



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE GASTRONOMÍA

TEMA:

“LA CHONTA (BACTRIS GASIPAES KUNTH), FRUTO ANCESTRAL AMAZÓNICO Y SU APLICACIÓN EN LA REPOSTERÍA”.

Trabajo de Grado previo a la obtención del título Licenciado/a
en Gastronomía

AUTORA: Mariana Aracely Pauta Loayza

DIRECTOR: MSc. Iván Santiago Galarza Cachiguango

IBARRA - ECUADOR

2019

CONSTANCIA DE APROBACIÓN DEL DIRECTOR DE TESIS

CONSTANCIA DE APROBACIÓN DEL DIRECTOR DE TESIS

En calidad de Director de la tesis de grado titulada "LA CHONTA (BACTRIS GASIPAES KUNTH), FRUTO ANCESTRAL AMAZÓNICO Y SU APLICACIÓN EN LA REPOSTERÍA", de autoría de Pauta Loayza Mariana Aracely, para la obtener el Título de Licenciada en Gastronomía, doy fe que dicho trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a presentación y evaluación por parte del jurado examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los 17 días del mes de octubre de 2019

Lo certifico

(Firma).....

MSc. Galarza Caehiguango Iván Santiago

C.C: 1215260816

DIRECTOR DE TESIS



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA
UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	2100423686		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Pauta Loayza Mariana Aracely		
DIRECCIÓN:	Juan Miguel Muñoz y San Lorenzo		
EMAIL:	mariaracely@live.com		
TELÉFONO FIJO:	06 2358 287	TELÉFONO MÓVIL:	0989231672
DATOS DE LA OBRA			
TÍTULO:	“LA CHONTA (BACTRIS GASIPAES KUNTH), FRUTO ANCESTRAL AMAZÓNICO Y SU APLICACIÓN EN LA REPOSTERÍA”		
AUTOR (ES):	Mariana Aracely Pauta Loayza		
FECHA:	2019/10/15		
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO			
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO		
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Licenciatura en Gastronomía		
ASESOR /DIRECTOR:	MSc. Iván Santiago Galarza Cachiguango		

2. CONSTANCIAS

2. CONSTANCIAS

La autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que es la titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

En la ciudad de Ibarra, a los 17 días del mes de octubre de 2019

LA AUTORA

(Firma).....

Mariana Aracely Pauta Loayza

C.I.: 2100423686

REGISTRO BIBLIOGRÁFICO

REGISTRO BIBLIOGRÁFICO

Guía: FACAE-UTN
Fecha: Ibarra, 17 de octubre de 2019

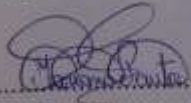
Mariana Aracely Pauta Loayza "LA CHONTA (BACTRIS GASIPAES KUNTH), FRUTO ANCESTRAL AMAZÓNICO Y SU APLICACIÓN EN LA REPOSTERÍA", TRABAJO DE GRADO. Licenciada en Gastronomía Universidad Técnica del Norte, Ibarra.

DIRECTOR: MSc. Galarza Cachiguango Iván Santiago

El principal objetivo de la presente investigación fue, Aplicar la chonta (Bactris Gasipaes kunth) en la repostería, para incluirla como oferta gastronómica. Entre los objetivos específicos se encuentran: Determinar de manera conceptual las características y beneficios que posee la chonta en la alimentación. Conceptualizar la repostería clásica, características, técnicas y su clasificación. Diseñar una oferta gastronómica usando la chonta de acuerdo a la demanda que poseen los postres de restaurantes. Identificar los platillos que poseen mayor aceptabilidad para que formen la nueva oferta gastronómica.

Fecha: Ibarra, 17 de octubre de 2019


.....
MSc. Ivan Santiago Galarza Cachiguango
Directora


.....
Mariana Aracely Pauta Loayza
Autora

AGRADECIMIENTO

Agradezo a Dios por haberme brindado vida y salud, otorgandome la oportunidad de vivir esta experiencia, la misma que me ha servido para obtener conocimientos, aprendizajes y sabiduría.

A mis padres Victor y Glenda: por todo su apoyo, motivación e inspiración a seguir cumpliendo mis sueños, ellos siempre creyeron en mi potencial y nunca me dejaron sola aún en los peores momentos.

A mi tutor MsC. Iván Galarza quien ha sabido instruirme durante estos meses de arduo trabajo, guió cada paso para que al final esta investigación sea exitosa.

A mis docentes: quienes impartieron sus conocimientos, aportaron con su paciencia y vocación nuevas enseñanzas.

A mis compañeros y amigos que la vida universitaria me permitió conocer, las anécdotas, experiencias y conocimientos quedarán eternamente grabadas en mi corazón, aprendí mucho de ustedes, gracias.

A esta prestigiosa Universidad, la cual me brindó conocimientos, consejos, enseñanzas y me preparó para aquel futuro donde demostraría ser un profesional al servicio de la sociedad.

No puedo dejar de agradecerte a ti Isaac, mi compañero leal de Universidad, y de corazón, quien me ayudó y acompañó en cada momento de este proceso, fuiste quién me animó a no decaer y eso sirvió para demostrarme que puedo conseguir lo que me proponga.

Quedo agradecida eternamente con todos ustedes, quienes aportaron algo durante esta etapa de vida, gracias!.

Mariana.

DEDICATORIA

A la memoria de mi querida madre Glenda, por haberme animado a seguir cada uno de mis sueños; por sus consejos, palabras de aliento y la paciencia para motivarme a ser mejor persona cada día. Durante varios años me he inspirado de su sabiduría y coraje para enfrentar cada suceso que la vida tenía.

Su último año de vida me permitió conocer otro significado del amor, el cual lo vivo a diario y el ejemplo que dejó de cada enseñanza en mí, me permite seguir soñando o cumpliendo metas sin querer rendirme.

Mariana.

ÍNDICE GENERAL

CONSTANCIA DE APROBACIÓN DEL DIRECTOR DE TESIS	ii
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	iii
REGISTRO BIBLIOGRÁFICO	v
AGRADECIMIENTO.....	v
DEDICATORIA.....	vii
ÍNDICE GENERAL.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS	xi
ÍNDICE DE FIGURAS	xiii
RESUMEN.....	xiv
ABSTRACT	xv
INTRODUCCIÓN	xvi
CAPÍTULO I.....	1
1. El Problema	1
1.1. Problema de investigación.....	1
1.2. Planteamiento del problema	3
1.3. Formulación del problema.....	4
1.4. Justificación	5
1.5. Objetivos.....	7
1.6. Preguntas de investigación	8
1.7. Objeto de estudio y campo de acción	8
CAPÍTULO II	9
2. Marco teórico.....	9
2.1. Chontaduro	9
2.2. Morfología del chontaduro	12
2.3. Repostería	15
2.4. Postre	24
2.5. Aplicaciones.	25
2.6. Instalaciones y maquinaria.	27

2.7. Tendencias de decoración.....	36
2.8. Oferta gastronómica, menú y decoración del postre	40
2.9. Análisis sensorial.....	41
2.10. Clasificación de la evaluación sensorial.....	47
2.11. Pruebas discriminatorias.....	52
2.12. Pruebas descriptivas,	54
CAPÍTULO III.....	56
3. Metodología	56
3.1. Tipos de investigación	56
3.2. Enfoque de la investigación.....	57
3.3. Diseño de la investigación.....	58
3.4. Técnicas e Instrumentos.	60
3.5. Recolección de datos.	61
3.6. Instrumento de investigación.....	66
3.7. Población y Muestra (análisis de formas de muestreo).	68
CAPÍTULO IV.....	72
4. Propuesta, resultados y análisis de datos.....	72
4.1. Propuesta de los productos	72
4.2. Creatividad.	72
4.3. Innovación.	73
4.4. Generación de ideas.....	74
4.5. Recetas estándar	77
4.6. Bocetos.	88
4.7. Prueba y error	90
4.8. Desarrollo de conceptos	93
4.9. La prueba de concepto.....	94
4.10. Resultados.....	96
4.11. Análisis general	124
CAPÍTULO V.....	126
5. Conclusiones y recomendaciones.....	126
5.1. Conclusiones.....	126
5.2. Recomendaciones	128

Bibliografía.....	130
ANEXOS.....	140
Anexo 1. Entrevista	140
Anexo 2. Modelo de prueba sensorial	143
Anexo 3. Receta Estándar.....	145
Anexo 4. Ficha de datos del panel de jueces	146
Anexo 5. Guía para la prueba sensorial.....	147
Anexo 6. Carta de postres.....	148

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Antecedentes y usos de la palma de chonta	10
Tabla 2. Características científicas de la chonta	13
Tabla 3. Información nutricional.....	13
Tabla 4. Beneficios de la chonta	15
Tabla 5. Entidades de la repostería	21
Tabla 6. Características de la repostería.....	22
Tabla 7. Técnicas de la repostería	23
Tabla 8. Clasificación de los postres en restauración	25
Tabla 9. Morfología de la lengua	44
Tabla 10. Clasificación de las pruebas sensoriales	49
Tabla 11. Muestra de la investigación.....	69
Tabla 12. Muestra estudiantes-docente	70
Tabla 13. Proceso de innovación según el autor	73
Tabla 14. Productos con mayor demanda	75
Tabla 15. Características de proyección.....	76
Tabla 16. Prueba error de las degustaciones	91
Tabla 17. Definición de la repostería	96
Tabla 18. Satisface de la repostería.....	98
Tabla 19. Motivación de ser repostero	99
Tabla 20. Influencia para seguir la repostería	101
Tabla 21. Característica del postre para venderlo	103
Tabla 22. Postres elaborados por día.....	105
Tabla 23. Postres en restauración con mayor demanda	106
Tabla 24. Nombre del postre con mayor demanda	107
Tabla 25. Postres con mayor demanda de consumo	108
Tabla 26. Número de postres por carta	109
Tabla 27. Característica del postre tomadas en cuenta durante la compra.....	110
Tabla 25. Combinación de colores al momento de emplatarse	111
Tabla 29. Diseño correcto de la carta.....	112

Tabla 30. Característica de la carta de postres	113
Tabla 31. Ubicación de los postres en el interior de la carta.....	114
Tabla 32. Tipografía de la carta	115
Tabla 33. Crepe de chonta.....	117
Tabla 34. Torta de chonta.....	118
Tabla 35. Mousse de chonta.....	119
Tabla 36. Helado de chonta.....	120
Tabla 37. Profiterol de chonta.....	121
Tabla 38. Tartaleta de chonta	122
Tabla 39. Eclair de chonta.....	123
Tabla 40. Aceptabilidad del postre.....	124

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Chontaduro	9
Figura 2. Amasadora de brazo	29
Figura 3. Batidora - amasadora	29
Figura 4. Laminadora	30
Figura 5. Heladora o mantecadora	30
Figura 6. Divisora de masas	31
Figura 7. Escudilladora de planchas.....	31
Figura 8. Inyector dosificador	31
Figura 9. Mesa de elaboraciones	32
Figura 10. Cocedor de crema	32
Figura 11. Baño turco.....	33
Figura 12. Horno	33
Figura 13. Estufa para cobertura de chocolate	33
Figura 14. Pasteurizadora.....	34
Figura 15. Microondas	34
Figura 16. Envasadora al vacío	35
Figura 17. Cámara refrigeradora, congeladoras y ultracongeladoras	35
Figura 18. Carros portatalatas	35
Figura 19. Círculo de colores	37
Figura 20. Platos triangulares.....	38
Figura 21. Platos con formas duras	39
Figura 22. Cristalería.....	39
Figura 23. Sensograma.....	42
Figura 24. Distribución de los sabores en la lengua.....	44
Figura 25. Morfología del olfato	45
Figura 26. Morfología del ojo humano	46
Figura 27 Morfología de la piel	47

RESUMEN

LA CHONTA (BACTRIS GASIPAES KUNTH), FRUTO ANCESTRAL AMAZÓNICO Y SU APLICACIÓN EN LA REPOSTERÍA.

Autora: Pauta Loayza Mariana Aracely

Correo: mariaracely@live.com

La presente investigación, tiene el propósito de dar a conocer la elaboración de postres en restauración a base de la chonta, permitiendo así una diversificación de los productos derivados a base de la fruta y fomentado un mayor consumo de la misma, generando estratégicamente una oferta gastronómica de innovación. Para el desarrollo de la investigación se aplicó el método inductivo de diseño fenomenográfico, lo cual permitía estudiar y comprender el objeto de estudio, por tal motivo se trabajó con una muestra de 8 personas, entre docente, chefs y estudiantes de repostería. El estudio se dio mediante la aplicación de técnicas de la repostería clásica; que accedía a que los postres sean calificados y determinar sus mejores características organolépticas, atributos y aceptabilidad de los mismos. Por tal motivo fue indispensable establecer el tipo de chonta que mejor se adapta en la repostería, luego se diseñó un listado de postres que estaban clasificados de acuerdo a los postres ofertados en restauración y que tenían mayor demanda de consumo según los expertos. Se utilizó como instrumento una prueba de análisis sensorial de tipo descriptiva para determinar los postres mayormente aceptados, preparando así 7 postres de los dio como resultado que la tartaleta, mousse, helado y crepe eran aceptados; los otros debían tener cambios tanto en su preparación como montaje. Por lo tanto, se concluye que la chonta aporta ciertos beneficios a la alimentación como colorante, aditivo natural o realzante de sabores; las técnicas aplicadas como cremado, amasado y batido fueron las más acorde para el tipo de fruta.

Palabras clave: Chonta, repostería, postres, innovación, oferta gastronómica.

ABSTRACT

LA CHONTA (BACTRIS GASIPAES KUNTH), AMAZON ANCESTRAL FRUIT AND ITS APPLICATION IN THE REPOSTERÍA.

Author: Loayza Mariana Aracely Guideline

Email: mariaracely@live.com

The present investigation has the purpose of giving to know the making desserts in restoration based on the chonta, thus allowing a diversification of products derived based on the fruit and promoted a greater consumption of the same, strategically generating a gastronomic offer of innovation. For development of research was applied the inductive method of phenomenographic design, which allowed us to study and understand the object of study, for that reason, I worked with a sample of 8 people, between teachers, chefs, and confectionery students. The study took place through the application of techniques of confectionery classic; it accessed that the desserts were qualified and determining your best organoleptic characteristics, attributes, and acceptability of the same. For that reason it was essential to establish the type of chonta best fits in the bakery, then I elaborated a list of desserts that were classified according to the desserts offered in renovation and which had the greatest consumer demand, according to experts. It was used as an instrument a test of sensory analysis of descriptive type to determine the desserts mostly accepted, thus preparing 7 desserts, of which, it gave as resulted that the tartlet, mousse, ice cream and crepe were mainly accepted; another had to have changes as much as in its preparation and assemblage. Therefore it is concluded that the chonta brings certain benefits to food as a colorant, natural additive or realzante of flavors; the techniques applied as cremated, kneading and mixing were best in line for the type of fruit.

Key words: Chonta, confectionery, desserts, innovation, gastronomic offer.

INTRODUCCIÓN

Es impresionante como la gastronomía ha evolucionado a través de los años pasando de ser una necesidad para subsistir, hasta convertirse en una tarea de disfrute, cuyo florecimiento implica conocer quienes participan directamente en este desarrollo y como los sentidos tienen una función principal en el ámbito culinario; al momento de disfrutar y degustar la variedad de preparaciones, la combinación de sabores, texturas, colores y aromas permiten complacer los exigentes paladares. El mundo de la gastronomía es diverso y con cada etapa que pasa surgen nuevas tendencias que satisfacen al hombre.

Hay que tomar en cuenta que las modernas tendencias gastronómicas han llevado al consumo de alimentos sanos y sin tanto proceso químico, dejando la materia prima casi natural y cuidando su proceso de elaboración que no afecte a ningún entorno con el que se relaciona.

Cuando se habla de alimentarse sano también se puede incluir a la repostería, creando un boom en las personas que gustan de comer dulces, pero aportando un beneficio a la salud, ya sea al consumir grasas sanas o bajas en azúcar. Por tal motivo se planteó incluir a la chonta en la repostería, basándose en fuentes previas se llegó a conocer que dicha fruta es adaptable a cualquier preparación, esto también permitió conocer que no se habían hecho estudios relacionados a los postres en restauración con la chonta.

La investigación realizada, tuvo la finalidad de “**Aplicar la chonta (*Bactris Gasipaes kunth*) en la repostería, para incluirla como oferta gastronómica**”, como una manera de innovar la gastronomía de los establecimientos de alojamiento de la provincia de Imbabura, mediante la búsqueda de información verificada de la repostería clásica y de la chonta, para luego diseñar una oferta gastronómica de acuerdo a la demanda y aceptabilidad de la propuesta.

Para la realización del trabajo de investigación se formula una problemática que al final se resuelve, la cual dice: ¿Qué postres a base de la chonta son ideales para la

oferta gastronómica de los establecimientos hoteleros de la provincia de Imbabura? Esta pregunta se sustenta en que la innovación y creatividad son las tendencias modernas de la repostería y al incluir una fruta poco conocida se podría generar un aumento de consumo, brindando beneficios tanto económicos como alimenticios.

La viabilidad en este trabajo es aceptable, debido a que los recursos necesarios de la investigación se poseen y se evidenció un déficit de conocimiento en cuanto a la fruta y su aplicabilidad o los beneficios que podría brindar. Finalmente, el estudio del tema está dirigido a los establecimientos de hospedaje de la provincia de Imbabura y haciendo participe a los estudiantes – docente de la carrera de gastronomía de la Universidad Técnica del Norte.

El trabajo se dividió en cinco capítulos, de manera que los datos se presentan en orden y coherente a continuación.

CAPÍTULO I: Comprende la descripción de la información general del problema, objeto de investigación, y de cómo la chonta serviría como oferta gastronómica en la repostería, esto en base de los objetivos propuestos por la autora.

CAPÍTULO II: Se refiere a la descripción detallada del marco teórico, y da una aclaración al tema de la chonta en el Ecuador, empezando desde el cultivo, hasta su aplicación y uso. Estableciendo a la propuesta y demás temas una validez en el trabajo.

CAPÍTULO III: Detalla la metodología aplicada en el desarrollo del trabajo para cada etapa, demostrando el diseño de la investigación; además de las estrategias, instrumentos y muestra usada para cumplir los objetivos propuestos.

CAPÍTULO IV: Corresponde a la exposición de la propuesta gastronómica y se presenta los resultados de la investigación, con las 7 recetas que se plantea innovar de los postres en restauración, también se muestra las pruebas sensoriales aplicadas.

CAPÍTULO V: Se presenta las conclusiones y recomendaciones de la investigación, además de la bibliografía usada y de los anexos importantes del trabajo.

CAPÍTULO I

1. El Problema

1.1. Problema de investigación

El Ecuador posee una gastronomía muy diversa, beneficiada por las diferentes costumbres, fiestas, religiones y tradiciones que aportan las culturas que posee el país; ellos son los principales referentes del sector gastronómico para innovar las recetas tradicionales que conservan sus sabores únicos, a través de la combinación de productos, texturas, colores, y hasta percepciones, esta fusión hace que la cocina tradicional sea única en su género. (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2012)

Esto a su vez genera una problemática, ya que la comida ecuatoriana maneja técnicas tradicionales y elementos propios de la cultura de cada pueblo, varios platillos al fusionarse con las técnicas modernas no han tenido la misma aceptación por parte del cliente, es por ese motivo que la cocina tradicional se cuida y mantiene como en sus comienzos pura y propia de cada cultura.

De igual manera se origina otro dilema con ciertos productos nativos del país, que no pueden tener otra preparación diferente a la que se conoce tradicionalmente, este es el caso de la chonta y su diversidad en cuanto a elaboraciones. Por tal motivo surge la escasa variedad de productos derivados a base de la chonta.

Una de las causas de la escasa variedad de platillos a base de la chonta podría ser el desconocimiento de preparaciones con la chonta, ya sea al usar la pulpa, cáscara, semilla o cualquier otra parte del fruto, esto a su vez ocasiona que la fruta solo se use en chicha, colada, fruta cocida, pastel o la propia harina, dando así un número limitado de productos a base de la chonta.

Otro motivo es el desinterés en la aplicación de la chonta a través de la repostería, debido a la poca información referencial que existe en cuanto a postres a base de chonta, a diferencia de otras investigaciones realizadas en las que se usa la fruta antes mencionada para la elaboración de salchichas (como espesantes en harina) o como colorante. Las referencias bibliográficas evidencian que es factible emplear la chonta en diversas preparaciones, pero es el desinterés lo que genera que el consumo de la chonta sea básico como generalmente se lo hace, es decir, mediante la cocción de la fruta, luego retirando la cáscara, después untarla de sal y finalmente consumirla, así sin más complicaciones.

Y una última causa de la problemática es la poca información bibliográfica que posee la chonta, esto se debe a que las investigaciones que se han realizado no han tenido un impacto positivo en el lector, lo cual genera que no se cree una variedad de productos para usar con la chonta, dando como resultado el poco consumo de la fruta y en algunos casos el desconocimiento de la misma.

1.2. Planteamiento del problema

La chonta es una fruta amazónica, según los historiadores este fruto es ancestral ya que existen registros de su cultivo desde hace más de dos mil años, los cuales se han ubicado en la línea amazónica Latinoamericana empezando desde Costa Rica hasta terminar en Perú; el fruto surge de la palma de chontaduro, a sus 3 o 4 años de crecimiento empiezan a surgir las drupas o también conocidas como cocos en miniaturas (chonta). (Corpoica, 1996)

Esta planta tiene diferentes usos empezando por el tronco que a su corta edad de producción se puede obtener el palmito, usado en preparaciones a base de sal, una vez que envejece la planta y cae al suelo se da la producción del chontacuro o gusanos de la chonta que han sido aceptados por nativos y extraños de la región Amazónica, pasando hasta el uso de los frutos conocidos como chonta o pejibaye aplicados en dulces, bebidas o tortas, preparaciones básicas de la gastronomía.

Este fruto no ha tenido la importancia que debería tener, se desaprovecha los beneficios y propiedades que ella brinda en la alimentación. Mediante la aplicación de la chonta en la repostería clásica se pretende beneficiar, contribuir y crear una nueva oferta gastronómica usando dicho alimento. Aportando una base de datos para investigaciones futuras y a su vez al destacar los aportes nutricionales que da al organismo.

El poco conocimiento de la chonta ha generado que solo las personas que la han degustado sepan cuan ricas es, pero si se cambia la presentación del fruto en una preparación innovadora a través de un plato gourmet atrayendo al consumo de esta se irá incentivando al consumo y conocimiento de esta fruta poco conocida.

1.3. Formulación del problema

¿Qué postres a base de la chonta son ideales para la oferta gastronómica de los establecimientos hoteleros de la provincia de Imbabura?

Razón por la cual esta investigación se la va a realizar en la provincia de Imbabura, durante el transcurso del año 2019 con el gremio hotelero de la provincia antes mencionada, establecimientos hoteleros que estén dentro de la categoría de cuatro y cinco estrellas y con los estudiantes – docente que ya cursaron la materia de repostería. En específico el desarrollo de la investigación se la realizará con los reposteros de los establecimientos de alojamiento turístico que cuenten con el área de repostería o especialistas en esta rama de la gastronomía; además de los estudiantes y docente que tienen un conocimiento básico de la repostería, se selecciona esta línea porque ellos conocen que postres tienen mayor demanda y si es factible el aplicar una oferta gastronómica con un fruto poco conocido.

1.4. Justificación

El estilo de vida de las personas hoy en día está basado en el consumo de comidas o productos preparados, el tener una disponibilidad de tiempo limitado es una de las causas de esta alimentación poco saludable. El poco consumo de alimentos frescos y a su vez de comida casera son condiciones que desfavorece la ingesta adecuada de nutrientes, por lo tanto, el crear una nueva oferta gastronómica de la repostería clásica a base de la chonta permitirá difundir esta fruta poco conocida, logrando dinamizar unos productos innovadores y atractivos en la repostería.

El mundo de la repostería está en un constante cambio, la innovación, creatividad y las modernas tendencias de la cocina han llevado a la necesidad de hacer las recetas tradicionales de la repostería clásica, pero con una variación de los ingredientes, es decir, introducir nuevos alimentos, con el fin de fusionarlos y generar una moderna oferta gastronómica, además de dar una versatilidad a la repostería.

La innovación y creatividad son las nuevas tendencias de la repostería, incluida la repostería clásica, la tradición de mantener la receta tal cual en su base seguirá lo que puede cambiar es su presentación y el jugar con colores, figuras, decoraciones, texturas.

Es aquí donde se planea fusionar la repostería clásica con la chonta, fruto quizás poco conocido en el Ecuador, ya que su mayor consumo se lo da en la región Amazónica y en menor porcentaje en la Costa. La introducción de la chonta en la repostería surge de la idea de rescatar la tradición de uso y consumo que han mantenido los pueblos indígenas con esta fruta.

Los datos bibliográficos muestran que su uso y aplicación más se da en coladas, jugos, pasteles, mermeladas y la tradicional chicha; motivo por el cual su consumo no es mucho ya que las personas prefieren consumir postres y es donde no se ha lo ha aplicado. También los estudios realizados demuestran que su empleo es factible y

manejable en ciertos productos que se creían no lo eran como en panes, tortas, masas, bebidas. Postres. (Mora Urpi, 1983; Morales, 2009, 2011)

Con el fin de proponer una carta de postres a base de la chonta para generar un mayor consumo de dicha fruta, se planteó el uso de la chonta mediante la aplicación de la misma a través de la repostería, área de la gastronomía atractiva para todo tipo de consumidores.

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo General.

Aplicar la chonta (*Bactris Gasipaes kunth*) en la repostería, para incluirla como oferta gastronómica.

1.5.2. Objetivos Específicos

- Determinar de manera conceptual las características y beneficios que posee la chonta en la alimentación.
- Conceptualizar la repostería clásica, características, técnicas y su clasificación.
- Diseñar una oferta gastronómica usando la chonta de acuerdo a la demanda que poseen los postres de restaurantes.
- Identificar los platillos que poseen mayor aceptabilidad para que formen la nueva oferta gastronómica.

1.6. Preguntas de investigación

- ¿Cuál es el tipo de chonta apropiada para usarla en la repostería?
- ¿Cuáles son las técnicas de la repostería adecuadas para trabajar con la chonta?
- ¿Por qué diseñar una oferta gastronómica mediante una carta de postres a base de la chonta aplicada en la repostería?
- ¿Por qué socializar la investigación sobre la chonta aplicada en la repostería con los reposteros y chefs del gremio hotelero?

