2,59
MARGEN DE ERROR(7-10%)						0,26
COSTO TOTAL DE LA PREPARACIÓN						2,85
COSTO POR PORCIÓN						0,14
COSTO GERENCIA(30%)						0,04
COSTO DE SERVICIO 10%						0,01
COSTO IVA 12%						0,02
COSTO PVP						0,22
PROCEDIMIENTO				TECNICA	TEMP	TIEMPO
1.- Lavar las uvillas y realizar un pequeño corte en la parte superior. 2.- Escaldar las uvilla (colocarlas en agua hirviendo por 30 segundos) realizar un choque térmico con agua helada y retirar la piel y reservar. 3.- Realizar una infusión con las hojas de albahaca. 4.- Procesar las uvillas junto con la infusión, colar para de esta manera separar las semillas del zumo. 5.- Colocar la preparación anterior en una olla junto con el azúcar morena y mezclar hasta que no queden restos de la misma. 6.- La preparación anterior llevar a ebullición y luego agregar crema de leche, remover hasta que contenga una textura de nape. 7.- Rectificar sabores con sal y pimienta. 8.- Finalmente agregar albahaca picada.						
				Escaldado	70°C- 91°C	30 segundos
				Hervido	92°C	



RECETA ESTÁNDAR						
No. RECETA		2				
NOMBRE DE LA RECETA		SALSA BBQ DE UVILLA				
NÚMERO DE PAX		18				
TIPO DE RECETA		SALSA				
CHEF RESPONSABLE		Adriana Coyago				
CIUDAD/REGIÓN						
COD	INGREDIENTE	CANTIDAD	UNI.	MISE EN PLACE	V. UNIT.	V.TOTAL
	UVILLA	0,250	KG		2,50	0,63
	MANTEQUILLA	0,060	KG		5,50	0,33
	SALSA DE TOMATE	0,070	KG		6,00	0,42
	SALSA INGLESA	0,100	KG		9,00	0,90
	VINAGRE DE MANZANA	0,035	L		8,40	0,29
	AZÚCAR MORENA	0,050	KG		1,50	0,08
	PAPRIKA	0,015	KG		25,00	0,38
	PIMIENTA		C/N			
	CEBOLLA	0,100	KG		1,50	0,15
	MIEL	0,025	L		14,13	0,35
	AJO	0,025	KG		1,10	0,03
	SAL		C/N			
COSTO DE MATERIA PRIMA						2,92
MARGEN DE ERROR(7-10%)						0,29
COSTO TOTAL DE LA PREPARACIÓN						3,22
COSTO POR PORCIÓN						0,18
COSTO GERENCIA(30%)						0,05
COSTO DE SERVICIO 10%						0,02
COSTO IVA 12%						0,02
COSTO PVP						0,27
PROCEDIMIENTO				TECNICA	TEMP	TIEMPO
1.- Lavar las uvillas y realizar un pequeño corte en la parte superior y reservar.						
2.- Escaldar las uvillas (colocarlas en agua hirviendo por 30 segundos) realizar un choque térmico con agua helada y retirar la piel de las uvillas y reservar.				Escaldado	70°C - 91°C	30 seg
3.- Agregar la mantequilla en una olla a fuego bajo hasta que se derrita completamente.						
4.- Agregar la salsa de tomate y mezclar hasta que se unifique.						
5.- A la preparación anterior agregar paprika, pimienta, sal, ajo, salsa inglesa, azúcar morena, cebolla, vinagre de manzana y miel.						
6.- Agregar el zumo de uvilla, dejar reducir por 15 minutos hasta que tome textura y color marrón.				Reducción		15 min
7.- Rectificar sabores.						



