

# GASTRONOMÍA

Tesis previa a la obtención del título de  
Magister en Gastronomía con Mención en Gestión e Innovación

**AUTOR:** Msc. Edwin Antamba

**TUTOR :** Msc. Guambi David

“Desarrollo de un Adobo Base para la Elaboración de Recetas Tradicionales con Identidad Ecuatoriana”

**AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA,  
REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL  
TRABAJO DE TÍTULACIÓN**

Yo, Edwin Guillermo Antamba Anrango, declaro ser autor del Trabajo de Investigación con el nombre “Desarrollo de un Adobo para la Elaboración de Recetas Tradicionales con Identidad Ecuatoriana” como requisito para optar al grado de Magíster en Gastronomía con Mención en Gestión e Innovación y autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI).

Los usuarios del RDI podrán consultar el contenido de este trabajo en las redes de información del país y del exterior, con las cuales la Universidad tenga convenios. La Universidad no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

Del mismo modo, acepto que los Derechos de Autor, Morales y Patrimoniales, sobre esta obra, serán compartidos entre mi persona y la Universidad, y que no tramitaré la publicación de esta obra en ningún otro medio, sin autorización expresa de la misma. En caso de que exista el potencial de generación de beneficios económicos o patentes, producto de este trabajo, acepto que se deberán firmar convenios específicos adicionales, donde se acuerden los términos de adjudicación de dichos beneficios.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Quito a los 27 días del mes de Mayo de 2024, firmo conforme:

Autor: Edwin Guillermo Antamba Anrango

Firma: 

Número de Cédula: 171228623-4

Dirección: Jorge Fernández S/N, Quito 170411

Correo Electrónico: soyedwinn@hotmail.com

Teléfono: 023170903

## **APROBACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación “DESARROLLO DE UN ADOBO PARA LA ELABORACIÓN DE RECETAS TRADICIONALES CON IDENTIDAD ECUATORIANA” presentado por Edwin Guillermo Antamba Anrango para optar por el Título de Magíster en Gastronomía con Mención en Gestión e Innovación.

### **CERTIFICO**

Que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del Tribunal Examinador que se designe.

Quito, 27 de Mayo del 2024



.....  
Msc. David Rodolfo Guambi Espinosa

## DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Quién suscribe, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, como requerimiento previo para la obtención del Título de Magíster en Gastronomía con Mención en Gestión e Innovación, son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

Quito, 27 de Mayo de 2024.



Edwin Guillermo Antamba Anrango

171228623-4

## APROBACIÓN TRIBUNAL

El trabajo de Titulación ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastad, sobre el Tema: Titulación “DESARROLLO DE UN ADOBO PARA LA ELABORACIÓN DE RECETAS TRADICIONALES CON IDENTIDAD ECUATORIANA”, previo a la obtención del Título de Magíster en gastronomía con mención en gestión e innovación, reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la sustentación del trabajo de titulación.

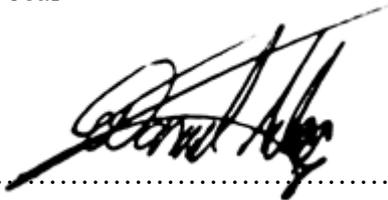
Quito, 27 de Mayo del 2024.



.....  
Presidente del Tribunal



.....  
Vocal



.....  
Vocal

## **DEDICATORIA**

A mis padres, hermana y sobrinos. Esta tesis es un tributo a su influencia y apoyo en mi educación. Sus consejos han sido fundamentales en mi búsqueda de conocimiento. Cada sacrificio que se hizo refleja mi éxito académico. Gracias por ser los faros en mi vida y por inculcarme importancia del trabajo duro y la educación. Los quiero profundamente.

Gracias por estar presentes en cada etapa de mi vida, por su ayuda, cariño y consejos.

## **AGRADECIMIENTO**

Gracias infinitas a mis padres, por su amor incondicional y su apoyo moral. Su fe en mí, incluso en los momentos más difíciles, ha sido el pilar de este logro. También expreso mi gratitud a mi hermana, quien supo brindarme su tiempo para escucharme y apoyarme, y a mis sobrinos.

Sin ustedes, todo esto no habría sido posible. Su amor y sacrificio han sido la luz que guio mi camino a través de este viaje académico.

Un sincero agradecimiento a David Guambi y Andrea Rivanedeira compañeros que estuvieron conmigo en todos los momentos de estrés y alegría durante este largo y retardador camino. Su apoyo, confianza, soporte han sido invaluable

## ÍNDICE GENERAL

APROBACIÓN DEL TUTOR .....	3
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	4
APROBACIÓN TRIBUNAL .....	5
DEDICATORIA .....	6
AGRADECIMIENTO .....	7
RESUMEN .....	13
ABSTRACT.....	14
INTRODUCCIÓN .....	15
1. INVESTIGACIÓN PRELIMINAR.....	16
1.1. Identificación del problema .....	16
1.2. Exposición y análisis de conocimientos teóricos relacionados con el problema.....	17
1.2.1. Comida Tradicional .....	17
1.2.2. Gastronomía Ecuatoriana.....	18
1.2.3. Recetas tradicionales ecuatorianas.....	19
1.2.4. Adobo base.....	20
1.2.5. Técnicas de caramelización de vegetales.....	20
1.3. Conceptualización del producto.....	20
1.4. Diferenciador del producto .....	21
1.5. Objetivos de la propuesta del producto.....	21
1.5.1. Objetivo General:.....	21
1.5.2. Objetivos específicos: .....	21
1.6. Justificación de la propuesta del producto .....	22
2. INVESTIGACIÓN SITUACIONAL .....	24
2.1. Competencia directa.....	24
2.2. Competencia Indirecta .....	24
2.3. Evaluación FODA.....	25

2.4.	Evaluación PEST .....	28
3.	DEFINICIÓN DEL PRODUCTO .....	28
	Características necesarias del producto para satisfacer las necesidades del consumidor .....	28
3.1	Tipo del producto .....	28
3.2	Desarrollo de marca del producto (nombre, logo, slogan, fase filosófica) .....	29
3.3	Análisis cruzado y estrategias .....	30
3.4	Evaluación del macro y micro entorno al producto. ....	31
3.5	Justificación y viabilidad del desarrollo del producto (argumentado de acuerdo con la evaluación situacional) .....	33
3.6	Segmentación de mercado .....	34
3.7	Mercado meta.....	34
3.8	Marketing Mix .....	35
3.8.1.	Producto.....	35
3.8.3.	Plaza.....	35
3.8.4.	Promoción.....	35
3.9	Precio .....	36
4.	DISEÑO DEL PRODUCTO .....	39
4.1	Ejecución de los procesos .....	39
4.1.1.	Materiales .....	39
4.1.2.	Ingredientes .....	39
4.2	Identificación de indicadores de valoración .....	41
	Análisis Bromatológico.....	42
4.3	Mapeo de los procesos .....	43
4.4	Estandarización de los procesos.....	44
4.5	Valoración y retroalimentación de los resultados .....	45
5.	CONTRASTACIÓN DE LA VIABILIDAD DEL NUEVO PRODUCTO.....	48
5.1	Viabilidad técnica .....	48

5.2	Viabilidad económica .....	49
5.3	Viabilidad de gestión .....	50
5.3.1.	Aceptabilidad del adobo .....	50
5.3.2.	Aceptabilidad del Empaque.....	53
6.	RESULTADOS .....	56
7.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	64
	ANEXOS .....	65
	Antecedentes .....	65
	Bibliografía.....	67
	Test de aceptabilidad.....	70
	Estructuración y prueba el LOGO.....	71
	Colores del LOGO .....	73
	Producto final .....	74

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> Análisis FODA .....	25
<b>Figura 2</b> Análisis PEST.....	28
<b>Figura 3</b> Envases para el producto (Plástico/Vidrio) .....	28
<b>Figura 4</b> Logo La Quiteñita .....	29
<b>Figura 5</b> Análisis bromatológico.....	42
<b>Figura 6</b> Mapeo de procesos .....	43
<b>Figura 7</b> Estandarización de procesos.....	44
<b>Figura 8</b> Color del Adobo .....	50
<b>Figura 9</b> Sabor del adobo .....	51
<b>Figura 10</b> Aroma del Adobo .....	51
<b>Figura 11</b> Textura del adobo .....	52
<b>Figura 12</b> Versatilidad del adobo.....	52
<b>Figura 13</b> Diseño del empaque .....	53
<b>Figura 14</b> Atractivo del Logo.....	53
<b>Figura 15</b> Calidad del material del empaque .....	54
<b>Figura 16</b> Calidad del mensaje transmitido por el logo .....	54
<b>Figura 17</b> Información del Producto .....	55
<b>Figura 18</b> Peso neto.....	55
<b>Figura 19</b> Refractómetro .....	57
<b>Figura 20</b> Phmetro .....	58
<b>Figura 21</b> Cajas Petri.....	58
<b>Figura 22</b> Cinta Parafilm.....	58
<b>Figura 23</b> Agitador.....	59
<b>Figura 24</b> Incubadora .....	59
<b>Figura 25</b> Microscopio.....	59
<b>Figura 26</b> Grados Brix del producto .....	60
<b>Figura 27</b> pH del producto .....	60
<b>Figura 28</b> Análisis microbiológico y tiempo de vida útil del producto: .....	61

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> Receta estándar 1L.....	36
<b>Tabla 2</b> Receta estándar un galón .....	37
<b>Tabla 3</b> Indicadores de valoración .....	41
<b>Tabla 4</b> Valoración semana 1.....	45
<b>Tabla 5</b> Valoración semana 2.....	45
<b>Tabla 6</b> Valoración semana 3.....	46
<b>Tabla 7</b> Valoración semana 4.....	47
<b>Tabla 8</b> Análisis Físico.....	60
<b>Tabla 9</b> Análisis microbiológico y tiempo de vida útil del producto.....	62

## RESUMEN

El presente trabajo de fin de maestría presenta los resultados de un proyecto de investigación centrado en desarrollar un adobo base auténtico y versátil para la elaboración de recetas tradicionales con identidad ecuatoriana. Se parte de la importancia de generar un adobo que aporte de manera significativa a fortalecer las tradiciones de la gastronomía ecuatoriana. El producto de investigación se centra en ofrecer una variante de adobo tradicional al mercado local, teniendo la característica de ser un producto orgánico con conservantes naturales, libres de los sabores y agentes externos a los presentados en la receta, ofreciendo al consumidor un sabor especial en cada uso. Para ello se establece un campo metodológico mixto, que busca determinar y conocer las características cualitativas y cuantitativas del desarrollo del adobo, en este sentido, para la recogida de datos y el análisis del producto se plantea un estudio microbiológico, generado en un laboratorio especializado, y un test de aceptabilidad, establecido en la Escuela de Gastronomía del campus de la UIDE, para verificar las propiedades y calidad del producto. La recogida de datos determina que, a través del análisis microbiológico, no existe crecimiento de microorganismos, considerando que es un producto totalmente inocuo, teniendo la durabilidad de 30 días después de refrigeración. Referente a los resultados de las pruebas de aceptabilidad se determina que el adobo cumple con las condiciones adecuadas tanto en nivel de consumo como de empaque.

**Palabras clave:** adobo, alimentación, comida tradicional, gastronomía.

## **ABSTRACT**

This master's thesis presents the results of a research project focused on developing an authentic and versatile base marinade for the preparation of traditional recipes with Ecuadorian identity. It is based on the importance of generating a marinade that contributes in a significant way to strengthen the traditions of Ecuadorian gastronomy. The research product is focused on offering a variant of traditional marinade to the local market, having the characteristic of being an organic product with natural preservatives, free of flavors and external agents to those presented in the recipe, offering the consumer a special flavor in each use. For this, a mixed methodological field is established, which seeks to determine and know the qualitative and quantitative characteristics of the development of the marinade, in this sense, for data collection and analysis of the product, a microbiological study is proposed, generated in a specialized laboratory, and an acceptability test, established at the School of Gastronomy of the UIDE campus, to verify the properties and quality of the product. The data collection determines that, through the microbiological analysis, there is no growth of microorganisms, considering that it is a totally innocuous product, having a shelf life of 30 days after refrigeration. About the results of the acceptability tests, it was determined that the marinade complies with the appropriate conditions both in terms of consumption and packaging.

**Key words:** marinade, food, traditional food, gastronomy.

# **TEMA: Desarrollo de un Adobo Base para la Elaboración de Recetas Tradicionales con Identidad Ecuatoriana**

## **POYECTO FINAL**

### **DESARROLLO DE PRODUCTO**

#### **INTRODUCCIÓN**

La gastronomía ecuatoriana se caracteriza por sabores, aromas y tradiciones que reflejan la diversidad cultural y geográfica de este hermoso país sudamericano. De acuerdo con Bastidas (2022) “Ecuador es uno de los países que posee una amplia diversidad patrimonial, histórico-cultural, y en especial su gastronomía, constituida por los hábitos alimentarios, costumbres y tradiciones que contribuyen a la identidad gastronómica de sus habitantes” (Bastidas, 2022, p.120), A lo largo de los siglos, Ecuador ha desarrollado una rica herencia culinaria, con platos tradicionales que son tesoro de su identidad nacional. Uno de los pilares fundamentales de esta cocina auténtica es el adobo, una mezcla de especias y condimentos que añade profundidad y sabor a las recetas tradicionales.

En un mundo cada vez más globalizado, donde la gastronomía ecuatoriana gana reconocimiento internacional, es crucial desarrollar un adobo base que preserve la autenticidad de las recetas tradicionales y que sirva como punto de partida para nuevas creaciones culinarias. El adobo ecuatoriano es un componente clave que impulsa el carácter único de la cocina del país, pero su preparación y composición pueden variar significativamente según la región y las costumbres locales, de acuerdo con Mena y Fiallos (2018)

Los pueblos nos muestran que se puede preservar la historia con cada uno de los ingredientes, costumbres, platillos, fiestas, pero al no utilizarlos o modificarlos se está perdiendo la esencia y adoptando nuevas culturas alimentarias, satisfaciendo el deseo, el gusto y no el consumo de alimentos saludable y nutritivos todo esto por la exigencia del mercado y el consumismo. (p.190)

De esta manera, el presente estudio se centra en el desarrollo de un adobo base para la elaboración de recetas tradicionales con identidad ecuatoriana. Abordaremos aspectos clave como la selección de ingredientes autóctonos, la combinación precisa de especias y condimentos, y las técnicas de preparación que resalten la esencia de la cocina ecuatoriana. Además, examinaremos el papel cultural y culinario de este adobo base en la promoción y preservación de la riqueza gastronómica de Ecuador.

Para respaldar nuestra investigación, utilizaremos una variedad de referencias bibliográficas que exploran la gastronomía ecuatoriana y la importancia de preservar sus tradiciones culinarias. Estas fuentes proporcionarán información valiosa sobre la historia, los ingredientes y las técnicas culinarias que fundamentan nuestra investigación.

El desarrollo de un adobo base para la elaboración de recetas tradicionales con identidad ecuatoriana representa un paso esencial en la preservación y promoción de la cultura gastronómica de Ecuador. Este proyecto busca contribuir a la difusión y aprecio de la riqueza culinaria de este país, al mismo tiempo que permite a los amantes de la cocina explorar y disfrutar de la autenticidad de sus platos tradicionales.

## **1. INVESTIGACIÓN PRELIMINAR**

### **1.1. Identificación del problema**

En la actualidad Ecuador presenta una gran variedad gastronómica, no solo de cocina tradicional del territorio ecuatoriano, sino que también mantiene un amplio abanico de posibilidades relacionadas a la cocina extranjera, por tanto, la gastronomía nacional se encuentra en un constante cambio que involucra la combinación y experimentación de los platos tradicionales con ingredientes o recetas extranjeras. De acuerdo con Mena y Fiallos (2018) “Actualmente se está perdiendo poco a poco la identidad gastronómica del Ecuador, sobre todo aquellos platillos culinarios ancestrales propios de la región que sin duda han marcado recuerdos y tradición” (p.190), perjudicando el desarrollo propio de cada región, olvidando costumbres, perjudicando la cultura, desvalorizando la comida nacional.