1.7. Objeto de estudio y campo de acción

Esta investigación está orientada en el estudio de la repostería y la aplicación de la chonta en esta disciplina, haciendo referencia a la repostería se puede decir que es aquella creada en épocas remotas donde prevalecían las recetas tradicionales, las mismas que han trascendido durante años y hasta en la actualidad se siguen elaborando. Conocer que técnicas, preparaciones e ingredientes se deben usar al elaborar los postres es esencial para el desarrollo del trabajo.

Además, el proyecto indaga en la aplicación de la chonta en la repostería, mediante la innovación de ciertas recetas de la repostería clásica, generando así una oferta gastronómica moderna con bases firmes, asimismo se debe tomar en cuenta las investigaciones anteriores previas al desarrollo de este estudio para delimitar qué tipo de chonta es la más adecuada en su uso en la repostería.

CAPÍTULO II

2. Marco teórico

2.1. Chontaduro



Figura 1. Chontaduro

Fuente: (Agencia Andes, 2017)

2.1.1. Definición

“Es una palma nativa del Trópico Cálido Húmedo de América Latina, donde se la conoce con cerca de 50 nombres diferentes.”(Corpoica, 1996, p. 3)

2.1.2. Antecedentes

Tabla 1.

Antecedentes y usos de la palma de chonta

Antecedentes	Característica
Descubrimiento de la chonta	<ul style="list-style-type: none">• Hallada hace más de 2000 años• Domesticada para su uso
Elaboración de viviendas	<ul style="list-style-type: none">• Implementada por indígenas• Usada para los techos
Alimentación	<ul style="list-style-type: none">• Empleada en bebidas• Su uso comenzó en 1800
Utensilios de caza	<ul style="list-style-type: none">• Empleada desde 1619 por los indígenas• Realizaban lanzas y dardos con el tronco de la palma
Bebidas	<ul style="list-style-type: none">• Chicha de chonta usada a partir de los años 1500
Harina	<ul style="list-style-type: none">• Empleada desde el año 2000 para la panificación y pastelería
Entradas	<ul style="list-style-type: none">• Elabora sopas, entrantes u ensaladas se tiene registro de este dato desde el año 2014
Mermeladas	<ul style="list-style-type: none">• En el 2015 se efectuó un estudio al usar la chonta como mermelada.

Fuente: (Álvarez et al., 2016, pp. 22–27; Martínez Velandía, 2016; Morales, 2009a; Morales, 2009b, 2011; Patiño, 2002; Pereira Valarezo, 2009, pp. 43–48; Samaniego, Rodríguez, García, & Casariego, 2016; Shanley, Cymerys, Serra, & Medina, 2012)

Elaborado por: Mariana Pauta

2.1.3. Generalidades de la chonta

“El chontaduro corresponde a la familia de las arecáceas, la misma tiene mayor relevancia en la América precolombina, [...] en el país colombiano tubo mayor aceptación ya que fue consumido en la época Pre-Hispánica, considerado como el primer sustento importante.” (Mora Urpi, 1983, pp. 118–119)

“Esta fue sin duda la palmera de mayor importancia en la América precolombina, y constituyó el principal cultivo de los amerindios de un extenso territorio del trópico húmedo e incluso de algunas zonas del trópico seco.” (Mora Urpi, 1983, p. 119)

Este fruto mantiene una gran población de árboles ubicados en una cantidad enorme de hectáreas que se encuentran en las tribus de estas zonas amazónicas el cual permitía el desarrollo económico de las mismas llegando al punto de extenderse sus cultivos por toda América Central)” (Mora Urpi, 1983, p. 120)

El árbol del chontaduro es utilizado para la fabricación de suministros y mobiliaria, pero esto depende de la cultura y sector donde era cultivado, es decir se utilizaban diversos métodos para lograr trabajarlos ya sea en forma de industrialización o de forma independiente, pero son utilizados tanto el árbol como tal y su fruto. Generalmente esto se da por los diversos métodos aplicados por cada grupo étnicos en niveles de generar ingresos económicos dependiendo la cultura de donde se lo coseche.” (Mora Urpi, 1983, p. 123)

En el siglo XIX y XX el fruto en mención sufrió una gran decreció de manera significativa viéndose afectando de manera significativa las costumbres y hábitos de los indígenas, por lo que se perdieron tradiciones a causas de la industrialización. Hoy en día este fruto es consumido por casi toda América latina y especialmente los sectores donde pasa el cauje de la Amazonia.(Mora Urpi, 1983, p. 128)

2.1.4. Origen.

Se cree que su origen radica en “la Región Occidental de la Cuenca Amazónica, pero se han encontrado poblaciones nativas en Perú, Brasil, Colombia, Ecuador, Venezuela, Bolivia, Panamá y Costa Rica” (Corpoica, 1996, p. 3)

2.2. Morfología del chontaduro

- El tallo de la palma tiene forma cilíndrica y alcanza el diámetro de 1° a 25 centímetros y de altura hasta 25 metros con o sin espinas.
- La hoja con forma de pinnadas de 2 a 4 metros de largo con raquis espinoso y muy resistente.
- La inflorescencia está formada por un de racimos con 11 a 53 espigas por racimo, existe flores unisexuales femeninas o masculinas. En algunos casos los racimos pueden contener de 80 a 250 frutos y pesar 10 a 12 kilos.
- Frutos globosos de 6 a 7 cm de diámetro, presenta diferentes formas desde redondeada hasta la cónica (Corpoica, 1996, pp. 5–6)

2.2.1. Variedades de chonta.

Las variedades de chonta se han agrupado de acuerdo a:

- Por la coloración de la cáscara, el rojo intenso al anaranjado y del amarillo al verde-amarillo
- Por el contenido de aceite de la pulpa.
- Por la ausencia o presencia de frutos con o sin semilla.
- Por la presencia o no de espina en el tronco y las hojas
- Por el tamaño del fruto. (Corpoica, 1996, p. 6)

2.2.2. Nombre científico.

Bactris gasipaes H.B.K.

Tabla 2.*Características científicas de la chonta*

Características de la chonta		
Nombre científico	Bactris gasipaes H.B.K.	
Nombre común	Chontaduro, Chonta, Pijuayo, Pejinaye, Pupunha	
Taxonomía	Tipo (división)	Fanerógamas
	Subtipo (subdivisión)	Angiospermas
	Clase	Monocotiledoneas
	Subclase	Micrانتinas
	Orden	Espadiciflorineas
	Familia	Palmaceas
	Género	Bactris
	Especie	Gasipaes

Fuente: (Corpoica, 1996, p. 4)

Elaborado por: Mariana Pauta

Tabla 3.*Información nutricional*

Datos		
Nombre	Cantidad	Unidad
Agua	52,3	g
Parte comestible	70%	
Calorías	185	
Proteínas	3,3	g
Grasa	4,6	g
Carbohidratos	37,6	g
Fibra	1,4	g
Cenizas	0,9	g
Calcio	23	mg
Fósforo	47	mg
Hierro	0,7	mg
Vitamina A	7300	
Tiamina	0,04 mg	
Riboflavina	0,11	mg
Niacina	0,9	mg
Ácido ascórbico	20	mg

Fuente: (Díaz Robledo, 2004, p. 297)

Elaborado por: Mariana Pauta

2.2.3. Principales nutrientes.

El fruto de la palmera del chontaduro posee:

- Minerales
- Fósforo
- Hierro
- Calcio
- Magnesio
- Vitamina D
- Vitamina A
- Vitamina C

2.2.4. Beneficio de la fruta.

Los beneficios que ofrece la chonta son varios entre ellos están:

- El fruto, que fue en el pasado tan solo de importancia en las zonas productoras, por ser muy perecedero, se vislumbra ahora como de un gran potencial, al industrializarlo en forma de harinas y de otros productos derivados como aceite, betacaroteno y almidón.
- Las harinas del pejibaye o chonta tienen un importante futuro en la nutrición humana, consumiéndose en repostería, panificación y otros preparados.
- La fermentación de los frutos se investiga con vistas a su explotación, en la fabricación de varios compuestos orgánicos. Queda pendiente su posible uso medicinal tal como era practicado por los indígenas. (Mora Urpi, 1983, pp. 120–130)

Tabla 4.*Beneficios de la chonta*

Área	Beneficios
Nutricional	Aporta aminoácidos esenciales.
	Brinda cierta cantidad de proteínas.
	Posee ácidos grasos poliinsaturados como el omega 3 y omega 6.
	Ofrece fibra y vitaminas A, C y D.
	Contribuye con carbohidratos y minerales como el hierro magnesio, fósforo y calcio.
Salud	Reduce los niveles de colesterol, también reanima los músculos.
	Disminuye las enfermedades cardiovasculares.
	Mejora la visión y brinda energía al organismo.
	Ayuda al cuidado de la piel, además combate el envejecimiento.
	Asiste a controlar la diabetes y mejora la digestión.
Alimenticias	Extracción del aceite de la fruta para su uso en la cocina ya sea dando sabor o color a los platos.
	Elaboración de chicha para refrescar y aplazar la sed.
	La masa fermentada sirve de base para panes y tartas.
	La harina del fruto para intolerantes al gluten permite elaborar preparaciones como salsas, tortillas, helados refrescos, rellenos, tartas u otros.
	El fermento de la bebida sirve para hacer bebidas alcohólicas con bajo grado de alcohol.

Fuente: (Díaz Robledo, 2004) (Morales, 2009) (Estrella, 1986) (Mora Urpi, 1983) (Samaniego et al., 2016)

Elaborado por: Mariana Pauta

2.3. Repostería

El término repostería, surge desde tiempos prehistóricos, cuando los antepasados degustaban otros tipos de postres de acuerdo a los ingredientes, utensilios y técnicas que desarrollaron en aquella época. La historia de la repostería abarca desde los primeros duces que se consumían, pasando por los postres hechos por los egipcios y llegando hasta la actualidad con la repostería molecular y de autor.

2.3.1. Teoría elemental de la Gastronomía.

La teoría elemental de la Gastronomía enuncia que “El ser humano no se mueve por motivos fisiológicos para elegir una dieta o un alimento concreto: son las ideas, los elementos psicológicos, afectivos y culturales que lo envuelven, los que disponen el complejo acercamiento del hombre a la comida.” (Cruz Cruz, 2002, p. 20)

La alimentación según la teoría elemental de la gastronomía se plantea que es la parte "elemental, en el sentido de fundamental o necesaria; en primer lugar, para la comprensión del fenómeno gastronómico en su globalidad, que incluye en sí tres planos: biológico, psicológico y cultural” (Cruz Cruz, 2002, p. 25)

“El alimento, que es fundamentalmente símbolo, está recubierto de una forma, la forma de la cultura por la que lo aceptamos o rechazamos, haciéndolo parte de nuestra identidad personal y cultural.” (Cruz Cruz, 2002, p. 15)

Para (Cruz Cruz, 2002) el alimento definido biológicamente es aquella sustancia no dañina para el ser humano que repara cualquier parte en estado líquido o sólido del cuerpo, no hay alimento natural que sea completo o posea todos los nutrientes, siempre va a carecer de uno, es importante la ingesta de estos de manera combinada, donde todos los alimentos aporten los nutrientes necesarios. Se ha conocido que el alimento no solo es químico o físico para su estudio de su consumo, hoy en día se conoce que su consumo se debe gracias a la cultura que rodea a la persona.

Por lo tanto, la conducta alimentaria de las personas va a poseer una estructura de sucesos tanto conscientes como inconscientes, lo inconsciente sería la conducta que tuvo cuando era bebé no sabía comer por sí solo y ciertos de estos recuerdos quedan grabados en la mente de la persona, lo que afecta en el futuro del mismo porque sus recuerdos influirán en la aceptabilidad de ciertas comidas. Mientras que lo consciente es cuando se hace las cosas de manera pensante, sabiendo que es lo que se hace y por qué; a diferencia de la otra no tiene influencias del pasado ya que todo lo recuerda intactamente sin errores.

2.3.2. Teoría de las representaciones sociales.

Las representaciones sociales se “refiere a una forma de conocimiento socialmente elaborado y compartido, orientado a la práctica y que participa en la construcción de una realidad común a un conjunto social” (Andreatta, 2013, p. 42)

“Las representaciones sociales comprenden una dimensión cognitiva y una dimensión emocional, e implican acción”(Andreatta, 2013, p. 44)

Esta teoría de las representaciones sociales, según (Andreatta, 2013) crea un vínculo con la alimentación, es aquí donde se genera las diversas opiniones, basadas en las creencias sociales y culturales de cada individuo, las mismas generan un impacto directo en la práctica alimentaria.

El estudio de la alimentación “(...) desde la perspectiva biomédica tiene una larga tradición vinculada a los orígenes de la ciencia de la Nutrición. En efecto, dado que los primeros desarrollos en el área provinieron de la Química y la Fisiología” (Andreatta, 2013, p. 43)

La teoría de las representaciones sociales, es decir, los conjuntos de pensamientos, sentimientos y acciones expresadas en conductas permiten explicar, en el contexto particular de la industria alimentaria, las relaciones que se establecen entre las innovaciones y el comportamiento diario de los consumidores, intentando cuantificar la inclinación o el rechazo hacia nuevos alimentos. (Foutel et al., 2011, p. 51)

Es decir, la teoría de las representaciones sociales asociada con la gastronomía señala que “la alimentación es objeto de representación en tanto generadora de opiniones, creencias y significados que circulan socialmente y que tienen impacto en la producción, la distribución, la selección, la preparación y el consumo de alimentos.” (Andreatta, 2013, p. 45)

Por lo tanto “la alimentación constituye un fenómeno complejo en el cual interactúan biología y cultura”(Andreatta, 2013, p. 45) Esto significa que a pesar que la teoría sea sobre las representaciones sociales, la misma se liga con la alimentación y salud, estas guiadas por la cultura, creencias y conocimientos que posee el individuo.

2.3.3. Definición

La empresa de repostería es aquella organización empresarial o industrial, que se dedica a la elaboración o fabricación de productos de pastelería-repostería, y otros derivados. Usando los ingredientes más habituales, desarrolla sus productos dulces o salados, para el consumo del público, siguiendo artes y técnicas muy diversas, desde las más tradicionales, hasta muy elaboradas, o incluso industriales. (Publicaciones Vértice, 2010, p. 5)

En síntesis, es necesario reconocer que la repostería comprende varias técnicas desde las más tradicionales hasta las más modernas, todas ellas con la intención de mejorar cada preparación y establecer una conexión mediante aquel postre con el cliente que lo deguste.

2.3.4. Antecedentes

La historia de la repostería surge desde épocas prehispanicas, siguiendo hasta lograr el progreso y en la actualidad con la denominada repostería de autor, este término moderno implementado para preparaciones que nacen desde la invención de un autor tomando referencia en otros postres ya realizados anteriormente. Según “los orígenes de la repostería se deben a los Fenicios, Griegos, Cartagineses y Romanos; después a los Musulmanes, quienes nos enseñaron las fórmulas secretas de uso y combinación de las especias.” (Ávila Granados, 2003, p. 17)

2.3.4.1. Egipcios.

Según (García & Geel, 2015) "[...] los primeros reposteros surgen debido a la elaboración de dulces a base de la miel, procesos de los cuales se posee y conserva un registro escrito[...]" (p. 9)

Es decir, las primeras preparaciones que se efectuaron eran básicas sin ninguna complejidad, las cuales estaban hechas a base de harina, mezcladas con algún género líquido y como endulzante usaban la miel. Después las colocaban en una placa a base de piedra y las calentaban con el sol; preparaciones que solo podían ser consumidas por los nobles egipcios.

2.3.4.2. Griegos.

Según (García & Geel, 2015) "[...] a diferencia de los egipcios, los griegos incrementaron otros ingredientes como las especias, mantequilla, huevos, dichas preparaciones fueron conocidas como obelias [...]" (p. 9)

Estas preparaciones ya tuvieron un grado mayor de complejidad, ellos usaban planchas de hierro caliente para su cocción, en ciertas recetas hasta añadieron queso y otros endulzantes que ya se habían descubierto. Todas estas preparaciones eran solo de acceso para los de un nivel económico alto, no cualquiera podía consumirlos.

2.3.4.3. Romanos.

Según (García & Geel, 2015) "[...] ellos perfeccionaron la bollería, unos hechos a base de especias, los mismos que se endulzaban con miel u en otros casos con fruta deshidrata, licor [...]"(p. 9)

Gracias a ellos surgen los panes, panes dulces y postres conocidos como brioche, buñuelos y las cremas cocidas. Los romanos perfeccionaron las técnicas de la repostería, pero en esa época era conocida como pastelería sin tomar en cuenta por separado a la panadería, para ellos todo lo englobaba.

2.3.4.4. Edad Media.

Según (García & Geel, 2015) “[...] Francia se cataloga como la cúspide de la Gastronomía en general, sin separar de ella a la repostería, pero hay que destacar que ellos fueron pioneros en hacer varias preparaciones, que con el tiempo se extenderían por toda Europa [...]”(p. 9)

Los primeros pasteleros franceses fueron los religiosos, los cuales iniciaron con la realización de las famosas obloiers (obleas), barquillos y las preparaciones de acuerdo al calendario litúrgico. También surgen las famosas Cruzadas, época clave para la repostería en la cual se entra en contacto con otras civilizaciones, los mismos que trían nuevos ingredientes, para hacer nuevos postres que poseían una mayor complejidad en las preparaciones.

2.3.4.5. Renacimiento.

Según (García & Geel, 2015) “[...] en 1440 se denomina por primera como pastelero a la persona que realiza todo tipo de postres, también se inicia a respetar los derechos, deberes y la consagración del puesto de pastelero como tal.” (p. 10)

Se desarrollan preparaciones como la masa choux y se siguieron ampliando la variedad de productos de repostería.

A mediados del siglo XVI se inicia con la venta y consumo de los helados, de ahí surgen los primeros petisús, dando lugar a Francia como líder de la repostería inventora de productos que poseían aceptabilidad por parte del cliente.

Hay que destacar que nacen las levaduras biológicas que se iniciaron a usar en la bollería y pastelería, aplicando este producto en las recetas tradicionales con las técnicas conocidas, o como nuevas técnicas que adoptaron los franceses: Además se introduce la preparación de bizcochos y merengues.

2.3.4.6. Edad Moderna.

Según (García & Geel, 2015) “El siglo XVII es la época donde el oficio de pastelero logra altas percepciones, de perfeccionamiento y refinamiento [...]”(p. 11)

Durante esta época se empieza a conocer pasteleros de renombre, ellos eran los precursores de las técnicas clásicas de la repostería, las mismas que permitió que hoy en día se transformen las decoraciones y se empiecen a usar piezas con una profusa decoración, con mayores acabados y sabrosas.

En el siglo XX se toma control de las preparaciones a base de calor y frío, conservando la materia prima y en ciertos casos haciendo uso del congelador para las pulpas o preparaciones de mayor tiempo ocupado.

2.4.5. Clasificación por entidades de la repostería

Según (Publicaciones Vértice, 2010), “[...] la repostería al ser extensa presenta su propia clasificación de las entidades que la representan ya sea de manera conjunta o individual, las mismas están fundamentadas por su operación, organización y gestión clasificación; y funcionan de manera casi idéntica, diferenciadas en varios grupos [...]” (p. 6)

Tabla 5.

Entidades de la repostería

Entidad	Función que cumple
Repostería tradicional	De carácter artesano, comercializa o vende sus productos en el propio establecimiento.
Repostería industrial	Presenta un desarrollo empresarial industrial, con un sector de ventas amplio y sus productos se comercializan bajo requisitos exigidos.

Distribuidor de repostería	Posee un taller donde realiza elaboraciones tradicionales o industriales , la comercialización de sus productos facilita a otros establecimientos su venta o consumo
Establecimientos	Venden los productos que reciben del distribuidor, brinda una variedad de productos. Esta entidad puede ser independiente o estar incluida en otra empresa.
Otros establecimientos	Negocios especializados en productos similares a la repostería de carácter individual a los mencionados antes.

Fuente: (Publicaciones Vértice, 2010, p. 6)

Elaborado por: Mariana Pauta

La tabla presentada anteriormente detalla las entidades que elaboran, distribuyen y comercializan los diferentes productos elaborados por los reposteros, cada uno posee sus características que hacen que se diferencien y a su vez se conozca un poco de la función que cumple cada uno en la cadena de cada producto desde que se elabora hasta que el cliente lo compra para su consumo.

2.4.6. Características de la repostería

Tabla 6.

Características de la repostería

Tema	Característica	Detalle
Principales exponentes	Gaston Lenôtre,	-Creador de la torta ópera. -Maestro de chocolatería y pastelería.
	Pierre Hermé	-Diseñó la Boutique Hermé. -Famoso por sus macarons y 2000 feuilles.
	La Verenne	-Consideró el control de la temperatura y humedad de las cocciones.

		-Escribió ‘Le Pâtissier François’ y ‘Le François Confiseur.
	Auguste Escoffier	-Mejoró las técnicas de trabajo en la cocina.
	Marie Antoinette Carême	-Precursor de la dietética y nutrición. -Publica el pastelero real base de la repostería moderna.
Principales preparaciones	Masa brisa	-Tartaletas
	Masa de hojaldre	-Mil hojas
	Cremas	-Crema batida -Crema de mantequilla
	Pate choux	-Saint honorê -Profiteroles
	Otros	-Croissant -Crepes -Praliné

Fuente: (García & Geel, 2015) (López Alonso, Carabias, Muñoz, & Díaz Paniagua, 2017) (López Molina, 2015) (Child, Bertholle, & Beck, 2016) (Poulain, Robuchon, & Neirinck, 2007)

Elaborado por: Mariana Pauta

Tabla 7.

Técnicas de la repostería

Técnica	Definición	Utensilios usados
Creumar	Proceso de mezclar azúcar con algún tipo de grasa, para incorporar aire y crear burbujas en la preparación.	-Batidora -Varillas
Tamizar	Proceso de librar cualquier tipo de impureza al producto que se está tamizando.	-Tamiz -Cedazo -Malla
Batir	Acto de remover de forma enérgica unos ingredientes en estado líquido o semilíquido, que adquieren textura esponjosa.	-Batidor manual o eléctrico -Varillas
Amasar	Acto de combinar los ingredientes trabajando la masa para quede uniforme e incorporados.	-Amasadora -Gancho

Incorporar	Acción de conseguir que una materia prima penetre dentro de otra mediante la mezcla	-Espátula -Cuchara -Paleta de goma
Mezclar	Acto de ligar todos los ingredientes en movimientos circulares suaves y lentos.	-Batidor -Lengua de goma -Espátula -Pala

Fuente: (López Molina, 2015)

Elaborado por: Mariana Pauta

2.4. Postre

“El postre es el elemento encargado de cerrar cualquier acontecimiento gastronómico, por lo que en él recae gran peso de un servicio.” (Rey Acosta, 2018, p. 9)

2.4.1. Postres de restauración.

Un postre de restaurante debe estar a la altura de las demás elaboraciones servidas con anterioridad, sin olvidar complementarlas, por lo que el servicio de un postre no solo requiere tener presente su sabor o diseño, sino que además deberá considerar los productos o elaboraciones anteriormente degustados y servidos. (Rey Acosta, 2018, p. 9)

Los postres de restaurante están “caracterizados por las temperaturas de su servicio, pues, al poder ser realizados en el momento de su comandado, pueden presentar tanto temperaturas altas (...) como temperaturas bajas (...)” (Rey Acosta, 2018, p. 11)

2.4.2. Misión

Los postres en restauración tienen la misión de “cerrar de forma exitosa un servicio, sea del carácter que sea.” (Rey Acosta, 2018, p. 13)

2.4.3. Descripción de los postres en restauración

Como postres “se entiende cualquier elaboración servida al final de la comida, ya sea fría o caliente, y realizada a partir de fruta o masa de carácter normalmente dulce, a la que se le ha aplicado tratamiento térmico o no” (Rey Acosta, 2018, p. 10)

2.4.4. Características de postres en restauración.

Como características de los postres en restaurantes tenemos:

- Destacar su presentación
- Acompañantes a usar en la preparación como para el montaje
- Método para su elaboración final
- El montaje se la realiza el día del servicio (Rey Acosta, 2018, pp. 11–12)

2.5. Aplicaciones.

“Los postres servidos en restauración tienen como misión principal cerrar de forma exitosa un servicio, sea del carácter que sea.” (Rey Acosta, 2018, p. 13)

2.5.1. Clasificación de los postres en restauración.

“Los postres de restaurante, al poder ser realizados en el momento de su comando, pueden presentar tanto temperaturas altas (incluyendo chocolate fundido, sopas templadas, etc.) como temperaturas bajas (helados, sorbetes, etc.).” (Rey Acosta, 2018, p. 12)

Tabla 8.