RECETA ESTÁNDAR						
No. RECETA		3				
NOMBRE DE LA RECETA		SALSA TÁRTARA DE UVILLA				
NÚMERO DE PAX		18				
TIPO DE RECETA		SALSA				
CHEF RESPONSABLE		Adriana Coyago				
CIUDAD/REGIÓN						
COD	INGREDIENTE	CANTIDAD	UNI.	MISE EN PLACE	V. UNIT.	V.TOTAL
	HUEVO	3,000	U		0,15	0,45
	ACEITE	0,250	L		4,00	1,00
	MOSTAZA DIJÓN	0,025	KG		9,80	0,25
	ZUMO DE UVILLA	0,040	L		4,00	0,16
	PEPINILLOS ENCURTIDOS	0,035	KG		17,00	0,60
	ALCAPARRAS	0,035	KG		34,00	1,19
	CEBOLLA PERLA	0,040	KG		1,50	0,06
	CEBOLLÍN	0,020	KG		2,00	0,04
	PIMIENTA		C/N			
	SAL		C/N			
					COSTO DE MATERIA PRIMA	2,05
					MARGEN DE ERROR(7-10%)	0,20
					COSTO TOTAL DE LA PREPARACIÓN	2,25
					COSTO POR PORCIÓN	0,12
					COSTO GERENCIA(30%)	0,04
					COSTO DE SERVICIO 10%	0,012
					COSTO IVA 12%	0,015
					COSTO PVP	0,19
PROCEDIMIENTO				TECNICA	TEMP	TIEMPO
1.- Mayonesa: colocar los huevos en un procesador a estos agregar mostaza dijón, zumo de uvilla sal , pimienta y poco a poco agregar el aceite para de esta manera ligar. Rectificar sabor. 2.- Retirar del líquido las alcaparras y los pepinillos, picarlos finamente y reservar. 3.- Cortar la cebolla en cubos pequeños (brunoise) y reservar. 4.- Retirar la piel de las uvillas (escaldar) y cortar finamente. 5.- Cortar el cebollin finamente. 6.- En un recipiente agregar el pepinillo, las alcaparras, las uvillas, la cebolla perlas e integrar todos los ingredientes. 7.- Rectificar sabor. 8.- Finalmente agregar el cebollín.						
				Ligar		
				Escaldado	70°C - 91°C	30 seg



RECETA ESTÁNDAR						
No. RECETA	4					
NOMBRE DE LA RECETA	SALSA PICANTE DE UVILLA					
NÚMERO DE PAX	15					
TIPO DE RECETA	SALSA					
CHEF RESPONSABLE	Adriana Coyago					
CIUDAD/REGIÓN						
COD	INGREDIENTE	CANTIDAD	UNI.	MISE EN PLACE	V. UNIT.	V.TOTAL
	UVILLA	0,250	KG		2,50	0,63
	AJÍ	0,050	KG		1,25	0,06
	GELATINA SIN SABOR	0,007			12,00	0,08
	CILANTRO	0,025	KG		1,00	0,03
	CEBOLLA PERLA	0,065	KG		1,50	0,10
	ACEITE DE OLIVA	0,015			10,80	0,16
	SAL		C/N			
COSTO DE MATERIA PRIMA						0,43
MARGEN DE ERROR(7-10%)						0,04
COSTO TOTAL DE LA PREPARACIÓN						0,47
COSTO POR PORCIÓN						0,03
COSTO GERENCIA(30%)						0,01
COSTO DE SERVICIO 10%						0,003
COSTO IVA 12%						0,004
COSTO PVP						0,05
PROCEDIMIENTO				TECNICA	TEMP	TIEMPO
1.- Lavar las uvillas y realizar un pequeño corte en la parte superior y reservar. 2.- Escaldar las uvillas (colocarlas en agua hirviendo por 30 segundos) realizar un choque térmico con agua helada y retirar la piel. 4.- Exponer al ají directamente al fuego para retirar su piel y que adquiera un sabor ahumado, reservar. 5.- Hidratar la gelatina sin sabor con agua (el agua debe ser cinco veces el peso de la gelatina). 6.- Procesar el ají junto con la pulpa de uvilla. 7.- Disolver la gelatina hidratada a baño maría y agregar a la preparación anterior, mezclar hasta que ésta se unifique y proporcione una textura semilíquida. 8.- En un recipiente colocar la salsa, añadir el ají y la cebolla en brunoise, cilantro y aceite de oliva. 8.- Finalmente rectificar sabor con sal.				Escaldado	70°C - 91°C	30 seg
				Tatamar		
				Hidratado		10 min