La influencia de ingredientes extranjeros, el desconocimiento y desuso de las recetas nacionales/tradicionales en la cocina familiar ecuatoriana, representan algunas de las causas de la pérdida de identidad de la gastronomía tradicional. De acuerdo con Mena y Fiallos (2018) estos cambios gastronómicos se dan principalmente porque “el mercado global toma más territorio, ya que en un comercio pequeño solo un tercio son vegetales, frutas y hierbas frescas, lo restante son productos con alto contenido de grasa y azúcar, desplazando los productos locales, llevando a nuevos hábitos alimentarios” (p.190), perjudicando en primera instancia a la salud de los consumidores al no mantener hábitos de consumo sano, en segunda instancia la gastronomía local, debido a que cada vez se pierde la identidad nacional de los platillos, desvalorizando los ingredientes propios y tradicionales de cada región, involucrando cada vez más ingredientes extranjeros y sumamente procesados que modifican la comida de la localidad.

De acuerdo con información presentada por Diario El Comercio (2016) en su artículo ¿Fin de la comida nacional? se especifica que “Desde hace algunas décadas muchos han advertido que la identidad del Ecuador está en peligro. En algunos aspectos, se ha dicho, se está perdiendo lo nuestro y avanzan las costumbres extranjeras, especialmente las de los grandes países capitalistas” la globalización ha generado que cada vez se integre con mayor fuerza las cadenas de comida rápida y la gastronomía de diferentes países en la conciencia de los consumidores locales de Ecuador, desplazando de manera inevitable a los platillos tradicionales del menú nacional, principalmente por el fácil y rápido acceso a este tipo de comida, ante este panorama, Aroca (2019) afirma que:

Durante muchos años en el Ecuador se ha venido dando un fenómeno social cultural y patrimonial de disminución y pérdida en identidad cultural e histórica, evidentemente una de las ramas que más se ha visto venida a menos, es la cultura culinaria y/o gastronómica de nuestros ancestros. (p.86)

La necesidad de preservar la identidad culinaria de la cocina tradicional ecuatoriana es parte integral de la identidad cultural del país. Sin embargo, la influencia de la globalización y la falta de atención hacia las recetas auténticas pueden llevar a la pérdida de esta identidad culinaria. “Este desconocimiento y pérdida de identidad culinaria, ha sido uno de los factores principales de que muchas de las preparaciones ancestrales y tradicionales se hayan ido perdiendo y frenando el desarrollo innovador de los platillos nacionales” (Aroca, 2019, p.86)

De igual manera, de acuerdo con información presentada en diario El Comercio “Hamburguesas y pollos de aquellas cadenas aparecen en cada esquina y no solo venden mucho a los transeúntes, sino que se los pide a domicilio. La comida tradicional requiere mucho esfuerzo y cada vez se la prepara menos” (El Comercio, 2016). En este contexto, resulta fundamental preservar y resaltar la identidad culinaria ecuatoriana a través de la creación de diversas recetas culinarias que logren realzar y resaltar el valor, sabor y prestigio de la comida ecuatoriana, es así, que dentro de estos elementos se plantea la realización de un adobo base que sea auténtico y versátil, generado a base de ingredientes tradicionales y que sea aplicable a la mayoría de los platos de la región.

## **1.2.Exposición y análisis de conocimientos teóricos relacionados con el problema**

### **1.2.1. Comida Tradicional**

La comida tradicional debe ser entendida como los procesos de cocción de alimentos endémicos de una determinada zona, estos saberes son transmitidos de generación en

generación, Troncoso (2019) asegura que “El término tradicional para un alimento se direcciona al hecho de que su consumo es transmitido de generación en generación” (p. 107). Estos trasposos de conocimientos representan una convergencia cultural que constituye la identidad nacional de los países, se puede decir que la comida tradicional es una parte fundamental de la historia, costumbres y tradiciones, determina la imagen de los países al mundo.

Por otra parte, los alimentos que se preparan en los diferentes platos gastronómicos, no solo, suponen garantizar una alimentación sana, también son parte del pensamiento colectivo de las naciones, para Hernández et al (2020) “Los alimentos han ocupado un espacio significativo en la historia de la humanidad, no sólo por su carácter fisiológico básico, sino también como símbolo de identidad y sentido de arraigo” (p. 310). Desde este punto de vista, es imposible concebir un yaguarlocro, plato tradicional de la sierra ecuatoriana, sin papas, esto le resta valor cultural y sentido de pertenencia, se infiere que los alimentos son relevantes en la comida tradicional por su peso histórico.

Adicionalmente, es necesario mantener vivo el significado de la comida tradicional, por medio de mecanismos que aseguren su valor histórico y cultural, para esto se puede poner en práctica las rutas alimentarias que permiten recorrer y explorar las comidas tradicionales de las diferentes comunidades de un país.

La implementación de una ruta agroalimentaria deberá plantear, entonces, la puesta en valor de los recursos humanos, culturales, naturales, materiales e inmateriales de la zona. Además, incidir en la participación de los actores públicos y privados, de acciones y proyectos que fomentan el crecimiento económico, la justicia social y la preservación del patrimonio del territorio. (Hernández, et al., 2020, p. 311)

El valor agregado que le dan las rutas alimentarias a la comida tradicional se traduce en valorizar el significado social que representan para los pueblos, amplia y conecta la identidad de los alimentos con el mundo.

### **1.2.2. Gastronomía Ecuatoriana**

La gastronomía ecuatoriana está ligada a los productos alimenticios que se producen en sus cuatro regiones naturales, Herrera et al (2020) sostiene que “La gastronomía ecuatoriana mantiene en sus recetas la integración de productos nativos, generándose una alimentación nutricional” (p. 7). Ecuador al ser atravesado por la cordillera de los andes y al estar en el centro del mundo mantiene una situación privilegiada, esto le permite tener una gran variedad de

productos como el maíz, papas, cítricos, gran variedad de peses, entre otros, al poseer una cantidad infinita de recursos, su gastronomía se vuelve rica, pero sobre todo mantiene una estrecha relación con gente fortaleciendo la cultura del país.

Es así como, cada comunidad, asentamiento y región del país presenta una diversidad de platos únicos, que interactúan entre sí al estar en contacto con diferentes productos del país enriqueciendo su valor culinario, pero sin perder su valor individual situando a Ecuador como un potencial referente gastronómico.

Cada provincia se caracteriza por una variedad de platos y bebidas, que representan la riqueza de su tierra y la cultura de su gente. Realidad que posiciona al Ecuador como un potencial destino culinario, capaz de ofrecer una variedad de experiencias alrededor de su comida tradicional. (Ministerio de Turismo, 2012, p. 4)

De igual manera, es importante mencionar la influencia de la pluriculturalidad en la gastronomía ecuatoriana, las comunidades y pueblos indígenas aportan al enriquecimiento del arte culinario en el país, también se suma la influencia de la cocina europea producto de la conquista española que trajo consigo nuevos productos e ideas, Arauz et al (2021) indica que “La herencia tanto indígena como europea ha cimentado un sincretismo que se centra en la sazón y creatividad constantemente renovada a través de las nuevas generaciones de cocineros y comensales” (p. 11). La gastronomía ecuatoriana es diversa porque se enriquece de su posición geográfica lo que le permite tener gran variedad de productos, también la conquista española aportó nuevas ideas que con el tiempo se fusionaron con la alimentación de los pueblos originarios del Ecuador, esto convierte al país en un referente gastronómico a nivel mundial.

### **1.2.3. Recetas tradicionales ecuatorianas**

Para preservar la preparación de los distintos platos tradicionales del país se utilizan recetas de cocina que ordena y estructura debidamente los ingredientes que se utilizarán para la preparación de los alimentos, también mantiene la identidad cultural de los mismos. Mejorada (2020) sostiene que “La receta como repositorio de identidad en el contexto de la cultura gastronómica y de su utilidad como instrumento para alcanzar un objetivo o producto determinado; sobre su estructura y su evolución” (p. 18). Se puede deducir que las recetas tradicionales ecuatorianas detallan la constancia de sus componentes, preservan su valor cultural, mantienen su temporalidad y difunden estos saberes a las nuevas generaciones.

#### **1.2.4. Adobo base**

El adobo es una salsa o caldo en el cual se sumerge algún tipo de alimento para que este absorba sus sabores, lo que producirá que sus sabores y textura sean diferentes, el adobo otorga nuevas propiedades organolépticas a los alimentos. Fabre y Narea, (2021) indica que “El adobo es una solución líquida que varía su espesor dependiendo de los ingredientes empleados para su elaboración, tradicionalmente un adobo consiste en una mezcla de sal, pimienta, aceite en una base de vinagre” (p. 39). Los adobos también equilibran el aroma, realza el sabor y ayudan a preservar los alimentos.

Se puede encontrar dos clases de adobo, los que se utilizan para maridar y cocinar, estos buscan realzar los sabores de las carnes y vegetales, también encontramos los adobos que están destinados para realizar conservar su función es preservar las propiedades organolépticas de los alimentos.

#### **1.2.5. Técnicas de caramelización de vegetales**

La caramelización es una técnica de cocción que tiene como finalidad eliminar el agua de los azúcares, se lo realiza elevando la temperatura hasta fundir los azúcares, lo que provoca que el azúcar de los alimentos se transforme en glucosa, Ventura (2013) define al proceso de caramelización como “El proceso de cocinar azúcares es más conocido como caramelización. Los azúcares son carbohidratos simples, A medida que los azúcares se cocinan, gradualmente cambian de color y sabor”. (p. 35). De esta forma los alimentos se deshidratan y cambian sus compuestos químicos, se destaca su pigmentación café, olor, sabor y textura, Duarte (2022) indica que “Entre los productos de la caramelización se forman compuestos de sabor, aroma y color, y si seguimos calentando, se formarán compuestos amargos” (p. 6). Para finalizar se puede mencionar que la caramelización deshidrata los alimentos, además le otorga nuevas propiedades organolépticas.

### **1.3. Conceptualización del producto**

El adobo base es una preparación a base de especias que sirve para marinar dar sabor a productos alimenticios, de manera específica productos cárnicos y embutidos, se genera a partir de una mezcla de hierbas, especias, condimentos y otros ingredientes, se caracteriza por ser de preparación versátil, y se utiliza en gran cantidad y variedad de platos y recetas, aportando sabores intensos y sensaciones únicas del consumidor.

En el contexto ecuatoriano los ingredientes que suelen utilizarse en los adobos forman parte de las distintas características de cada región, teniendo como elementos principales el ají,

comino, achiote, ajo, cebolla cilantro, apio y limón. Estos ingredientes se combinan en proporciones específicas para crear una mezcla equilibrada de buen gusto para el paladar. El ají aporta el picante característico, mientras que el comino, el achiote y el ajo añaden profundidad y aroma. La cebolla y el cilantro contribuyen a la frescura y la complejidad de sabores, y el limón o el vinagre agregan un toque ácido que ayuda a realzar los sabores.

#### **1.4.Diferenciador del producto**

El presente adobo base se diferencia de los demás productos existentes en el mercado, debido a que utilizara ingredientes tradicionales, orgánicos y conservantes naturales, que en conjunto aporta de relevancia y autenticidad al producto. El adobo base resaltara de su competencia el gran sabor que aportara a la gastronomía local. La mezcla de ingredientes y los procesos de elaboración aseguran un sabor único para los consumidores, manteniendo la frescura e intensidad de los ingredientes en el uso del adobo.

El adobo presenta una característica única a comparación de su competencia, debido a que está pensada para ser utilizada en distintos platos y comidas ecuatorianas, y no únicamente como complemento de marinado de carnes y embutidos. La receta aquí planteada responde a un estilo culinario de caramelizado que se aplicara en la elaboración de toda la receta del adobo. En este contexto, el adobo plantea ser caracterizado e identificado en el mercado por la esencia, sabor y por sus propiedades organolépticas.

De igual manera, la presentación del producto será novedosa e interesante, se presentación al público será de dos formas, la primera en envases de vidrio de 500 ml con el adicional que estos frascos serán retornables, manteniendo un compromiso de desarrollo sostenible, la segunda forma de presentación será a través de envases de plástico que mantengan la cantidad de un galón. De esta manera se busca dar soporte al consumo de hogares pequeños y grandes, así como abastecer a locales de comida que necesiten de una gran cantidad de adobo para las comidas que comercializan.

#### **1.5.Objetivos de la propuesta del producto**

##### **1.5.1. Objetivo General:**

Desarrollar un adobo base auténtico y versátil para la elaboración de recetas tradicionales con identidad ecuatoriana.

##### **1.5.2. Objetivos específicos:**

- Identificar los ingredientes clave y las técnicas de preparación utilizadas en los adobos tradicionales del Ecuador.

- Desarrollar un adobo base sustentado en los ingredientes representativos de la región sierra de Ecuador
- Evaluar la calidad del adobo base a través de pruebas sensoriales

### **1.6. Justificación de la propuesta del producto**

Es necesaria porque aporta de manera significativa a mantener vivas las tradiciones de la gastronomía ecuatoriana, mediante su desarrollo e implementación se busca generar un producto útil y atractivo que pueda ser utilizado en los diferentes platos de los hogares ecuatorianos. El producto de investigación se centra en ofrecer una variante de adobo tradicional al mercado local, teniendo la característica de ser un producto orgánico con conservantes naturales, libres de los sabores y agentes externos a los presentados en la receta, ofreciendo al consumidor un sabor especial en cada uso.

Es importante porque influye de manera positiva y directa en generar productos que resalten en valor de las recetas e ingredientes propios del territorio ecuatoriano. Mediante su implementación se busca ofrecer al consumidor una alternativa rápida para dar sabor a cada uno de sus platillos diarios. Una de las características fundamentales del producto es que se podrá aplicar en casi cualquier tipo de alimento, es decir, que no es un adobo estrictamente diseñado para carnes y embutidos, sino que puede ser aplicado en diferentes platillos para resaltar el sabor de los diferentes ingredientes.

Es innovadora porque utiliza ingredientes tradicionales de la gastronomía ecuatoriana, sin embargo, presenta una elaboración especial de conservación natural que le permite diferenciarse de la competencia, logrando mantener los sabores con una intensidad única y equilibrada, ofertando productos frescos y de calidad a los hogares nacionales. De igual manera, se pone en práctica una técnica de culinaria poco utilizada en las recetas de adobo tradicionales como lo es la caramelización de los ingredientes que mezclado con la conservación natural le aporta el identificativo de la receta.

Es relevante porque aporta de nuevos conocimientos a la cultura gastronómica del país; en este contexto, el desarrollo investigativo aporta de manera significativa al campo del comercio alimenticio, presentando un elemento que aporta y revitaliza a las comidas ecuatorianas. Además, el presente estudio aporta de material de consulta para futuras investigaciones relacionadas a la gastronomía

Es factible porque se mantiene un acceso fácil y directo a las fuentes de interés teórico necesarias para generar un análisis de los distintos ingredientes que se pueden atribuir a una

nueva receta de adobo base. además, se tienen óptimos niveles de educación culinaria, de igual manera, se cuenta los recursos materiales, económicos y temporales necesarios para generar la investigación y desarrollar el producto final.

## **2. INVESTIGACIÓN SITUACIONAL**

### **2.1. Competencia directa**

Mediante una investigación de mercado se determina 6 principales competencias directas, las cuales se establecen en:

- Adobos La Comadre
- Adobo Mi Comadre
- Adobo Goya
- Adobo La Chillangua
- Aliño y Salsa Grobmutti

Esta competencia se caracteriza por ofrecer productos similares al presentado en la investigación, además, estos se desarrollan en el contexto y localidad en donde se presenta el producto, pese a no presentar un producto idéntico en contenido, representan los principales competidores del mercado.