Clasificación de los postres en restauración

Categoría del postre	Subcategoría del postre	Ejemplo
Postres a base de frutas	Postres con fruta fresca	-Almíbar -Sirope
	Postres con fruta cocinada	-Brocheta de fruta

	Postres con basa de masa o pasta	-Tartaletas
	Postres con nombre propio	-Banana Split
Postres a base de lácteos y huevos	Postres a base de leche o derivados	-Arroz con leche
	Postres a base de huevo	-Tocino de cielo
Postes fritos o de sartén	Postres fritos	-Berlinesas
	Postres de sartén	-Obleas -Tortitas americanas
Semifríos	Postres semifríos con base ligera	-Tarta semi frío de naranja
	Postres semifríos con base grasa	-Semifrío de chocolate y menta
	Bavarois	-Bavarois de crema
	Carlota	-Carlota de cítricos
	Espuma	-Mousse de fruta
	Tarta con base de mousse	-Tarta mousse
Tartas	Tarta con crema de mantequilla	-Tarta de moka
	Tartas de yema	-Tarta de yema
	Tartas con base de nata	-Tarta de fruta
	Tartas de queso	-Tarta de queso
	Brazo gitano	-Brazo gitano relleno de fruta
	Tartas con nombre propio	-Tarta Sacher

Fuente: (Rey Acosta, 2018, pp. 25–166)

Elaborado por: Mariana Pauta

2.5.2. Postres a base de frutas.

Los postres a base de frutas “los que predomina la fruta, ya sea un solo tipo de ella o varios. Además, podrán ir cocinadas o no, dependiendo de la elaboración deseada. Este tipo de postres, debido a su composición, es capaz de conferir numerosos beneficios.” (Rey Acosta, 2018, p. 28)

2.5.3. Postres a base de lácteos y huevos.

Se define a los postres a base de lácteos y huevos como “Los postres lácteos y de huevo tienen una estrecha relación en cuanto a la formulación de sus ingredientes, pues son muchas las elaboraciones dulces que se realizan a partir de ambos ingredientes.” (Rey Acosta, 2018, p. 60)

2.5.4. Postres fritos o de sartén.

Los postres fríos son aquellos “Postres que se elaboran a partir de una masa, más o menos espesa, y se transforman por la acción del calor. Se elaboran a partir de una masa, más o menos espesa, y se transforman por la acción del calor”(Rey Acosta, 2018, p. 89)

2.5.5. Semifríos.

Los postres fríos son “elaboraciones dulces que, por sus ingredientes y texturas gelificantes, posibilitan un consumo a temperatura de refrigeración (entre 2 y 8 °C), no presentando formación de cristales causados por la congelación.” (Rey Acosta, 2018, p. 112)

2.5.6. Tartas.

Las tartas “Son elaboraciones de pastelería realizadas a partir de una o varias capas de masa o pasta (generalmente algún tipo de masa batida) y completadas con rellenos y coberturas”(Rey Acosta, 2018, p. 146)

2.6. Instalaciones y maquinaria.

2.6.1. Instalaciones.

“Las instalaciones donde se elaboran productos de pastelería y repostería, dentro de una cocina o un obrador, tendrán unas características apropiadas y estarán provistas de

una maquinaria y utillaje necesarios para la actividad que allí se realiza.” (Rey Acosta, 2018, p. 19)

2.6.2. Requisitos que deben cumplir.

Deben cumplir ciertos requisitos las instalaciones como son:

- Deben estar suficientemente ventiladas, de manera natural o artificial.
- Deben estar bien iluminadas, bien con luz natural o artificial. Esta iluminación estará protegida para, en caso de rotura, evitar la contaminación de los productos.
- Las instalaciones deberán estar dispuestas de tal manera que permitan una fácil y eficaz limpieza y desinfección, evitando ángulos, rincones, grietas y roturas.
- Las ventanas y aperturas con el exterior deben llevar rejillas contra insectos que se puedan limpiar fácilmente.
- Los fregaderos o pilas, donde se limpia el utillaje, deben ser de un material resistente y de fácil limpieza. Deben poder suministrar agua caliente y fría.
- El lavamanos debe disponer de agua caliente y fría. Debe ser de accionamiento no manual.
- El sistema de secado debe ser de aire forzado o de toallas de un solo uso y debe disponer de un dispensador de jabón. (Rey Acosta, 2018, p. 19)

2.6.3. Maquinaria y herramientas.

“La maquinaria de los obradores de pastelería debe estar fabricada con materiales de óptima calidad para así asegurar que los alimentos no sufran ninguna alteración y para que tengan un período de vida más largo.” (Rey Acosta, 2018, p. 19)

2.6.4. Maquinaria de elaboración.

2.6.4.1. Amasadora de brazo.

“Su uso se restringe (valga el término) a la mezcla de harinas con líquidos y/o materias grasas. Su característica más importante es la capacidad de airear y oxigenar una masa, sin calentarla, dejando la masa refinada y bien mezclada.”(Publicaciones Vértice, 2010, p. 13)



Figura 2. Amasadora de brazo

Fuente: (Del Moral Garrido, 2011)

2.6.4.2. Batidora – amasadora.

“Es empleada para batir, montar y mezclar los géneros.” (Publicaciones Vértice, 2010, p. 13)



Figura 3. Batidora - amasadora

Fuente: (Del Moral Garrido, 2011)

2.6.4.3. Laminadora.

Es una estiradora de masas, que usa una serie de rodillos girando a pares y de forma inversa. Se hace pasar las masas por en medio, y se somete a cierta presión, por lo que se va aplanando al mismo tiempo que se estira a lo largo y a lo ancho. (Publicaciones Vértice, 2010, pp. 13 –14)



Figura 4. *Laminadora*

Fuente: (Del Moral Garrido, 2011)

2.6.4.4. Heladora o mantecadora.

“Es un cilindro enfriador, por el que pasa la mezcla que se va a convertir en helado, empujado por una serie de espas que giran y vibran, empujando la mezcla e introduciéndole aire al mismo tiempo.” (Publicaciones Vértice, 2010, p. 14)



Figura 5. *Heladora o mantecadora*

Fuente: (Del Moral Garrido, 2011)

2.6.4.5. Divisora de masas.

“Se usa, como su nombre indica, para realizar divisiones uniformes de masas, con pesos idénticos para hacer que las preparaciones tengan dimensiones similares.” (Publicaciones Vértice, 2010, p. 15)



Figura 6. *Divisora de masas*

Fuente: (Del Moral Garrido, 2011)

2.6.4.6. *Escudilladora de planchas.*

“Sirve para repartir las masas batidas sobre placas de horno, papel siliconado, moldes o planchas, para hacer bizcochos de plantilla.” (Publicaciones Vértice, 2010, p. 15)



Figura 7. *Escudilladora de planchas*

Fuente: (Del Moral Garrido, 2011)

2.6.4.7. *Inyector dosificador.*

“Sustituye a la manga pastelera para un relleno rápido y efectivo, de moldes, buñuelos, lionesas, bollos, o incluso para la aplicación de cremas o adornos en algunas piezas que los requieran.” (Publicaciones Vértice, 2010, p. 15)



Figura 8. *Inyector dosificador*

Fuente: (Del Moral Garrido, 2011)

2.6.4.8. Mesa de elaboraciones.

Fabricadas de acero inoxidable, con tableros del mismo material o de mármol, granito; puede ser necesario que estos tableros estén refrigerados (...), o en cuya manipulación necesiten una temperatura baja. (Publicaciones Vértice, 2010, pp. 15–16)



Figura 9. Mesa de elaboraciones

Fuente: (Del Moral Garrido, 2011)

2.6.5. Maquinaria de cocción.

2.6.5.1. Cocedor de crema.

“Es un cazo con resistencia eléctrica en su base, que calienta de forma uniforme toda su parte inferior. Se usa para elaborar distintas cremas, almíbares, mermeladas, salsas, etc.” (Publicaciones Vértice, 2010, p. 16)



Figura 10. Cocedor de crema

Fuente: (Del Moral Garrido, 2011)

2.6.5.2. Baño turco.

Es un recipiente con agua que genera vapor en una cámara en la que se introduce otro recipiente que se someterá al efecto del mismo. Funciona como un baño maría sin permitir que el agua entre en contacto con el recipiente introducido. (Publicaciones Vértice, 2010, p. 16)



Figura 11. *Baño turco*

Fuente: (Del Moral Garrido, 2011)

2.6.5.3. Horno.

“Los hay de muchos tipos, con construcciones, potencias, combustibles y fuentes de calor muy distintos.” (Publicaciones Vértice, 2010, p. 16)



Figura 12. *Horno*

Fuente: (Del Moral Garrido, 2011)

2.6.5.4. Estufa para cobertura de chocolate.

“Mantiene a temperatura de fusión la cobertura de chocolate, mantequilla, glaseados y otros baños de pastelería, permitiendo disponer de ellos siempre a la temperatura idónea para su uso.” (Publicaciones Vértice, 2010, p. 17)



Figura 13. *Estufa para cobertura de chocolate*

Fuente: (Del Moral Garrido, 2011)

2.6.5.5. Pasteurizadora.

“Elimina gérmenes por medio de la temperatura, y somete a los productos a picos de temperatura muy altos, durante periodos muy cortos de tiempo, para no alterar sus propiedades organolépticas.” (Publicaciones Vértice, 2010, p. 17)



Figura 14. *Pasteurizadora*

Fuente: (Del Moral Garrido, 2011)

2.6.6. Maquinaria auxiliar

2.6.6.1. Microondas.

“Se usa básicamente para descongelar algunos materiales, o fundir algunos baños, cremas o mantequillas.” (Publicaciones Vértice, 2010, p. 18)



Figura 15. *Microondas*

Fuente: (Del Moral Garrido, 2011)

2.6.6.2. Envasadora al vacío

“Consiste en una cámara donde se introducen los productos en una bolsa de vacío.” (Publicaciones Vértice, 2010, p. 18)



Figura 16. *Envasadora al vacío*

Fuente: (Del Moral Garrido, 2011)

2.6.6.3. Cámara refrigeradora, congeladoras y ultracongeladoras.

“Las cámaras refrigeradoras suelen programarse a entre 12°C y 18°C, dependiendo de la naturaleza de los productos que en ella se conserven, o de las necesidades de los mismos.” (Publicaciones Vértice, 2010, p. 18)



Figura 17. *Cámara refrigeradora, congeladoras y ultracongeladoras*

Fuente: (Del Moral Garrido, 2011)

2.6.6.4. Carros portalatas.

“Estructura metálica montada sobre ruedas, con guías del tamaño adecuado para apilar las placas de repostería, también llamadas “latas”. (Publicaciones Vértice, 2010, p. 18)



Figura 18. *Carros portalatas*

Fuente: (Del Moral Garrido, 2011)

2.7. Tendencias de decoración

Las modernas tendencias de la decoración de postres han dejado de lado el uso de adornos recargados, además que no se podían comer; hoy en día lo que se usa son decoraciones comestibles, sencillas y pulcras, sirviendo la cantidad correcta de calorías y tomando en cuenta la temática del evento en el que se sirve el postre. (Rey Acosta, 2018)

Los estilos de decoraciones pasados se centraban más en los adornos que no se podían comer, esto se debe a que se creía que el cliente estaba concentrado en admirar la belleza del plato, más no de si su sabor era agradable, hoy en cambio se decora pensando primero en la calidad del producto y de cómo lucirá todo al final de la decoración, con la finalidad de sorprender al cliente.

2.7.1. El color en la decoración

El color en la decoración influye de manera directa, ya que al momento de emplatar y decorar un platillo se debe tomar en cuenta desde el color de la vajilla hasta el color de las decoraciones que llevará la preparación

En la cocina el color es “una característica intrínseca de cada producto, cada uno de ellos tiene un color o gama de colores que los caracterizan, debiendo buscar que los productos sean fieles a ellos” (Astorga Murillo, Solís Lara, & Jiménez Romero, 2011, p. 20)

Cada color juega un rol diferente “en la ambientación y en la decoración, pero se pueden utilizar los colores para realizar combinaciones atractivas, mezclando colores de distintas gamas para crear contrastes y sobre todo para realzar estados de ánimo” (Astorga Murillo, Solís Lara, & Jiménez Romero, 2011, p. 20)

Es por eso que los especialistas recomiendan el uso de ambos tipos de colores fríos y cálidos para crear una armonía en el plato, debido a que “Los colores tienen gran

influencia en el comensal, están relacionados con el estado de ánimo y si se utilizan correctamente abrirán el apetito.” (Fernández Díaz, 2017, p. 23)

Sin embargo el uso incorrecto de colores “pueden provocar rechazo en nuestro subconsciente” (Fernández Díaz, 2017, p. 23)

No obstante, si se desea usar correctamente los colores se debe “utilizar diferentes gamas para crear contraste, por ejemplo, si el alimento tiene un color cálido podemos utilizar una vajilla de color frío.” (Fernández Díaz, 2017, p. 23)



Figura 19. Círculo de colores

Fuente: (Fernández Díaz, 2017, p. 23)

2.7.2. Normas y combinaciones básicas

Las normas de la decoración permiten que “Las nuevas tendencias hacen que cada día se desarrollen más utensilios, (...) a la utilización de maquinaria sofisticada que permite crear estructuras y formas que, junto con trazos irregulares, realzan cualquier elaboración.”(Rey Acosta, 2018, p. 176)

Se debe tomar en cuenta varias características a la hora de decorar como las siguientes:

- Tipo de cliente
- Filosofía del negocio
- Tipo de menú

- Normas a seguir
- Combinaciones establecidas por el cliente, o empresa (Rey Acosta, 2018)

2.7.2.1. Forma del plato.

El plato tiene un rol principal al momento de realizar el emplatado, el tamaño deberá estar acorde a la forma y superficie que se desea, para poder realizar buenas decoraciones, donde no esté amontonado todo lo que se quiere colocar, debe permitir una visión de pulcritud sin estar cargado de decoraciones o de comida.

La forma del plato se basa en que “El diseño de los platos tienen cuatro formas básicas que son: redondos, cuadrados, rectangulares y triangulares.”(Rey Acosta, 2018, p. 177)

2.7.2.2. Platos triangulares

Este modelo de plato no tiene una forma pura, es decir, sus aristas o ángulos tendrán curvas, y en ciertos casos dejarán la forma triangular.

Al momento de realizar el emplatado se notará gran diferencia si se usa este modelo, en forma triangular o redonda, ya que permitirá una exposición del plato con un toque delicado y suave.

Por lo general se decora usando líneas curvas en sentido de la forma del plato, lo cual permite una sensación de armonía, y denota que es la vajilla que más se usa. (Rey Acosta, 2018)



Figura 20. Platos triangulares

Fuente: (Rey Acosta, 2018)

2.7.2.3. Platos con formas duras.

A diferencia del anterior modelo, este será de forma cuadrangular o rectangular, presentando líneas rectas, donde serán paralelas los bordes de este plato y se integrarán mejor las presentaciones. (Rey Acosta, 2018)



Figura 21. *Platos con formas duras*

Fuente: (Rey Acosta, 2018)

2.7.2.4. Cristalería.

La cristalería hoy en día se usa como parte de la decoración, en ciertos casos hasta se cambia la vajilla por vasos o copas de cristal, lo cual brinda una presentación más gourmet y estilizada, esto porque se puede observar las diferentes capas, colores, texturas y formas del postre.

Es posible hasta usar postres líquidos en las que se juegue con texturas de diferentes modelos, la intención es combinar y generar en el cliente una admiración en el postre que va a degustar. (Rey Acosta, 2018)



Figura 22. *Cristalería*

Fuente: (Rey Acosta, 2018)

2.8. Oferta gastronómica, menú y decoración del postre

2.8.1. Definición.

“Es exponer ante el público los productos que un establecimiento pone a la venta, refiriéndose a productos culinarios.” (López Alonso et al., 2017, p. 138)

2.8.2. Mercado.

“Se denomina mercado al conjunto de relaciones comerciales que se dan entre los consumidores reales y potenciales y vendedores.” (López Alonso et al., 2017, p. 136)

2.8.3. Menú.

“Es la oferta elemental de un restaurante” (López Alonso et al., 2017, p. 138)

2.8.4. Decoración del postre

“La decoración de repostería abarca un campo muy amplio, ya que comprende unas posibilidades prácticamente infinitas en su ejecución en cuanto a creatividad y modos de presentación” (Polo & Méndez, 2013, p. 7)

2.8.5. Normas y combinaciones organolépticas.

No existen unas normas definidas de cómo elaborar las posibles combinaciones, sin embargo, sí se encuentran una serie de directrices que pueden ayudar, como las siguientes:

- En primer lugar, debe tenerse en cuenta que el factor visual es muy importante en pastelería, ya que como se sabe siempre se tiene tendencia a degustar una elaboración con la mirada.

- Crear el atractivo visual en las elaboraciones, se tiene que tener en cuenta que es preferible hacerlo a través de decoraciones sencillas que resulten a la vez eficaces.
- La decoración que se aplique debe ir acorde con el postre, con una base respecto al sabor y color. (Polo & Méndez, 2013, pp. 7–9)

2.9. Análisis sensorial

2.9.1. Definición

El análisis sensorial o también conocido como evaluación sensorial es “(...) una disciplina científica mediante la cual se evalúan las propiedades organolépticas a través del uso de uno o más de los sentidos humanos.” (Espinosa Manfugás, 2007, p. 14)

La evaluación sensorial “es el análisis de los alimentos u otros materiales a través de los sentidos” (Hernandez, 2005, p. 12)

El análisis sensorial según (Espinosa Manfugás, 2007) es aquella evaluación que delimita el grado de aceptabilidad o rechazo de algún producto, los criterios del alimento como su formulación y desarrollo que se desea sacar al mercado y finalmente permite conocer la opinión y nivel de agrado por parte del cliente. (p. 14)

Las pruebas sensoriales permiten conocer al final las preferencias del consumidor y la información relacionada con la calidad del alimento. (Ramírez N., 2012)

Durante el análisis sensorial hay que tomar en cuenta las características organolépticas de los alimentos, los cuales son “el conjunto de estímulos que interactúan con los receptores del analizador (órganos de los sentidos).” (Espinosa Manfugás, 2007, p. 15).

Es el receptor el encargado de producir y percibir las diferentes sensaciones, las cuales se generan mediante un proceso nervioso que se da en el interior del organismo, para al final apreciar las diversas características de un producto como pueden ser: color, forma, tamaño, olor, sabor y sonido (Espinosa Manfugás, 2007).

Por tal razón los seres humanos al ingerir algún alimento generan en su organismo un estímulo o percepción a cada sentido como son:

- Vista: color, brillo, tamaño, forma
- Tacto: suave, áspero, fibroso, líquido, etc.
- Gusto: ácido, dulce, salado, amargo, umami.
- Olfato: sustancias aromáticas volátiles; ácido, dulce, fatídico.
- Audición: crujiente, ruido. (Hernandez, 2005)

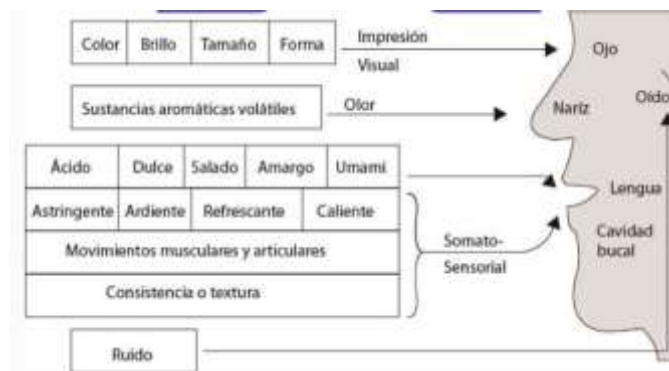


Figura 23. Sensograma

Fuente: (Sancho Valls, Bota Prieto, & De Castro Martín, 1999)

2.9.2. Propiedades organolépticas.

Las propiedades organolépticas de los alimentos son “las características físicas que pueden percibir de ellos los distintos sentidos, como el sabor, el olor, la textura y el color.” (Chavarrías, 2016)

La evaluación sensorial está dada por” la integración de los valores particulares de cada uno de los atributos sensoriales de un alimento, por tanto no debe absolutizarse

que una propiedad en particular es la que define la calidad de un producto dado” (Espinosa Manfugás, 2007, p. 16)

Es decir, las propiedades organolépticas de cada alimento no van a depender de una sola característica ya que debe existir una correlación entre todas las propiedades y su relación con los sentidos del ser humano, para así generar un buen análisis y no enfocarse en un solo detalle del producto.

2.9.3. Sentidos del ser humano.

Los sentidos son “los medios con los que el ser humano percibe y detecta el mundo que lo rodea, como lo es la vista, el olfato, el gusto, el tacto y el oído.” (Hernandez, 2005, p. 15)

Los sentidos se clasifican en:

- Químicos= Olfato y Gusto
- Físicos= Vista, Tacto y Oído (Hernandez, 2005)

2.9.3.1. El sabor y el sentido del gusto.

“El sabor se percibe mediante el sentido del gusto, el cual posee la función de identificar las diferentes sustancias químicas que se encuentran en los alimentos.” (Espinosa Manfugás, 2007, p. 16)

El gusto es aquel sentido que permite receptor el sabor de los alimentos, a través de las papilas gustativas, los cuales están en toda la lengua, dependiendo del lugar se percibirá un diferente sabor, por ejemplo.

Tabla 9.

Morfología de la lengua

Sabor	Ubicación
Dulce	Se percibe con mayor intensidad en la punta de la lengua, zona donde se encuentran las células receptoras que detectan los azúcares, glicoles, aldehídos, cetonas, aminas, esterés, alcoholes o sustancias de naturaleza orgánica que están presentes en los alimentos.
Salado	Se percibe en los bordes anteriores y posteriores respectivamente, donde los receptores son estimulados por sales ionizadas o por los hidrogeniones de las sustancias ácidas.
Amargo	Se detecta fundamentalmente en la parte posterior o base de la lengua, donde se encuentran los receptores de las sustancias orgánicas de cadena larga que contienen nitrógeno en su molécula y alcaloides como la quinina.
Ácido	Se percibe en los bordes anteriores y posteriores respectivamente, donde los receptores son estimulados por sales ionizadas o por los hidrogeniones de las sustancias ácidas.
Umami	Umami significa sabor delicioso, el cual se ubica en el centro de la lengua, este armoniza y realza los sabores de los alimentos.

Fuente: (Espinosa Manfugás, 2007)

Elaborado por: Mariana Pauta

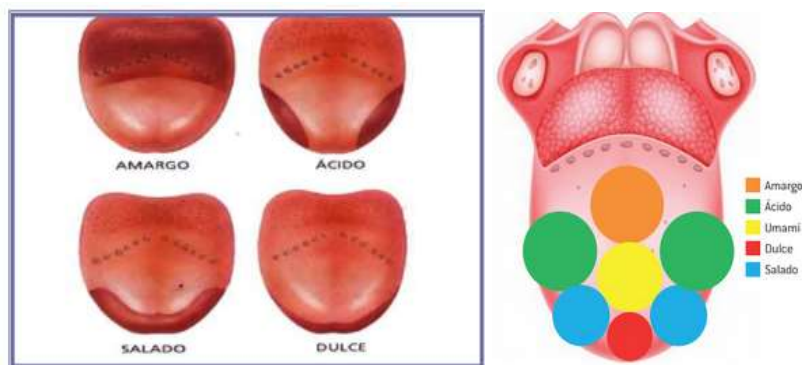


Figura 24. *Distribución de los sabores en la lengua*

Fuente: (Hernandez, 2005) (Delgado Mayoral, 2016)

2.9.3.2. El olor y el sentido del olfato.

“El olor de los alimentos se origina por las sustancias volátiles que cuando se desprenden de ellos pasan por las ventanas de la nariz y son percibidos por los receptores olfatorios” (Espinosa Manfugás, 2007, p. 18)

El sentido del olfato funciona gracias al sistema nasal, donde los terminales nerviosos reconocen los diferentes olores y los envían mediante el nervio olfativo al cerebro. (Espinosa Manfugás, 2007)

Para estimular las células olfatorias es necesario que las sustancias sean volátiles, es decir, han de desprender vapores que puedan penetrar por las fosas nasales, y que sean solubles en agua para que se disuelvan en el moco y lleguen a las células olfatorias. (Hernandez, 2005)

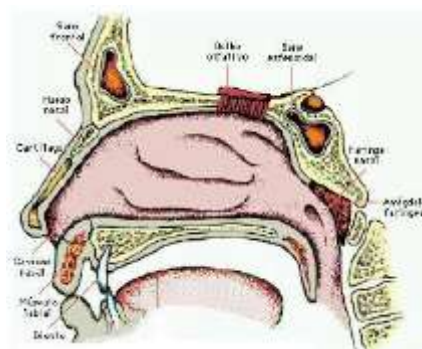


Figura 25. Morfología del olfato

Fuente: (Espinosa Manfugás, 2007)

2.9.3.3. El color y el sentido de la vista.

El color en la evaluación sensorial se debe “fundamentalmente a la asociación que el consumidor realiza entre este y otras propiedades de los alimentos (...) en ocasiones sólo por la apariencia y color del alimento un consumidor puede aceptarlo o rechazarlo.” (Espinosa Manfugás, 2007, p. 19)

La visión se da mediante los ojos, los mismos que cuenta con “unas células fotorreceptoras, es decir, sensibles a la luz, que al ser estimuladas por esta mandan impulsos al cerebro para que los interprete”(Hernández, 2005, p. 15)

La percepción visual de los colores se lo debe gracias al ojo humano (vista), donde “la capa exterior protectora llamada ESCLERÓTICA, la capa media nutritiva es la COROIDEA y la capa más interna sensible a la luz denominada RETINA, que

contiene los elementos nerviosos cuyas fibras se transmiten finalmente al nervio óptico, siendo esta la porción receptiva del ojo” (Espinosa Manfugás, 2007, p. 19)

El color en cada alimento es fundamental, por tal motivo en las pruebas sensoriales el sabor es asociado directamente con un color agradable, caso contrario el nivel de calificación será baja pues se creará que ciertas combinaciones de colores evidencian un sabor feo. La percepción del color dependerá también de la edad del observador, las alteraciones fisiológicas que posee la vista también van a influenciar, y hasta la ceguera en estos casos de pruebas serán una clave en las respuestas de las mismas. (Espinosa Manfugás, 2007)

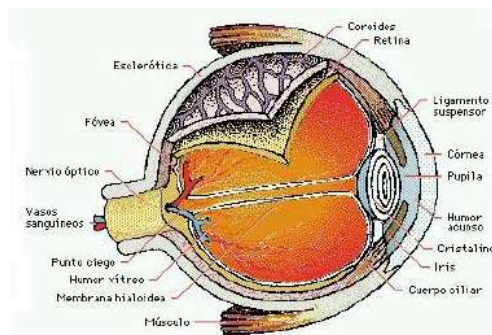


Figura 26. Morfología del ojo humano

Fuente: (Espinosa Manfugás, 2007)

2.9.3.4. La textura (tacto) y su relación con los sentidos.

“Los receptores táctiles permiten que el cerebro no sólo identifique la naturaleza de un estímulo (presión, calor...), sino que también localice el lugar exacto donde se ha producido.” (Hernandez, 2005, p. 22)

La textura en cambio es el “Conjunto de propiedades mecánicas, geométricas y de superficie de un producto perceptible por los mecano-receptores, los receptores táctiles y donde sea apropiado visuales y auditivos.” (Espinosa Manfugás, 2007, p. 20)

Cabe destacar que cuando se trata de textura no solo implica el sentido del tacto, aquí ingresan también la vista y la audición, los mismos que ayudan a interpretar los datos de cada alimento puesto a un análisis. (Espinosa Manfugás, 2007)

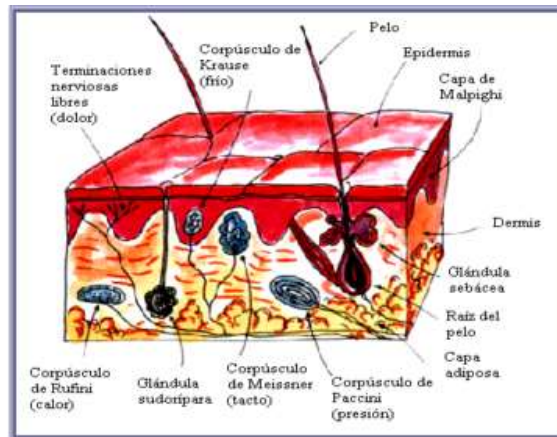


Figura 27 Morfología de la piel

Fuente: (Hernandez, 2005)

La textura se puede clasificar en: mecánicas, geométricas y de composición.