RECETA ESTÁNDAR						
No. RECETA		5				
NOMBRE DE LA RECETA		VINAGRETA DE UVILLA Y SOYA				
NÚMERO DE PAX		20				
TIPO DE RECETA		VINAGRETA				
CHEF RESPONSABLE		Adriana Coyago				
CIUDAD/REGIÓN						
COD	INGREDIENTE	CANTIDAD	UNI.	MISE EN PLACE	V. UNIT.	V.TOTAL
	ZUMO DE UVILLA	0,090	KG		4,00	0,36
	ACEITE DE OLIVA	0,180	L		10,80	1,94
	SALSA DE SOYA	0,020	L		4,25	0,09
	VINAGRE DE MANZANA	0,005	L		8,40	0,04
	AJONJOLÍ	0,025	KG		15,00	0,38
	PEREJIL	0,015	KG		1,00	0,02
	SAL		C/N			
COSTO DE MATERIA PRIMA						0,52
MARGEN DE ERROR(7-10%)						0,05
COSTO TOTAL DE LA PREPARACIÓN						0,57
COSTO POR PORCIÓN						0,03
COSTO GERENCIA(30%)						0,01
COSTO DE SERVICIO 10%						0,003
COSTO IVA 12%						0,003
COSTO PVP						0,04
PROCEDIMIENTO				TECNICA	TEMP	TIEMPO
1.- En un recipiente agregar la salsa de soya, aceite de oliva, zumo de uvilla y vinagre de manzana, mezclar hasta que todos los ingredientes se unifiquen.						
2.- A la preparación anterior agregar perejil picado y ajonjolí.						
3.- Rectificar sabor con sal.						



RECETA ESTÁNDAR						
No. RECETA		6				
NOMBRE DE LA RECETA		VINAGRETA DE UVILLA Y MOSTAZA				
NÚMERO DE PAX		15				
TIPO DE RECETA		VINAGRETA				
CHEF RESPONSABLE		Adriana Coyago				
CIUDAD/REGIÓN						
COD	INGREDIENTE	CANTIDAD	UNI.	MISE EN PLACE	V. UNIT.	V.TOTAL
	ZÚMO DE UVILLA	0,090	KG		4,00	0,36
	ACEITE DE OLIVA	0,180	L		10,80	1,94
	MIEL DE ABEJA	0,030	L		14,13	0,42
	VINAGRE DE MANZANA	0,005	L		8,40	0,04
	MOSTAZA DIJON	0,015	KG		9,80	0,15
	PIMIENTA		C/N			
	SAL		C/N			
COSTO DE MATERIA PRIMA						0,61
MARGEN DE ERROR(7-10%)						0,06
COSTO TOTAL DE LA PREPARACIÓN						0,67
COSTO POR PORCIÓN						0,04
COSTO GERENCIA(30%)						0,01
COSTO DE SERVICIO 10%						0,004
COSTO IVA 12%						0,005
COSTO PVP						0,07
PROCEDIMIENTO				TECNICA	TEMP	TIEMPO
1.- En un recipiente agregar el zumo de uvilla, aceite de oliva, vinagre de manzana, mostaza dijón, , mezclar hasta que todos los ingredientes se unifiquen.						
2.- Rectificar sabor con miel de abeja, sal y pimienta.						



CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El presente capítulo contiene las conclusiones y recomendaciones derivadas de la investigación, basadas en los resultados de los objetivos planteados con la finalidad de proponer un recetario de salsas y vinagretas a base de uvilla para establecimientos gastronómicos del sector de Llano Grande.

Conclusiones

- Las características organolépticas y las propiedades nutricionales que posee la uvilla reflejan que dicha fruta es apta para la elaboración de salsas y vinagretas, lo cual hace viable la propuesta del recetario para los establecimientos gastronómicos del sector de Llano Grande, con la finalidad de que tengan a la mano recetas que puedan ser implementadas en el menú.
- Existe desconocimiento por parte de chefs de los establecimientos gastronómicos del sector de Llano Grande sobre la manera de cómo debe usarse la uvilla en la preparación de salsas y vinagretas, por cuál es útil proporcionar un recetario de mencionadas preparaciones que les sirva de guía, para de esta manera brindar a los comensales sabores diferentes que evoquen nuevas experiencias.
- Los chefs de los establecimientos gastronómicos del sector de Llano Grande desconocen acerca de los componentes que posee la uvilla, en este caso las pectinas y los carotenos, los mismos que cumplen una función importante en la elaboración de salsas y vinagretas, es decir proporciona textura y color.
- El diseño de las recetas permite establecer los ingredientes y la preparación adecuada para las salsas y vinagretas a base de uvilla, siendo esta una guía que ayuda a optimizar las operaciones en el área de producción y permite que las preparaciones tengan las mismas características sin importar quien las realice.
- Las recetas de salsas y vinagretas a base de uvilla permiten llevar un proceso de elaboración y gramaje adecuado con la finalidad de mantener las características deseadas en el producto en cuanto a color, sabor, olor, brillo y textura.
- Las salsas y vinagretas a base de uvilla captaron la atención de los consumidores en cuanto a aspectos como impresión visual y sabor, ya que es un producto innovador, lo cual genera aceptación, dando paso a la puesta en el mercado.