### **2.2. Competencia Indirecta**

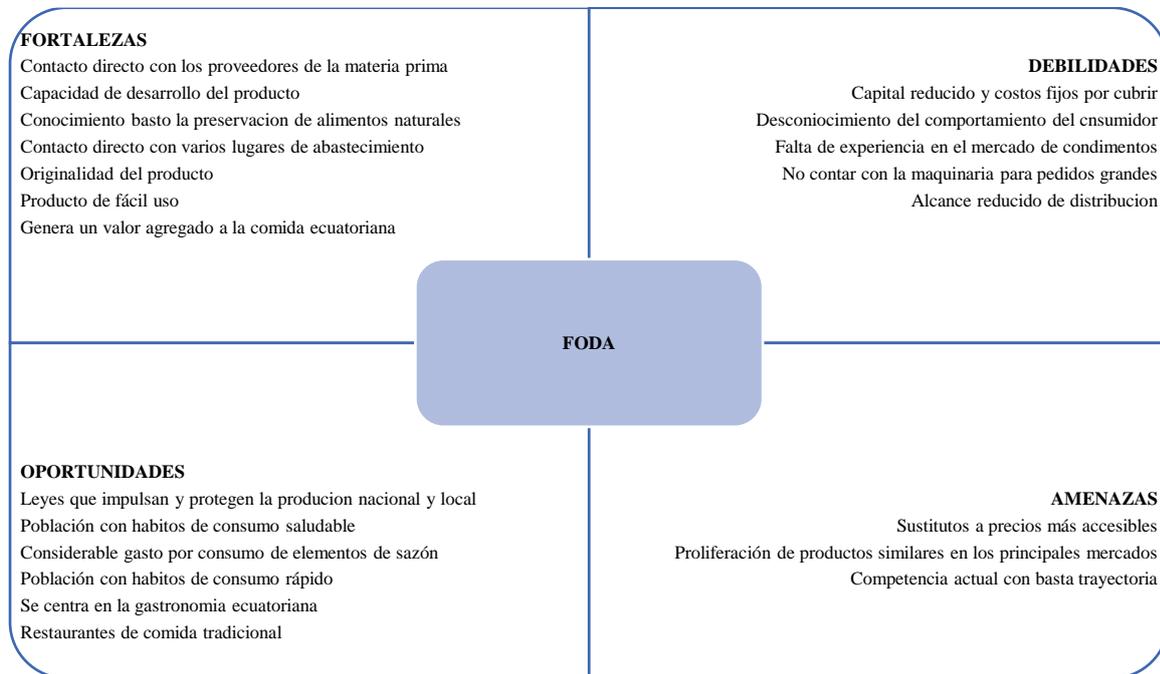
La competencia indirecta se define en las grandes empresas comercializadoras de productos relacionados a la cocina, mismas que se encuentran presentes a nivel nacional en los grandes supermercados y mercados del Distrito Metropolitano de Quito, no obstante, no representan una competencia directa porque su producto de comercialización es de carácter industrial que se diferencia de manera directa de los productos naturales y caseros que se plantea disponer al mercado. En este contexto se identifica los siguientes competidores:

- La Europea
- Nestlé
- Condimensa
- Danec
- Gustadina
- Sumesa
- Marcello's
- La Cuencanita
- La Artesanal

## 2.3.Evaluación FODA

**Figura 1**

*Análisis FODA*



En este contexto se especifica que las principales Fortalezas del producto radican en

- Contacto directo con los proveedores de la materia prima: Estableciendo que el investigador mantiene facilidad de adquisición de producto al tener contacto directo con los productores locales de legumbres quienes aportan de manera directa con la materia prima.
- Capacidad de desarrollo del producto: El investigador mantiene los conocimientos y las habilidades culinarias necesarias para la elaboración del producto.
- Conocimiento basto la preservación de alimentos naturales: Se resalta que, mediante la técnica de caramelización y el uso de manteca de cerdo, el producto puede ser conservado de manera natural sin ningún proceso que incluya preservantes artificiales y dañinos para la salud.
- Contacto directo con varios lugares de abastecimiento: El investigador mantiene conocimiento y contacto directo con restaurantes del centro de la ciudad de Quito y los valles, así como en los centros de alimento orgánico, en donde se podrá ofertar el producto y podrá ser expuesto al público.

- Originalidad del producto: Al ser un producto hecho de manera natural si aditamentos químicos, este resalta de la competencia que es hecho de manera industrial y a gran escala lo que supone un procedimiento sintético que, a criterio del investigador, le resta valor de adquisición al producto.
- Producto de fácil uso: El adobo es un producto versátil que puede ser utilizado en cualquier tipo de plato para realzar el sabor de la comida, su uso es fácil y práctico debido a que el consumidor solo debe añadir una cucharada del adobo a la preparación normal de sus comidas.
- Genera un valor agregado a la comida ecuatoriana: Al estar desarrollado con elementos típicos del Ecuador y al ser un adobo para las comidas, este plantea ser un agregado para resaltar la comida tradicional de los ecuatorianos, tanto en restaurantes como en los hogares de la ciudad.

Las fortalezas de adobo La Quiteña se encuentran establecidas en las siguientes:

- Leyes que impulsan y protegen la producción nacional y local: En Ecuador existen leyes y normativas financieras que apoyan a las pequeñas empresas y emprendimientos, lo cual resulta favorable para el desarrollo y comercialización del producto planteado.
- Considerable gasto por consumo de elementos de sazón: Se identifica que la población Ecuatoriana consume un considerable número de sazonadores en sus comidas, esto se ve identificado a través de la gran oferta presente en el mercado, incluyendo varios productos con estas características por parte de una misma organización.
- Población con hábitos de consumo rápido: Se establece que, por la calidad de vida actual, la población necesita movilizarse rápido en cualquier contexto, por tanto, es necesario ofrecer productos ágiles en el estilo de vida actual de la población.
- Se centra en la gastronomía ecuatoriana: El adobo está diseñado para ser un complemento en las comidas generadas en Ecuador, por tanto, se centra en aportar un sabor adicional a la comida tradicional.

Las debilidades identificadas del proyecto se describen en las siguientes:

- Falta de experiencia en el mercado de condimentos: El investigador identifica que existe cierto nivel de incertidumbre sobre los conocimientos necesarios para el desarrollo del producto en el mercado.

- No contar con la maquinaria para pedidos grandes: Al ser un producto nuevo este será producido en pequeña escala, por tanto, en un inicio no se podrán cubrir los pedidos de mayor demanda.
- Alcance reducido de distribución: El investigador mantiene un alcance limitado de distribución. El investigador establece que mantiene un número reducido de establecimientos y mercados en donde se podría ofertar el producto, así como la capacidad de distribución de este.

Por último, se determina que las principales amenazas del proyecto se establecen en:

- Sustitutos a precios más accesibles: Existe gran cantidad de productos de cocina enfocados a realzar el sabor de las comidas a un precio más accesible que el presentado por adobo La Quiteñita, en consecuencia, esto podría representar perjudicial para la venta del producto.
- Productos similares en los principales mercados: En el mercado identificado se establece que existen varios productos de adobo similares al presentado, lo que significa una competencia directa para el producto.
- Competencia actual con basta trayectoria: Las marcas y productos actuales tienen conocimiento mantienen un conocimiento más amplio del mercado, en consecuencia, mantienen una trayectoria y reconocimiento por parte de los consumidores.

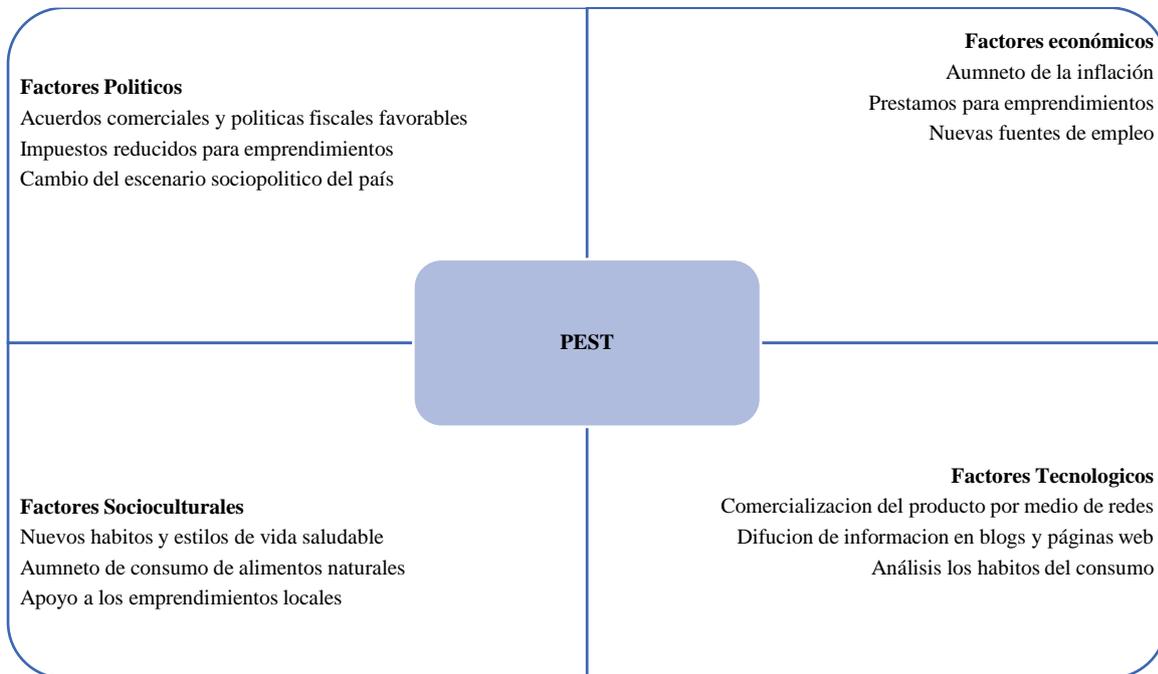
### **Análisis**

De acuerdo con la información obtenida del análisis FODA se determina que la viabilidad del proyecto es buena, principalmente por el mayor número de características positivas sobre las negativas, es decir que el proyecto mantiene mayor número de Fortalezas y Oportunidades en contraste de las Debilidades y Amenazas.

## 2.4.Evaluación PEST

**Figura 2**

*Análisis PEST*



## 3. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO

**Características necesarias del producto para satisfacer las necesidades del consumidor.**

### 3.1 Tipo del producto

**Tipo de producto:** producto alimenticio

**Envase:** plástico

**Figura 3**

*Envases para el producto (Plástico/Vidrio)*



*Nota.* Obtenida de Autor

**Contenido envase de plástico:** 1 galón/3.785 litros

**Contenido envase de vidrio:** 500 ml/0.5 litros

**Tamaño envase de plástico:** Altura 27.64 cm; diámetro 18 cm;

**Dimensiones envase de vidrio:** Altura 12.4 cm; Diámetro 8.3 cm; peso 224.90 gr (sin contenido)

**Caducidad:** Un mes desde su producción

### 3.2 Desarrollo de marca del producto (nombre, logo, slogan, fase filosófica)

**Nombre del producto:** La Quiteña

**Logo:**

*Figura 4*

*Logo La Quiteña*



*Nota.* Elaborado por el autor

**Slogan:** La más sabrosa del Ecuador; El sabor de los hogares ecuatorianos; Realzando el sabor de tus comidas.

#### **Fase filosófica**

##### **Misión**

Realzar el sabor de la cocina ecuatoriana, revitalizando la cocina tradicional, amenizando los momentos en familia que se disfrutan en la mesa, a través de contenidos naturales de alta calidad, comprometidos con la excelencia en el producto para satisfacer con los requerimientos de nuestra clientela.

## **Visión**

Ser reconocida como la marca líder en la comercialización de Adobos de origen natural en el mercado local, superando las expectativas culinarias de la sociedad, alcanzando niveles de experiencia que respalden el compromiso de calidad en los productos, reportando un crecimiento empresarial sólido sostenido en los valores sociales, humanos y económicos de la marca.

## **Objetivos**

- Establecer relaciones de colaboración y cooperación con proveedores
- Establecer relaciones saludables y permanente con los principales clientes.
- Mantener un control estricto de calidad en cada uno de los productos a la venta
- Establecer una mejora continua en los procesos de producción

## **Principios**

- Sostenibilidad ambiental
- Responsabilidad y compromiso social
- Honestidad en los procesos

## **Valores**

- Integridad
- Confianza
- Eficiencia
- Responsabilidad
- Profesionalismo

### **3.3 Análisis cruzado y estrategias**

#### **Estrategia ofensiva Fortaleza X Oportunidad**

Mediante la fortaleza de originalidad e innovación del producto y con la oportunidad de incurrir a los restaurantes de comida tradicional, el adobo La Quiteñita puede incursionar en la distribución del adobo en estos restaurantes, presentándolo tanto como una opción para realzar el sabor de las comidas tradicionales como para la venta y distribución en estos establecimientos, generando acuerdos de mutua cooperación y beneficio para ambas partes.

### **Estrategia de confrontación Fortaleza X Amenaza**

Ante la amenaza de sustitutos de adobos a precios más accesibles se presenta la fortaleza de que el producto es a base ingredientes 100% natural, sin preservantes artificiales, ante ello una estrategia valida seria la acción de resaltar el contexto orgánico del producto, siendo su principal virtud los ingredientes naturales, es sabor original y la tradición que esconde en su receta.

### **Estrategia de refuerzo Debilidades X Oportunidades**

Frente a la debilidad del capital reducido y los gastos fijos que cubrir se establece la oportunidad de acceder a los créditos a microempresarios que establece el gobierno nacional, en este sentido, la estrategia responde en optar por una entidad financiera que aporte con el capital base para poder desarrollar el producto a mediana escala y así cubrir los gastos de producción, distribución y demás.

### **Estrategia defensiva Debilidades X Amenazas**

Frente a la debilidad de capacidad de distribución y alcance reducido y la amenaza de competencia actual con conocimiento y trayectoria en el mercado, se debe aplicar una estrategia de segmentación de mercado que delimite el campo de acción de la marca, dándose a conocer en ferias y mercados de comida natural, restaurantes tradicionales y en las redes sociales.

## **3.4 Evaluación del macro y micro entorno al producto.**

### **Entorno Macro**

Dentro del entorno macro relacionado a Adobo la Quiteñita se establece los siguientes parámetros para analizar:

**Demografía.** Este aspecto refiere a las características de la población donde se distribuye y comercializa en producto, de acuerdo con el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) hasta el 2017 la ciudad de Quito cuenta con una población de “1’911.966 personas, la cifra de mujeres representa el 51,7% mientras que los hombres es 48,3%. El primer caso agrupa a 987.973 y el segundo, a 923.993 personas” (INEC, 2017, párr.1)

**Economía.** Este refiere a la a las características de tipo económico de la población, en este contexto, la economía actual de la población se ve estrechamente relacionada con las políticas actuales del gobierno, y debido a las próximas elecciones anticipadas la economía de

la población se encuentra en un periodo de incertidumbre debido a los cambios políticos y sociales que se puedan dar con el próximo gobierno.

**Cultura.** La cultura actual de la población quiteña, en este sentido, se aprecia un aspecto conservador en las personas adultas, mientras que la población joven se presenta con una actitud más liberal, apegado al desarrollo sostenible comprometido con el medio ambiente y de apoyo a los emprendimientos que ofrezcan productos naturales o eco-friendly. Las tendencias actuales

**Entorno político y legal** Responde al marco legal y político ecuatoriano, en este panorama Ecuador se mantiene en una incertidumbre política, debido principalmente a la inestabilidad y falta de control en aspectos como la reactivación económica post pandemia y la ola de inseguridad y delincuencia que afrontan la ciudadanía, los pequeños y grandes negocios. De igual manera, dentro del aspecto legal el panorama es incierto, debido primordialmente a las elecciones adelantadas 2023, la posesión del nuevo gabinete de gobierno y la constitución de una nueva asamblea nacional, quienes dispondrán de acciones diversas para mejorar la situación de incertidumbre política que rodea a la nación.