2.9.3.5. Atributos mecánicos.

Los atributos mecánicos son aquellos que “tienen que ver con el comportamiento mecánico del alimento frente a la deformación y se clasifican en primarios y secundarios” (Hernandez, 2005, p. 24)

2.9.3.6. Atributos geométricos.

Los atributos geométricos son aquellos que “están relacionados con la forma, y/o orientación de las partículas del alimento” (Hernandez, 2005, p. 24)

2.9.3.7. Atributos de composición.

Los atributos de composición son aquellos que “tienen que ver con la presencia aparente de un componente en el alimento.” (Hernandez, 2005, p. 24)

2.10. Clasificación de la evaluación sensorial

La evaluación sensorial es aquella que “Se realizan en condiciones controladas de laboratorio y son realizadas con jueces que han sido seleccionados y entrenados previamente (jueces analíticos).” (Espinosa Manfugás, 2007, p. 52)

Las pruebas sensoriales se clasifican en:

- Pruebas discriminatorias
- Pruebas afectivas
- Pruebas descriptivas

Tabla 10.*Clasificación de las pruebas sensoriales*

Nombre	¿Qué son?	Pregunta	Panelista
Descriptiva	Son las que permiten describir, comparar y valorar las características de las muestras en función de unas categorías o tipos, definidos previamente.	¿Hay diferencias entre los productos degustados?	Jueces seleccionados y entrenados previamente
Discriminatoria	Son las que permiten encontrar diferencias significativas entre las muestras o entre ellas y un patrón. Además permiten cuantificar la diferencia significativa	¿Los productos degustados varían en alguna característica?	Jueces seleccionados y entrenados previamente
Afectiva	Son las que el panel de catadores clasifica las muestras con relación a la preferencia que sienten por ella o su nivel de satisfacción	¿De los productos degustados cual fue de su agrado?	Jueces afectivos, se escogen a consumidores reales o potenciales del producto evaluado

Fuente: (Andreatta, 2013; Espinosa Manfugás, 2007)(Sancho Valls et al., 1999)**Elaborado por:** Mariana Pauta

2.10.1. Condiciones para las pruebas.

2.10.1.1. Sitio para la preparación y aplicación de la prueba.

Área de preparación de la muestra:

- Este sitio debe estar separado de los cubículos o sala de prueba o catación
- Evitar que los panelistas observen la preparación de las muestras.

La sala de preparación de las muestras debe tener

- Un extractor de olores para evitar que lleguen al área de pruebas
- Una mesa de trabajo o mesones en concreto
- Una estufa - un lavaplatos
- Licuadora
- Batidora
- Procesadores de alimentos
- Tablas de picado
- Cuchillos

Y demás elementos necesarios para preparar y presentar las muestras a los panelistas como vajillas, cristalería de colores, bandejas, recipientes plásticos, etc. Esta área debe tener un buen flujo de trabajo, los pisos, paredes y muebles deben ser de fácil mantenimiento. (Hernandez, 2005)

Área para la realización de las pruebas o catación de las muestras:

- Estar retirada de áreas de ruidos.
- Debe ser un lugar tranquilo
- Tener una temperatura ambiente, debe estar entre 18-22 C.
- Tener iluminación preferiblemente natural, la cual debe ser uniforme.
- Se recomienda lámparas con luz de color, para cada una de las cabinas, con el fin de eliminar diferencias de color entre las muestras.
- Tener una buena ventilación libre de olores extraños
- Los colores de las paredes deben ser claros que no interfieran con el producto y que no cansen al panelista (Hernandez, 2005)

La sala está dividida en dos secciones:

- Cabinas individuales: amplias, conformadas por una mesa, una silla, una pileta (no es obligatorio además de que puede provocar malos olores), software para

análisis estadístico sensorial, una ventanilla para el suministro de las muestras y pileta o grifos.

- En el momento de la prueba cada catador debe tener: las muestras codificadas a evaluar, el formulario de prueba, un vaso con agua, vaso para escupir (si no hay grifos ni sifón), cubiertos, servilletas y demás elementos necesarios para el panel esto con el fin de interrumpir la concentración de los panelistas. (Hernandez, 2005)

2.10.2. Reglamento estándar para la evaluación sensorial.

Según (Lawless & Heymann, 2010) describieron un reglamento estándar para la realización de la evaluación sensorial.

- Ambiente de prueba
- Librar a los panelistas de distracciones
- Los panelistas no deben conocer la identidad del producto
- Servir las muestras en orden aleatorio para cada panelista
- No probar muchas muestras en una sesión:
- Brindar agua o galletas sin sal
- La paciencia es importante
- Motivar a los panelistas es importante.
- Los panelistas deben entender el procedimiento y los cuestionarios para la degustación:
- Establecer condiciones estándares:
 - El tamaño de la muestra, volumen, temperatura y otros que pueden afectar las respuestas.

2.10.3. Guía general para la participación en evaluaciones sensoriales.

Basados en la guía diseñada por (Lawless, 2013) y (Lawless & Heymann, 2010), se describe la guía que se debe llevar a cabo para participar en las evaluaciones sensoriales.

- Tener una condición física y mental adecuada, no encontrarse enfermo.
- Conocer sobre las pruebas sensoriales previamente, para obviar errores.
- Estar atento a cada muestra, para diferenciar y calificar acorde a lo que se solicita.
- Degustar de la muestra una cantidad necesaria, procurando una degustación adecuada.
- Tomar en cuenta la secuencia de los productos, para evitar cualquier confusión al calificarlos.
- Ingerir agua y enjuagarse la boca antes de consumir la siguiente muestra.
- Concentrarse en la prueba, evitando distracciones.
- Ser justo al calificar cada muestra, ser objetivo en su criterio.
- Calificar acorde a lo que se requiere, usando toda la escala no solo fijarse con una nota.
- Revisar la puntuación de cada muestra antes de ser entregada, evitando así inseguridades.
- Ser honesto al evaluar cada muestra.
- Practicar constantemente para llegar a ser un panelista experto.
- No fumar ni beber previamente a la prueba.
- No comer por lo menos 30 minutos antes de la prueba.
- No usar perfumes, lociones, jabones o alguna otra colonia que posea olor.

2.11. Pruebas discriminatorias

2.11.1. Definición.

Las pruebas discriminativas son aquellas que se “realizan comparando dos o más muestras de un producto alimenticio, el panelista indica si se percibe la diferencia o no” (Romero Medina, 2015, p. 296)

Es decir, las pruebas discriminatorias ayudan a describir y medir la diferencia que existan entre las muestras que se desea conocer, las cuales son juzgadas por panelistas que conocen sobre el tema de la muestra. Estas pruebas se pueden clasificar en:

- Pruebas de diferenciación
- Pruebas de sensibilidad (Romero Medina, 2015)

2.11.2. Pruebas de diferenciación.

Son aquellas pruebas más usadas, por lo general se utilizan para comparar de dos a cinco muestras de algún producto las cuales se realizan todas a la vez. (Romero Medina, 2015)

Estas pruebas se clasifican en:

- Prueba de comparación de pares
- Prueba de dúo-trío
- Prueba triangular
- Prueba de escalar de control (para comparar más de cinco muestras)
- Pruebas de ordenamiento (para comparar más de cinco muestras) (Romero Medina, 2015)

Casos en los que se aplican:

- Identificar alguna diferencia sobre la característica predeterminada.
- Con el fin de conocer las preferencias sobre la diferencia de dicha muestra.
- Entrenamiento y control de jueces.
- Mejorar algún producto su formulación.
- Para desarrollar nuevos productos.
- Evaluar la vida útil de los productos.
- Medir el tiempo de vida útil del producto (muestra).

2.11.3. Pruebas de sensibilidad.

Son aquellas pruebas usadas para “el entrenamiento de panelistas, pues sirven para valorar la habilidad de cada uno de los miembros del panel a la hora de reconocer y percibir los cuatro sabores básicos” (Romero Medina, 2015, p. 301)

Este tipo de pruebas se clasifican en:

- Umbral de detección
- Umbral de reconocimiento

Casos en los que se aplican:

- Selección de catadores o jueces
- Entrenamiento de jueces expertos
- Investigaciones

2.12. Pruebas descriptivas,

2.12.1. Definición

Las pruebas descriptivas son aquellas que “Se realizan para conocer las propiedades organolépticas del producto y como las aprecia el consumidor” (Romero Medina, 2015, p. 302)

Al aplicar este tipo de prueba se permite ir realizando los cambios que proponen los jueces a la muestra que se califica, a medida que se va evaluando el producto, para al final poder elaborar un producto que sea aceptado por el cliente o consumidor. (Romero Medina, 2015)

Las pruebas descriptivas se determinan cuando se compara varias muestras del mismo producto, ya sea para valorar el nivel de intensidad, o alguna característica en específica que se quiera conocer o dar a saber. (Romero Medina, 2015)

2.12.2. Ventajas de aplicar la prueba descriptiva.

- Permiten conocer las características del producto.
- Admiten saber cuáles son las exigencias del consumidor.

- Se realizan los cambios necesarios al producto, hasta que se obtengan los atributos requeridos por el consumidor.

Estas pruebas se clasifican en:

- Pruebas de ordenamiento
- Pruebas de puntaje

CAPÍTULO III

3. Metodología

3.1. Tipos de investigación

3.1.1. Investigación transversal o transeccional

La investigación transversal es aquella que “Recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado.”(Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010, p. 151)

Para el desarrollo y ejecución del estudio se utilizó la investigación transversal ya que la recolección de los datos se lo hizo en un lapso menor a un año, en el cual se determinó un espacio y tiempo específico.

La recolección de datos de esta investigación se efectuó desde el mes de mayo hasta junio del año 2019, tomando en cuenta el cronograma, en el cual se especificaba que las actividades serían la entrevista y la prueba degustativa; además que los participantes tendrían un nivel de conocimiento medio sobre el tema a investigar.

3.1.2. Investigación exploratoria.

También se determinó el uso y aplicación de la investigación exploratoria ya que esta es “comenzar a conocer una variable o un conjunto de variables, una comunidad, un contexto, un evento, una situación. Se trata de una exploración inicial en un momento específico.” (Hernández Sampieri et al., 2010, p. 152)

La investigación exploratoria permitió obtener datos que no se poseían o se tenía referencias carentes de bases por ser estudios poco difundidos, que tienen un soporte

de datos básicos, centrados en otra área de investigación. Al usar esta investigación se da paso a realizar nuevos e innovadores estudios relacionados con la chonta, brindando al final los resultados y conclusiones de los datos recolectados.

3.2. Enfoque de la investigación.

3.2.1. Enfoque cualitativo.

El enfoque cualitativo es aquel que “Utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación.” (Hernández Sampieri et al., 2010, p. 7)

La utilización de este enfoque posibilitó el manejo de datos no detallados en otras investigaciones, ya que al recopilar la información se delimitó las propiedades, características, beneficios de la chonta y la repostería desde la perspectiva de un profesional (repostero o pastelero), de igual manera para tener otro punto de vista como la del docente que imparte clases de repostería y de los estudiantes que tienen esa materia en su malla curricular; los educandos aún al no poseer alguna especialización de las distintas ramas de la Gastronomía brindan un criterio diferente en comparación con el del profesional o docente.

También la aplicación del enfoque proporcionó que se conozca información del entorno, que el investigador desconoce, esto se pudo lograr mediante la aplicación de técnicas y el uso de instrumentos que no requieren trabajar con datos numéricos estadísticos.

Igualmente posibilitó que al momento de encontrar los datos el investigador los use de manera subjetiva, generando así un estudio más dinámico, explorando las perspectivas de los datos, iniciando de lo particular a lo general.

3.3. Diseño de la investigación.

3.3.1. Inductivo.

El método inductivo es (Bernal Torres, 2006, p. 56) "aquél que utiliza el razonamiento para obtener conclusiones que parten de hechos particulares aceptados como válidos"

El método inductivo es aquel que (Bernal Torres, 2006, p. 56) "inicia con un estudio individual de los hechos y se formulan conclusiones universales que se postulan como leyes, principios o fundamentos de una teoría."

Como se cita anteriormente el uso de este método en la investigación tiene la finalidad de estudiar un hecho en específico, el mismo que al final demostrará ciertas conclusiones en este caso si la chonta es aplicable a la repostería y si la oferta gastronómica es la correcta para los establecimientos hoteleros de la provincia de Imbabura. Partiendo de un estudio específico, se abre camino para nuevos estudios, los cuales pueden demostrar la aplicación, uso, consumo, etc. de ciertos productos en el ámbito gastronómico.

Según (Baena Paz, 2014, p. 45) el método inductivo "Consiste en un razonamiento que pasa de la observación de los fenómenos a una ley general para todos los fenómenos de un mismo género"

En la presente investigación se usó este método con el fin de estudiar la chonta y su aplicación en la repostería, para dar a conocer dicha fruta en un área de la Gastronomía no estudiada anteriormente, por tal motivo este tema se basó de un estudio particular con enfoque a uno general, que sería si la chonta se puede usar en cualquier otra categoría del arte culinario.

3.3.2. Investigación de la teoría fenomenográfica.

La fenomenografía nace de (Marton & Säljö, 1976a, pp. 4-5) quienes exponen que" el aprendizaje debe describirse en términos de su contenido. Desde este punto, se

describen las diferencias en lo que se aprende, en lugar de las diferencias en cuanto a lo que se aprende.”

Lo que describe es que en una investigación se pueden identificar varias categorías, las cuales serían los eslabones del resultado, estos deben contener las definiciones del estudio efectuado, a su vez de las diferencias que existen entre cada nivel que se categorizó.

En otra investigación realizada por (Marton & Säljö, 1976b, pp. 115-116) descubrieron que “el experimento mostró que los estudiantes adaptaron su forma de aprendizaje a su concepción de lo que se les exigía.”

Mediante la aplicación de este método se delimitó que cada participante va a experimentar de diferente manera, esto se verá influenciado por entorno, manera de aprender, experiencias personales y anécdotas.

El método fenomenográfico es el “Enfoque de investigación que tiene por objetivo identificar y describir las formas cualitativamente diferentes con las que los sujetos experimentan o piensan sobre varios fenómenos de su entorno, la relación de los seres humanos con el mundo que los rodea.” (González - Ugalde, 2014, p. 144)

Esta investigación tuvo la particularidad de ser un método inductivo con diseño fenomenográfico lo cual permitió estudiar y tener una comprensión del fenómeno a investigar, en este caso la aplicación de la chonta mediante la repostería, ya que con este método se conoció las diferentes opiniones y percepciones de los intérpretes del trabajo tanto directos como son los reposteros o chefs de los establecimientos hoteleros y de los personajes indirectos, en este caso los estudiantes del séptimo nivel de la carrera de Gastronomía y el docente de la misma materia.

Además, concedió que la unidad de análisis sea sujeta a los criterios de la persona que la estudie y realice la búsqueda de información, para al final brindar un enfoque cognitivo a la sociedad.

3.3.3. Características.

- La investigación no se realiza nunca separada del objeto de percepción o del contenido del pensamiento.
- No realiza clasificaciones sobre el mundo tal cual, sino sobre las concepciones de las personas sobre el mundo.
- Se interesa por las concepciones erróneas de la realidad los fenómenos desde la posición de los sujetos, orientado a la descripción que las personas realizan sobre sus experiencias.
- Usa la entrevista como su principal medio de recolección de datos. (González - Ugalde, 2014)

3.3.4. Condiciones de uso.

- Se lo debe usar cuando implica ver el fenómeno con los ojos de la persona que lo experimenta y poner entre paréntesis las experiencias propias. Solo así el investigador tendrá la capacidad de describir cómo las personas experimentan un fenómeno particular.
- Esta metodología resulta sugerente para su aplicación en investigación educacional, aunque es importante en investigaciones en Ciencias de la Salud. (Buendía Eisman, Colás Bravo, & Hernández Pina, 1998; González - Ugalde, 2014)

3.4. Técnicas e Instrumentos.

3.4.1. Técnica.

La técnica enuncia que “Se entenderá por técnica de investigación, el procedimiento o forma particular de obtener datos o información.” (Fidias G. Arias, 2012, p. 67)

Para el desarrollo de la investigación fue necesario aplicar la técnica de la entrevista estructurada, mediante esta se recolectaron datos que sirvieron para aplicar el otro instrumento.

El uso de la entrevista sirvió para obtener datos, que luego fueron procesados y analizados; llegando hasta dar una resolución a la pregunta de investigación, así se interpretó la información recolectada, esta técnica tuvo como fundamento una guía de preguntas que valió como soporte del instrumento.

3.5. Recolección de datos.

El recolectar datos “implica elaborar un plan detallado de procedimientos que nos conduzcan a reunir datos con un propósito específico.”(Hernández Sampieri et al., 2010, p. 198)

Se aplicó la recolección de datos para obtener información no conocida que fue de apoyo en la elaboración del trabajo de investigación, estos datos prestaron la confiabilidad requerida, ya que al conseguir resultados positivos en reiteradas ocasiones que se aplicó a similares sujetos y objetos evidenció su confiabilidad; a su vez estos instrumentos demostraron la validez requerida, ya que midieron lo que se pretendía mediante la investigación de la variante. (Gómez, 2009)

Los instrumentos empleados para la recolección de datos del proyecto demostraron la confiabilidad y validez requerida, antes de aplicarlos se necesitó realizar varias modificaciones en su estructura base tanto de la prueba sensorial, como de la entrevista, se realizó estos cambios con el fin de poder recolectar los datos imprescindibles de la búsqueda.

Para efectuar cada modificación en los instrumentos se realizó una búsqueda de información ya sea en libros, libros digitales, revistas, bibliotecas virtuales; luego en el caso de la entrevista se desarrolló la guía de preguntas, y a la prueba sensorial se

adaptó a los criterios que se quería investigar; después se efectuó varias pruebas piloto, dos a docentes de la carrera de Gastronomía y dos a alumnos de la misma carrera.

Posteriormente se realizaron los cambios sugeridos desde modificar cierta terminología, arreglar la sintaxis en algunas interrogantes y volver entendible cada pregunta. Así el resultado final de los instrumentos se volvió confiables y válidos.

Los instrumentos utilizados fueron la entrevista (**Anexo 1**) y la prueba de análisis sensorial (**Anexo 2**), dicho instrumento fueron diseñados por Durán y King por los 70's es donde estipulan que “la calidad sensorial de un alimento no es una característica propia, sino el resultado de la interacción entre el alimento y el hombre” (Sancho Valls et al., 1999, p. 26).

También se tomó en cuenta para el cumplimiento de la investigación por parte de la prueba sensorial (**Anexo 2**), la cual fue usada por la norma ISO/DIS 6658 donde se estipula la metodología de la guía general. (UNE - Asociación Española de Normalización, 2018)

Además de la ficha usada en el análisis de los vinos para determinar el sabor, color, aroma y otras características de los vinos de ciertas cepa, este estudio lo realizaron (Pulido Leria, 2016, pp. 103–104). Para el desarrollo de este instrumento se usó una escala Likert según (Namakforoosh, 2005, p. 238) es “una escala aditiva con un nivel ordinal. (...) aseguraba que todos los ítems midieran la misma cosa y eliminar la necesidad de un grupo de jueces para analizar los ítems”.

Copilar los ítems que expresan un rango amplio de actitudes desde positivas a negativas, es por ello que se maneja varias alternativas, donde la persona selecciona solo una respuesta, cada alternativa es fija para cada ítem (Namakforoosh, 2005)

O también se conoce a la escala Likert como “Consiste en un conjunto de afirmaciones o juicios, con posibilidad de respuesta cerrada, ante los cuales se pide la reacción de los sujetos.” (Gómez, 2009, p. 127)

La escala empleada en este instrumento fue la de medición ordinal, ya que se quería medir cuanta aceptabilidad iba a tener cada postre de acuerdo a su criterio evaluado como sabor, color, textura, montaje, olor y consistencia. (Gómez, 2009)

Su jerarquización iría de acuerdo a las alternativas que posee la escala Likert, según el puntaje acordado se evaluaría.

La escala de medición ordinal es “ordinal si los datos muestran las propiedades de los datos nominales y además tiene sentido el orden o jerarquía de los datos” (Anderson, Sweeney, & Williams, 2008, p. 6)

El instrumento de la entrevista (**Anexo 1**) se desconoce cuál fue su inventor, lo que se tomó en cuenta fue a Fidias, ya que plantea el diseño de las preguntas en una entrevista semi-estructurada, usando un esquema de alternativas para cada pregunta, para evitar tener al final varias alternativas de respuesta y su análisis sea más complejo (Fidias G. Arias, 2012)

Las escalas de medición que se usaron en esta investigación fueron:

- Escala nominal
- Intervalo
- Ordinal

La escala de intervalo es “aquella que los datos tienen las características de los datos ordinales u el intervalo entre valores se expresa en términos de una unidad de medición fija” (Anderson et al., 2008, p. 6)

Se aplicó esta escala para dos preguntas en la entrevista donde se deseaba conocer con qué grado se frecuencia se elaboraban los postres al día colocando un rango de números de a 5 en cada opción. Así se delimitaba las alternativas y se facilitaba el análisis de los resultados.

La escala nominal es “aquella que se da cuando el dato de la variable es una etiqueta, nombre; los cuales identifican el atributo de un elemento” (Anderson et al., 2008, p.6)

Al aplicar esta escala se obtuvo las variables de cada pregunta para conocer determinadamente lo que se suponía de la investigación, pero que no se podía corroborar sin esas opciones por tal motivo se aplicó este tipo de escala.

Para recolectar los datos se realizó primeramente una revisión bibliográfica, con el fin de encontrar los instrumentos acordes a lo que se quiere indagar, seguidamente se adaptó cada instrumento a las necesidades requeridas de la investigación, hasta terminar con un formato al cual se aplicó una prueba piloto y se efectuó los últimos cambios acordes a las acotaciones.

Luego para el desarrollo de los postres a base de la chonta, se investigó y revisó la bibliografía, después se seleccionó, detalló la clasificación de los postres en restauración, para así poder aplicar la entrevista la cual tenía la finalidad de determinar que postres son mayormente producidos y expendidos a los diferentes clientes. Este instrumento facilitó la elaboración de la propuesta de los postres que se estipularía en la oferta gastronómica para hoteles.

Después se solicitó a los participantes que formaron parte de la investigación que acudan a una prueba de degustación la cual previamente fue socializada sobre qué iba a tratar. Para dar cumplimiento a la evaluación sensorial se explicó y detalló su propósito, previamente se analizó cada parte de la prueba para esclarecer cualquier duda.

Una vez efectuada la prueba de degustación se tabuló los datos obtenidos para lo cual se hizo uso del programa Microsoft Excel 2010, mediante una propuesta de tabla de resultados, donde cada pregunta tuvo su respectivo análisis.

Finalmente se realizó el recetario con los datos recolectados, esto se dio mediante la aplicación de la receta estándar, para luego fijar las conclusiones y recomendaciones que se considera de la investigación

3.5.1. Cuestionario para entrevista.

El cuestionario es la técnica más empleada en la recolección de datos, esto porque “consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir.”(Hernández Sampieri et al., 2010, p. 217)

Mediante el uso de un cuestionario semi-estructurado se desarrolló la entrevista, con el propósito de tener una base de que temas se quiso conocer, evitando así la improvisación y a su vez el desconocimiento de temas específicos que conocen los diferentes reposteros, estudiantes y docente entrevistados.

Esta entrevista se la ejecutó a los conocedores del área de la repostería (reposteros, alumnos y docente) de los establecimientos de alojamiento de la provincia de Imbabura y de la Universidad Técnica del Norte con los que se trabajó.

Para ello se realizó una llamada para agendar una cita previamente establecida, también se invitó personalmente para la entrevista, donde ellos leyeron y se informaron de que temas se trataría y con qué fin se la efectuaba. Así los entrevistados sabían que se iba a realizar con la información que se obtuvo de la aplicación de la entrevista. (Ver [Anexo 1](#))

3.5.2. Entrevista personal.

La entrevista es aquella que “implican que una persona calificada (entrevistador) aplica el cuestionario a los participantes; el primero hace las preguntas a cada entrevistado y anota las respuestas. Su papel es crucial, es una especie de filtro”(Hernández Sampieri et al., 2010, p. 239)

Esta técnica se usó para recolectar la información por parte de los reposteros, alumnos y docente de cada establecimiento hotelero o de estudio de la provincia de Imbabura, fueron ellos los que indicaron que tipos de preparaciones en cuanto a la repostería tienen mayor demanda y a su vez si la oferta gastronómica que se planteaba tendría la debida aceptación por el cliente para incluirla en sus diferentes menús de postres y por consiguiente la demanda acorde a lo que se espera. (Ver **Anexo 1**)

3.6. Instrumento de investigación.

Un instrumento es “el medio material que se emplea para recoger y almacenar la información.”(Fidias G. Arias, 2012, p. 112)

Para el desarrollo del proyecto, se usó dos instrumentos uno fue la entrevista semi-estructurada la cual se basó de una guía de preguntas, la otra herramienta fue la prueba de análisis sensorial; estos instrumentos prestaron la confiabilidad debido a que por tal motivo se propuso usar como instrumento de investigación la ficha del análisis sensorial y la entrevista. De cada instrumento se va a obtener nuevos datos que servirán en el desarrollo de la tesis.

Para el cumplimiento de la investigación se empleó dos instrumentos la prueba de análisis sensorial la cual fue usada por la norma ISO/DIS 6658 donde se estipula la metodología de la guía general. (UNE - Asociación Española de Normalización, 2018)

De aquí surgen los demás estudios un ejemplo claro es el del estudio de aceptación del manjar blanco (Ramírez Navas, Murcia, & Castro, 2014) los investigadores con el fin de conocer si tiene o no la aceptabilidad un producto aplican la prueba sensorial, además se puede determinar otras características propias del producto. Dicho instrumento se ha acoplado para la ejecución de esta investigación para conocer la aceptabilidad de ciertos postres.