- El análisis de marketing mix de la salsa tártara de uvilla y la vinagreta de uvilla y mostaza, permitirá llegar de manera adecuada al segmento de mercado en este caso a las personas del sector de Llano Grande, con la finalidad de influir en el proceso de compra y la aceptación del precio del producto.

Recomendaciones

- Realizar estudios sobre el análisis organoléptico de la uvilla para otros fines gastronómicos como postres, licores, bebidas no alcohólicas, salsas dulces, entre otros, para de esta manera hacer que la fruta tome protagonismo en el arte culinario, por ende, incrementar su consumo y aprovechar los beneficios que brinda a la salud.
- Proporcionar información sobre la uvilla y su aplicabilidad en salsas y vinagretas a los chefs de los establecimientos gastronómicos del sector de Llano Grande por parte de área de Alimentos y Bebidas (A&B), para que de esta manera conozcan la versatilidad que tiene la fruta en el ámbito gastronómico.
- Realizar investigaciones sobre la composición bioquímica de la uvilla y determinar en qué preparaciones estas pueden ser empleadas, para de esta manera generar un producto adecuado y que genere valor en el consumidor.
- Difundir la importancia y los beneficios de utilizar una receta estándar en los establecimientos gastronómicos a través de capacitaciones a los gastronomos gestionadas por el departamento de A&B, considerando que la receta estándar engloba: costos, tiempos, técnicas y temperaturas haciéndola una herramienta de vital importancia en el área de producción.
- Proveer de recetas estándar a los chefs por parte del departamento de A&B de los establecimientos gastronómicos del Sector de Llano Grande, para así mantener las características de las salsas y vinagretas sin que presenten variaciones en cuanto a color, sabor, olor, brillo y textura.
- Desarrollar nuevas investigaciones para la creación de productos diferenciados con frutas no tradicionales producidas en Ecuador, tomando en cuenta que actualmente las personas buscan productos que brinden la relación costo – beneficio.
- Realizar un plan de mercado para la comercialización de la salsa tártara de uvilla y la vinagreta de uvilla y mostaza basado en el marketing mix del presente trabajo.

GLOSARIO

Alimentos funcionales: alimentos que tienen vitaminas u oligoelementos que favorece ciertos aspectos de la salud (Jordá, 2012).

Antioxidante: elementos que tiene la virtud de retrasar el envejecimiento, el daño ocular y efectos característicos de la edad, por ejemplo las vitaminas A, E, B y C, así como los minerales zinc, selenio y ácidos grasos omega 3 y 6. El betacaroteno es el antioxidante más popular (Jordá, 2012).

Astringente: en contacto con la lengua, produce en esta una sensación mixta entre la sequedad intensa y el amargor (Real Academia Española [RAE], 2019).

Bioactivos: componentes de los alimentos que influyen en las actividades celulares y fisiológicas obteniendo tras su ingesta un efecto beneficioso para la salud. Se encuentra en cantidades muy pequeñas en los alimentos, en su mayoría provienen de fuentes alimentarias vegetales (Martínez, 2015).

Caroteno: pigmento de origen vegetal o animal, de color rojo, anaranjado o amarillo, que se encuentra en el tomate, la zanahoria, la yema de huevo, etc., y que, en los animales, se transforma en vitamina A (RAE, 2019).

Cocina de autor: creaciones en las cuales el cocinero puede expresarse libremente a través de una propuesta gastronómica, el menú expresa la personalidad del chef, se emplea productos nuevos, utensilios y técnicas que sean innovadoras. (Flores, 2019).

Emulsión: juntar dos o más líquidos, sin que estos se mezclen de forma propia, sino de por quién lo está realizando (Jordá, 2012).