**Tecnología.** Refiere a las herramientas tecnológicas de actualidad, dentro de este contexto se puede expresar que el panorama es alentador debido al gran aporte de marketing y comercialización que aportan las redes sociales y las aplicaciones para celulares inteligentes, facilitando el acceso a diversos productos de manera instantánea, en este sentido, el mercado, las técnicas de promoción y los canales de distribución dejan de ser exclusivamente físicos y temporales, comprendiendo ahora un gran abanico de posibilidades para comercializar un producto.

### **Entorno Micro**

Dentro del entorno micro relacionado a Adobo la Quiteñita se establece los siguientes parámetros para analizar:

**Proveedores.** Los proveedores encargados de abastecer de materia prima para la realización del Adono La Quiteñita corresponden a los mercados de legumbres orgánicas ubicados en el Distrito Metropolitano de Quito, en este contexto, se define como posibles proveedores a Huertos DH, El Huerto; Huerto Orgánico Doña Olguita, Huerto Orgánico la Granja; Alimentos del Huerto, Frutería del Huerto y la Huerta de Frutas y Legumbres.

**Competencia.** La competencia identificada dentro del DMQ se establece en Adobos La Comadre, Adobo Mi Comadre, Adobo Goya, Adobo La Chillangua y Aliño y Salsa Grobmutti. En este contexto, se identifica que las marcas competidoras se presentan tanto en redes sociales como en ferias orgánicas de la ciudad. sin embargo, la mayoría de ellas se desarrolla de manera ineficiente en medios digitales, manteniendo publicaciones simples sin fundamentos de marketing.

**Distribuidora.** La distribución del producto será de manera personal y directa para el cliente, debido principalmente a que el producto se ofertará en ferias y mercados, en donde se mantendrá el contacto directo con el consumidor, el método de transporte será a través de un vehículo propio. En los casos de ventas por redes sociales o ventas a domicilio, el envío se lo realizará a través de un tercero que entregue el producto a través de encomiendas, en tal razón, se cuenta con un motorizado de confianza quien fungirá como distribuidor del producto en ventas en línea.

**Prescriptores.** (Líderes de opinión) Como emprendimiento creciente e innovador se podría aprovechar de la opinión y crítica de algunos influencers locales que beneficien a la difusión del producto. De igual manera, se podría aprovechar la opinión de chefs de establecimientos reconocidos para resaltar el valor del producto.

### **3.5 Justificación y viabilidad del desarrollo del producto (argumentado de acuerdo con la evaluación situacional)**

Ante las características y entorno planteado alrededor de la creación de un adobo tradicional y orgánico, se establece que el proyecto de Adobo tradicional La Quiteñita es viable porque cuenta con los recursos materiales, económicos y conocimiento necesario del producto como del mercado para posicionarse en la memoria colectiva del público objetivo.

La creación de este adobo tiene la característica fundamental de ser útil para todas las comidas de los hogares quiteños, debido a que es aplicable a cada uno de ellos, estableciendo un claro diferenciador de la competencia que se dedica a la venta de adobos exclusivos para la sazón de carnes y similares. De igual manera, gran parte de su valor recae en su procedencia 100% natural y orgánica, presentando un proceso de producción que no involucra químicos ajenos que afecten el sabor y la consistencia del producto, representando una opción inigualable para aquellos que disfrutan de la comida natural. El desarrollo del producto se presenta de manera sostenible, de manera que no afecta o representa significativamente daños al ambiente.

Por otro lado, al mantener un contacto directo con los proveedores de materia prima su elaboración resulta factible y accesible, debido a que se elimina el riesgo de desabastecimiento, de igual manera, al conocer bien los lugares de distribución, determinadas en las ferias de comida orgánica de la ciudad, su presentación al público objetivo se vuelve eficaz. En el mismo contexto, mediante la publicación del producto en redes se plantea abarcar a un público más extenso viabilizando la presentación y comercialización de los productos en el ámbito virtual.

### **3.6 Segmentación de mercado**

Ferias y mercados de gastronomía orgánica y alternativa del Distrito Metropolitano de Quito como son la Feria orgánica Madre Tierra, Feria Orgánica la Morita, Feria Agroecológica la Carolina, Feria Agroecológica Mikuyita Akarana, Mercado Agroecológico Madre Tierra; Feria Agroecológica de Lloa y Feria Agroecológica Sur Siendo Caupicho.

### **3.7 Mercado meta**

El mercado meta identificado para el producto Adobo La Quiteñita se establece en la población del Centro y Norte de Quito.

**Perfil del cliente:** Se establece que las personas asentadas en estas localidades se establecen con un nivel socioeconómico estable. Es una población con un amplio margen de consumo de productos alimenticios, de acuerdo con el portal web Properati Blog (2019) “Treinta y un supermercados están ubicados en el Centro Norte, lo que la convierte en el sector mejor atendido para comprar productos en la capital ecuatoriana” (párr. 1). La localidad presenta sectores de comercialización y exposición de alimentos orgánicos, además de presentar una gran cantidad de restaurantes dedicados a la cocina de platos tradicionales del Ecuador.

**Necesidades del sector:** La zona del Centro y Norte del DMQ comprende un aproximado de 800 mil habitantes, teniendo una media de 8 mil habitantes por Km<sup>2</sup> (Properati Blog, 2019). Esto representa una oportunidad de consumo y adquisición del producto bastante amplia, debido a la densidad poblacional que este sector representa.

**¿Por qué es el cliente ideal?** Debido a su proximidad con la localidad donde se desarrolla el producto estos lugares resultan mercados estratégicos para comercializar el producto. Resulta favorable por el nivel de mercado que representa el lugar, debido a que en el sector se presenta una gran cantidad de restaurantes como de espacios y mercados de comida orgánica o alternativa en donde se puede comercializar, además, el lugar representa un nivel de movilidad alto con diversos accesos que facilitan el transporte y distribución del producto.

### **3.8 Marketing Mix**

El marketing mix corresponde a un análisis de las 4P del marketing definidas en producto precio, plaza y promoción, en este sentido, se define los siguientes apartados:

#### **3.8.1. Producto**

El producto para comercializar se establece en el adobo tradicional La Quiteña, este producto se caracteriza por ser de origen orgánico y natural, debido a que se maneja con materia prima 100% de huertos orgánicos, es decir, alimentos generados a través de procesos naturales libres de pesticidas, insecticidas o productos químicos. De igual manera, para la preservación del producto se utiliza un proceso de preservación al natural que garantiza la conservación del producto por largos periodos de consumo, al mismo tiempo que mantiene los sabores originales del adobo. El principal atributo del adobo es su característica adaptable para casi cualquier tipo de comida, debido a que está pensada y diseñada para ser un campamento en la sazón de la comida tradicional ecuatoriana, realzando el sabor de los platillos de los hogares quiteños.

#### **3.8.3. Plaza**

La estrategia de plaza que actualmente se plantea en la presentación del producto por medios digitales, presentando el adobo La Quiteña en Facebook, Instagram y Tok Tok, mediante la red social WhatsApp se plantea mantener un contacto directo y personalizado con los clientes, donde se coordinara el pedido y la entrega de este. Por otro lado, el método de distribución en las ventas en línea se lo generara a través de encomiendas a través de motorizados quienes serán los encargados de hacer llegar el producto al cliente. En los casos que el pedido sea extenso, el encargado de la entrega será el dueño de la marca a través de movilización propia hasta el lugar de entrega.

Cuando la plaza se situé en un lugar específico de las ferias y mercados de alimento orgánico, la venta y contacto con el cliente será de manera directa, la logística y transporte será dispuesto por el dueño de la marca.

#### **3.8.4. Promoción**

La estrategia de promoción que da la entrada al mercado al adobo tradicional La Quiteña se basa en un plan de medios digitales enfocada en la publicación en la red social Facebook, Instagram y Tik Tok.

De igual manera, se plantea generar una correcta presentación por medio de una infografía del producto en las ferias donde este se comercializará, presentando información clara y contundente, además de centrarse en una correcta atención al cliente.

### 3.9 Precio

El precio estimado para la comercialización del producto a pequeña y mediana escala es de 3.90 en la presentación de envase de 1L y en la presentación de envase de plástico de un galón su precio es 9.80

Para la obtención de estos precios se utilizó la receta estándar, esto permite calcular de manera precisa precio por gramos, adicionalmente se incluyó el 10% por margen de error, 30% en los costos de preparación y el 12% del IVA

**Tabla 1**

*Receta estándar 1L*

<b>ADOBO BASE PARA LA ELABORACIÓN DE RECETAS TRADICIONALES CON IDENTIDAD ECUATORIANA</b>				
<b>Nombre:</b>	La Quiteñita			
<b>Genero:</b>	Adobo con especias tradicionales del Ecuador			
<b>Porciones:</b>	7			
<b>Investigador:</b>	Edwin			
<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>INGREDIENTES</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
125	Gr	Cebolla blanca	0.0004	0.10
125	Gr	Cebolla perla	0.0008	0.20
40	Gr	Zanahoria	0.0006	0.04
35	Gr	Apio tallos	0.0003	0.02
15	Gr	Ajo macho	0.00428	0.12
10	Gr	Comino	0.00902	0.18
10	Gr	Orégano	0.0178	0.34
48	Gr	Manteca de cerdo	0.00555	0.52
30	Ml	Aceite achiote	0.00578	0.34
<b>Costo total de la materia prima</b>				<b>1.86</b>

<b>Margen de error o variación de precios 10%</b>	0.18
<b>Costo total de preparación</b>	1.02
<b>Costos por producción 30%</b>	0.30
<b>Total</b>	3.36
<b>15% de IVA</b>	0.50
<b>Total</b>	3.86
<b>Precio de venta al público (precio redondeado)</b>	3.90

*Nota.* Elaborado por el autor.

**Tabla 2**

*Receta estándar un galón*

<b>ADOBO BASE PARA LA ELABORACIÓN DE RECETAS TRADICIONALES CON IDENTIDAD ECUATORIANA</b>				
<b>Nombre:</b>	La Quiteña			
<b>Genero:</b>	Adobo con especias tradicionales del Ecuador			
<b>Porciones:</b>	----			
<b>Investigador:</b>	Edwin			
<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>INGREDIENTES</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
946,35	Gr	Cebolla blanca	0.0004	0.37
946,35	Gr	Cebolla perla	0.0008	0.75
302.83	Gr	Zanahoria	0.0006	0.18
264.97	Gr	Apio tallos	0.0003	0.07
113.56	Gr	Ajo macho	0.00428	0.48
75.70	Gr	Comino	0.00902	0.09
75.70	Gr	Orégano	0.0178	0.68
363.39	Gr	Manteca de cerdo	0.00555	2.01
227.12	MI	Aceite achiote	0.00578	1.31
<b>Costo total de la materia prima</b>				5.94
<b>Margen de error o variación de precios 10%</b>				0.59
<b>Costo total de preparación</b>				6.53
<b>Costos por producción 30%</b>				1.95

<b>Total</b>	8.48
<b>15% de IVA</b>	1.27
<b>Total</b>	9.75
<b>Precio de venta al público (precio redondeado)</b>	9.80

*Nota.* Elaborado por el autor.

## **4. DISEÑO DEL PRODUCTO**

### **4.1 Ejecución de los procesos**

#### **4.1.1. Materiales**

- Cocina
- Olla de aluminio de 3.5 a 6 litros
- Licuadora
- Cuchara de madera
- Cuchillo
- Tabla de picar
- 2 Recipientes de aluminio
- Envase de vidrio de 1L
- Envase de plástico de un galón/3,785L
- Termómetro de cocina
- Litrero

#### **4.1.2. Ingredientes**

- Cebolla blanca 50%
- Cebolla perla 14%
- Zanahoria 8%
- Apio tallos 4%
- Ajo macho 4%
- Comino 3%
- Orégano 1 %
- Manteca de cerdo 10%
- Aceite achiote 6%

#### **4.1.3. Proceso**

- En primer lugar, se procede a limpiar y lavar las verduras a utilizar, es decir, la cebolla blanca, la cebolla perla, el apio, zanahoria apio y ajo.
- Con los vegetales limpios se continua a trocear cada uno de estos en las cantidades especificadas con anterioridad
- En la olla de aluminio se procede a colocar la manteca de cerdo y el achote para precalentar y mezclar los aceites de cada una

- Una vez caliente el aceite base se dispone a colocar los vegetales troceados, para generar una mezcla homogénea entre estos, el aceite base y un porcentaje de sal, comino y orégano.
- Se procede a establecer una temperatura base de 65° a 70°C, una vez alcanzada esta temperatura luego de imprecar y mezclar cada uno de los vegetales con el aceite se deja cocer por 1 hora, teniendo que realizar una mezcla homogénea durante este tiempo.
- Ya culminada la etapa de cocción se procede a la etapa de licuado donde se coloca la mezcla en una licuadora durante 45 segundo para triturar y mezclar bien los alimentos.
- Se retira la mezcla de la licuadora y se coloca en un recipiente de aluminio, en el segundo, que debe ser de un diámetro mayor, se procede a colocar agua fría y hielo.
- Colocamos el recipiente con la mezcla en el recipiente que contiene agua y hielo para general un choque térmico y la mezcla se enfrié.
- Se deja reposar durante el tiempo necesario hasta alcanzar los 2°C de temperatura. Cuando la mezcla haya alcanzado está temperatura se procede a medir la porción indicada para cada caso (500ml y/o 1 galón)
- Se coloca el contenido previamente testeado en los envases correspondientes de vidrio o galón.
- Se procede almacenar el producto en un ambiente seco, oscuro, sin luz solar directa.

El proceso de realización del adobo corresponde a la caramelización de vegetales, donde se genera una reacción de milar por procesos físicos y químicos, por acción del fuego y el tiempo de cocción. Al momento que se empieza a realizar el refrito y el proceso de cocción de una hora los vegetales sueltan estos azucares y el adobo se vuelve dulce, obteniendo un proceso milar de los vegetales.

## 4.2 Identificación de indicadores de valoración

Los criterios de valoración dispuestos en el desarrollo de la receta se plantea los indicadores de sabor, olor, color, contextura y duración, así se lo muestra en la Tabla 1.

**Tabla 3**

*Indicadores de valoración*

Criterios de valoración del Aobo tradicional La Quiteña								
Indicador	Semana 1		Semana 2		Semana 3		Semana 4	
	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No
Presenta un signo de deterioro		X		X		X		X
Presenta un olor desagradable		X		X		X		X
Cambio de tonalidad		X		X		X	X	
Presenta una textura gelatinosa		X		X		X		X
Presenta textura endurecida		X		X		X		X
Presencia de mohos		X		X		X		X
Mantiene una consistencia uniforme en la mezcla	X		X		X		X	
Mantiene un sabor agradable	X		X		X		X	
Es completamente comestible	X		X		X		X	
Es totalmente compatible para mezclas	X		X		X		X	

*Nota.* Elaborado por el autor.

## Análisis Bromatológico

Se realizó un análisis completo del adobo tradicional, con la finalidad de conocer sus propiedades organolépticas, así como sus posibles alteraciones.