Se modificó la prueba de análisis sensorial usada como referencia, añadiendo nuevas opciones para conocer el sabor, temperatura, color, olor, textura, a su vez se calificó

con una escala Likert tomando en cuenta 1 es nada, 2 poco, 3 medio, 4 casi y 5 mucho de acuerdo a la característica buscada.

3.6.1. Prueba de análisis sensorial.

La prueba de análisis sensorial es “el examen de los caracteres organolépticos de un producto mediante los sentidos, obteniendo cuantificables y objetivables.”(Sancho Valls, Bota Prieto, & De Castro Martín, 1999, p.24)

Al aplicar este instrumento en la investigación se procuró tener datos sobre qué preparaciones podrían ir en la nueva oferta gastronómica que se ofertaría a los diferentes hoteles con los que se trabajó, los reposteros darían su calificación de acuerdo a sus conocimientos y especificaciones del documento. Ver ([Anexo 2](#)) para su revisión.

3.6.2. Entrevista.

La entrevista es otro instrumento que “es una técnica basada en un diálogo o conversación “cara a cara”, entre el entrevistador y el entrevistado acerca de un tema previamente determinado, de tal manera que el entrevistador pueda obtener la información requerida.” (Fidias G. Arias, 2012, p. 74)

Este instrumento facultó obtener datos sobre el entrevistado, aquí se pudo conocer más a fondo sobre la persona o del tema que se plantee en la entrevista, durante la misma se trató de indagar aspectos y detalles de manera oral pero que se pueden escribir en un formato. Ver ([Anexo 1](#)) para su análisis.

Para analizar los resultados de la entrevista se aplicó un análisis cuantitativo discriminante con escalas ordinales, nominales y de intervalo, el cual al comienzo tuvo un número de muestra (entrevistados), pero al tabular los datos cambió dicha muestra, dando más respuestas de las que se había considerado.

Por tal motivo la tabulación cambió dando en ciertas preguntas un mayor de respuestas, mientras en otras se mantenía dicho número; al final se pudo tabular los resultados y se obtuvo nuevas respuestas que no se habían pensado como alternativas, pero que los entrevistados consideraban necesarias.

3.7. Población y Muestra (análisis de formas de muestreo).

3.7.1. Población.

La población “es un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación. Ésta queda delimitada por el problema y por los objetivos del estudio.”(Fidias G. Arias, 2012, p. 82)

La población con la que se trabajó es el Gremio de Hoteleros de la provincia de Imbabura, los cuales están agrupados entre hoteles, hosterías, lodge y otros sitios de alojamiento; comprenden 149 instituciones de hospedaje. Además de un selecto grupo de estudiantes y docente de la materia de Repostería, la misma que es impartida en la carrera de gastronomía.

De los 149 establecimientos de alojamiento se seleccionó solo a los de categoría de 4 o 5 estrellas que poseen el puesto de repostero o pastelero, se buscó este puesto de trabajo porque la investigación se basaba en la aplicación de la chonta en la repostería ya que las personas especializadas o que conocen sobre esta área de la gastronomía aportarían a la investigación datos claves, para al final tener una sustentación de que la oferta gastronómica propuesta sería bien aceptada por el cliente.

3.7.2. Muestra.

La muestra es “un subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible.” (Fidias G. Arias, 2012, p. 84)

3.7.3. Muestra de expertos.

La muestra de expertos es aquella que “en ciertos estudios es necesaria la opinión de sujetos expertos en un tema” (Gómez, 2006, p. 118)

La muestra con la que se aplicó la investigación fueron los reposteros que trabajan en los hoteles de 5 y 4 estrellas, a los que se incluirá para la elaboración de la oferta gastronómica a base de la chonta.

También se escogió 5 alumnos que cursan el séptimo semestre de la carrera de Gastronomía (que han trabajado en algún establecimiento hotelero) y al docente de dicha materia (repostería), se decidió esta muestra ya que se quería conocer la perspectiva del estudio desde ambas partes, tanto como estudiante y docente que lo miran desde la parte de aplicación de conocimientos y la de los reposteros que lo hacen con un enfoque de ventas y consumo.

Tabla 11.

Muestra de la investigación

Nombre	Clasificación	Ubicación	Categoría
La Mirage Garden & Spa	Hostería	San Francisco	5 estrellas
Medina del Lago	Hostería	San Pablo	5 estrellas
Quinta San Clemente	Hostería	Caranqui	4 estrellas
Ajaví	Hotel	San Francisco	4 estrellas
Cusín	Hostería	San Pablo	4 estrellas
El Kibutz	Hostería	Ambuquí	4 estrellas
Hacienda Chachimbiro	Hostería	Tumbabiro	4 estrellas
Hostería Cananvalle	Hostería	Sagrario	4 estrellas
Hostería El Prado	Hostería	Sagrario	4 estrellas
Hostería El Totoral	Hostería	La Dolorosa de Priorato	4 estrellas

Imperio del Sol	Hotel	La Dolorosa de Priorato	4 estrellas
Indio Inn	Hotel	Otavalo	4 estrellas
La Giralda	Hotel	San Francisco	4 estrellas
San Andres & Spa	Hostería	Sagrario	4 estrellas

Fuente: (Mintur, 2018)

Elaborado por: Mariana Pauta

Tabla 12.

Muestra estudiantes-docente

Nombre	Perfil
Carlos Aguinaga	Docente
María José Carvajal	Estudiante
Paúl Díaz	Estudiante
Joseline Granda	Estudiante
David Males	Estudiante
Josué Velázquez	Estudiante

Elaborado por: Mariana Pauta

CAPÍTULO IV

4. Propuesta, resultados y análisis de datos

4.1. Propuesta de los productos

4.1.1. Proceso de innovación de alimentos y bebidas.

La innovación de procesos o el proceso de innovación es aquella que “supone la introducción de nuevos procesos de producción o la modificación de los existentes, y su objetivo principal es la reducción de costes.” (Robayo Acuña, 2016, p. 127)

Y la innovación de producto se define como “la creación de nuevos productos o servicios, o en la mejora de las características, prestaciones y calidad de los existentes.” (Robayo Acuña, 2016, p. 127)

En efecto el proceso de innovación de un producto en el área de alimentos y bebidas surge de la creatividad y la innovación, palabras que van sujetas a un objetivo en común, es decir, buscan lograr introducir un producto al mercado, el cual debe entregar beneficios tanto al cliente como al expendedor.

4.2. Creatividad.

4.2.1. Definición

La creatividad es “es una conjunción de dos elementos claves, la *voluntad* de hacer algo nuevo y la *capacidad* para poder llevarlo a cabo.” (Adrià, 1998a, p. 17)

La creatividad a diferencia de la innovación surge de querer algo nuevo, sin tener bases de algo, es decir, brindarle al mundo algo que no todos lo ven, pero si podrá percibirlo, esto gracias a la ayuda de los conocimientos de querer dar algo nuevo. (Adrià, 1998)

4.3. Innovación.

4.3.1. Definición

“Creación o modificación de un producto, servicio o proceso que tenga una aplicación exitosa imponiéndolo en el mercado” (Valenzuela B & Valenzuela B, 2015, p. 404)

La innovación surge de un desarrollo, es decir, tiene un comienzo como es la parte creativa y un final que es el producto en el mercado, fases que se llevan a cabo acorde a lo planificado, por lo general una buena idea no siempre es comercialmente exitosa en muchos casos se llega al fracaso, quizás esto se deba al no aplicar un correcto proceso y dejar de lado al equipo de trabajo.

El proceso de innovación es una cadena de pasos, los cuales se dividen en:

Tabla 13.

Proceso de innovación según el autor

N° de fase	Proceso (Fase según Ferran Adrià)	Proceso (Fase según los chefs con estrellas Michelin)
1	Problema	Generación de ideas
2	Idea	Proyección
3	Definición del plato	Bocetos
4	Recopilación de datos	Receta estándar
5	Análisis de datos	Prueba error
6	Materiales/Tecnología	Desarrollo de concepto
7	Última prueba	Prueba
8	Elaboración en el restaurante	Formación
9		Comercialización

Fuente: (Adrià, 1998a; Ottenbacher, 2016)

Elaborado por: Mariana Pauta

Para el desarrollo de la investigación presente se trabajó con el proceso de innovación según Ottenbacher, con el fin de evidenciar que una idea de negocio requiere una

innovación, las cuales se integran de etapas hasta llegar al punto de su comercialización.

No obstante, cabe recalcar que no todas las fases se aplican en este trabajo, ya que las etapas de formación y comercialización no se cumplen, solo se detalla que se podría hacer si llegase el caso a querer sacarlo para la venta al público.

De acuerdo a lo explicado anteriormente se detalla a continuación las fases usadas y de qué manera se considera para su aplicación.

4.4. Generación de ideas

La generación de ideas se define como “(...) el primer paso en el proceso de desarrollo (...). La estrategia guía el desarrollo de un nuevo plato.” (Ottenbacher, 2016, p. 47)

Al aplicar la innovación de productos en repostería con una fruta poco conocida como lo es la chonta lo que se busca es que la formulación y desarrollo de la misma sean realizables, es decir, que al generar las ideas de que postres se pueden aplicar, éstos sean aplicables y en el caso salgan de excelente manera, o si se presentan problemas los mismos puedan tener solución.

Al generar las ideas se tomó en cuenta las opciones que brindaron los entrevistados (reposteros, pasteleros, estudiantes y profesores) relacionados con la repostería, ellos señalaron ciertas opciones que eran los productos con mayor demanda por parte del cliente.

Las opciones dadas se clasificaban de acuerdo a los postres en restauración, los cuales eran:

Tabla 14.

Productos con mayor demanda

Clasificación de postres en restauración	Nombre
Postres a base de frutas	-Fruta en almíbar -Tortas -Ensaladas de frutas Galletas
Postres con base de lácteos	-Flanes y puddings
Postres fritos y de sartén	-Crepes
Postres fríos y semi fríos	-Helados -Mousse -Pasta bomba

Elaborado por: Mariana Pauta

Los entrevistados también dieron como respuesta que la decoración y montaje de platos debería ser con colores fríos y cálidos, para crear un balance entre la gama de colores. Aquí supieron recalcar que si se iba a usar flores o frutas combinen con el postre, creando un plato diferente a los tradicionales.

Además, señalaron que al momento de emplatar un postre se debe mezclar varias texturas, no centrarse en una sola, con la finalidad de producir una sorpresa durante la fase degustativa tomando en cuenta varios sabores, sin robar el papel principal a la chonta.

4.4.1. Proyección

La proyección trata de “tomar en cuenta las consideraciones de la calidad del producto, o a su vez cuales fueron los criterios de selección más comunes del producto por parte de la persona que lo elabora o fabrica.” (Ottenbacher, 2016)

Una vez teniendo las ideas de que productos se vendían más en los establecimientos de hospedaje se toma en cuenta ciertos criterios que ayudaron a la aplicación de los postres en restauración.

La chonta al ser una fruta de estacionalidad necesitó un proceso para que duré más tiempo que cuando está en el racimo, así mismo se previó en caso de que llegue a faltar materia prima para lo cual se elaboró harina y pulpa de chonta.

Las características tomadas en cuentas en la proyección se detallan a continuación:

Tabla 15.

Características de proyección

Criterios	Características
Estilo de cocina	Postres en restauración, basados en la clasificación
Producto y menaje	-Calidad -Materia prima de primera -Equipo acorde a las necesidades -Utensilios necesarios a los requerimientos
Financiero	-Rendimiento -Rentabilidad
Menú	-Claro -Detallado -Fotografías -Valores (precio)
Técnicas	-De la repostería, acorde con los postres a realizar
Resultado	-Equilibrio con el resto del menú -Idea aceptada por el cliente

Elaborado por: Mariana Pauta

4.5. Recetas estándar

Las preparaciones que se presentan a continuación se basan en el formato de una receta estándar, con la finalidad de informar a los leyentes sobre los ingredientes, cantidades y modo de preparación.

Si en caso se desea aplicar la receta se recomienda seguir la receta guía para conocer cómo prepararla y a su vez su montaje base; para al final de la preparación obtener un postre de calidad.

Ficha N° 1

FICHAS DE PRODUCCIÓN ESTÁNDAR

Nombre: Coronitas amazónicas (Mini tartaleta)

Clasificación: Masa quebrada

Código Foto: PT 001

Fecha: 27 Mayo 2019

Pax: 12



<i>%</i>	<i>Ingrediente</i>	<i>Unidad</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Procedimiento</i>
100,00%	Harina de trigo	g	107	1. Tamizar
68,22%	Harina de chonta	g	73	2. Tamizar
84,11%	Mantequilla sin Sal	g	90	3. Cremada
28,04%	Azúcar impalpable	g	30	
96,27%	Pulpa de chonta	ml	103	4. Cernir
7,01%	Clara de huevo	g	7.5	
46.73%	Leche	ml	50	5. Mezclar con pulpa
4,67%	Azúcar	g	5	
28,04%	Maicena	g	30	
0,94%	Yema de huevo	u	1	
7,48%	Cereza	u	8	6. Picar en brunoise
7,48%	Menta	u	8	
7,48%	Frambuesa	u	8	7. Partir a la mitad

Procedimiento

- 1) **Masa quebrada:** Perfumar la mantequilla con la pulpa de la chonta y el azúcar glass; frotar el paso anterior con las harinas, sal y agregar la clara de huevo. Amasar homogéneamente, después refrigerar por 30'.
- 2) **Forma:** Preparar el molde de tartaleta (mantequilla más harina), hornear a 170' por 7'
- 3) **Crema pastelera de chonta:** Mezclar leche, pulpa, almidón, yema y azúcar; cocer y mezclar con una paleta de goma; batir y luego retirar del fuego
- 4) **Montaje:** Rellenar la tartaleta con la crema pastelera, colocar de decoración la cereza picada, la hoja de menta y la frambuesa.

Ficha N° 2**FICHAS DE PRODUCCIÓN ESTÁNDAR****Nombre:** Palo santo (hojaldre de chonta)**Clasificación:** Masa de hojaldre**Código Foto:** PT 002**Fecha:** 27 Mayo 2019

Pax: 12



<i>%</i>	<i>Ingrediente</i>	<i>Unidad</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Procedimiento</i>
100,00%	Harina de trigo	g	150	1. Tamizar
20,00%	Harina de chonta	g	30	2. Tamizar
6,67%	Manteca	g	10	
0,67%	Sal	g	1	
46,67%	Agua	ml	70	
48,00%	Hojaldrina	g	72	3. Aplanar y refrigerar
6,67%	Maicena	g	10	
2,00%	Zumo de limón	ml	3	
36,67%	Pulpa de chonta	ml	55	4. Cocer y cernir
50,00%	Azúcar blanca	g	75	
33,33%	Nuez	g	50	6. Trocear
33,33%	Queso parmesano	g	50	5. Rallar
6,67%	Azúcar impalpable	g	10	
10%	Chocolate	g	15	

Procedimiento

- 1) Masa de hojaldre:** Hacer un volcán con los tipos de harina, almidón y sal; en el interior agregar el agua, jugo de limón y pulpa de chonta, envolver y añadir la manteca.
- 2)** Extender la masa y agregar la hojaldrina, cubrir con masa y amasarla, luego realizar los pliegues.
- 3) Forma:** Estirar la masa de grosor de 1 cm con ancho de 3 cm y largo de 10 cm; espolvorear azúcar, queso y nuez, girar la masa en forma de espiral y hornear a 150° por 5'.
- 4) Montaje:** colocar el espiral y bañar la punta con chocolate derretido, formar figuras a su elección en el platillo y espolvorear azúcar impalpable.

Ficha N° 3**FICHAS DE PRODUCCIÓN ESTÁNDAR****Nombre:** Torta a base de chonta**Clasificación:** Bizcochuelo semipesado**Código Foto:** PT 003**Fecha:** 27 Mayo 2019

Pax: 12



<i>%</i>	<i>Ingrediente</i>	<i>Unidad</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Procedimiento</i>
100,00%	Harina de trigo	g	70	1. Tamizar
71,43%	Mantequilla sin sal	g	50	3. Creumar
71,43%	Pulpa de chonta	ml	50	4. Colar
42,86%	Harina de chonta	g	30	2. Tamizar
14,29%	Polvo de hornear	g	10	
71,43%	Azúcar	g	50	
1,43%	Huevo	u	1	5. Batir
	Decoración			
17,14%	Fresa	u	12	6. Lavar y desinfectar
51,43%	Chocolate	g	36	7. Hacer formas y refrigerar
34,39%	Menta	u	24	
17,14%	Frambuesa	u	12	
21,43%	Milano algodón de azúcar	ml	15	
28,57%	Coulis de fresa	ml	20	
28,57%	Coulis de mora	ml	20	
28,57%	Coulis de uvilla	ml	20	
35,71%	Frutos secos	g	25	
34,29%	Crema pastelera de chonta	ml	24	

Procedimiento

- 1) **Masa:** Mezclar la mantequilla cremada con las claras montadas, agregar los ingredientes secos, luego incorporar los ingredientes líquidos y batir hasta que todo se incorpore.

- 2) **Forma:** Preparar el molde de torta (mantequilla más harina), hornear a 180°C por 25’

- 3) **Montaje:** Cortar en pedazos triangular, hacer gotas sobre el plato con los coulis, luego hacer figuras con el chocolate, partir la torta horizontalmente y rellenar de frutos secos y crema pastelera. En la parte superior colocar la fresa, frambuesa, menta y chocolate como decoración.

Ficha N° 4

FICHAS DE PRODUCCIÓN ESTÁNDAR

Nombre: Galletas del amazonas (a base de chonta)

Clasificación: Masas secas de corte

Código Foto: PT 004

Fecha: 27 Mayo 2019

Pax: 16



<i>%</i>	<i>Ingrediente</i>	<i>Unidad</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Procedimiento</i>
100,00%	Harina de trigo	g	54	1. Tamizar
68,52%	Harina de chonta	g	37	2. Tamizar
83,33%	Mantequilla sin sal	g	45	3. Cremar
27,78%	Azúcar impalpable	g	15	
5,56%	Pulpa de chonta	ml	3	5. Cernir
7,41%	Clara de huevo	g	4	4. Batir punto nieve
5,56%	Polvo de hornear	g	3	
9,26%	Coulis de mora	ml	5	
9,26%	Coulis de maracuyá	ml	5	
22,22%	Hojas de menta	u	12	

Procedimiento

- 1) Masa seca de corte: Cremar la mantequilla y perfumarla con la pulpa de chonta, luego agregar el huevo batido y los ingredientes secos. Formar las galletas con el cortador.
- 2) Forma: Preparar la lata de hornear y pintar las galletas con huevo batido (mantequilla más harina), hornear a 170' por 10'.
- 3) **Montaje:** Decorar con los coulis de maracuyá o mora y una hoja de menta

Ficha N° 5**FICHAS DE PRODUCCIÓN ESTÁNDAR****Nombre:** Profiterol de chonta**Clasificación:** Masa choux**Código Foto:** PT005**Fecha:** 27 Mayo 2019

Pax: 20



<i>%</i>	<i>Ingrediente</i>	<i>Unidad</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Procedimiento</i>
100,00%	Pulpa de chonta	ml	175	1. Hervir y mezclar
71,43%	Mantequilla sin sal	g	125	4. Diluir
57,14%	Harina de trigo	g	100	2. Tamizar
28,57%	Harina de chonta	g	50	3. Tamizar
1,71%	Huevos	ml	3	5. Batir
0,57%	Sal	g	1	
42,86%	Agua	ml	75	1. Hervir y mezclar
20,00%	Azúcar	g	35	
14,29%	Couilis de fresa	g	25	
4,57%	Fresas	u	8	

Procedimiento

- 1) **Masa choux:** Dejar hervir el agua y la pulpa, añadir sal, azúcar y la grasa dejando diluirla; para luego de un golpe agregar las harinas y dejar cocer por 3'. Batir con el escudo e ir agregando uno a uno los huevos.
- 2) **Forma:** Colocar la masa en una manga con una boquilla estrella y extender la masa sobre una lata preparada (mantequilla + papel manteca +mantequilla y harina) y hornear a 170 °C por 15'.
- 3) **Montaje:** Colocar el profiterol y en su base cubrirlo de couilis de fresa y sobre el postre una fresa como decoración.

Ficha N° 6

FICHAS DE PRODUCCIÓN ESTÁNDAR

Nombre: Eclairs de chonta

Clasificación: Masa choux

Código Foto: PT006

Fecha: 27 Mayo 2019

Pax: 12



<i>%</i>	<i>Ingrediente</i>	<i>Unidad</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Procedimiento</i>
100,00%	Pulpa de chonta	ml	175	1. Hervir y mezclar
71,43%	Mantequilla sin sal	g	125	4. Diluir
57,14%	Harina de trigo	g	100	2. Tamizar
28,57%	Harina de chonta	g	50	3. Tamizar
1,71%	Huevos	ml	3	5. Batir
0,57%	Sal	g	1	
42,86%	Agua	ml	75	1. Hervir y mezclar
20,00%	Azúcar	g	35	
14,29%	Crema chantilly	g	25	
4,57%	Fresas	u	8	

Procedimiento

- 1) **Masa choux:** Dejar hervir el agua y la pulpa, añadir sal, azúcar y la grasa dejando diluirla; para luego de un golpe agregar las harinas y dejar cocer por 3'. Batir con el escudo e ir agregando uno a uno los huevos.
- 2) **Forma:** Colocar la masa en una manga con una boquilla circular y extender la masa sobre una lata preparada (mantequilla + papel manteca +mantequilla y harina) y hornear a 170 °C por 15'.
- 3) **Montaje:** Colocar el eclairs sobre el plato y en su parte superior hacer decoraciones con la crema chantilly en forma de suspiro, luego intermedio intercalar fresas cortadas en cuartos y una hojita de menta o flor.

Ficha N° 7**FICHAS DE PRODUCCIÓN ESTÁNDAR****Nombre:** Nieve del amazonas (helado)**Clasificación:** Postres fríos**Código Foto:** PT007**Fecha:** 27 Mayo 2019

Pax: 12



<i>%</i>	<i>Ingrediente</i>	<i>Unidad</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Procedimiento</i>
100,00%	Crema de leche	ml	240	1. Batir a punto pico
70,83%	Pulpa de chonta	ml	170	2. Mezclar con leche
50,00%	Leche condensada	ml	120	
29,17%	Leche	ml	70	
5,00%	Frambuesa	u	12	
5,00%	Flor	u	12	3. Lavar, desinfectar y secar

Procedimiento

- 1) **Helado:** Batir la crema de leche para luego mezclarla con la leche condensada; después agregar la leche y pulpa de chonta hasta que todo este incorporado. Llevar a congelación por un mínimo de 12 horas.
- 2) **Forma:** Hacer bolitas con ayuda de una saca helado, servir en un vaso o copa a su gusto.
- 3) **Montaje:** En un vaso servir una bola de helado, acompañada de una frambuesa y flor como decoraciones.

Ficha N° 8

FICHAS DE PRODUCCIÓN ESTÁNDAR

Nombre: Crema esponjosa de chonta (mousse de chonta)

Clasificación: Postres fríos

Código Foto: PT008

Fecha: 27 Mayo 2019

Pax: 12



<i>%</i>	<i>Ingrediente</i>	<i>Unidad</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Procedimiento</i>
100,00%	Pulpa de chonta	ml	240	3. Cernir y cocer
100,00%	Crema de leche	ml	240	1. Batir a punto pico
50,00%	Claras de huevo	ml	120	2. Hacer merengue francés
20,83%	Azúcar	g	50	
8,75%	Gelatina sin sabor	g	21	4. Hidratar
26,25%	Agua	ml	63	
25,00%	Duraznos almíbar	g	60	5. Cortar en rodajas
15,00%	Coulis de mora	ml	36	
8,33%	Mora	g	20	6. Lavar
15,00%	Hojas de hierbabuena	u	36	7. Lavar
10,00%	Cereza	g	24	
12,50%	Chocolate	g	30	8. Hacer formas irregulares

Procedimiento

- 1) Mezcla:** Mezclar la crema batida, merengue y pulpa, e ir agregando poco a poco sin dejar de mezclar la gelatina hidratada; luego llevar la mezcla a refrigeración hasta que se cuaje o por 8 horas.
- 2) Forma:** Cortar con ayuda de cortadores redondos el mouse y colocar en el plato o copa a servir
- 3) Montaje:** Montar en una copa el mousse rellenarlo de cerezas, colocar otra capa de mousse seguida de moras y finalmente otra capa de mousse y encima cereza con chocolate a los laterales las hojas de hierbabuena. Sobre el plato extender una gota de coulis de mora y el durazno en forma de abanico.