Nutracéuticos: es cualquier alimento o ingredientes de los alimentos que ejercen acción benéfica en la salud del hombre (Guzmán, Hernández, Ortega, Romero, Barrita, 2009).

BIBLIOGRAFÍA

- Adriá, F. (2008). *Ferrán Adriá quiere llevar a su cocina sabor de frutas*. Entrevistado por Emisora La W/Colombia. Periódico Público.
- Alcivar, M. (2013). *Estudio de la uvilla y propuesta innovadora para preparaciones de cocina y repostería* (Tesis de pregrado). Universidad de Guayaquil, Guayaquil.
- Altamirano, M. (2010). *Estudio de la cadena productiva de uvilla (Physalis peruvianaL.) en la Sierra Norte del Ecuador* (Tesis de pregrado). Universidad San Francisco de Quito, Quito.
- Arias, F. (2016). *El Proyecto de Investigación. Introducción a la metodología científica*. (Séptima ed.). Caracas: Editorial El Pasillo.
- Atiencia, S. (2015). *Proyecto de factibilidad para la exportación de uvilla deshidratada hacia Alemania* (Tesis de pregrado). Universidad Tecnológica Equinoccial, Quito.
- Bernal, C. (2016). *Metodología de la investigación. Administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. (Cuarta ed.). Colombia: Editorial Génesis.
- Brito, B., Espín, S., Villacrés, E., y Vaillant, F. (2014). *Physalis peruviana L.: Fruta Andina para el mundo*. España: Editorial LIMENCOP S.L.
- Brito, D. (2020). Ecuador pone el foco en Reino Unido y Europa para expandir las ventas de Physalis. *Revista FriutToday*. Recuperado de: <https://fruittoday.com/ecuador-pone-el-foco-en-reino-unido-y-europa-para-expandir-las-ventas-de-physalis/>.
- Cárdenas, N., Cevallos, C., Salazar, J., Romero, E., Gallegos, P., y Cáceres, M. (2018). Uso de pruebas afectivas, discriminatorias y descriptivas de evaluación sensorial en el campo gastronómico. *Revista Científica Dominio de las Ciencias, volumen 4* (3), 253-263.
- Carrión, A. (2020). Las salsas le dan gusto a la comida. *Diario Criterios Digital*. Recuperado de: <https://criteriosdigital.com/noticias/acarrion/las-salsas-le-dan-gusto-a-la-comida/>.
- Chaparro, J., Castillejos, B., Carmona, R., Escalona, H., y Pérez, M. (2013). Evaluación Sensorial de salchichas con harina de cáscara de naranja y/o penca de maguey. *Revista Nacameh, volumen 7* (1), 23-40.
- Coba. (2019). Ecuador exporta por primera vez uvilla fresca a Estados Unidos. *Diario Primicias*. Recuperado de: <https://www.primicias.ec/noticias/economia/ecuador-exportacion-uvilla-estados-unidos-comercio/>
- Crosley, L., Henríquez, J., Parra, F., Pacheco, P., Escobar, H., y Parra, C. (2019). Rescate del cultivo de Goldenberry (Physalis peruviana) en los Andes del norte de Chile. *Revista Científica Scielo, volumen 27* (4), 115-118.