**Figura 5**

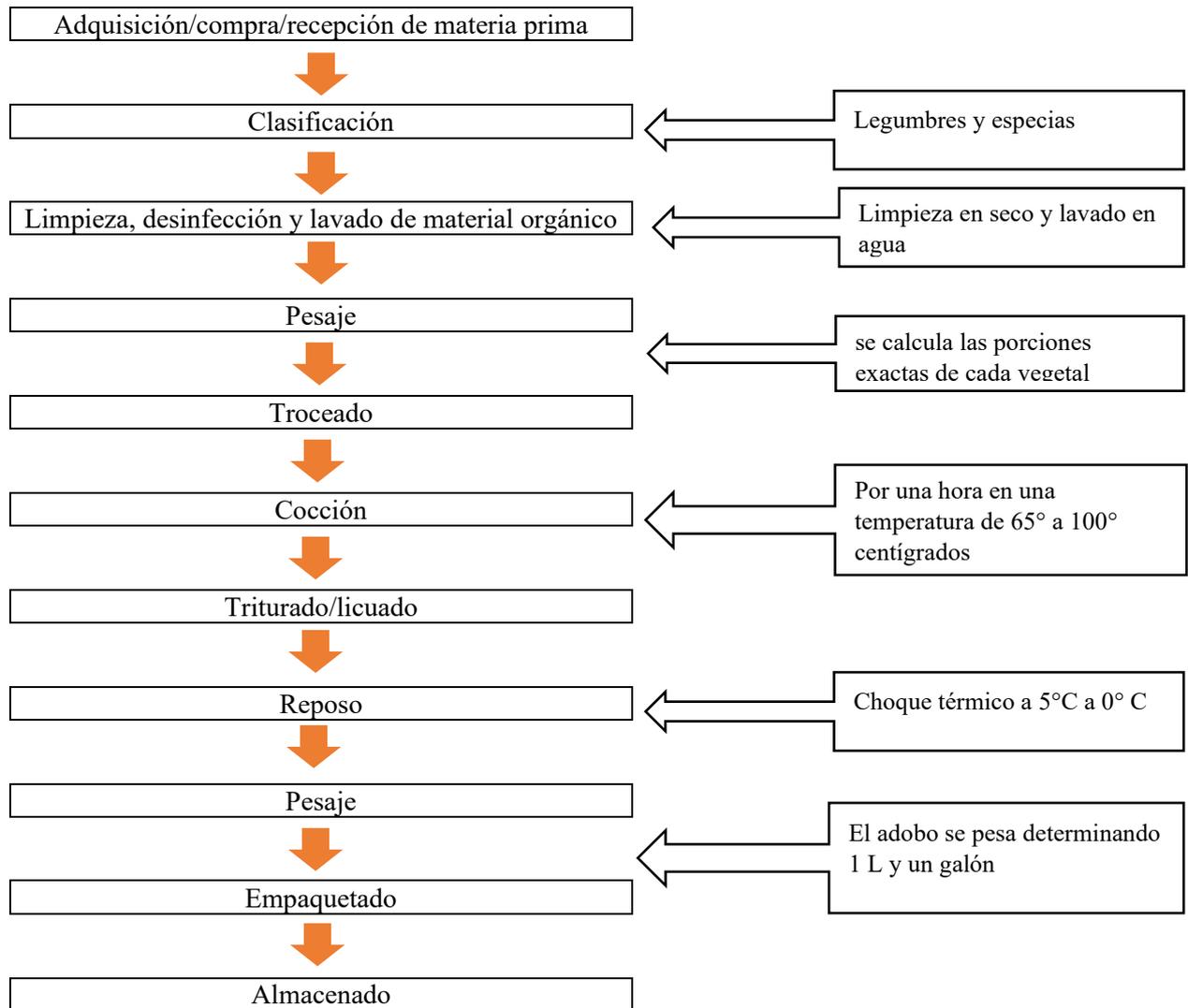
### Análisis bromatológico

LISTADO DE MUESTRAS PARA ANÁLISIS USUARIO EXTERNO		LABORATORIO DE SERVICIOS ANALÍTICOS		CÓDIGO: FORL 759-5
<b>DATOS DEL USUARIO</b>				
Tipo de Usuario	Persona Natural <input type="checkbox"/>	Universidad <input checked="" type="checkbox"/>	Empresa Privada <input type="checkbox"/>	Estatado Gubernamental <input type="checkbox"/>
Universidad / Empresa / Institución	Universidad Internacional del Ecuador			
Dirección / Ciudad	Quito			
Nombre del Usuario (Incluir el nombre del docente i/o estudiante)	Edwin Antamba			
Cédula / NIT	1712286234			
Correo Electrónico	soyedwinn@hotmail.com		Teléfono o celular No.	
<b>MUESTRAS PARA ANÁLISIS Y/O ENSAYO</b>				
Tipo de muestra	In situ	Procedencia: Quito	Fecha de muestreo (AAAA-MM-DD)	2023-24-11
Condiciones particulares requeridas para realizar los análisis:				
No.	Análisis proximal para 100 gr. de producto (La Quiteñita)		Análisis y/o ensayos solicitados	
	Contenido de Minerales (mg/kg en base a humedad)		Características organolépticas	
	<b>NUTRIENTES/ MINERALES</b>		<b>COLOR</b>	<b>OLOR</b> <b>SABOR</b> <b>CST</b>
1	Potasio	311 mg	AA	dulce    dulce    espeso
2	Calcio	33 mg	Este producto presenta un color amarillo anaranjado, con un sabor dulce y de consistencia espesa (coloidal)	
3	Magnesio	16mg		
4	Hierro	0.33mg		
5	Zinc	0.13mg		
	<b>VITAMINAS</b>			
1	Vitamina C	7.4 g		
2	Vitamina B	0.026 mg		
3	Vitamina A	3 ug		
4	Vitamina E	1.40mg		
5	Vitamina K	40 ug		
	Acido fólico	18 g		
	<b>MACRONUTRIENTES</b>			
1	Agua	83g		
2	Energía	62Kcal		
3	Proteínas	8.15g		
4	Lípidos / grasa	100g		
5	Azúcares totales	--- g		
6	Fibra	30 g		
7	Carbohidratos	10 g		
	<b>ANALIS QUIMICO</b>			
1	pH			
2	Grados Brix			
3	Cenizas	6.2 %		
4	Carotenoides totales	1.48%		
5	Almidón	13,17%		
<b>Observaciones generales:</b>		Muestras: Estos ANÁLISIS se realizó con tres tratamientos para mayores coincidencias de los valores.		
<b>Ing. Carlos Calderón Analista Fitoquímico</b>				

### 4.3 Mapeo de los procesos

**Figura 6**

*Mapeo de procesos*



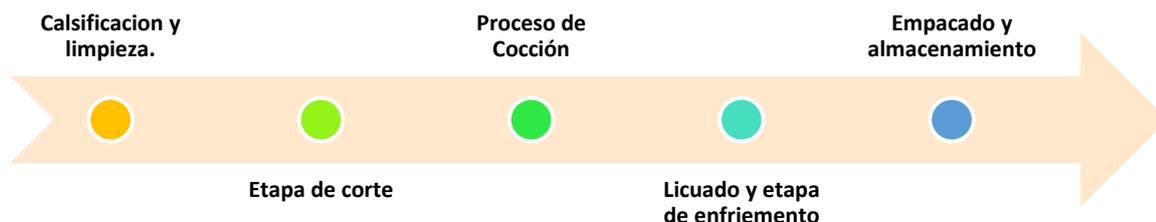
*Nota.* Elaborado por el autor

#### 4.4 Estandarización de los procesos

Los procesos estándares para la realización del Adobo Base se definen de la siguiente manera:

**Figura 7**

*Estandarización de procesos*



*Nota.* Elaborado por el autor.

**Clasificación y limpieza:** Representa la primera etapa del proceso de producción, se especifica en clasificar los elementos entre vegetales y especias. En este contexto, los vegetales pasan por un proceso de limpieza en seco y un lavado con agua.

**Etapa de corte:** Los vegetales previamente lavados se disponen a cortar en trozos para hacer más fácil la cocción y mezcla con los demás ingredientes, en esta se toma en consideración las porciones de cada preparación.

**Proceso de cocción:** Representa la tercera etapa y se conforma por las fases de precocción del aceite base, la inserción de los vegetales, la mezcla de las especias y el periodo de cocción de 1 hora.

**Licuado y enfriamiento:** Representa el proceso posterior a la cocción y se establece en el licuado de la mezcla en caliente, para posterior vaciar la mezcla licuada en un recipiente de aluminio para su posterior enfriamiento mediante un choque térmico.

**Empacado y almacenamiento:** Es la etapa final y se especifica en la medición de la mezcla en frío para su posterior empacado en los respectivos recipientes de 1 L o un galón, finalizando con el almacenamiento del producto final.

#### 4.5 Valoración y retroalimentación de los resultados

En este apartado se presenta los resultados obtenidos del estudio de durabilidad del producto durante un mes, analizando diversos factores como su textura, color, olor, tonalidad, entre otros. En ese sentido, se presenta un análisis de las cuatro semanas de duración planteado para su estudio.

**Tabla 4**

*Valoración semana 1*

<b>Criterios de valoración del Abobo tradicional La Quiteña</b>				
<b>Semana 1</b>				
<b>Indicador</b>	<b>Frecuencia</b>		<b>Porcentaje</b>	
	<b>Sí</b>	<b>No</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>
Presenta un signo de deterioro		X	0%	10%
Presenta un olor desagradable		X	0%	10%
Cambio de tonalidad		X	0%	10%
Presenta una textura gelatinosa		X	0%	10%
Presenta textura endurecida		X	0%	10%
Presencia de mohos		X	0%	10%
Mantiene una consistencia uniforme en la mezcla	X		10%	0%
Mantiene un sabor agradable	X		10%	0%
Es completamente comestible	X		10%	0%
Es totalmente compatible para mezclas	X		10%	0%
<b>Total</b>	4	6	40%	60%

*Nota.* Elaborado por el autor.

**Tabla 5**

*Valoración semana 2*

<b>Criterios de valoración del Abobo tradicional La Quiteña</b>				
<b>Semana 2</b>				
<b>Indicador</b>	<b>Frecuencia</b>		<b>Porcentaje</b>	
	<b>Sí</b>	<b>No</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>
Presenta un signo de deterioro		X	0%	10%
Presenta un olor desagradable		X	0%	10%
Cambio de tonalidad		X	0%	10%

Presenta una textura gelatinosa		X	0%	10%
Presenta textura endurecida		X	0%	10%
Presencia de mohos		X	0%	10%
Mantiene una consistencia uniforme en la mezcla	X		10%	0%
Mantiene un sabor agradable	X		10%	0%
Es completamente comestible	X		10%	0%
Es totalmente compatible para mezclas	X		10%	0%
<b>Total</b>	4	5	40%	60%

*Nota.* Elaborado por el autor.

**Tabla 6**

*Valoración semana 3*

<b>Criterios de valoración del Abobo tradicional La Quiteña</b>				
<b>Semana 3</b>				
<b>Indicador</b>	<b>Frecuencia</b>		<b>Porcentaje</b>	
	<b>Sí</b>	<b>No</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>
Presenta un signo de deterioro		X	0%	10%
Presenta un olor desagradable		X	0%	10%
Cambio de tonalidad		X	0%	10%
Presenta una textura gelatinosa		X	0%	10%
Presenta textura endurecida		X	0%	10%
Presencia de mohos		X	0%	10%
Mantiene una consistencia uniforme en la mezcla	X		10%	0%
Mantiene un sabor agradable	X		10%	0%
Es completamente comestible	X		10%	0%
Es totalmente compatible para mezclas	X		10%	0%
<b>Total</b>	4	6	40%	60%

*Nota.* Elaborado por el autor.

**Tabla 7***Valoración semana 4*

<b>Criterios de valoración del Abobo tradicional La Quiteña</b>				
<b>Semana 4</b>				
<b>Indicador</b>	<b>Frecuencia</b>		<b>Porcentaje</b>	
	<b>Sí</b>	<b>No</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>
Presenta un signo de deterioro		X	0%	0%
Presenta un olor desagradable		X	0%	0%
Cambio de tonalidad	X		10%	0%
Presenta una textura gelatinosa		X	0%	0%
Presenta textura endurecida		X	0%	10%
Presencia de mohos		X	0%	10%
Mantiene una consistencia uniforme en la mezcla	X		10%	0%
Mantiene un sabor agradable	X		10%	0%
Es completamente comestible	X		10%	0%
Es totalmente compatible para mezclas	X		10%	0%
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>50%</b>	<b>50%</b>

*Nota.* Elaborado por el autor.

## **5. CONTRASTACIÓN DE LA VIABILIDAD DEL NUEVO PRODUCTO**

Para este capítulo se establece dos componentes de viabilidad, uno referente a la viabilidad técnica, que comprende factores de análisis que comprenderán la efectividad del producto en el desarrollo técnico, y la segunda que comprende a la viabilidad económica, que responde a la acción financiera del desarrollo del adobo, así como su rentabilidad y eficiencia en el mercado.

### **5.1 Viabilidad técnica**

A continuación, se detalla las características de la viabilidad técnica del producto

#### **a) Análisis preliminar**

Se establece que el responsable del proyecto de Adobo La Quiteñita cuenta con los recursos necesarios para el desarrollo del producto. En primera instancia se cuenta con los equipos de producción necesarios para dar desarrollo al producto, como son las herramientas, utensilios, instrumentos y máquinas para garantizar el desarrollo y calidad del producto, de igual manera se cuenta con la infraestructura adecuada y especializada para el desarrollo del producto. Referente a la materia prima, se establece facilidad de acceso a las fuentes primarias de distribución como son los productores y mercado locales de la ciudad de Quito. Por último, se considera que el responsable cuenta con los conocimientos necesarios en la preparación adecuada y controlada del producto, siendo el responsable a cargo de garantizar los distintos procesos y medidas de prevención en el desarrollo del producto.

#### **b) Evaluación del mercado del mercado**

Se establece que los principales proveedores para el desarrollo del producto corresponden a los mercados de legumbres orgánicas ubicados en el Distrito Metropolitano de Quito, en este contexto, se define como posibles proveedores a Huertos DH, El Huerto; Huerto Orgánico Doña Olguita, Huerto Orgánico la Granja; Alimentos del Huerto, Frutería del Huerto y la Huerta de Frutas y Legumbres.

Se identificada que en el DMQ se establece en los Adobos La Comadre, Adobo Mi Comadre, Adobo Goya, Adobo La Chillangua y Aliño y Salsa Grobmutti. En este contexto, se identifica que las marcas competidoras se presentan tanto en redes sociales como en ferias orgánicas de la ciudad. sin embargo, la mayoría de ellas se desarrolla de manera ineficiente en medios digitales, manteniendo publicaciones simples sin fundamentos de marketing.

La distribución del producto será de manera personal y directa para el cliente, debido principalmente a que el producto se ofertará en ferias y mercados, en donde se mantendrá el

contacto directo con el consumidor, el método de transporte será a través de un vehículo propio. En los casos de ventas por redes sociales o ventas a domicilio, el envío se lo realizará a través de un tercero que entregue el producto a través de encomiendas, en tal razón, se cuenta con un motorizado de confianza quien fungirá como distribuidor del producto en ventas en línea.

c) Proponer una decisión

Ante las características y entorno planteado alrededor del proyecto de Adobo tradicional La Quiteña se establece que es un producto viable porque cuenta con una serie de características técnicas que permiten su desarrollo y comercialización, siendo un producto hábil en el mercado local de alimentos y comida natural.

## 5.2 Viabilidad económica

A continuación, se detalla las características de la viabilidad técnica del producto

a) Evaluar la viabilidad financiera de la ejecución

En la actualidad el proyecto cuenta con un capital reducido para su producción en masa, no obstante, ante los gastos fijos que cubrir en la ejecución del proyecto pueden darse a través de los créditos a microempresarios que establece el gobierno nacional, en este sentido, la estrategia responde en optar por una entidad financiera que aporte con el capital base para poder desarrollar el producto a mediana escala y así cubrir los gastos de producción, distribución y demás.

b) Hacer una evaluación de mercado

Las características de la población donde se distribuye y comercializa el producto es Quito, De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) hasta el 2017 la ciudad de Quito cuenta con una población de “1’911.966 personas, la cifra de mujeres representa el 51,7% mientras que los hombres es 48,3%” (INEC, 2017, párr.1)

Las características de tipo económico de los consumidores se ven estrechamente relacionada con las políticas actuales del gobierno, y debido a los problemas de seguridad y déficit energético del país la economía de la población se encuentra en un periodo de incertidumbre debido a los cambios políticos y sociales que se puedan dar con las modificaciones de los problemas.

c) Considerar la viabilidad técnica y operativa

Refiere a las herramientas tecnológicas de actualidad, se puede expresar que el panorama es alentador debido al gran aporte de marketing y comercialización que aportan las

redes sociales y las aplicaciones para celulares inteligentes, facilitando el acceso a diversos productos de manera instantánea, en este sentido, el mercado, las técnicas de promoción y los canales de distribución dejan de ser exclusivamente físicos y temporales, comprendiendo ahora un gran abanico de posibilidades para comercializar un producto.