Ficha N° 9**FICHAS DE PRODUCCIÓN ESTÁNDAR****Nombre:** Delicia de chonta (crepe)**Clasificación:** Postres fritos y de sartén**Código Foto:** PT009**Fecha:** 27 Mayo 2019**Pax:** 12

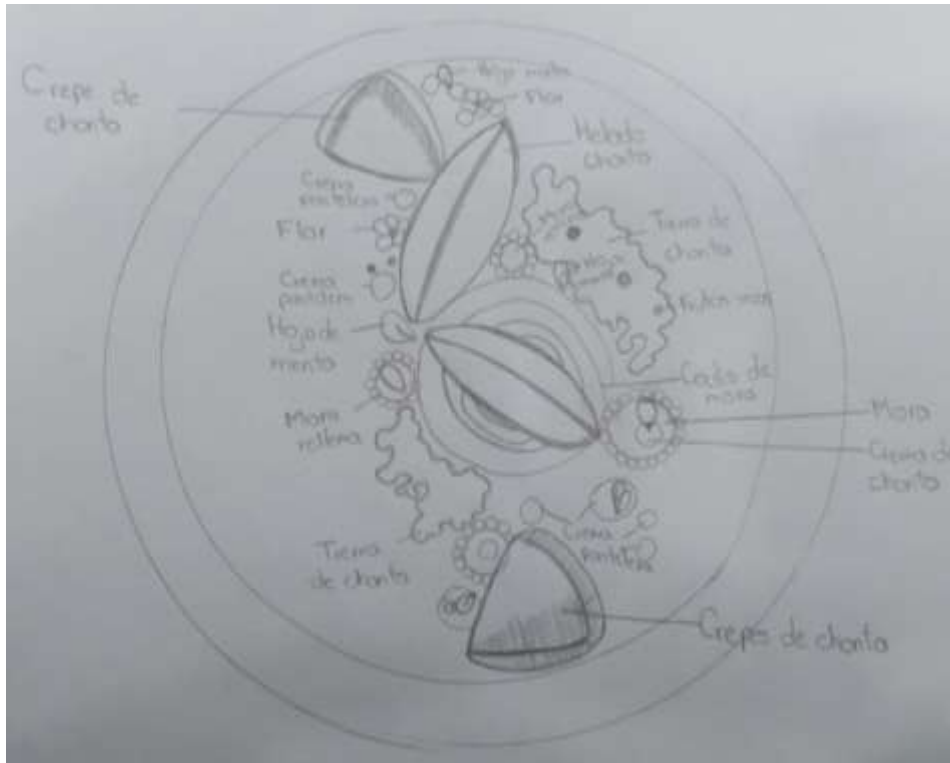
<i>%</i>	<i>Ingrediente</i>	<i>Unidad</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Procedimiento</i>
100,00%	Harina de chonta	g	75	1. Tamizar
2,67%	Huevos	u	2	
20,00%	Mantequilla	g	15	4. Diluir
66,67%	Harina de trigo	g	50	2. Tamizar
33,33%	Leche	ml	25	
40,00%	Azúcar	g	30	
100,00%	Pulpa de chonta	ml	75	3. Cernir
40,00%	Coulis de mora	ml	30	
26,67%	Coulis de uvilla	ml	20	
16,00%	Fresa	u	12	5. Cortar en cuartos
32,00%	Arándanos	u	24	6. Cortar a la mitad
16,00%	Flores	u	12	

Procedimiento

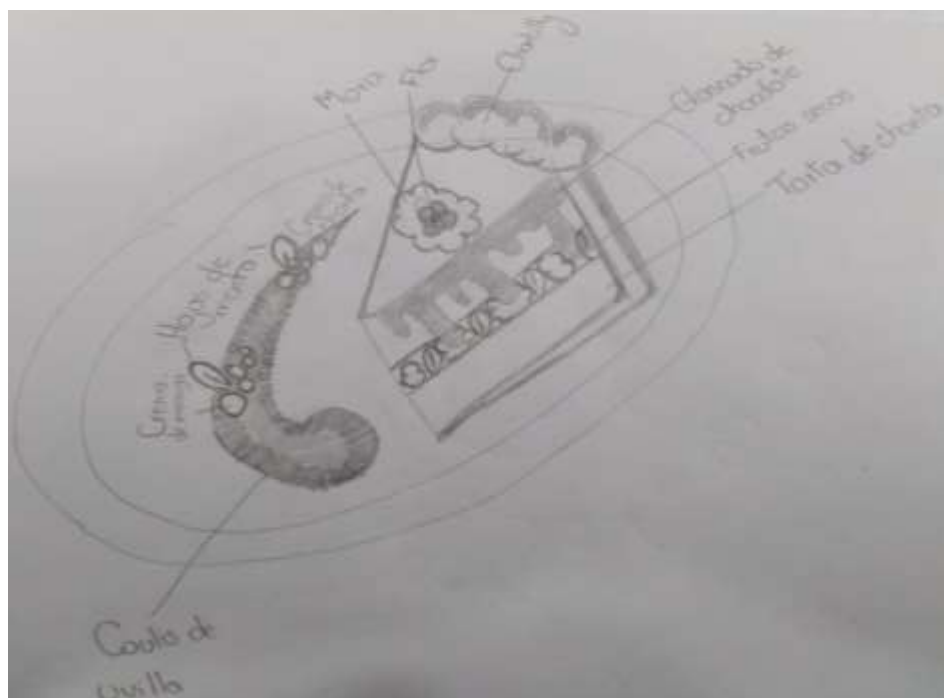
- 1) **Masa:** Mezclar todos los ingredientes secos, agregar los huevos e ir batiendo poco a poco, incorporar los ingredientes líquidos y seguir batiendo evitando que se formen grumos, finalmente incorporar la mantequilla.
- 2) **Forma:** Calentar un sartén de teflón y verter un poco manteca y luego de masa, extenderla por la superficie de la sartén, dejar cocer por ambos lados hasta que dore.
- 3) **Montaje:** Rellenar la crepe con coulis de mora y cerrarlo; colocar las crepes sobre el plato en forma de zigzag y en cada intersección una fresa poner, sobre la crepe una mitad de arándano y una flor. Finalmente, en forma de círculo colocar el coulis de mora y uvilla.

4.6. Bocetos.

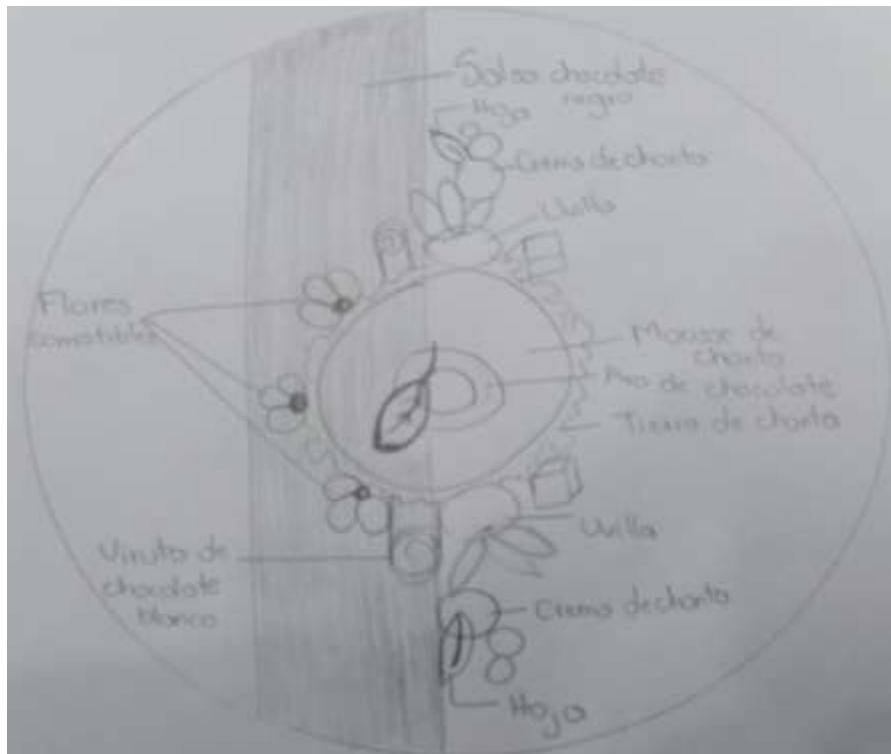
Crepe relleno con frutos cítricos.



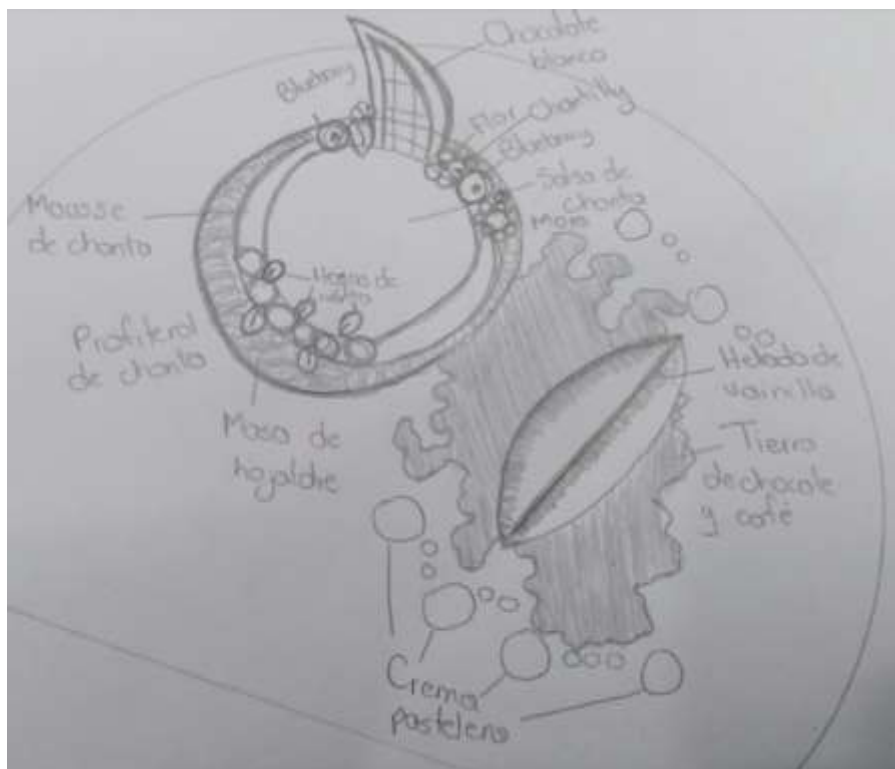
Pastel de chonta.



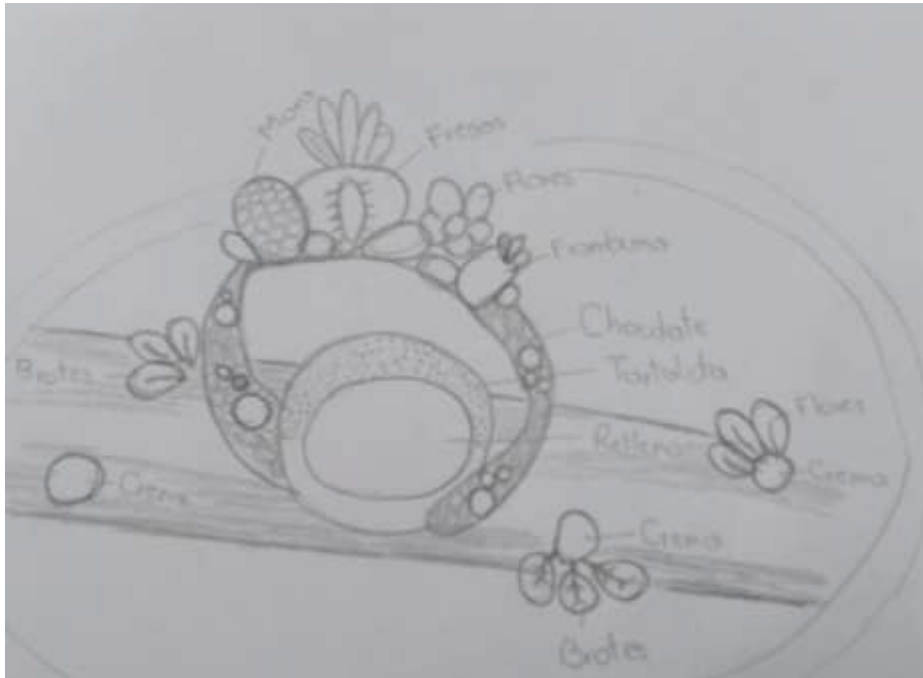
Mousse amazónico.



Helado de pejibaye.



Tartaleta rellena con chonta.



4.7. Prueba y error

La etapa de prueba y error consiste en “trabajar la idea generada en la cabeza, es decir, pasar del proceso teórico al práctico dando como respuesta el probar todas las propuestas planteadas, antes de generar el producto final” (Ottenbacher, 2016)

Una vez realizada la prueba se pudo obtener ciertos datos los cuales se detallan a continuación:

Tabla 16.*Prueba error de las degustaciones*

Nombre del postre	Prueba error
Mini tartaleta	<ul style="list-style-type: none">• La masa quebrada salió con menos cantidad de grasa, que la requerida.• El tiempo de horneado ideal fue de 7 minutos.• No se necesita que dore la masa, ya que el color es el adecuado.• Hay que aumentar la cantidad de azúcar para que se nivele el sabor agradable de la chonta.
Palo santo de hojaldre	<ul style="list-style-type: none">• La masa de hojaldre no salió bien, quizás el nivel de grasa no fue el correcto.• Los pliegues no se llegaron a notar al terminar el horneado.• La masa fue cortada muy fina.• Se necesita realizar más dobleces simples y dobles.
Torta de chonta	<ul style="list-style-type: none">• El tiempo de horneado se debe aumentar ya que a la segunda vez de su aplicación salió cruda.• Toca aumentar un poco de grasa.• Se debe verificar si se emplea más pulpa en lugar de harina de chonta, ya que esta no permite que se leude la masa.• El sabor estaba en su punto de dulzor.• Se cambió de un bizcochuelo ligero por uno semipesado• Al sacarlo del horno se desinfló no se sabe si fue por el cambio brusco de temperatura o porque faltaba polvo de hornear.
Galletas	<ul style="list-style-type: none">• Recomienda usar un coulis menos cítrico que no haga perder el sabor de la chonta.

	<ul style="list-style-type: none"> • Tener cuidado con el tiempo de horneado, de acuerdo al grosor de la masa dependerá el tiempo. • Durante la realización de la masa tener cuidado de que sea muy quebrada y no manejable.
Profiterol	<ul style="list-style-type: none"> • No creció para poder ser relleno, puede que esto se dio porque la harina de chonta no leuda ni se eleva. • Se recomienda usar menor cantidad de harina de chonta y en su lugar usar más pulpa de la fruta. • Usar menor cantidad de grasa que la requerida porque la chonta suelta grasa durante la cocción. • El tiempo de horneado es diferente al que se aplica solo con harina de trigo.
Eclairs	<ul style="list-style-type: none"> • Al ser de similar masa choux sufrió lo mismo que el profiterol, no creció y esto no permitió poder relleno. • Procurar un horneado correcto, el tiempo puede variar. • Disminuir la grasa de la masa, ya que la chonta suelta grasa durante la cocción. • Aumentar huevos en lugar de agua cuando la masa esta dura.
Helado	<ul style="list-style-type: none"> • Se diluyó muy rápido si estaba fuera de congelación. • De preferencia hacerlo como helado de paila (de bronce). • Una vez congelado proceder a mezclarlo para ayudar a airearlo. • El dulzor estuvo adecuado con la leche condensada
Mousse	<ul style="list-style-type: none"> • Calentar previamente la pulpa de chonta para evitar que se corte la mousse.

-
- Diluir correctamente la gelatina sin sabor para evitar que se formen grumos de la misma.
 - Una vez puesta la gelatina y mezclados los demás ingredientes, colocar la mezcla en el bowl a reservar en refrigeración si no se empieza a cuajar.
-

Crepe

- No usar mantequilla o cualquier otra grasa para su cocción en la sartén.
 - Disminuir la cantidad de grasa para la masa.
 - Dejar la masa un poco más líquida con ayuda de pulpa porque si no esta se endurece rápidamente.
 - Cocer a baja temperatura para que no salga crudo la crepe.
 - No agregar polvo de hornear, no requiere que la crepe crezca en cuanto a volumen.
 - Procurar el dulzor adecuado para dar un sabor agradable.
-

Elaborado por: Mariana Pauta

4.8. Desarrollo de conceptos

La fase de desarrollo de conceptos se define como “la idea que se ha decidido y probado previamente se desarrolla en un concepto completo” (Ottenbacher, 2016, p. 47)

Al desarrollar conceptos hay que tomar en cuenta que se supone ya se ejecutó lo planificado desde un comienzo, es decir, se generó la idea, se la seleccionó, se aplicó la prueba y se obtuvieron los errores para ser corregidos; ahora se está en la etapa de desarrollar y registrar mediante documentos los datos obtenidos.

4.8.1. El desarrollo de conceptos.

El desarrollo de conceptos surge de “Una idea de un producto, que posiblemente una empresa desea sacar al mercado, a diferencia de solo ser una idea, aquí se presta

atención a que la idea sea significativa para el consumidor y que responda a ciertas interrogantes para al final poder diseñar un mapa para que dicho producto se posea en el mercado.” (Kotler, 2002)

4.8.2. Bien.

Un bien se define como “el resultado tangible de una actividad transformada en distinto grado” (Grande Esteban, 1996, p. 47)

El bien es aquel elemento que satisface las necesidades de una demanda o de una persona o población, este puede ser material o inmaterial. (Grande Esteban, 1996)

4.8.3. Servicio.

Un servicio es aquella “Actividad intangible que proporcionan satisfacción y que no se encuentran ligadas a la venta de bienes” (Grande Esteban, 1996, p. 47)

4.9. La prueba de concepto.

La prueba de concepto es la que “Mide la reacción del consumidor ante la idea, antes de pasar a una etapa más avanzada de su desarrollo” (O’Shaughnessy, 1991, p. 290)

4.9.1. Producto tangible.

Un producto tangible es “aquel que se puede ver y tocar (...) contribuye a que el producto adquiera más valor para los compradores”(Serrano & Serrano Domínguez, 2005, p. 6 y 9)

4.9.2. Producto intangible.

A diferencia del anterior un producto intangible es “aquel que no transfiere una propiedad de algo, sino el derecho al disfrute (...) no se pueden percibir por los sentidos” (Serrano & Serrano Domínguez, 2005, p. 9)

4.9.3. Pruebas finales

Una prueba final “Es degustar hasta encontrar el punto deseado” (Adrià, 1998b, p. 23) Lo cual evoca que se debe hacer pruebas (evaluar) antes de estar seguro su exposición al público, para lo cual se requiere:

- Usar diversas evaluaciones para los platillos finales.
- Recibir una retroalimentación desde la perspectiva de clientes, compañeros de trabajo, personal en general.
- Especificar cuál de las preparaciones es mejor y la secuencia de su consumo (en caso que sean varias). (Ottenbacher, 2016, p. 55)

4.9.4. Formación

Este proceso de formación es fundamental y se lo puede aplicar desde antes que se llegue a una prueba final, lo recomendable es implementarla desde el comienzo, durante y después.

Según Michael Ottenbacher (2016) “[...]una capacitación es esencial, la misma debe mejorar en todo aspecto tanto al personal desde el servicio hasta cocina como al platillo y permitirá que la innovación sea un proceso integrador.

4.9.5. Comercialización

La comercialización según Michael Ottenbacher (2016) es “un proceso a largo plazo, donde ya se lleva el producto alimenticio al mercado (...) se debe tomar en cuenta temas como costos, pérdidas y ganancias, es decir, aspectos financieros; además de la reputación del lugar como de los trabajadores del mismo”

4.10. Resultados

4.10.1. Tabulación y análisis de la información

4.10.1.1. Análisis de la encuesta.

La entrevista fue el primer instrumento aplicado a la muestra con la que se trabajó durante el desarrollo de esta investigación, mediante las preguntas planteadas se pudo conocer el tipo de postre mayormente consumido y aceptado por los clientes en los hoteles, la cantidad de postres que se considera son preparados en los diferentes establecimientos hoteleros y otros datos que fueron de importancia para obtener los resultados finales de la investigación.

Dichos datos se analizan a continuación de acuerdo al número de preguntas con las que consta el instrumento, para una mejor comprensión y a la vez la obtención de los resultados finales.

Pregunta 1.

¿Qué es para usted la repostería?

Tabla 17.

Definición de la repostería

La repostería es	Frecuencia Absoluta fi	Frecuencia relativa h1	Porcentaje
Arte	7	0,438	44%
Ciencia	4	0,25	25%
Disciplina	5	0,313	31%
Total preguntas % personas	16	1	100%

Elaborado por: Mariana Pauta

Análisis

De la población encuestada la mayoría (el 44%) enuncia que la repostería para ellos se define como arte, contrastando con el resto (el 31%) de encuestados que manifiestan que no, que la mejor descripción sería que es una disciplina.

Discusión

Sin embargo (Ramsay, 2013) demuestra que la repostería es una disciplina en la cual se aplica la ciencia exacta, ya que hay que seguir la fórmula (receta) para obtener un producto excelente, caso contrario se echará a perder el resultado.

Pregunta 2.

¿Qué es lo más le agrada de la repostería?

Tabla 18.

Satisface de la repostería

Más agrada de la repostería	Frecuencia Absoluta fi	Frecuencia relativa h1	% Porcentaje
Decorar	3	0,272	27
Preparar	7	0,636	64
Emplatar	1	0,090	9
Total preguntas % personas	11	1	100

Elaborado por: Mariana Pauta

Análisis

Lo que más agrada de la repostería según los encuestados es el preparar las recetas (demostrado por el 64%), debido a que la exactitud que demanda el elaborar cada preparación es importante para ellos, en cambio el decorar los postres dicen los entrevistados que no es tanto del agrado.

Discusión

Asimismo (Villegas Becerril, 2014) concuerda que lo más importante y en lo que se basa la repostería es la preparación de cada parte que conlleva la receta, sin dejar de lado la atractiva decoración; debido a que el repostero garantiza un producto de calidad.

Pregunta 3.

¿Qué motivaciones tuvo o tendría para ser repostero, cuales fueron esos motivos que lo llevaron a esta línea de la gastronomía?

Tabla 19.

Motivación de ser repostero

Motivación de ser repostero	Frecuencia Absoluta fi	Frecuencia relativa h1	% Porcentaje
Familiares	2	0,25	25
Económicos	4	0,5	50
Sociales	0	0	0
Propios	2	0,25	25
Total preguntas % personas	8	1	100

Elaborado por: Mariana Pauta

Análisis

La mayoría de los entrevistados afirman que la principal motivación para seguir la repostería fue la económica (un 50%), esto gracias a que la inversión inicial es poca a diferencia de la ganancia que se obtiene al final del producto vendido. A diferencia del resto de personas entrevistadas que están en desacuerdo ya que para ellos la motivación es familiar (25%) o por motivos propios (25%).

Discusión

Aunque (Crespo, Olvera, & Ríos, 2002) discrepan a la respuesta obtenida de la entrevista, ya que según ellos la familia es tiene mayor influencia debido a que es el núcleo donde se forma y forja la persona, sin embargo no en todos los casos sucede de esta manera.

Por su lado (Zamora, 2017) explica que los emprendimientos innovadores son claves para el crecimiento económico del país; a pesar que no poseen el respaldo necesario, se ha destacado que la persistencia y constancia de parte de ellos ha generado un aumento en la economía, los cuales aprovechan las oportunidades del mercado y a su vez brindan nuevas fuentes de trabajo para integrar nuevos trabajadores, además mejoran la calidad de vida del ecuatoriano, ya que al poseer trabajo se disminuye las carencias internas de cada familia.

Pregunta 4.

Mencione alguno de esos motivos que lo influenciaron a seguir la repostería y describa el porqué

Tabla 20.

Influencia para seguir la repostería

Influencia para seguir la repostería	Frecuencia Absoluta fi	Frecuencia relativa h1	% Porcentaje
Generar ingresos	4	0,5	50
Ser reconocido	1	0,125	12,5
Gustos personales	2	0,25	25
Indicaciones familiares	1	0,125	12,5
Total preguntas % personas	8	1	100

Elaborado por: Mariana Pauta

Análisis

El generar ingresos (con el 50%) es la motivación principal que los entrevistados ven en la repostería, dado que según el beneficio que se obtiene de cada preparación es mayor a la inversión inicial; a pesar que los gustos personales (el 25%) también influye en la decisión de seguir esta rama de la gastronomía.

Por su lado (Zamora, 2017) explica que los emprendimientos innovadores son claves para el crecimiento económico del país; a pesar que no poseen el respaldo necesario, se ha destacado que la persistencia y constancia de parte de ellos ha generado un aumento en la economía, los cuales aprovechan las oportunidades del mercado y a su vez brindan nuevas fuentes de trabajo para integrar nuevos trabajadores, además mejoran la calidad de vida del ecuatoriano, ya que al poseer trabajo se disminuye las carencias internas de cada familia.

Discusión

No obstante (Manuel Álvarez, Rodríguez, & Rodríguez, 2009) concuerda con la respuesta dada por los entrevistados ya que a su consideración la motivación que influye en la elección es el de generar ingresos económicos, debido a el dinero mejora la calidad de vida de la persona, según su criterio.

Pregunta 5.

¿Qué características debe tener un postre para que logre convencerlo de su venta al público?

Tabla 21.

Característica del postre para venderlo

Característica del postre al venderlo	Frecuencia Absoluta fi	Frecuencia relativa h1	% Porcentaje
Textura	8	0,258	26
Color	8	0,258	26
Sabor	8	0,258	26
Cantidad	3	0,096	10
Olor	4	0,129	13
Total preguntas % personas	31	1	100

Elaborado por: Mariana Pauta

Análisis

Las características que debe tener un postre para poder venderlo al público según la mayoría de entrevistados son: textura (26%), color (26%), y sabor (26%) y dejan de lado a la cantidad (10%) y olor del postre (13%). Basados en su respuesta denota que estas últimas características son menos valoradas por el cliente al momento de comprar un dulce o postre.

Dichos resultados se verificaron con la aplicación de la prueba sensorial, en la cual se evidenció que los clientes se fijan principalmente en la decoración (la misma que incluye al color en su calificación), seguida del sabor y por último la textura del postre. Lo cual demuestra que los datos se corroboran con los de la entrevista y se relacionan entre sí.

Discusión

Mientras tanto (Espejel Blanco, Camarena Gómez, & Sandoval Godoy, 2014) discrepa la respuesta de los entrevistados, dado que según su estudio se demostró que el cliente primero se fija en que el producto posea una seguridad nutricional (etiqueta), seguido del precio y empaque que posee el mismo. Para ellos el color, textura, u otro detalle es secundario; se debe verificar que la materia prima con la que se trabaje posea el correcto proceso de trazabilidad.

Pregunta 6.

¿Cuántos postres elabora al día?

Tabla 22.

Postres elaborados por día

Postres elaborados por día	Frecuencia Absoluta fi	Frecuencia relativa h1	% Porcentaje
1 a 5	1	0,125	13
6 a 10	2	0,25	25
11 a 15	2	0,25	25
16 a 20	2	0,25	25
21 a 25	1	0,125	13
Total preguntas % personas	8	1	100

Elaborado por: Mariana Pauta

Análisis

La cantidad de postres que suponen los entrevistados que se elaboran al día en un establecimiento hotelero son: 6 a 10 (25%), 11 a 15 (25%) y 16 a 20 (25%). Hay que considerar que esta respuesta se basa en un estimado de producción durante los días de lunes a viernes, en cambio para fines de semana afirman que la producción aumenta en gran cantidad (denotando un estimado de 100 postres por día).

Discusión

Por otra parte, (Del Río Posada, 2016) manifiesta que no hay una cantidad exacta de postres que se deban elaborar en los lugares de restauración, únicamente se tiene que cubrir las necesidades del cliente; tomando en cuenta los gustos del consumidor y la oferta gastronómica del local.

Pregunta 7.