- Dávalos, M. (2020). El Ecuador, país de exóticos sabores. *Diario Criterios Digital*. Recuperado de: <https://criteriosdigital.com/cultura/miguelangeldavalos/sabores-del-ecuador/>.
- Fernández, T. (2020). *Recetas originales de vinagretas*. Recuperado de: <https://www.miarevista.es/cocina/primeros/articulo/3-recetas-con-vinagretas-completamente-diferentes>.
- Flores, L. (2019). *Food & Wine*. Recuperado de: <https://foodandwineespanol.com/que-significa-cocina-de-autor-y-por-que-ya-no-es-tendencia/>.
- Franco, D. (2018). *Como escribir un recetario exitoso*. London. The Foodie Studies. Recuperado de: <https://thefoodiestudies.com/escribir-recetario-exitoso/>
- Fueltala, F. (2014). *Utilización de la uvilla como alternativa gastronómica en preparaciones de salsas, vinagretas y coulis* (Tesis de pregrado). Universidad Técnica del Norte, Ibarra.
- González, M., Sánchez, T., y Paredes, A. (2020). Determinación de la capacidad conservante del aceite esencial de canela sobre la uvilla (*Physalis peruviana*) como tratamiento postcosecha. *Revista Conciencia Digital, volumen 3* (2.1), 210-230. doi: <https://doi.org/10.33262/concienciadigital.v3i2.1.1235>
- Guzmán, A., Hernández, E., Ortega, E., Romero, R., y Barrita, J. (2009). Los nutraceuticos. Lo que es importante saber. *Revista Mexicana de Pediatría, volumen 76* (3), 136-145.
- Hernández, R. y Mendoza, P. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. México: Editorial McGraw Hill Education.
- Herp, B. (2018). *El nuevo libro de la cocina natural*. Recuperado de: <https://books.google.com.ec/>
- Inga, P. y Niveló, C. (2017). *Propuesta de elaboración de salsas con base en mortiño, joyapa, pitajaya y uvilla para la aplicación en aves y pescado* (Tesis de pregrado). Universidad de Cuenca, Cuenca.
- Jiménez, J. (2015). La historia nos cuenta. *Revista Aderezos - La vida al máximo*. Recuperado de: https://issuu.com/revistaaderezos/docs/revista_aderezos
- Jordá, M. (2012). *Diccionario práctico de gastronomía y salud: un viaje riguroso y desenfadado por el mundo de la cultura gastronómica*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
- Landeta, D. (2021). Vendedor de MEGAMAXI-El Portal. Entrevistado por: Adriana Coyago.
- Larrea, A. (2016). *Plan de negocios para la creación de una empresa dedicada a la producción de aderezos picantes con base de frutas exóticas del Ecuador, ubicada en la ciudad de Quito* (Tesis de pregrado). Universidad Internacional del Ecuador, Quito.

- Loachamín, T. (2016). *Determinar los parámetros adecuados que afectan el agrietamiento de uvilla (Physalis peruviana L.) bajo invernadero* (Tesis de pregrado). Universidad Central del Ecuador, Quito.
- López, M. y Yanchaliquin, A. (2017). *Evaluación de diferentes métodos de obtención de extractos de uvilla (Physalis peruviana L.) y su actividad antimicrobiana sobre bacterias patógenas* (Tesis de pregrado). Universidad Estatal de Bolívar, Guaranda.
- Lotufo, A. (2019). *Desarrollo y caracterización fisicoquímica y sensorial de productos alimenticios elaborados con tubérculos andinos* (Tesis doctoral). Universidad Nacional de Salta, Salta.
- Luján, N. (2019). *Historia de la gastronomía*. Recuperado de: <https://books.google.com.ec/>
- MAGAP. (2020). *Productores Agroecológicos de Cayambe reciben plántulas frutales*. Quito: Ministerio de Agricultura y Ganadería. Recuperado de: <https://www.agricultura.gob.ec/productores-agroecologicos-de-cayambe-reciben-plantulas-frutales/>
- Malherbe, I. (2021). *¿Qué características tiene un recetario de cocina?. Te decimos como utilizarlo correctamente*. Gastrolab. Recuperado de: <https://www.gastrolabweb.com/tendencias/2021/6/11/que-caracteristicas-tiene-un-recetario-de-cocina-te-decimos-como-utilizarlo-correctamente-11078.html>
- Martínez, E. (2015). *Compuestos bioactivos y salud: mitos y realidades*. España: ALAN. Recuperado de: <https://www.alanrevista.org/ediciones/2015/suplemento-1/art-47/>
- McCarthy, E. y Perreault, W. (2002). *Basic Marketing – A Global – Managerial Approach*. Estados Unidos: Editorial McGraw Hill Companies.
- Merino, C. y Charter, R. (2010). Modificación Horst al Coeficiente KR-20 por Dispersión de la Dificultad de los Items. *Revista Interamericana de Psicología, volumen 44* (2), 274-278.
- Moreno, C., Moreno, R., Pilamala, A., Molina, J., y Cerda, L. (2018). El sector hortofrutícola de Ecuador: Principales características socio-productivas de la red agroalimentaria de la uvilla (*Physalis peruviana*). *Revista Ciencia y Agricultura, volumen 16* (1), 31-51.
- Navarro, L. (2015). *Estudio de pre-factibilidad para la instalación de una planta de aguaymanto (Physalis peruviana L.) fresco, en Ayacucho* (Tesis de pregrado). Universidad Nacional de San Cristóbal de Huananga, Ayacucho, Perú.
- Ñaupas, H., Valdivia, M., Palacios, J., y Romero, H. (2018). *Metodología de la investigación. Cuantitativa-Cualitativa y Redacción de la Tesis*. (Quinta ed.). Bogotá: Ediciones de la U.