El precio establecido para el precio final del Adobo La Quiteña es de \$ 3.90 por el producto de 1L. Teniendo en consideración la media del mercado de la venta de productos similares que se establece en \$4.00 por el mismo contenido, el producto resulta ser eficiente, debido a que comprende un precio promedio en el mercado a competir, además que se mantiene el valor añadido del no uso de conservantes artificiales, siendo un producto sostenible.

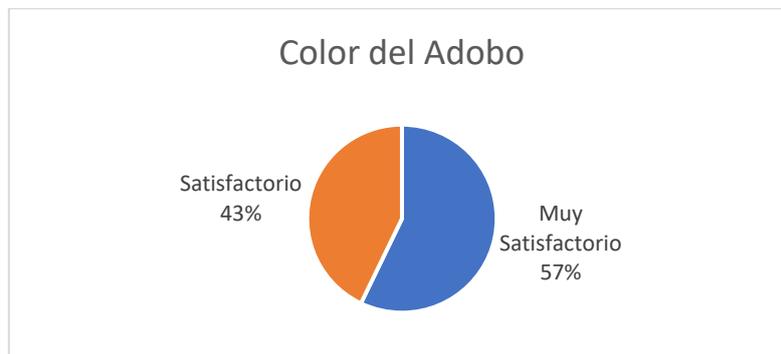
### 5.3 Viabilidad de gestión

Test de aceptabilidad de adobo base se realizó mediante la cocción de los siguientes platos: Seco de chanco, seco de costilla y locro de papa. La prueba fue desarrollada en la Escuela de Gastronomía del campus de la UIDE y se tomó en consideración a docentes y estudiantes pertenecientes a dicha escuela. El Test está dividido en dos secciones, la primera que evalúa la aceptabilidad del Adobo La Quiteña en cuestiones de calidad, y la segunda evalúa la aceptabilidad del empaque, es decir, la presentación del producto. La prueba responde a una encuesta de con preguntas cerradas y respuestas mediante la escala de Likert correspondientes a Muy Satisfecho, Satisfecho, Neutro, Insatisfecho, y Muy insatisfecho.

#### 5.3.1. Aceptabilidad del adobo

**Figura 8**

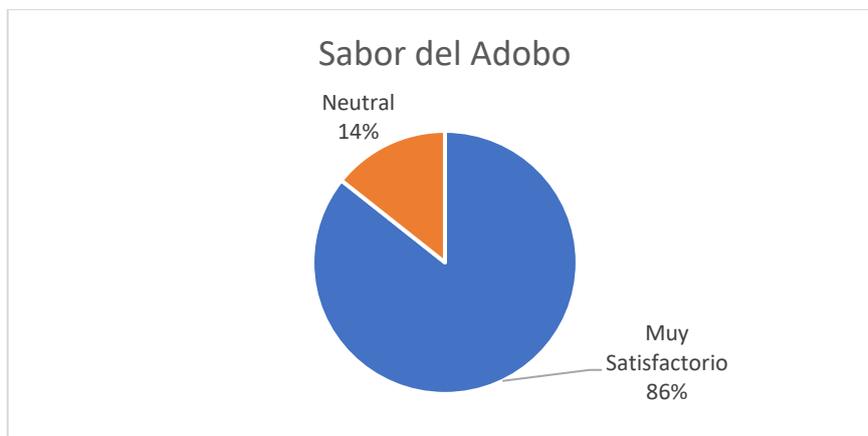
*Color del Adobo*



De acuerdo con los datos presentados se establece que el 57% de los participantes considera que el color del adobo es muy satisfactorio, mientras que el 43% restante considera que el color es satisfactorio. Los resultados demuestran una buena aceptabilidad del público referente al color que presenta el producto.

**Figura 9**

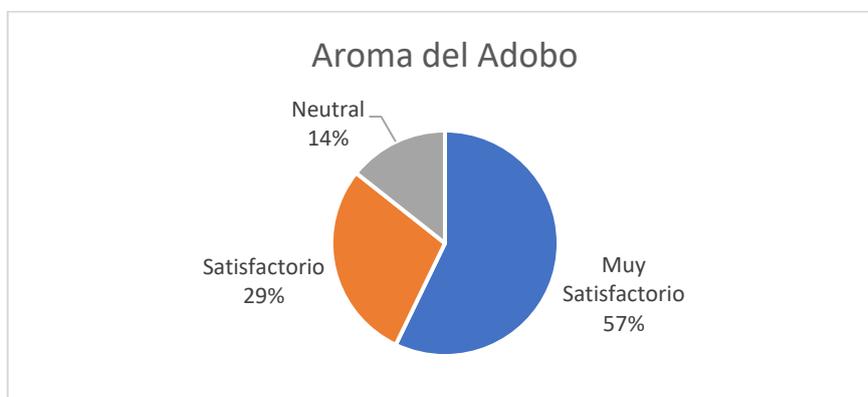
*Sabor del adobo*



Los resultados demuestran que el 86% de los participantes consideran que el sabor del Adobo la Quiteña es muy satisfactorio, mientras que el 14% restante considera que el producto mantiene un sabor neutral. La información presentada demuestra que existe mayor cantidad de personas que les agrada el sabor del producto.

**Figura 10**

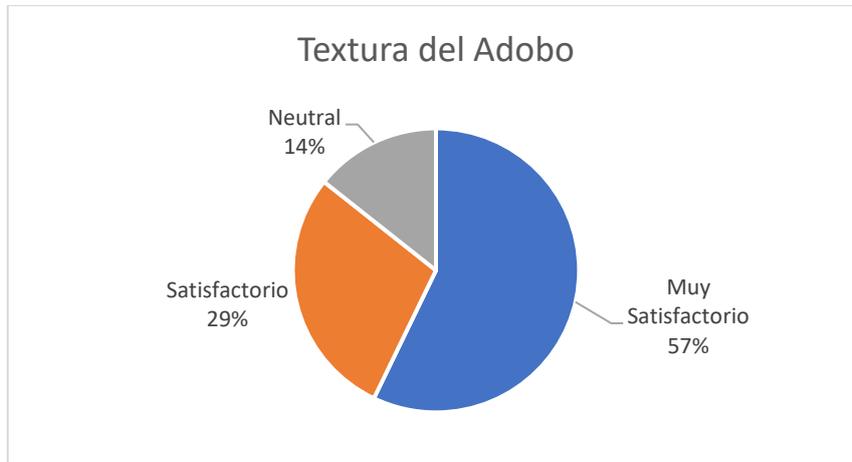
*Aroma del Adobo*



De acuerdo con los resultados se presenta que el 57% de los participantes consideran como muy satisfactorio el aroma del Adobo La Quiteña, en segundo lugar, un 29% considera que el producto mantiene un aroma satisfactorio, mientras que el 14% restante considera que el producto mantiene un olor neutro. Esta información demuestra que a la mayoría de los participantes les agrado el aroma del producto, siendo nula la caracterización negativa de esta característica.

**Figura 11**

*Textura del adobo*



De acuerdo con los resultados se establece que el 57% de los participantes consideran que la textura del Adobo La Quiteña es muy satisfactorio, por su parte un 29% de los participantes considera a la textura del producto como satisfactorio, mientras que el 14% restante mantiene una postura neutral ante esta característica. La información resultante demuestra que hay una buena percepción de la textura del producto.

**Figura 12**

*Versatilidad del adobo*

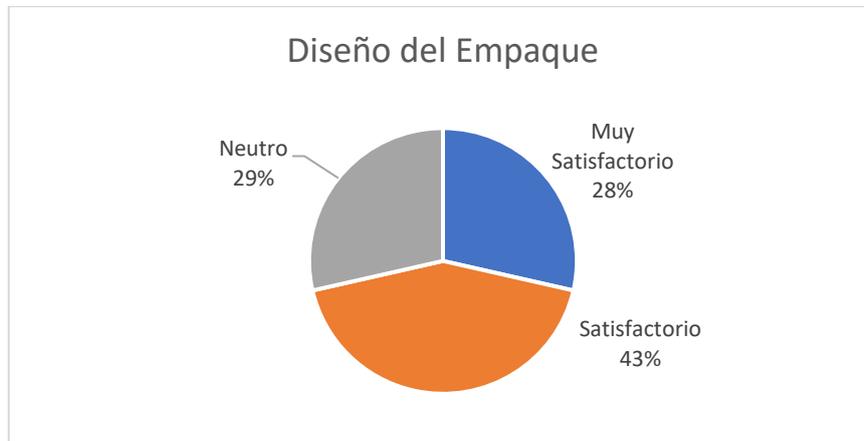


De acuerdo con los resultados se determina que el 71% de los participantes consideran como muy satisfactorio la versatilidad del Adobo La Quiteña, mientras que el 29% restante considera como satisfactorio dicha característica. La información presentada demuestra que el producto tiene buena acogida referente a su característica de versatilidad, determinando que los participantes mantienen una percepción positiva de este elemento.

### 5.3.2. Aceptabilidad del Empaque

**Figura 13**

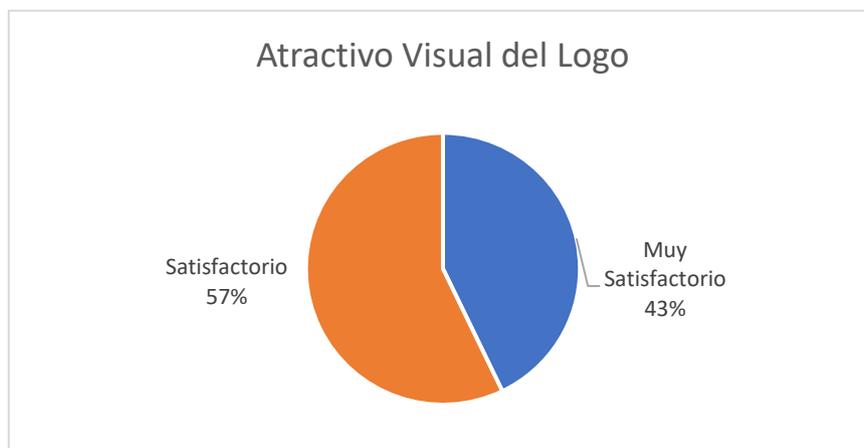
*Diseño del empaque*



De acuerdo con los resultados se establece que el 43% de los participantes consideran al empaque de Adobo La Quiteñita como satisfactorio, un 29% mantiene una perspectiva neutra sobre esta característica, mientras que el 29% restante la considera como muy satisfactorio. Esta información demuestra que existe una percepción positiva sobre el empaque del producto

**Figura 14**

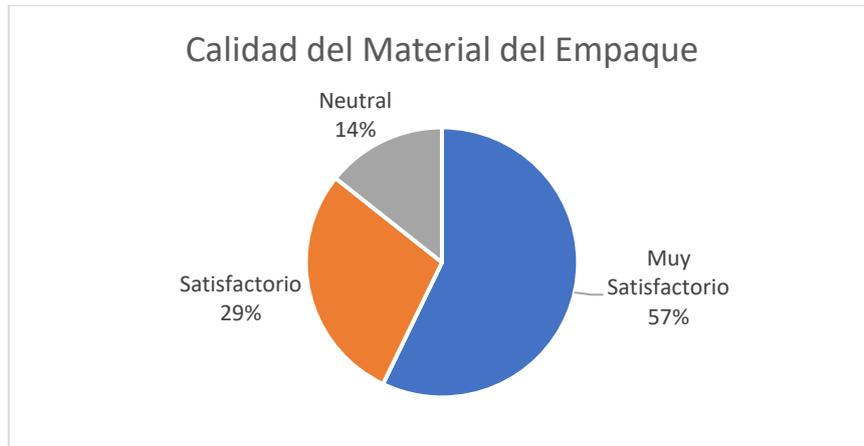
*Atractivo del Logo*



De acuerdo con los resultados se determina que el 57% de los participantes consideran como satisfactorio el atractivo visual del logo de Adobo La Quiteñita, mientras que el 43% restante considera este aspecto como muy satisfactorio. Esta información demuestra que existe una percepción positiva sobre el atractivo visual del logo, considerando que no existe opinión negativa sobre este aspecto.

**Figura 15**

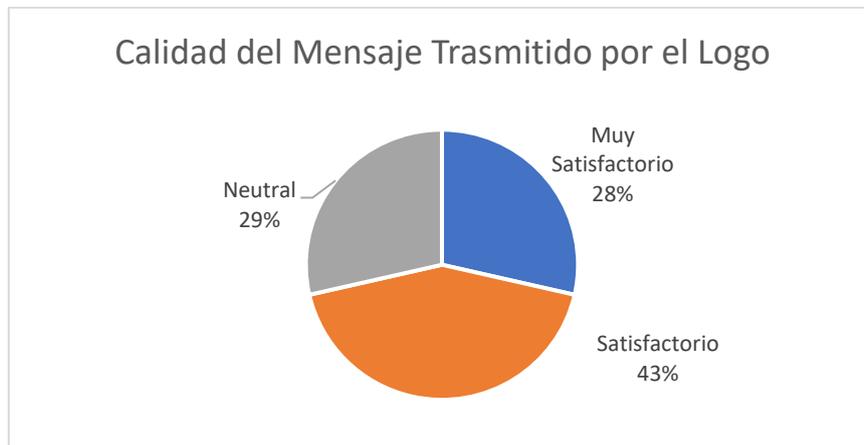
*Calidad del material del empaque*



De acuerdo con los resultados se determina que el 57% de los participantes consideran como muy satisfactorio la calidad del material del empaque del producto Adobo La Quiteña, por otro lado, un 29% considera este aspecto como satisfactorio, mientras que el 14% restante mantiene una postura neutral ante este aspecto. Con base a esta información se determina que el material de empaque tiene una aceptación positiva ante el público.

**Figura 16**

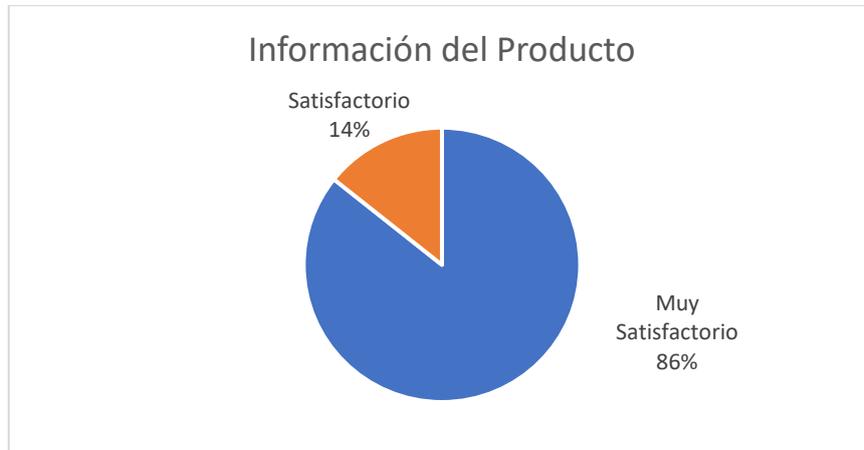
*Calidad del mensaje transmitido por el logo*



De acuerdo con los resultados se determina que el 43% de los participantes consideran como satisfactorio la calidad del mensaje transmitido por el logo del producto Adobo La Quiteña, un 29% mantiene una percepción neutral sobre este aspecto, mientras que el 28% restante considera a este aspecto como muy satisfactorio. Esta información demuestra que la calidad del mensaje generada por el logo es positiva, manteniendo en mayor medida consideraciones positivas por parte de los participantes.