Basado en la clasificación de los postres en restauración cual tiene mayor demanda entre sí.

Tabla 23.

Postres en restauración con mayor demanda

Postres en restauración	Frecuencia Absoluta fi	Frecuencia relativa h1	% Porcentaje
Postres con base de frutas	3	0,272	27
Postres con base de lácteos	3	0,272	27
Postres fritos y de sartén	3	0,272	27
Postres fríos y semifríos	2	0,181	18
Total preguntas % personas	11	1	100

Elaborado por: Mariana Pauta

Análisis

Los entrevistados afirman que los postres que mayor demanda tienen en los establecimientos hoteleros son los elaborados a base de frutas (27%), a base de lácteos (27%) y los fritos o de sartén (27%). Sin embargo, hay que tomar en cuenta que no en todos los sitios de hospedaje se maneja esta clasificación y su oferta dependerá tanto del lugar en el que está situado el lugar y si su cliente es internacional o nacional.

Discusión

En efecto como se explicaba en la anterior pregunta y como lo afirma (Del Río Posada, 2016) no hay una relación entre la demanda de los postres y su clasificación en restauración; cada lugar expende su oferta gastronómica de acuerdo a su tipo de establecimiento o de acuerdo a lo que el cliente exija.

Pregunta 8.

Con referencia en la pregunta anterior podría brindar el nombre de los postres que tienen mayor demanda.

Tabla 24.

Nombre del postre con mayor demanda

Postres en restauración	Frecuencia Absoluta fi	Frecuencia relativa h1	% Porcentaje
Crepes	3	0,188	19
Tortillas	2	0,125	12,5
Flanes	2	0,125	12,5
Mousse	1	0,062	6
Ensalada de fruta	3	0,188	19
Tartas de frutas	2	0,125	12,5
Helados	2	0,125	12,5
Masa bomba	1	0,062	6
Total preguntas % personas	16	1	100

Elaborado por: Mariana Pauta

Análisis

La mayoría de la población encuestada enuncia que a su consideración los postres que mayormente se venden son los crepes (19%) y las ensaladas de frutas; esto se da debido a que los visitantes prefieren las comidas tradicionales del lugar al que visitan. No es del agrado del consumidor degustar nuevas preparaciones, las ocasiones que se han hecho nuevas pruebas han obtenido resultados negativos.

Discusión

De acuerdo con (Del Río Posada, 2016) cada establecimiento hotelero elabora su oferta gastronómica, son ellos los que se encargan de fijar que postres expender, toman en cuenta el concepto del negocio, que vende la competencia, productos de temporada, postres tradicionales de la ciudad y otros detalles.

Pregunta 9.

De todos los postres que elabora en el día ¿Cuál tiene mayor demanda en los consumidores?

Tabla 25.

Postres con mayor demanda de consumo

Postres de mayor demanda de consumo	Frecuencia Absoluta fi	Frecuencia relativa h1	% Porcentaje
Postres con base de frutas	3	0,375	38
Postres con base de lácteos	1	0,125	13
Postres fritos y de sartén	2	0,25	25
Postres fríos y semifríos	2	0,25	25
Total preguntas % personas	8	1	100

Elaborado por: Mariana Pauta

Análisis

Los entrevistados afirman que los postres a base de frutas son los que tienen mayor demanda de consumo entre los clientes (38%), tomando en cuenta que los visitantes prefieren frutas de la zona ya sea que estén de temporalidad o sean características de la ciudad. Los postres fríos y semifríos (25%) y al igual los postres fritos y de sartén (25%) tienen demanda, pero en menor porcentaje.

Discusión

Al igual que en las preguntas 7 y 8 según (Del Río Posada, 2016) insiste que los postres van a variar en cuanto a su demanda, según el lugar que esté ubicado el establecimiento, los productos ofertados, su tipo de clientes; entre otras características. Lo que si se recomienda es tomar en cuenta los criterios que señalan los turistas, o si hay algún platillo típico es de conveniencia ofrecerlo al público.

Pregunta 10.

¿Cuántos postres debe tener la carta del establecimiento y a su consideración cuantos deberían ser?

Tabla 26.

Número de postres por carta

Número de postres por carta	Frecuencia Absoluta fi	Frecuencia relativa h1	% Porcentaje
1 a 5	2	0,25	25
6 a 10	4	0,5	50
11 a 15	2	0,25	25
16 a 20	0	0	0
Total preguntas % personas	8	1	100

Elaborado por: Mariana Pauta

Análisis

La mayoría de entrevistados consideran que la cantidad adecuada de postres que se debe ofrecer en una carta es de 6 a 10 postres (con un 50%), mientras que el resto dijo que estaría bien una carta de 1 a 5 postres (25%) o de 11 a 15 (25%). Su opinión se basa en que ofrecer bastantes platillos complica y atrasa la entrega de la orden y puede disgustar al cliente; en cambio si se tiene pocos platillos su realización será breve y de mejor manera.

Discusión

Si bien es cierto se cree que el tener una gran cantidad de platos expuestos en una carta no es algo beneficioso, así lo detalla (Del Río Posada, 2016) en su libro se recomienda que al elaborar una carta de postres se haga grupos de acuerdo a una característica fija del plato estos grupos deben estar conformados por 3 o 4 postres. En total una cantidad de 12 postres finales como oferta gastronómica.

Pregunta 11.

¿Cuáles son las características que debe tener un postre para que un cliente lo compre?

Tabla 27.

Característica del postre tomadas en cuenta durante la compra

Característica del postre en la compra	Frecuencia Absoluta fi	Frecuencia relativa h1	% Porcentaje
Textura	2	0,2	20
Color	3	0,3	30
Sabor	0	0	0
Cantidad	0	0	0
Todos los anteriores	5	0,5	50
Total preguntas % personas	10	1	100

Elaborado por: Mariana Pauta

Análisis

Todos los entrevistados consideran que las características en las cuales se fijan un cliente antes de comprar un postre son: textura, color, sabor y cantidad (todos ellos representan el 50%). Además, hay que tomar en cuenta que existen otras características en las cuales el cliente se fija como lo es el precio; los entrevistados manifestaron que antes de comprar cualquier producto ellos revisan el precio al que se vende el postre.

Discusión

Y en esto coincide (Del Río Posada, 2016) ya que a su consideración el precio es una variable tomada en cuenta antes de elegir un producto a su elección. El precio del plato va a depender de acuerdo al lugar donde se lo adquiere, pero en todos los casos se verificará que su costo no sea tan alto y que llene las expectativas del cliente.

Pregunta 12.

La combinación adecuada de colores al momento de montar un platillo de un postre ¿cuál cree que debería ser?

Tabla 28.

Combinación de colores al momento de emplatar

Combinación de colores	Frecuencia Absoluta fi	Frecuencia relativa h1	% Porcentaje
Fríos	0	0	0
Cálidos	3	0,375	38
Ambos	5	0,625	63
Otra	0	0	0
Total preguntas % personas	8	1	100

Elaborado por: Mariana Pauta

Análisis

De acuerdo a los entrevistados, la mayoría de ellos define que al momento de emplatar un postre es correcto usar colores fríos y cálidos, es decir ambos (ocupando un 63%) puesto que si solo se usa colores fríos dará el montaje un aspecto de tristeza o de poco interés y si solo se usa colores cálidos pueden provocar sensaciones de rechazo.

Discusión

Basado en lo que comenta (Fernández Díaz, 2017) los colores son aquellos que permiten transmitir sensaciones, las cuales pueden ser de rechazo o de aceptación; estos a su vez si se usan de manera adecuada pueden abrir el apetito en el comensal. Por tal motivo se concuerda con la respuesta brindada de los entrevistados que la combinación de colores es la adecuada al emplatar cualquier preparación.

Pregunta 13.

¿Cuál es el diseño correcto de la carta de acuerdo a su criterio?

Tabla 29.

Diseño correcto de la carta

Diseño correcto de la carta	Frecuencia Absoluta fi	Frecuencia relativa h1	% Porcentaje
Imagen	6	0,273	27
Descripción	8	0,364	36
Precio	4	0,181	18
Tamaño de la porción	2	0,091	9
Nombre	2	0,091	9
Total preguntas % personas	22	1	100

Elaborado por: Mariana Pauta

Análisis

Una de las características que debe tener una carta de acuerdo al criterio de los entrevistados es la descripción del postre (con un 36%), de acuerdo a su opinión es la más importante ya que aquí se debe describir brevemente los ingredientes, y algún otro detalle que se considere importante; luego le sigue la imagen (con el 27%) y el precio (con el 18%), datos de relevancia para el cliente.

Discusión

Basado en (Del Río Posada, 2016) una carta debe ser original, manejable, atractiva y versátil, todos estos aspectos son esenciales al momento de elaborar una carta, muy aparte del contenido que esta lleva ya que en cada una de estas características se impregna el precio, nombre, descripción y los otros detalles dados anteriormente. Lo importante es que el cliente entienda y se le facilite su comprensión, así el podrá decidir con facilidad el producto a degustar.

Pregunta 14.

¿Qué características debe contener la carta de postres?

Tabla 30.

Característica de la carta de postres

Característica de la carta de postres	Frecuencia Absoluta fi	Frecuencia relativa h1	% Porcentaje
Descripción del plato	7	0,5	50
Imagen	5	0,357	36
Tipo de letra	0	0	0
Color	1	0,071	7
Todos los anteriores	1	0,071	7
Total preguntas % personas	14	1	100

Elaborado por: Mariana Pauta

Análisis

Lo idóneo de acuerdo a la mayoría de los entrevistados es que en una carta se describa la elaboración del postre y sus ingredientes (50%) y a su vez se coloque una imagen propia (36%) de acuerdo a la que se va a servir. Los entrevistados supieron manifestar que en ciertos casos se han sentido decepcionados, esto porque en el gráfico presentado tiene una y al momento de tenerla servida es totalmente diferente, esto también se relaciona con la descripción ya que suelen leer unos ingredientes y después son otros.

Discusión

Como se describía en la pregunta 13 es importante que la carta sea entendible, original y manejable, a su vez que no sea extensa y permita la rápida selección, evitando presentar platillos con una sola materia prima; esto se describe de acuerdo a los conocimientos de (Del Río Posada, 2016) quien considera de preferencia una carta pequeña con pocos productos y que sean de temporalidad.

Pregunta 15.

La ubicación del menú de postres en el interior de la carta ¿cuál debería ser?

Tabla 31.

Ubicación de los postres en el interior de la carta

Ubicación de los postres	Frecuencia Absoluta fi	Frecuencia relativa h1	% Porcentaje
Superior	2	0,25	25
Inferior	3	0,375	38
Lateral Izquierdo	1	0,125	13
Lateral Derecho	2	0,25	25
Total preguntas % personas	8	1	100

Elaborado por: Mariana Pauta

Análisis

La mayoría de entrevistados estiman que la correcta ubicación de los postres en una carta es en el inferior de la misma (basados en el 38%), de acuerdo a ellos es este lugar el idóneo ya que la vista va desde la parte inferior a la superior y aquí el cliente podrá observar bien lo que se ofrece mediante la carta. Los otros entrevistados consideran que es mejor ubicar los postres en la parte superior (con el 25%) o en la parte derecha (con el 25%); esto basado en una carta tipo díptico.

Discusión

De acuerdo con (Martini, 2007) opina que el lugar correcto en una carta díptica para los postres es en el lateral derecho superior, se considera que aquí es el primer lugar donde se sitúa la vista; además los postres representan un alto margen de ganancia por lo tanto se debe prestar mayor atención al lugar en el que se los ubica.

Pregunta 16.

La tipografía con la que está diseñado el menú cuenta con las características necesarias.

Tabla 32.

Tipografía de la carta

Tipografía de la carta	Frecuencia Absoluta fi	Frecuencia relativa h1	% Porcentaje
Si	2	1	100
No	0	0	0
Total preguntas % personas	2	1	100

Elaborado por: Mariana Pauta

Análisis

La tipografía de acuerdo a los entrevistados que en este caso fueron chefs de establecimientos hoteleros supieron indicar que la tipología que tenían en sus cartas era la adecuada (demostrado con el 100%), que no había ningún contratiempo al momento que el cliente lo leía, ya que estaba acorde a lo que se dicta en la ingeniería de menús.

Discusión

Si bien es cierto es necesario que la carta posea una letra legible, esto también dependerá de la temática y personalidad del establecimiento así lo corrobora (Martini, 2007) detallando que cualquiera que sea el diseño de la carta es necesario que este vaya acorde y armonice la carta con el sitio, de manera que todo quede similar creando en el cliente un agrado a la vista.

4.10.2.2. Análisis de la prueba sensorial

La prueba sensorial es una herramienta que permite conocer la aceptabilidad de un producto, además posibilita establecer un control de la calidad del alimento. Mediante la aplicación de esta prueba se puede determinar que un producto tenga éxito en el mercado.

Por lo tanto, la siguiente prueba sensorial aplicada fue del tipo descriptivo, aplicada para conocer cuál de los postres a base de la chonta tenían mayor aceptabilidad, evaluando los factores organolépticos, fijados en base a su prototipo y adaptado a la necesidad de la búsqueda de los resultados.

La evaluación se desarrolló bajo la investigación de los 4 factores organolépticos como lo son: vista, tacto, olfato, gusto; por consiguiente, los datos obtenidos se los explica a continuación.

Crepe de chonta

Tabla 33.

Crepe de chonta

Postre		Características					
N° 1	Sabor	Consistencia	Textura	Color	Olor	Montaje	
Atributo que predomina	Dulce	Viscoso	Suave	Muy bueno	Medio agradable	Medio agradable	
Es aceptable	Si	x	x	x	x	x	
	No	x					

Elaborado por: Mariana Pauta

Análisis

- El atributo de mayor puntaje en cuanto a sabor fue dulce, lo cual denotó un adecuado gramaje de dulce, conllevando a que si sea aceptable por los jueces.
- La característica de mayor calificación fue la de viscosidad, siendo poco aceptable por el jurado, a su consideración debe ser más ligero.
- La cualidad en cuanto a textura de mayor puntaje fue la de suavidad, indicando que la crepe podría ser mayormente aceptado.
- La calificación en cuanto al color fue medio bueno a la vista del público, mientras que;
- El olor que tenía el postre era medio agradable, y
- El montaje fue medio agradable para el gusto de los comensales que emitieron su voto.

Torta de chonta

Tabla 34.

Torta de chonta

Postre		Características					
N° 2	Sabor	Consistencia	Textura	Color	Olor	Montaje	
Atributo que predomina	Dulce (poco dulzor)	Espeso	Suave	Muy bueno	Medio agradable	Medio agradable	
Es aceptable	Si		x	x	x	x	
	No	x					

Elaborado por: Mariana Pauta

Análisis

- El atributo de dulce en cuanto al sabor tuvo poca aceptabilidad por parte de los jueces, ya que según su criterio faltaba más azúcar para que el postre sea agradable.
- La característica de mayor calificación en cuanto a consistencia fue espeso, que a consideración de ellos no era agradable ya que al ser un bizcocho semi pesado no debe ser tan espeso.
- La cualidad de más alto puntaje en base a la textura fue suave, considerando que la masa quedó pesada, su miga era fina al sentido del tacto, lo cual agrado al cliente.
- El color fue muy bueno a la vista del consumidor, asimismo;
- El olor que tenía el postre era medio agradable, además;
- El montaje fue medio agradable para el jurado que emitió su calificación.

Mousse de chonta

Tabla 35.

Mousse de chonta

Postre		Características					
N° 3	Sabor	Consistencia	Textura	Color	Olor	Montaje	
Atributo que predomina	Dulce	Cre moso	Suave	Excelente	Agradable	Medio agradable	
Es aceptable	Si x	x	x	x	x	x	
	No						

Elaborado por: Mariana Pauta

Análisis

- El atributo con mayor puntaje en cuanto al sabor fue dulce, de este modo se evidencio que el postre fue del agrado del jurado.
- La característica en cuanto a consistencia de mayor calificación fue cremosa, tomando en cuenta que al ser un mousse su principal detalle es la cremosidad caso contrario no sería de buen agrado para el público.
- La cualidad de alto puntaje en base a la textura fue suave, tomando en cuenta que la consistencia debería ser de similar detalle, sino denotaría que el proceso de elaboración fue erróneo.
- El color fue excelente a la vista del consumidor, entonces;
- El olor que tenía el postre era agradable, de este modo;
- El montaje fue medio agradable para los jueces que dieron su calificación.

Helado de chonta

Tabla 36.

Helado de chonta

Postre		Características					
N° 4	Sabor	Consistencia	Textura	Color	Olor	Montaje	
Atributo que predomina	Dulce	Cre moso	Cre moso	Excelente (muy bueno)	Agradable	Agradable	
Es aceptable	Si x No	x	x	x	x	x	

Elaborado por: Mariana Pauta

Análisis

- El atributo con más alto puntaje relacionado al sabor fue el dulce, esto significa que la cantidad de azúcar estaba acorde a lo que se planeaba para el postre, evitando fallas en su preparación.
- La característica de mayor calificación en cuanto a consistencia fue cremoso, que a detalle del jurado era adecuado para el postre, pero se recomendaba mezclar una vez más antes de servir para evitar que se diluya rápido.
- La cualidad de excelente puntaje en base a la textura fue la cremosidad, sin embargo, se recomendó que se elabore el helado en paila o con hielo, evitando que su textura quede cremosa y además se baje la cantidad del lácteo.
- El color de este postre fue excelente a la vista del tribunal, sin embargo;
- El olor que poseía el postre era agradable al olfato, y también;
- El montaje fue agradable para los jueces que notificaron su puntaje.

Profiterol de chonta

Tabla 37.

Profiterol de chonta

Postre		Características					
Nº 5	Sabor	Consistencia	Textura	Color	Olor	Montaje	
Atributo que predomina	Dulce (poco dulzor)	Cremosa	Blanda y suave	Excelente	Medio agradable	Agradable y poco agradable	
Es aceptable	Si		x	x	x		
	No	x				x	

Elaborado por: Mariana Pauta

Análisis

- El atributo de dulce en cuanto al sabor tuvo baja calificación, de acuerdo al jurado se recomendaba agregar más azúcar con la finalidad de mejorar el postre para así poder disfrutarlo.
- La característica en cuanto a la consistencia fue cremosa, pero con baja calificación, dado que el postre no se horneó como se tenía que hacer, a su vez esto impidió poder rellenarlo y mejorarlo.
- Las cualidades de más alto puntaje en cuanto a la textura fueron blanda y suave tomando en cuenta que la masa no leudó de acuerdo a lo que se esperaba; pueda que gracias a este detalle se confunda su textura.
- El color de acuerdo al postre fue excelente a la vista del jurado, en efecto;
- El olor que presentaba el postre era medio agradable, tomando en cuenta que;
- El montaje que se presentó conforme lo planeado ni agrado ni desagrado al jurado lo cual evidenció un empate.

Tartaleta de chonta

Tabla 38.

Tartaleta de chonta

Postre		Características					
N° 6	Sabor	Consistencia	Textura	Color	Olor	Montaje	
Atributo que predomina	Dulce	Cre moso	Crujiente	Excelente	Agradable	Medio agradable	
Es aceptable	Si x No	x	x	x	x	x	

Elaborado por: Mariana Pauta

Análisis

- El atributo de dulce de acuerdo al sabor tuvo buena aceptabilidad por parte del jurado, ya que según su opinión la cantidad de azúcar ayudaba a resaltar los demás detalles del postre.
- La característica de mayor calificación en cuanto a consistencia fue cremoso, que a consideración de ellos no debería ser ya que al estar hecha de una masa quebrada, no debe existir una consistencia así.
- La cualidad de mayor puntaje en base a la textura fue crujiente, tomando en cuenta que la masa era quebrada, y debería haber quedado quebradiza, su miga era fina al sentido del tacto, lo cual agrado al cliente.
- El color fue excelente a la vista del consumidor, asimismo;
- El olor que tenía el postre era agradable, además;
- El montaje fue medio agradable para el jurado que emitió su calificación.

Eclair de chonta

Tabla 39.

Eclair de chonta

Postre		Características					
Nº 7	Sabor	Consistencia	Textura	Color	Olor	Montaje	
Atributo que predomina	Dulce	Cre moso	Suave	Excelente	Agradable	Medio agradable	
Es aceptable	Si x		x	x	x	x	
	No	x					

Elaborado por: Mariana Pauta

Análisis

- El atributo del sabor con mayor puntaje fue dulce, dicho por el jurado estaba acorde a las necesidades del postre, lo cual resaltaba los otros sabores que acompañaban la preparación.
- La característica que denotó mayor calificación en cuanto a consistencia fue cremosidad, a pesar que el postre no tenía que ser así, el jurado por tal motivo indicó que se debe mejorar la consistencia del postre y evitar este tipo de errores.
- La cualidad de más alto puntaje en base a la textura fue suavidad, considerando que la masa choux lleva gran cantidad de grasa no se obtuvo el producto como se deseaba, debido a que su leudado no fue el adecuado y al momento de hornear, lo cual no agrado al jurado.
- El color fue excelente a la vista de los jueces, de tal forma;
- El olor que tenía el postre era agradable de acuerdo a los evaluadores, asimismo;
- El montaje fue medio agradable para el jurado que emitió su calificación.

4.11. Análisis general

Una vez finalizado el análisis y la tabulación de los datos de la entrevista y de la prueba sensorial aplicados a los chefs de los diferentes establecimientos hoteleros, a los estudiantes y docente que han tenido la materia de repostería.

Es notable que para los entrevistados la repostería es arte, lo que se toma a consideración es que según los datos emitidos por ellos una carta de postres debe contener pocas preparaciones, con ciertas características básicas y elementales de la misma y que los postres mayormente consumidos por el cliente son los que están hechos a base de frutas, a base de lácteos y los fritos y de sartén.

Tabla 40.

Aceptabilidad del postre

Postre	Características						Aceptabilidad
	Nombre	Sabor	Consistencia	Textura	Color	Olor	
Crepe	+	-	+	+	+	+	Si
Torta	-	-	+	+	+	+	No
Mouse	+	+	+	+	+	+	Si
Helado	+	+	+	+	+	+	Si
Profiterol	-	-	+	+	+	-	No
Tartaleta	+	+	+	+	+	+	Si
Eclair	+	-	+	+	+	+	No

Elaborado por: Mariana Pauta

Cada postre tenía ciertas características que se buscaba sean evaluadas de acuerdo a la aceptabilidad de los entrevistados, estas particularidades (como lo eran: sabor, consistencia, textura, color, olor y montaje) se fijaron de acuerdo a lo que se toma en cuenta en un postre al momento de expendirlo en establecimientos de restauración, a su vez cada característica tenía atributos los cuales eran propios de su calidad a evaluar, este atributo demostraría si el postre estaba acorde a su descripción de la receta tradicional.

Sin embargo, los datos que se obtuvo del análisis sensorial demostraron que los postres de mayor aceptabilidad fueron el helado, mousse, tartaleta y la crepe tomando en cuenta que se modifique los gramajes de ciertos elementos de la materia prima. Mientras que el profiterol, éclair y torta no tuvieron la aceptabilidad requerida. Pero se aconsejó que si se desea implementar la chonta en los postres según la clasificación de restauración se haga preparaciones sencillas, o que se replantee las recetas tomadas como base para su preparación.

Asimismo, se determinó que la cantidad de grasa agregada debe ser disminuida ya que la fruta posee un porcentaje alto de grasa y como en el caso de la masa choux su leudado no será el adecuado ni las preparaciones saldrán como se esperaba.

Con base a lo descrito se determina que los entrevistados están interesados en conocer y experimentar con la chonta no solo en la repostería sino también en otras áreas de la gastronomía, como una forma de renovar la oferta gastronómica que ellos poseen en sus establecimientos. Sin perder la esencia de la identidad cultural que se ofrece al cliente y a su vez despertar en los clientes nuevas sensaciones.

En resumen, es notable que hay aceptabilidad de introducir estos postres que evidenciaron mayor gusto en los entrevistados, se aconseja mejorar las recetas hasta llegar a un punto de excelencia y poder mejorar la oferta, esto contribuiría al crecimiento económico percibido y a su vez dar a conocer una innovadora alternativa de productos a base de la chonta.

CAPÍTULO V

5. Conclusiones y recomendaciones

5.1. Conclusiones

- La chonta posee excelentes cualidades culinarias y varias características nutricionales como: proteínas, aminoácidos, ácidos grasos poliinsaturados, carbohidratos, vitaminas, ciertos minerales como el fósforo, calcio, magnesio y hierro; tomando en cuenta que la fruta no ha tenido la acogida debida vendría bien implementarla en la repostería ya que, ofrece ciertos beneficios en la alimentación como su alto contenido de color permite usarse como colorante natural, la grasa como aditivo natural o para dar sabor sin realizar algún proceso químico, aplazar la sed, refrescar y la fermentación de su masa como base de panes o tartas.
- La repostería clásica es el arte que se encarga de hacer, preparar y decorar postres, los cuales poseen ciertas características como: la combinación de dulce con otros sabores, el obtener varias texturas en un mismo plato y el de usar materia prima de calidad; así mismo las técnicas empleadas por la repostería clásica son la de cremado, batido, amasado, tamizado, incorporado y mezclado que se manejan aún en la actualidad; sin embargo la clasificación usada para la investigación fue la de los postres en restauración ya que el enfoque de la investigación era hacia establecimientos de alojamiento.
- Los expertos entrevistados propusieron la oferta gastronómica planteada en base a su conocimiento, también acorde a las pruebas aplicadas a los mismos, ellos determinaron que lo que más se expende en los establecimientos hoteleros

son los postres a base de frutas, lácteos, de sartén o fritos y los fríos o semifríos; de los cuales salieron elegidos los crepes, mousse, helado, tartas, masa bomba y quebrada. Y al final de la prueba se detalló que los postres a base de masa bomba no son ideales para este producto.

- Finalmente se determinó que los postres más aceptables eran la tartaleta, mousse, helado y la crepe, cada una de las diferencias organolépticas evaluadas, especificaron que el sabor y olor fue lo más característico de las preparaciones, también enfatizaron que sería mejor usar la harina más refina de la fruta y la pulpa en lugar de agua. Apreciaron el producto como innovador y sano, por tal motivo se diseñó una carta de los postres aceptados a base de la chonta.