- Ordóñez, K. (2018). *Formulación de mermelada de aguaymanto (Physalis peruviana) y Loche (Cucurbita moschata)* (Tesis de pregrado). Universidad Señor de Sipán, Pimentel, Perú.
- Plaza, F. (2015). La uvilla mira hacia Europa. *El Productor - El periódico del campo*. Recuperado de: <https://elproductor.com/la-uvilla-del-ecuador-mira-hacia-europa/>
- PROEcuador. (2014). *Ecuador y su oferta de frutas no tradicionales*. PortalFrutícola. Recuperado de: <https://www.portalfruticola.com/noticias/2014/02/04/ecuador-y-su-oferta-de-frutas-no-tradicionales/>
- PROEcuador. (2016). *Boletín de análisis de mercado*. PROEcuador. Recuperado de: https://issuu.com/pro-ecuador/docs/bam_ago-sep
- PROEcuador. (2016). *Ecuador exquisito- Uvilla*. Ecuador. Quito. PROEcuador. Recuperado de: https://issuu.com/pro-ecuador/docs/uvilla_a4_ecuador_nuevo.
- PROEcuador. (2020). Ecuador y su oferta de frutas no tradicionales. *El Productor - El periódico del campo*. Recuperado de: <https://elproductor.com/ecuador-y-su-oferta-de-frutas-no-tradicionales/>
- PROEcuador. (2020). *Oferta de Uvilla Ecuatoriana en mercados potenciales 2020*. Guayaquil: Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. Recuperado de: <https://www.proecuador.gob.ec/oferta-de-uvilla-ecuatoriana-en-mercados-potenciales-2020/>
- Real Academia Española. (2019). *Diccionario de la Real Academia Española*. RAE. Recuperado de: <https://dle.rae.es/>.
- Real Academia Española. (2021). *Diccionario de la Real Academia Española*. RAE. Recuperado de: <https://dle.rae.es/>.
- Reina, D. (2021). Qué beneficios tiene la uchuya y que enfermedades ayuda a prevenir. *Revista Semana*. Recuperado de: <https://www.semana.com/vida-moderna/articulo/que-beneficios-tiene-la-uchuya-y-que-enfermedades-ayuda-a-prevenir/202113/>
- Revista Anuario de Estudios Filológicos. (2020). El lenguaje de un recetario técnico de cocina. *Revista Anuario de Estudios Filológicos, volumen 5*, 219-229.
- Revista Digital Alimentaria. (2020). Tendencias en la nueva generación de productos y sabores. *Revista Digital Alimentaria*. Recuperado de: <http://alimentaria.cacia.org/digital/tendencias-en-la-nueva-generacion-de-productos-y-sabores/>
- Revista MAXI. (2021). Uvilla, la fruta que cuida tu salud. *Revista Aderezos*. Recuperado de: <https://www.maxionline.ec/recetas/uvilla-la-fruta-que-cuida-la-salud/>

Sánchez, S. (2015). *Historia de las salsas en gastronomía*. Calameo. Recuperado de: <https://es.calameo.com/read/004322011bb666efc1aa7>

Torres, E. (2019). *Estudio de la uvilla: propuestas innovadoras para preparaciones gastronómicas* (Tesis de pregrado). Universidad Internacional del Ecuador, Quito.

Veintimilla, A. (2015). La uvilla aporta color y sabor en la comida. *El Comercio*. Recuperado de: <https://www.elcomercio.com/tendencias/uvilla-comida-gastronomia-fruto-cualidades.html>

ANEXOS

Anexo 1. Cuestionario.

CUESTIONARIO

OBJETIVO DEL INSTRUMENTO:

Determinar el conocimiento y uso de la uvilla en preparaciones de salsas y vinagretas en establecimientos gastronómicos ubicados en el sector de Llano Grande.