**Figura 17**

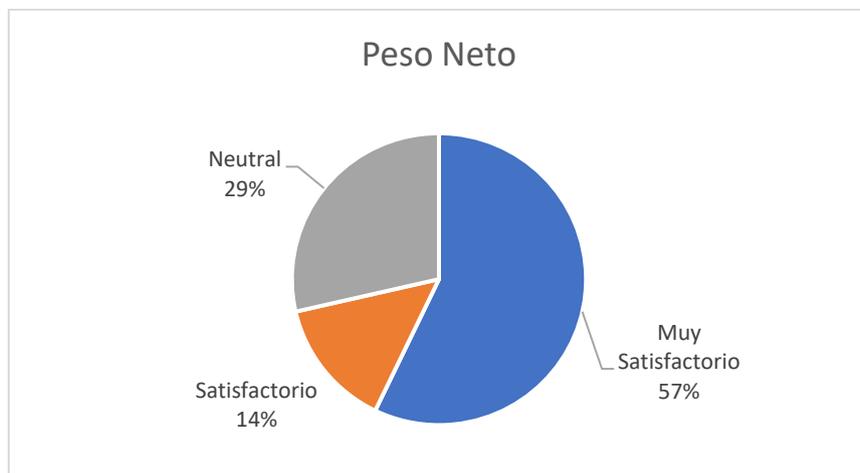
*Información del Producto*



De acuerdo con los datos resultantes se determina que el 86% de los participantes consideran como muy satisfactorio la información presentada en la etiqueta del producto Adobo La Quiteña, mientras que el 14% restante considera esta característica como satisfactoria. La información demuestra que existe una percepción favorable del producto relacionado con la característica informativa de este.

**Figura 18**

*Peso neto*



De acuerdo con los resultados se establece que el 57% de los participantes consideran como muy satisfactorio el peso neto del producto, por su parte, un 29% mantiene una posición neutral sobre esta característica del producto, mientras que el 14% restante lo considera como satisfactorio. La información resultante demuestra que hay una percepción positiva con respecto al peso de Adobo La Quiteña.

## **6. RESULTADOS**

Para este apartado se ha definido una serie de cuatro principales componentes para analizar, mismos que se describen a continuación

### **5.1.1. Análisis microbiológico**

El análisis microbiológico es un proceso que se usa para determinar riesgos ocultos en los alimentos, realiza 4 fases, identificar el peligro, caracterizar el peligro, determinar la exposición y analizar el riesgo en la salud (González et al., 2010).

En la industria alimentaria, estos análisis son vitales para prevenir brotes de enfermedades transmitidas por alimentos, asegurando que los productos sean seguros para el consumo (Basic Farm, 2021). Además, en la investigación, los análisis microbiológicos contribuyen al descubrimiento de nuevas especies microbianas y al estudio de sus interacciones con el entorno (Basic Farm, 2021). La realización de análisis microbiológicos requiere de personal especializado y laboratorios equipados con tecnología adecuada para obtener resultados precisos y confiables (Basic Farm, 2021). La interpretación de estos resultados son clave para la toma de decisiones en salud pública, control de calidad y desarrollo de políticas relacionadas con la microbiología (Basic Farm, 2021). Por tanto, el análisis microbiológico no solo es una herramienta de diagnóstico, sino también, un pilar fundamental en la prevención y control de enfermedades, en la promoción de la salud y el bienestar general (Basic Farm, 2021).

### **5.1.2. pH**

El pH es una medida cuantitativa para determinar la acidez y alcalinidad, es decir, la concentración de iones de hidrógeno, el pH se mide en una escala desde 0 a 14, siendo, 1 lo más ácido y 14 lo más alcalino, y, el número 7 expresa un pH neutro. Los alimentos igualmente, de acuerdo con su pH se clasifican en alta acidez o baja acidez (Aconsa, 2021). El pH en los alimentos es una medida que indica el grado de acidez o alcalinidad que poseen, el pH en los alimentos es importante por varias razones, primero por seguridad alimentaria, un pH bajo en los alimentos puede inhibir el crecimiento de bacterias y otros microorganismos, lo que es crucial para la conservación de los alimentos, también por la calidad de los alimentos, el pH puede afectar el sabor, la textura y el color de los alimentos (Aconsa, 2021). Los alimentos con alta acidez son lo que están bajo el 4,6 (Aconsa, 2021). Algunos ejemplos de alimentos con este pH son: las bebidas carbonatas y energéticas, lácteos, cereales, alcoholes, azúcares y carnes altas en grasa (Aconsa, 2021). Los alimentos bajos en acidez son los que están por encima de

4,6 y algunos ejemplos de alimentos con este pH son: verduras, excepto el tomate, frutas, semillas, aceites, carnes, pescados y huevos (Aconsa, 2021).

### 5.1.3. Grados Brix

Los grados Brix miden la cantidad de sólidos solubles existentes en un jugo o pulpa expresados en porcentaje de sacarosa (López M., 2018). Estos sólidos solubles están formados por ácidos, azúcares, sales (López M., 2018). Para medir los grados Brix se debe usar el refractómetro y calibrarlo, mide el cociente total de sacarosa disuelto en un líquido (López M., 2018).

### 5.1.4. Tiempo de vida útil

La vida útil de un alimento es el tiempo después de su producción en condiciones adecuadas de almacenamiento en las que existe probabilidad de que alimento pierda sus características sensoriales, físicas, químicas y se crea un perfil microbiológico (Carrilo M. & Reyes A., 2012). Existen factores que alteran la duración de un producto, ya sea por el tipo de materia prima que se usó, proceso, medidas sanitarias dentro del proceso, envasado del producto, condiciones de almacenamiento del producto, distribución y prácticas del consumidor (Carrilo M. & Reyes A., 2012).

A continuación, se presenta el análisis de laboratorio del producto “Adobo La Quiteña”. Se presenta de manera detallada cada uno de los elementos utilizados, así como el proceso y los principales resultados del análisis

### Equipos utilizados

**Figura 19**

*Refractómetro*



**Figura 20**

*Phmetro*



**Figura 21**

*Cajas Petri*



**Figura 22**

*Cinta Parafilm*



**Figura 23**

*Agitador*



**Figura 24**

*Incubadora*



**Figura 25**

*Microscopio*



En la tabla 8 se detalla el equipo que se utilizó para llevar a cabo los procesos de laboratorio y el resultado que se obtuvo en cada uno de los procesos.

**Tabla 8**

*Análisis Físico*

<b>Producto</b>	<b>Equipo</b>	<b>Valor/Resultado</b>	<b>Observación</b>
Mezcla Alimentaria	Refractómetro	5 %	SN
Mezcla Alimentaria	pHmetro	6.9 (Neutro)	SN
Mezcla Alimentaria	Cajas Petri	Se detalla en la tabla	SN
ADOBO	Cinta Parafilm	N17	
	Agitador Calentador/Plancha		
	Incubadora		
	Microscopio		

**Descripción del proceso**

**Figura 26**

*Grados Brix del producto*



Para medir grados Brix del producto se tomó una pequeña cantidad de producto ya preparado con una pipeta y con el asa, posterior a esto, se agregó unas gotas de agua, se cierra, se asegura el refractómetro y observamos el resultado que refleja.

**Figura 27**

*pH del producto*



Para medir el pH del producto, se tomó una cantidad del ADOBO en otro recipiente, se agregó un poco de agua, se introduce el medidor del pHmetro y se refleja el resultado de pH en la pantalla del equipo 5%.

**Figura 28**

*Análisis microbiológico y tiempo de vida útil del producto:*





Para el análisis microbiológico del producto, primero se realizó el cultivo, se utilizó 20 gramos de agar nutritivo y 87 ml de agua, esto se puso en un calentador / plancha en una temperatura de 200 grados centígrados y con un agitador se mezcló el líquido hasta que alcance punto de ebullición, una vez hecho esto, se deja enfriar el líquido al ambiente, después, se esterilizó las cajas Petri, una vez frío el líquido se vertió dentro de las cajas Petri, posteriormente se solidificó y con ayuda de un asa se tomó un poco de producto para colocarlo en la superficie del agar dentro las cajas Petri, se selló la caja y se aseguró con cinta Parafilm, luego se colocó en una incubadora a una temperatura de 37 grados y permaneció ahí por 72 horas para obtener los resultados microbiológicos.

Una vez pasado este tiempo, se observó en un microscopio para determinar la existencia de microorganismos, hongos o bacterias, con ayuda de un asa se recogió muestra del producto de la caja Petri, se colocó en un portaobjetos, adicional, con una pipeta de Pasteur se colocó gotas de reactivo de Fehling y se cubrió con el cubre objetos, se observó en el microscopio en el lente de 40x, posterior a esto, nuevamente se realizó el mismo procedimiento, pero esta vez se usó aceite de inmersión, un aceite para observar la muestra con el lente de 100x. El resultado del análisis microbiológico se detalla en la tabla 9.

**Tabla 9**  
*Análisis microbiológico y tiempo de vida útil del producto*

<b>Parámetros</b>	<b>Método</b>	<b>Tiempo real</b>	<b>Tiempo real en 10 días</b>	<b>Tiempo real en 15 días</b>	<b>Unidad</b>
<b>Coliformes totales</b>	Recuento de placa	0 días < 10 días	< 10 días	< 15 días	UFC/ml
<b>Hongos</b>	Recuento de placa	0 días < 10 días	< 10 días	< 10 días	UFC/ml
<b>Levadura</b>	Recuento de placa	0 días < 10 días	< 10 días	< 10 días	UFC/ml
<b>BB – 12</b>	Recuento de placa	0 días $5 \times 10^1$	$1,8 \times 10^3$	$3 \times 10^{0,4}$	UFC/ml

*Nota.* UFC: Unidad Formadora de Colonia

Según los resultados del análisis microbiológico, para determinar el tiempo de vida útil del producto se puede indicar que no existe crecimiento de microorganismos, considerando que es un producto totalmente inocuo, teniendo la durabilidad de 30 días después de refrigeración.

## 7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

De acuerdo con análisis situacional el desarrollo del Adobo La Quiteña resulta viable y factible desde los aspectos técnicos, económicos y de gestión. Se determina que se cuenta con los recursos necesario para el desarrollo del proyecto, así como las prestaciones necesarias en cada área analizada, el desarrollo del producto resulta rentable porque se establece en un precio medio acorde al precio real del mercado con relación al valor de la receta estándar del producto final.

El análisis microbiológico da como resultado que el adobo presenta buenas condiciones de sostenibilidad a mediano plazo, en este sentido, se puede establecer que no existe crecimiento de microorganismos, considerando al adobo como un producto totalmente inocuo, teniendo la durabilidad de 30 días después de refrigeración. Esto manteniendo relación con el resultado del nivel pH que se establece en 5%, haciendo posible que se reduzca la probabilidad de aparición de bacterias y hongos en el producto.

Referente a los resultados de las pruebas de aceptabilidad se determina que el adobo cumple con las condiciones adecuadas tanto en nivel de consumo como de empaque. De manera general, ambas variables demuestran aceptación positiva por parte de los participantes que evaluaron el producto. Las características de consumo evaluadas del producto fueron color, sabor, aroma, textura y versatilidad, mientras que en el empaque se analizó el empaque, logo material y mensaje, resultando en toda una perspectiva mayormente positiva, resaltando que en ninguna de las características analizadas se estableció un criterio negativo.

Se recomienda generar nuevas variedades de adobo con base a la técnica de caramelización presentada en este trabajo, vinculándolo de manera concreta con la diversidad de productos tradicionales que se establecen en Ecuador, enfocándose en aportar el desarrollo de la comida local mediante suplementos naturales sin conservantes.

Con base, a los resultados de las pruebas se puede considerar necesario mejorar la presentación del envase del producto, si bien este no estuvo mal, existe la posibilidad de mejora para una presentación más atractiva del producto.

Por último, con base a los análisis de laboratorio realizados al adobo se considera necesario implementar un proceso de revisión microbiológico permitiendo controlar los parámetros mínimos de contaminación y garantizando un producto acorde a los estándares de calidad establecidos por las normas vigentes.

## **ANEXOS**

Todo el estado del arte deberá estar correctamente citado con normas APA, así como las citas o referencias bibliográficas.

### **Antecedentes**

Los antecedentes son investigaciones que aportan de manera importante los referentes teóricos, metodológicos y de diseño para el desarrollo de la presente investigación. Estos estudios fueron analizados y ordenados de modo que se relacionan con el contexto gastronómico ecuatoriano.

En primer lugar, se presenta la investigación de Cuero y Martillo (2022) titulada, “Elaboración de un adobo utilizando la chillangua (*eryngium foetidum*.), el chirarán (*ocimum basilicum*.) Y orégano ancho (*origanum vulgare*.) Y su aplicación en platos de la gastronomía del cantón Quinindé, provincia de Esmeraldas”, la finalidad de esta investigación es crear un adobo a base de chillangua, chirarán y orégano ancho para la preparación de platos gastronómicos en la provincia de Esmeraldas, además de analizar las características organolépticas y aceptación del público. En cuanto a la metodología que se usó para realizar este trabajo de investigación fue de aspecto cualitativo y cuantitativo, con un diseño de investigación experimental que permite obtener resultados de la preparación del adobo. Como conclusión relevante se puede decir que es factible la elaboración de adobo a base de chillangua, chirarán y orégano que cumpla con la normativa NTE INEN (2532:2010).

En el mismo contexto se presenta el trabajo de investigación de Guachambosa y Palomo (2022) titulada “Elaboración de adobos y marinados empleando productos endógenos de la parroquia de San José de Minas”. El objetivo que plantean es la preparación de adobos y marinados con productos originales de la Parroquia de San José de Minas, analizar su ph y la creación de procedimientos para la elaboración del adobo. En el campo metodológico se enmarcó en un enfoque cuantitativo en la que se revisó diversas fuentes bibliográficas, luego se realizó una investigación de campo para recolectar información sobre los productos endógenos de la zona. Entre los resultados más sobresalientes, se menciona, que los principales productos endógenos de la parroquia de San José de Minas son las uvillas y mandarinas, además que sus propiedades organolépticas permiten la creación de fondos complementarios y estos emplearlos en géneros cárnicos.

También, es necesario mencionar la investigación de Álava y Collahuazo (2020) titulada “Estudio organoléptico para la elaboración de adobos a base de destilado de caña de

azúcar (currincho) en productos cárnicos”. Como objetivo de la investigación proponen, calificar las propiedades organolépticas de los destilados de caña para marinar productos cárnicos. La metodología planteada es de enfoque cuantitativo, se revisó diferentes fuentes bibliográficas para sustentar el trabajo de investigación, de igual manera, se usó la investigación de tipo exploratoria para conocer el proceso de destilado de caña de azúcar y su uso en platos gastronómicos, para finalizar mediante la investigación experimental se realizó 5 fórmulas de adobo con distintas especies. Se pudo concluir que es necesario conocer las características de los ingredientes que se mezclaran con el destilado de caña porque en algunos casos pierde el sabor y el aroma, también es fundamental tener buenas prácticas higiénicas y de manufactura para garantizar un buen producto.