INSTRUCCIONES:

Marca con una "X" la respuesta que considere de acuerdo a su conocimiento.

CONFIDENCIALIDAD:

Sus respuestas serán anónimas y absolutamente confidenciales. Como usted puede observar, en ningún momento se le pide información personal.

N°	PREGUNTA	RESPUESTA	
		SI	NO
1	De acuerdo a su conocimiento ¿La uvilla tiene un equilibrio de sabores (ácido-dulce)?		
2	¿Ecuador es uno de los países exportadores de uvilla?		
3	De acuerdo a su conocimiento responda ¿El ecotipo de uvilla ecuatoriana tiene mayor cantidad de vitaminas que el ecotipo keniano?		
4	¿La uvilla ayuda a prevenir enfermedades no trasmisibles como el cáncer?		
5	¿La uvilla puede ser utilizada en preparaciones saladas?		
6	¿Conoce alguna salsa donde el ingrediente principal es la uvilla?		
7	Considera que ¿la salsa de uvilla puede utilizarse como un adobo?		
8	¿La presencia de pectinas en la uvilla beneficia la elaboración de salsas?		
9	¿Conoce como incorporar la uvilla en una salsa?		
10	¿La uvilla es apropiada para elaborar una vinagreta?		
11	¿La cantidad de carotenos que tiene la uvilla beneficia la elaboración de vinagretas?		
12	¿Conoce recetas de vinagretas que tengan como ingrediente base la uvilla?		

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

Anexo 2. Ficha de degustación.

FICHA DE DEGUSTACIÓN

Objetivo del instrumento:

Determinar la aceptación de las salsas y vinagretas a base de uvilla mediante un estudio de marketing mix, empleando como instrumento una ficha de degustación la misma que tiene como finalidad recoger información acerca de las cualidades y sensaciones percibidas por parte de los expertos.

Instrucciones:

Pruebe las muestras de las salsas y vinagretas, puede repetir cuantas veces desee o sea necesario. Marque con una “X” la calificación que usted considere. Solo se acepta una respuesta.

A continuación, se presenta el orden de evaluación:

1. **Impresión visual:** evalúe a través de la vista el color, brillo y textura que tienen las salsas y vinagretas presentadas.
2. **Olor:** evalúe el olor ácido, dulce y salado de las salsas y vinagretas, mediante el olfato.
3. **Sabor:** evalúe el sabor ácido, dulce y salado que tienen las salsas y vinagretas, a través del gusto.
4. **Somato sensorial:** evalúe las sensaciones astringente, ardiente y refrescante que causaron las salsas y vinagretas luego de haber probado.
5. **Aceptabilidad:** coloque su apreciación de aceptabilidad de las salsas y vinagretas presentadas.

	Clasificación	Calificación	Salsa de uvilla y albahaca	Salsa bbq de uvilla	Salsa tártara de uvilla	Salsa picante de uvilla	Vinagreta de uvilla y soya	Vinagreta de uvilla y mostaza
1 IMPRESIÓN VISUAL	Color	Agradable						
		Ni agradable – ni desagradable						
		Desagradable						
	Brillo	Agradable						
		Ni agradable – ni desagradable						
		Desagradable						
	Textura	Agradable						
		Ni agradable – ni desagradable						
		Desagradable						
2 OLOR	Ácido	Agradable						
		Ni agradable – ni desagradable						
		Desagradable						
	Dulce	Agradable						
		Ni agradable – ni desagradable						
		Desagradable						
	Salado	Agradable						
		Ni agradable – ni desagradable						
		Desagradable						
3 SABOR	Ácido	Agradable						
		Ni agradable – ni desagradable						
		Desagradable						
	Dulce	Agradable						
		Ni agradable – ni desagradable						
		Desagradable						

	Salado	Agradable						
		Ni agradable – ni desagradable						
		Desagradable						
4 SOMATO SENSORIAL	Astringente	Agradable						
		Ni agradable – ni desagradable						
		Desagradable						
	Ardiente	Agradable						
		Ni agradable – ni desagradable						
		Desagradable						
	Refrescante	Agradable						
		Ni agradable – ni desagradable						
		Desagradable						
	5 ACEPTABILIDAD	Aceptable						
		Poco aceptable						
		No aceptable						

Observaciones:.....
.....
.....

Recomendaciones:.....
.....
.....

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