De igual modo, la investigación de Duque (2020) titulada “Elaboración de una salsa como adobo para carne de cerdo a base de Reina Claudia (*prunus doméstica* subsp. *itálica*)”, tiene como objetivo la creación de un adobo a base de la fruta reina claudia para carne de cerdo, cuya hipótesis sostiene que esta fruta ayudara a mejorar el sabor de la carne de cerdo. El desarrollo de esta investigación fue descriptivo, de campo y experimental, se analizó dos tipos de microorganismos que influyen en el sabor de esta fruta, también se realizaron tres tratamientos de la elaboración del adobo a base reina claudia, que se rige por la norma (CODEX STAN 242-2003) que regula las frutas de hueso en conserva. Se concluye que los ingredientes usados para la elaboración del adobo a base de reina claudia deben tener los siguientes porcentajes, en la preparación número uno; salsa de reina claudia un 40% y de ajo 30%, en la segunda preparación; salsa de reina claudia con 50% y ajo 20%, en la tercera preparación; 60% de salsa de reina claudia y 10% de ajo, se puede inferir que hay que mantener un equilibrio entre los ingredientes para mantener las propiedades organolépticas.

Por último, se presenta el estudio de Caudillo et al (2023) titulado “Obtención de tacos de adobo a base de zanahoria (*Daucus carota*)”; se plantea el siguiente objetivo el crear un adobo en base a zanahoria para sustituir la carne, de esta forma se pretende incentivar el consumo de vegetales en las personas. La metodología que se uso fue cuantitativa, de campo y experimental, se usaron varios tiempos de cocción con la finalidad de obtener una textura parecida a la de la carne. Se concluye que es factible la preparación de adobo de zanahoria para sustituir la carne promoviendo una alimentación sana, también es un plato de bajo costo, por lo que las familias de los países en vías de desarrollo pueden costear su preparación.

## Bibliografía

- Álava Del Barco, D. C., & Collahuazo Dueñas, M. S. (2020). Estudio organoléptico para la elaboración de adobos a base de destilado de caña de azúcar (currincho) en productos cárnicos (Bachelor's thesis, Universidad de Guayaquil. Facultad de Ingeniería Química). <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/49541/1/BINGQ-GS-20P32.pdf>
- Arauz, M. E., Lemoine-Quintero, F., Villacís-Zambrano, L., & Pantoja, W. M. (2021). Adobo con productos endémicos: niveles de aceptación en centros gastronómicos. *Sosquua*, 3(1). <https://cipres.sanmateo.edu.co/ojs/index.php/sosquua/article/view/411/355>
- Aroca, F. X. G. (2019). Deconstrucción gastronómica, para la revalorización e innovación de la comida típica de la serranía ecuatoriana. *Revista de Investigación Talentos*, 6(2), 85-98. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8551285>
- Barrera, J. P. (2014). La cocina del Ecuador. JP Barrera, La Cocina del Ecuador. <https://www.fakirediciones.com/wp-content/uploads/2020/06/libro-por-dentro-la-cocina-del-ecuador.pdf>
- Bastidas, J. A. C. (2022). La cultura gastronómica del centro histórico de la ciudad de Quito como patrimonio alimentario. *ECA Sinergia*, 13(2), 118-128. <https://www.redalyc.org/journal/5885/588571220010/588571220010.pdf>
- Caudillo-Corona, J. A., Chávez-Gaytán, C. S., Núñez, C. P., Ortiz-Canchola, C., Díaz-Cervantes, E., & Abraham-Juárez, M. R. (2023). Obtención de tacos de adobo a base de zanahoria (*Daucus carota*). *Investigación y Desarrollo en Ciencia y Tecnología de Alimentos*, 8(1), 273-280. <https://idcyta.uanl.mx/index.php/i/article/view/38/33>
- Cuero Vernaza, S. L., & Martillo Quijije, J. M. (2022). Elaboración de un adobo utilizando la chillangua (*eryngium foetidum*) el chirarán (*ocinu basilicum*) y orégano ancho (*organum bulgare*) y su aplicación en platos de la gastronomía del cantón Quinindé, provincia de Esmeraldas (Bachelor's thesis, Universidad de Guayaquil. Facultad de Ingeniería Química). <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/65175/1/BINGQ-GS-22P50.pdf>
- Duarte-Casar, R. (2022). Caramelización para Cocineros. *Revista de Gastronomía y Cocina*, 1(1). <https://academiaculinaria.org/index.php/gastronomia-cocina/article/view/12/12>

El Comercio. (15 de septiembre de 2016). ¿Fin de la comida nacional?  
<https://www.elcomercio.com/opinion/comida-nacional-gastronomia-opinion.html>

ESTEFANÍA, D. A. L. (2020). ELABORACIÓN DE UNA SALSA COMO ADOBO PARA CARNE DE CERDO A BASE DE REINA CLAUDIA (*Prunus doméstica* subsp. *itálica*) (Doctoral dissertation, UNIVERSIDAD AGRARIA DEL ECUADOR).  
<https://cia.uagraria.edu.ec/Archivos/DUQUE%20ALVARADO%20LILIBETH%20ESTEFANIA.pdf>

Fabre Triana, M. J., & Narea Martínez, J. A. (2021). Estudio organoléptico de adobos a base de vinagre de guineo (*Musa Paradisiaca*) y su aplicación en proteínas de origen animal (Bachelor's thesis, Universidad de Guayaquil. Facultad de Ingeniería Química).  
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/54121/1/BINGQ-GS-21P03.pdf#page=48&zoom=100,92,401>

GUACHAMBOSA GUIJARRO, K. G., & PALOMO TONATO, Y. E. (2022). ELABORACIÓN DE ADOBOS Y MARINADOS EMPLEANDO PRODUCTOS ENDÓGENOS DE LA PARROQUIA DE SAN JOSÉ DE MINAS (Doctoral dissertation, UNIB. E).  
<http://repositorio.unibe.edu.ec/bitstream/handle/123456789/517/GUACHAMBOSA%20GUIJARRO%20%20KATHERINE%20GISELLE%20y%20%20PALOMO%20TONATO%20YADIRA%20%20ELIZABETH.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

HERNÁNDEZ, I. V., JIMÉNEZ-RUIZ, A. E., CASTREJÓN, Y. D. P., CONTRERAS, D. D. J., & BARQUÍN, R. D. C. S. (2020). Turismo agroalimentario y revalorización de alimentos tradicionales: el caso del Yatay [*Butia yatay*] en Ubajay, Argentina. *Rosa Dos Ventos*, 12(2), 309-333.  
<https://www.redalyc.org/journal/4735/473563492004/473563492004.pdf>

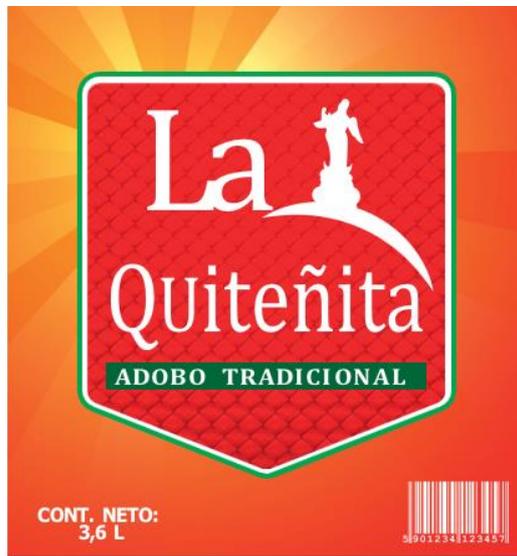
HERNÁNDEZ, I. V., JIMÉNEZ-RUIZ, A. E., CASTREJÓN, Y. D. P., CONTRERAS, D. D. J., & BARQUÍN, R. D. C. S. (2020). Turismo agroalimentario y revalorización de alimentos tradicionales: el caso del Yatay [*Butia yatay*] en Ubajay, Argentina. *Rosa Dos Ventos*, 12(2), 309-333.  
<https://www.redalyc.org/journal/4735/473563492004/473563492004.pdf>

- HERRERA, C., PAZMIÑO, D., TAPIA, P., YACELGA, & NARVÁEZ, N. (2020). Cocina Sustentable en las 4 regiones del Ecuador. <https://www.institutocotacachi.edu.ec/revistas/recetario.pdf>
- Mejorada, J. A. S. S. (2020). La receta de cocina como artefacto de diseño. *Economía Creativa*, (14), 10-37. <https://www.redalyc.org/journal/5475/547567705002/547567705002.pdf>
- Mena, A. M. J., & Fiallos, M. L. L. (2018). Alejados de nuestra identidad culinaria tradicional por las nuevas culturas alimentarias. *INNOVA Research Journal*, 3(12), 189-199. <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/3787/15/%E2%80%9CAlejados%20de%20nuestra%20identidad%20culinaria%20tradicional%20por%20las%20nuevas%20culturas%20alimentarias%E2%80%9D.pdf>
- MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR. (2012). Ecuador Culinario Saberes y Sabores. <https://amevirtual.gob.ec/wp-content/uploads/2018/03/Ecuador-Culinario.pdf>
- Troncoso-Pantoja, C. (2019). Comidas tradicionales: un espacio para la alimentación saludable. *Perspectivas en nutrición humana*, 21(1), 105-114.
- Troncoso-Pantoja, C. (2019). Comidas tradicionales: un espacio para la alimentación saludable. *Perspectivas en nutrición humana*, 21(1), 105-114. <http://www.scielo.org.co/pdf/penh/v21n1/0124-4108-penh-21-01-105.pdf>
- Ventura, D. (2013). Manual de Buenas Prácticas de Manufactura para el área de alimentación y dietas del hospital nacional San Rafael de Santa Tecla. El salvador: itca Editores. <http://redicces.org.sv/jspui/bitstream/10972/1664/1/13-%20Manual%20de%20t%c3%a9cnicas%20culinarias%20para%20el%20servicio%20de%20alimentaci%c3%b3n%20del%20hospital%20nacional%20san%20rafa.pdf>
- Properati Blog. (2019). El Centro Norte de Quito es la zona con más supermercados. <https://blog.properati.com.ec/el-centro-norte-de-quito-es-la-zona-con-mas-supermercados/>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos [INEC]. (2017). Tras las cifras de Quito. 5 de diciembre. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/tras-las-cifras-de-quito/>

## Test de aceptabilidad



## Estructuración y prueba el LOGO



**LA QUITEÑA**  
Adobo Tradicional

CONT. NETO:  
3,6 L

**LA QUITEÑA**  
Adobo Tradicional

**MEDIO EN AZÚCAR**  
**BAJO EN GRASA**  
**BAJO EN SAL**

**Ingredientes:**  
Cebolla Blanca, Cebolla Perla, Zanahoria, Apio, Ajo, Comino, Orégano, Manteca de Cerdo, Aceite Achiote.  
**CONTIENE MANTECA DE CERDO**  
No contiene conservantes ni preservantes  
Cont. Neto: 3600 ml

**Información Nutricional:** Tamaño por porción 1 taza (150 g) Porciones por envase 24 Aprox. Cantidad por porción: Energía (Calorías) 294 Kcal, Energía de Grasa (Cal. de grasa) 225 Kcal, Grasa Total 25 g, Grasa Saturada 0 g, Grasa Trans-0 g, Grasa Insaturada 0 g, Colesterol 0 mg, Sodio 219 mg, Carbohidratos totales 13 g, Fibra dietética 6 g, Azúcares totales 2 g, Proteína 5 g, Calcio 35%, Vitamina C 18%, Hierro 81%, Vitamina A 2%.

Elaborado por La Quiteña  
Punaés 58-36 y Macuma  
Tel: 023170903 / 0983045703  
www.laquiteña.com.ec  
QUITO-ECUADOR

Lote: 12/02/2024  
Fecha Elaboración: 12/02/2024  
Fecha Vencimiento: 12/05/2024

**LA QUITEÑA**  
Adobo Tradicional

CONT. NETO:  
1 L

**Ingredientes:**  
Cebolla Blanca, Cebolla Perla, Zanahoria, Apio, Ajo, Comino, Orégano, Manteca de Cerdo, Aceite Achiote.  
**CONTIENE MANTECA DE CERDO**  
No contiene conservantes ni preservantes  
Cont. Neto: 1000 ml

**Información Nutricional:** Tamaño por porción 1 taza (150 g) Porciones por envase 7 Aprox. Cantidad por porción: Energía (Calorías) 294 Kcal, Energía de Grasa (Cal. de grasa) 225 Kcal, Grasa Total 25 g, Grasa Saturada 0 g, Grasa Trans-0 g, Grasa Insaturada 0 g, Colesterol 0 mg, Sodio 219 mg, Carbohidratos totales 13 g, Fibra dietética 6 g, Azúcares totales 2 g, Proteína 5 g, Calcio 35%, Vitamina C 18%, Hierro 81%, Vitamina A 2%.

Lote: 12/02/2024  
Fecha Elaboración: 12/02/2024  
Fecha Vencimiento: 12/05/2024

**MEDIO EN AZÚCAR**  
**BAJO EN GRASA**  
**BAJO EN SAL**

Elaborado por La Quiteña  
Punaés 58-36 y Macuma  
Tel: 023170903 / 0983045703  
www.laquiteña.com.ec  
QUITO-ECUADOR

**LA QUITEÑA**  
Adobo Tradicional

CONT. NETO:  
3,6 L

**LA QUITEÑA**  
Adobo Tradicional

**MEDIO EN AZÚCAR**  
**BAJO EN GRASA**  
**BAJO EN SAL**

**Ingredientes:**  
Cebolla Blanca, Cebolla Perla, Zanahoria, Apio, Ajo, Comino, Orégano, Manteca de Cerdo, Aceite Achiote.  
**CONTIENE MANTECA DE CERDO**  
No contiene conservantes ni preservantes

**Información Nutricional:** Tamaño por porción 1 taza (150 g) Porciones por envase 24 Aprox. Cantidad por porción: Energía (Calorías) 294 Kcal, Energía de Grasa (Cal. de grasa) 225 Kcal, Grasa Total 25 g, Grasa Saturada 0 g, Grasa Trans-0 g, Grasa Insaturada 0 g, Colesterol 0 mg, Sodio 219 mg, Carbohidratos totales 13 g, Fibra dietética 6 g, Azúcares totales 2 g, Proteína 5 g, Calcio 35%, Vitamina C 18%, Hierro 81%, Vitamina A 2%.

Elaborado por La Quiteña  
Punaés 58-36 y Macuma  
Tel: 023170903 / 0983045703  
www.laquiteña.com.ec  
QUITO-ECUADOR

Lote: 12/02/2024  
Fecha Elaboración: 12/02/2024  
Fecha Vencimiento: 12/05/2024

**LA QUITEÑA**  
Adobo Tradicional

CONT. NETO:  
1 L

**Ingredientes:**  
Cebolla Blanca, Cebolla Perla, Zanahoria, Apio, Ajo, Comino, Orégano, Manteca de Cerdo, Aceite Achiote.  
**CONTIENE MANTECA DE CERDO**  
No contiene conservantes ni preservantes  
Cont. Neto: 1000 ml

**Información Nutricional:** Tamaño por porción 1 taza (150 g) Porciones por envase 7 Aprox. Cantidad por porción: Energía (Calorías) 294 Kcal, Energía de Grasa (Cal. de grasa) 225 Kcal, Grasa Total 25 g, Grasa Saturada 0 g, Grasa Trans-0 g, Grasa Insaturada 0 g, Colesterol 0 mg, Sodio 219 mg, Carbohidratos totales 13 g, Fibra dietética 6 g, Azúcares totales 2 g, Proteína 5 g, Calcio 35%, Vitamina C 18%, Hierro 81%, Vitamina A 2%.

Lote: 12/02/2024  
Fecha Elaboración: 12/02/2024  
Fecha Vencimiento: 12/05/2024

**MEDIO EN AZÚCAR**  
**BAJO EN GRASA**  
**BAJO EN SAL**

Elaborado por La Quiteña  
Punaés 58-36 y Macuma  
Tel: 023170903 / 0983045703  
www.laquiteña.com.ec  
QUITO-ECUADOR

## Colores del LOGO



62B22F



B7CD00



9BC42D



EB5D23



E52C1F



566934

# LOGO

**Producto final**