5.2. Recomendaciones

- Se debe considerar que al existir poca información relacionada con la chonta y sus beneficios a la alimentación se continúe con la investigación de la fruta y su relación con la gastronomía, esto se puede crear mediante acuerdos con la universidad e incentivos a los investigadores, hasta llegar a descubrir dichas características beneficiosas tanto para la salud como a la alimentación. Y que si se desea trabajar con la chonta en la repostería la más ideal es la de tipo *Bactris Gasipaes kunth*, ya que su cantidad de grasa y color que aportan a la preparación benefician porque se disminuye otros aditivos químicos.
- Cabe mencionar que las técnicas de la repostería clásica como cremado, batido, amasado, tamizado, incorporado y mezclado fueron las apropiadas para trabajar con la chonta, ya que permitieron elaborar postres de calidad; además hay que señalar que la repostería clásica es muy adaptable a la introducción de frutas o alimentos poco conocidos, por tal motivo se sugiere seguir con estudios de innovación de productos en el área de la repostería, sería adecuado crear acuerdos con los propietarios de reposterías o establecimientos de hospedaje para aplicar los conocimientos e ideas innovadoras que podrían atraer a nuevos clientes y a su vez incrementar las ganancias del local y del estudiante con los conocimientos adquiridos.
- Mediante el diseño de una oferta gastronómica de un producto innovador como la chonta, se puede dar a conocer preparaciones diferentes a las consumidas habitualmente, resaltar el consumo de la fruta, expandir su venta y a su vez permite que se conozca dicho alimento, previamente se debe investigar y tener fuentes bibliográficas verificadas de lo que se desea dar a conocer, para al final poder presentar un trabajo de calidad, en este caso se tuvo que diseñar una carta que permita dar a conocer los postres con mayor aceptabilidad de consumo.

- Es indicado señalar que se debe socializar la investigación sobre la chonta, ya que así se puede aportar nueva información referente a los postres a base de chonta, además se deja una línea de investigación para continuar y descubrir nuevos aportes a la alimentación. Y tomar en cuenta que al ser una fruta con altas cantidades de grasa poliinsaturada, al momento de trabajar con la fruta se debe disminuir la cantidad grasa extra que la receta use, caso contrario el resultado final no será el adecuado.

Bibliografía

- Adrià, F. (1998a). Los secretos de El Bulli. *Recetas, Técnicas Y Reflexiones*, 350(2), 336. Retrieved from http://scholar.google.ca/scholar?start=200&q=ferran+adria&hl=fr&as_sdt=0#2
- Adrià, F. (1998b). *Los secretos de El Bulli. Recetas, técnicas y reflexiones* (Vol. 350). Retrieved from http://scholar.google.ca/scholar?start=200&q=ferran+adria&hl=fr&as_sdt=0#2
- Agencia Andes. (2017, April 19). Chonta, Archidona se prepara para el festival intercultural y patrimonial de la Chonta. *El Telégrafo*. Retrieved from <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/ecuador/1/archidona-se-prepara-para-el-festival-intercultural-y-patrimonial-de-la-chonta>
- Álvarez, M., Hernández, G., Rosas, B., Ochoa, M., Núñez de Villavicencio, M., & Gutiérrez, E. (2016). Empleo de harina de frijol blanco en panificación. *Ciencia Y Tecnología de Alimentos*, 13(July), 275–285. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/305221634_EMPLEO_DE_HARINA_DE_FRIJOL_BLANCO_EN_PANIFICACION
- Álvarez, M., Rodríguez, M., & Rodríguez, S. (2009). *Estudios universitarios, proyecto profesional y mundo del trabajo. Cómo tender puentes entre la universidad y la vida activa*. (Universitat de Barcelona, Ed.). Barcelona, España. Retrieved from https://books.google.com.ec/books?id=bRxi_3kqcacC&pg=PA5&dq=que+factores+influyen+al+buscar+una+carrera+universitaria&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiSrOmX8KvjAhWQrVvKkHbFUB5sQ6AEINjAD#v=onepage&q=que factores influyen al buscar una carrera universitaria&f=false
- Anderson, D., Sweeney, D., & Williams, T. (2008). *Estadística para administración y economía*. (Cengage Learning, Ed.). Santa Fe.
- Andreatta, M. M. (2013). La alimentación y sus vínculos con la salud desde la Teoría de las Representaciones Sociales. *Diaeta Diaeta La Revista Científica de La Asociación Argentina de Dietistas Y Nutricionistas Dietista (AADYND)*, 31(142), 42–49. <https://doi.org/10.1007/s10926-009-9213-0>
- Astorga Murillo, M., Solís Lara, C. M., & Jiménez Romero, M. N. (2011). *Decoración y exposición de platos (UF0072)*. (IC Editorial, Ed.). Málaga. Retrieved from

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/utnortesp/detail.action?docID=3212178&query=decoración+y+exposición+de+platos>

Ávila Granados, J. (2003). *El libro de la repostería tradicional*. (BonVivant, Ed.). Barcelona. Retrieved from

https://books.google.com.ec/books?id=fvQRDiwRZBwC&printsec=frontcover&dq=que+es+la+repostería&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwi9i_u9o6LfAhUF1lkKHYTgDUAQ6AEIKDAA#v=onepage&q=que+es+la+repostería&f=false

Baena Paz, G. M. E. (2014). *Metodología de la investigación*. (Grupo Editorial Patria, Ed.). México, D.F. Retrieved from

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/utnortesp/reader.action?docID=3228423&query=metodolog%2525C3%2525ADa%252Bde%252Bla%252Binvestigaci%2525C3%2525B3n>

Bernal Torres, C. A. (2006). *Metodología de la investigación: para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. (PEARSON Education, Ed.). México, D.F. Retrieved from

https://books.google.com.ec/books?id=h4X_eFai59oC&pg=PA56&dq=método+inductivo&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiz6zmgLHiAhWKnFkKHd7VBhcQ6AEIKDAA#v=onepage&q=método+inductivo&f=false

Buendía Eisman, L., Colás Bravo, M. P., & Hernández Pina, F. (1998). *Métodos de investigación en psicopedagogía*. (McGraw-Hill España, Ed.). España. Retrieved from

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/utnortesp/detail.action?docID=3195092&query=Métodos+de+investigación+en+psicopedagogía>

Chavarrías, M. (2016). Propiedades organolépticas de los alimentos. Retrieved June 8, 2019, from <http://www.consumer.es/seguridad-alimentaria/sociedad-y-consumo/2016/06/09/223847.php>

Child, J., Bertholle, L., & Beck, S. (2016). *EL ARTE DE LA COCINA FRANCESA*. (Penguin Random House Grupo Editorial, Ed.). España. Retrieved from <https://drive.google.com/file/d/1K20ZU9H8xGC4b3ZhelVM33jjDqswPamq/view?fbclid=IwAR0fNTQ9Kx90x5dKMwzSNRRPWu->

x6VipvP3T6k_1FrXRCYsfG285S8LFgM4

- Corpoica. (1996). *El cultivo de chontaduro (Bactris gasipaes H.B.K.)*. (Produmedios, Ed.). Caquetá. Retrieved from https://www.researchgate.net/.../303895958_El_cultivo_de_chontaduro_Bactris_gasipae...
- Crespo, C., Olvera, G., & Ríos, T. (2002). *Eligiendo mi carrera*. (Universidad Nacional Autónoma de México, Ed.). México, D.F. Retrieved from https://books.google.com.ec/books?id=IdZneWaA6_sC&pg=PA29&dq=quien+influye+al+elegir+una+carrera&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiBudb-uqnjAhVtzlkKHSnqC54Q6AEILTAB#v=onepage&q=quien influye al elegir una carrera&f=false
- Cruz Cruz, J. (2002). *Teoría elemental de la gastronomía*. (S.A. EUNSA. EDICIONES, Ed.). España. Retrieved from <https://www.casadellibro.com/libro-teoria-elemental-de-la-gastronomia/9788431319922/836191>
- Del Moral Garrido, J. M. (2011). *Elaboraciones básicas de repostería y postres elementales (UF0069)*. (IC Editorial, Ed.). Málaga. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com/lib/utnortesp/detail.action?docID=3212550>
- Del Río Posada, J. (2016). *Diseño y comercialización de ofertas de restauración. HOTR0309*. (IC Editorial, Ed.). Andalucía, España. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com/lib/utnortesp/detail.action?docID=5635913&query=postres%2Ben%2Brestauraci%25C3%25B3n>
- Delgado Mayoral, I. (2016). *MF1063_3 - Ofertas gastronómicas*. (Paraninfo, Ed.). España. Retrieved from <https://books.google.com.ec/books?id=7Q7fDQAAQBAJ&pg=PA97&dq=distribución+de+sabores+en+la+lengua&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjE28ye7PXiAhUJrVkJHZMUAV0Q6AEILTAB#v=onepage&q=distribución de sabores en la lengua&f=false>
- Díaz Robledo, J. (2004). *Descubre los frutos exóticos*. (Capitel Ediciones, Ed.). Madrid. Retrieved from <https://books.google.com.ec/books?id=DFI1ZhGk614C&pg=PA296&dq=el chontaduro&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwijpu2Ry9rfAhXphOAKHWJwBlQQ6AEILDAB&fbclid=IwAR1yQK3Dwgp82KmTc->

g5Rhw1Xjocj9jqVklXOQzIJvtekSUY-X97vxj1ntM#v=onepage&q=el
chontaduro&f=false

- Espejel Blanco, J. E., Camarena Gómez, D. M. J., & Sandoval Godoy, S. A. (2014). Alimentos tradicionales en sonora, México: Factores que influyen en su consumo. *Innovar*, 24(53), 127–140.
- Espinosa Manfugás, J. (2007). *Evaluación sensorial de los alimentos: métodos analíticos*. Editorial Universitaria. <https://doi.org/10.1186/gb-2008-9-3-r51>
- Estrella, E. (1986). *El pan de América : etnohistoria de los alimentos aborígenes en el Ecuador*. (C. de E. H. Madrid : Consejo Superior de Investigaciones Científicas, Ed.). Quito. Retrieved from <https://searchworks.stanford.edu/view/1676472>
- Fernández Díaz, M. Á. (2017). *Decoración y exposición de platos: UF 0072*. (S. L. Editorial CEP, Ed.). Málaga. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com/lib/utnortesp/detail.action?docID=5213994&query=decoraci%25C3%25B3n%2By%2Bexposici%25C3%25B3n%2Bde%2Bplatos>
- Fidias G. Arias. (2012). *El proyecto de investigación, Introducción a la metodología científica*. (Editorial Episteme, Ed.) (Vol. Sexta edic). Caracas, República Bolivariana de Venezuela. Retrieved from <https://ebevidencia.com/.../EL-PROYECTO-DE-INVESTIGACIÓN-6ta-Ed.-FIDIAS-G...%0A%0A>
- Foutel, M., Lanari, M. E., Santesteban, C. M., Rodríguez, E., Rondi, G., & Santo Mauro, P. (2011). Valores y motivaciones en el consumo de productos lácteos: un estudio exploratorio con estudiantes universitarios argentinos. *FACES*, 36–37, 49–78. Retrieved from nulan.mdp.edu.ar/1598/1/FACES_n36-37_49-78.pdf%0A%0A
- García, A., & Geel, H. (2015). *Tartas del mundo*. (Aguilar Ocio, Ed.). Barcelona. Retrieved from [https://books.google.com.ec/books?id=eDMLDAAAQBAJ&pg=PA6&dq=historia+de+la+repostería&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjf6Th36XfAhUMrVvKHdnDD1QQ6AEILTAB#v=onepage&q=historia de la repostería&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=eDMLDAAAQBAJ&pg=PA6&dq=historia+de+la+repostería&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjf6Th36XfAhUMrVvKHdnDD1QQ6AEILTAB#v=onepage&q=historia+de+la+repostería&f=false)
- Gómez, M. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. (Editorial Brujas, Ed.). Córdoba, Argentina. Retrieved from

[https://books.google.com.ec/books?id=9UDXPe4U7aMC&pg=PA118&dq=muestra+de+expertos&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiEgsHty_7fAhUNmuAKHVneD08Q6AEIKDAA#v=onepage&q=muestra de expertos&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=9UDXPe4U7aMC&pg=PA118&dq=muestra+de+expertos&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiEgsHty_7fAhUNmuAKHVneD08Q6AEIKDAA#v=onepage&q=muestra+de+expertos&f=false)

Gómez, M. (2009). Introducción a la metodología de la investigación científica (2a. ed.). In Editorial Brujas (Ed.), *Introducción a la metodología de la investigación científica* (2a. ed.) (pp. 137–160). Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com/lib/utnortesp/detail.action?docID=3185747&query=introducción+a+la+metodología+de+la+investigación>

González - Ugalde, C. (2014). *Investigación fenomenográfica*. (Pontificia Universidad Católica de Chile, Ed.). Chile. <https://doi.org/https://doi.org/10.11144/Javeriana.M7-14.INFE>

Grande Esteban, I. (1996). *Marketing de los servicios*. (ESIC EDITORIAL, Ed.). Madrid. Retrieved from [https://books.google.com.ec/books?id=ftF0BQAAQBAJ&pg=PT26&dq=que+son+los+bienes+y+que+son+los+servicios&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiu-Yq8-oPjAhUFmlkKHQ9wAv8Q6AEILDAB#v=onepage&q=que son los bienes y que son los servicios&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=ftF0BQAAQBAJ&pg=PT26&dq=que+son+los+bienes+y+que+son+los+servicios&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiu-Yq8-oPjAhUFmlkKHQ9wAv8Q6AEILDAB#v=onepage&q=que+son+los+bienes+y+que+son+los+servicios&f=false)

Hernandez, E. (2005). Evaluación Sensorial. *Universidad Nacional Abierta Y Adistancia UNAD, 1*, 1–128.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la investigación*. (Mc Graw Hill, Ed.). México, D.F.

Kotler, P. (2002). *Dirección de Marketing: Conceptos Esenciales*. (Pearson, Ed.). México, D.F. Retrieved from [https://books.google.com.ec/books?id=XPWmfMEh2kkC&pg=PA164&dq=desarrollo+de+concepto+en+productos&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwi7n8j29oPjAhWQjFkKHWeID0kQ6AEILzAB#v=onepage&q=desarrollo de concepto en productos&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=XPWmfMEh2kkC&pg=PA164&dq=desarrollo+de+concepto+en+productos&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwi7n8j29oPjAhWQjFkKHWeID0kQ6AEILzAB#v=onepage&q=desarrollo+de+concepto+en+productos&f=false)

Lawless, H. T. (2013). *Laboratory Exercises for Sensory Evaluation*. (Springer, Ed.) (Vol. 2). Boston, MA: Springer US. <https://doi.org/10.1007/978-1-4614-5713-8>

Lawless, H. T., & Heymann, H. (2010). *Sensory Evaluation of Food*. (Springer Science

- & Business Media, Ed.). New York, NY: Springer New York.
<https://doi.org/10.1007/978-1-4419-6488-5>
- López Alonso, A. M., Carabias, Muñoz, L., & Díaz Paniagua, E. (2017). *Ofertas Gastronómicas*. (Paraninfo, Ed.). Madrid. Retrieved from <https://books.google.com.ec/books?id=-IU7DwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=oferta+gastronómica&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiXra2uudvfAhVnuVkKHeqPC2QQ6AEIKDAA#v=onepage&q=oferta+gastronómica&f=false>
- López Molina, J. (2015). *UF1361 - Preparación de masas y elaboraciones complementarias múltiples de repostería*. (Editorial Elearning S.L., Ed.). España. Retrieved from <https://books.google.com.ec/books?id=W31XDwAAQBAJ&pg=PA103&dq=repotería+francesa&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwj7oKHZvaHmAhVJwVkJHZXuAxoQ6AEIQDAD#v=onepage&q=repotería+francesa&f=false>
- Martínez Velandía, L. E. (2016). *COLOMBIA Cocina, tradición i cultura*. (BUBOK EDITORIAL., Ed.). Bogotá.
- Martini, A. (2007). *Ingeniería de menu*. (FEHGRA, Ed.). Buenos Aires. Retrieved from www.hospitalidadynegocios.com/process.php?action=download_doc&id=34
- Marton, F., & Säljö, R. (1976a). On Qualitative Difference in Learning. I - Outcome and Process. *British Journal of Educational Psychology*, 46, 4–11. <https://doi.org/10.1111/j.2044-8279.1976.tb02980.x>
- Marton, F., & Säljö, R. (1976b). ON QUALITATIVE DIFFERENCES IN LEARNING-II OUTCOME AS A FUNCTION OF THE LEARNER'S CONCEPTION OF THE TASK. *British Journal of Educational Psychology*, 46(2), 115–127. <https://doi.org/10.1111/j.2044-8279.1976.tb02304.x>
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2012). *Ecuador Culinario saberes y sabores*. (AL DIGITAL, Ed.). Quito. Retrieved from <https://www.amevirtual.gob.ec/ecuador-culinario-saberes-y-sabores/>
- Mintur. (2018). Catastro Hoteles MINTUR 2018. Quito: Mintur.
- Mora Urpi, J. (1983). El pejibaye (*Bactris gasipaes* H.B.K.): origen, biología floral y

https://biblio.flacsoandes.edu.ec/shared/biblio_view.php?bibid=112919&tab=opac

- Polo, H. D., & Méndez, M. S. (2013). *Presentación y decoración de productos de repostería y pastelería (UF0821)*. (IC Editorial, Ed.). Málaga. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com/lib/utnortesp/reader.action?docID=4184135&query=Presentación+y+decoración+de+productos+de+repostería+y+pastelería+%28UF0821%29#>
- Poulain, J.-P., Robuchon, J., & Neirinck, E. (2007). *Historia de la cocina y de los cocineros*. (Zendrera Zariquiey, Ed.). Barcelona, España. Retrieved from <https://drive.google.com/file/d/1giotX43iDST5psSUVYPlhCr8HnZy3W2Q/view>
- Publicaciones Vértice. (2010). *Repostería* (Vértice). Retrieved from <https://books.google.com.ec/books?id=RG-da5UvNgIC&printsec=frontcover&dq=repostería&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjg6NvEq5XfAhUBr1kKHa5uBmUQ6AEILDAB#v=onepage&q=repostería&f=false>
- Pulido Leria, C. (2016). *Análisis sensorial de productos selectos propios de sumillería y diseño de sus ofertas: MF1108_3*. (IC Editorial, Ed.). Andalucía, España. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com/lib/utnortesp/detail.action?docID=5486564&query=análisis sensorial>
- Ramírez N., J. S. (2012). Análisis sensorial: pruebas orientadas al consumidor. *Revista ReCiTeLA*, 12(1), 83–102. <https://doi.org/ISSN 2027-6850>
- Ramírez Navas, J. S., Murcia, C. L., & Castro, V. (2014). Análisis de aceptación y preferencia de manjar blanco del valle. *Scielo*, 12(1), 20–27. Retrieved from www.scielo.org.co/pdf/bsaa/v12n1/v12n1a03.pdf%0A%0A
- Ramsay, G. (2013). *Cocina conmigo*. (Grijalbo, Ed.). España. Retrieved from https://books.google.com.ec/books/about/Cocina_conmigo.html?id=JeTsAAAAQBAJ&printsec=frontcover&source=kp_read_button&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Rey Acosta, L. (2018). *Elaboración y presentación de postres de cocina. UF1097 (2a. ed.)*. (IC Editorial, Ed.). España. Retrieved from

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/utnortesp/detail.action?docID=5350025&query=UF1097> - Elaboración y presentación de postres de cocina

Robayo Acuña, P. V. (2016). La innovación como proceso y su gestión en la organización: una aplicación para el sector gráfico colombiano. *Suma de Negocios*, 7(16), 125–140. <https://doi.org/10.1016/j.sumneg.2016.02.007>

Romero Medina, M. P. (2015). *MF1062_3: Cata de alimentos en hostelería*. (Editorial ELearning, Ed.). España. Retrieved from <https://books.google.com.ec/books?id=27pWDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=análisis+sensorial+de+alimentos&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiM0uWnh97iAhUJo1kKHdSECI8Q6AEIRjAG#v=onepage&q=análisis sensorial de alimentos&f=false>

Samaniego, V., Rodríguez, D., García, M., & Casariego, A. (2016). SUSTITUCIÓN PARCIAL DE HARINA DE TRIGO POR HARINA DE CHONTADURO (BACTRIS GASIPAES KUNTH) EN LA ELABORACIÓN DE PRODUCTOS DE PANIFICACIÓN. *Ciencia Y Tecnología de Alimentos*, 26, 43–48. Retrieved from <http://revcitecal.iiia.edu.cu/revista/index.php/RCTA/article/view/129/101>

Sancho Valls, J., Bota Prieto, E., & De Castro Martín, J. J. (1999). *Introducción al análisis sensorial de los alimentos*. (Ediciones Universitat de Barcelona, Ed.). Barcelona. Retrieved from https://books.google.com.ec/books?id=-cw1_dn02I8C&printsec=frontcover&dq=que+es+una+prueba+de+análisis+sensorial&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwj-qYGctv7fAhWOMd8KHeE5Dl8Q6AEILDAB#v=onepage&q=que es una prueba de análisis sensorial&f=false

Serrano, F., & Serrano Domínguez, C. (2005). *Gestión, dirección y estrategia de productos*. (ESIC EDITORIAL, Ed.). Madrid. Retrieved from <https://books.google.com.ec/books?id=-PNSJ9Z--cC&pg=PA9&dq=que+es+un+producto+tangible&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjqsM7Ogb3jAhUxmeAKHX20DEcQ6AEILjAB#v=onepage&q=que es un producto tangible&f=false>

Shanley, P., Cymerys, M., Serra, M., & Medina, G. (2012). *Frutales y plantas útiles en la vida amazónica*. (el C. para la I. F. I. y P. y P. I. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, Ed.). Brasil. Retrieved

from www.fao.org/docrep/015/i2360s/i2360s.pdf

UNE - Asociación Española de Normalización. (2018). CTN 87 - ANÁLISIS SENSORIAL. Retrieved from [https://www.une.org/encuentra-tu-norma/comites-tecnicos-de-normalizacion/comite?c=CTN 87](https://www.une.org/encuentra-tu-norma/comites-tecnicos-de-normalizacion/comite?c=CTN%2087)

Valenzuela B, A., & Valenzuela B, R. (2015). La innovación en la industria de alimentos: Historia de algunas innovaciones y de sus innovadores. *Revista Chilena de Nutrición*, 42(4), 404–408. <https://doi.org/10.4067/S0717-75182015000400013>

Villegas Becerril, A. (2014). *Elaboraciones básicas de repostería y postres elementales: Preparación de recetas sencillas*. (Editorial Vigo, Ed.). España. Retrieved from [https://books.google.com.ec/books?id=SxPwCAAAQBAJ&pg=PA173&dq=cuando+surge+el+término+repostería&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwj2-Je76qXfAhUPwlkKHXYAooQ6AEIPTAE#v=onepage&q=cuando surge el término repostería&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=SxPwCAAAQBAJ&pg=PA173&dq=cuando+surge+el+término+repostería&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwj2-Je76qXfAhUPwlkKHXYAooQ6AEIPTAE#v=onepage&q=cuando%20surge%20el%20término%20repostería&f=false)

Zamora, S. (2017). La importancia del emprendimiento en la economía: el caso de Ecuador. *Revista Espacios*, 39, 1–12.

ANEXOS

Anexo 1. Entrevista



Universidad Técnica del Norte
Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas
Licenciatura en Gastronomía



Entrevista regida a reposteros de los establecimientos hoteleros de la provincia de Imbabura y estudiantes o docentes que conocen sobre el área de postres de la carrera de Gastronomía de la Universidad Técnica del Norte Para conocer que postres de restauración tienen mayor demanda de consumo y compra en los establecimientos hoteleros.

Nombre: _____ **Fecha:** _____

Cargo: _____

Preguntas:

1. ¿Qué es para usted la repostería?

- Arte
- Ciencia
- Disciplina

2. ¿Qué es lo más le agrada de la repostería?

- Decorar
- Preparar (recetas)
- Emplatar (montar)

3. ¿Qué motivaciones tuvo o tendría para ser repostero, cuales fueron esos motivos que lo llevaron a esta línea de la gastronomía?

- Familiares
- Económicos
- Sociales
- Propios

4. Mencione alguno de esos motivos que lo influenciaron a seguir la repostería y describa el porqué

5. ¿Qué características debe tener un postre para que logre convencerlo de su venta al público?

- Textura
- Color
- Sabor
- Cantidad
- Olor
- Algún otro ¿cuál?

6. ¿Cuántos postres elabora al día?

- 1 a 5
- 6 a 10
- 11 a 15
- 16 a 20
- 21 a 25
- Otro

7. Basado en la clasificación de los postres en restauración cual tiene mayor demanda entre sí.

- Postres con base de frutas
 - Ensaladas de frutas
 - Compotas
 - Macedonias
 - Tartas de frutas
- Postres con base de lácteos
 - Flanes y puddings
 - Cremas
 - Souffles
 - Tortillas
- Postres fritos y de sartén
 - Torrijas
 - Leche frita
 - Crepes
 - Tortillas americanas
- Postres fríos y semi fríos
 - Bavaroise
 - Carlotas
 - Espumas, mousse
 - Pasta bomba

8. Con referencia en la pregunta anterior podría brindar el nombre de los postres que tienen mayor demanda.

9. De todos los postres que elabora en el día ¿Cuál tiene mayor demanda en los consumidores?

- Postres con base de frutas
- Postres con base de lácteos
- Postres fritos y de sartén
- Postres fríos y semi fríos

10. ¿Cuántos postres debe tener la carta del establecimiento y a su consideración cuantos deberían ser?

- 1-5
- 6-10
- 11-15
- 16-20

11. ¿Cuáles son las características que debe tener un postre para que un cliente lo compre?

- Textura
- Color
- Sabor
- Cantidad
- Todos los anteriores

12. La combinación adecuada de colores al momento de montar un platillo de un postre ¿cuál cree que debería ser?

- Fríos
- Cálidos
- Ambos
- Alguna otra ¿cuál?

13. ¿Cuál es el diseño correcto de la carta de acuerdo a su criterio?

14. ¿Qué características debe contener la carta de postres?

- Descripción del plato
- Imagen
- Tipo de letra entendible
- Color
- Todos los anteriores


15. La ubicación del menú de postres en el interior de la carta ¿cuál debería ser?

- Superior
- Inferior
- Lateral izquierdo
- Lateral derecho

16. La tipografía con la que está diseñado el menú cuenta con las características necesarias.

¡Gracias por su colaboración!

Anexo 2. Modelo de prueba sensorial

EVALUACIÓN SENSORIAL DE LOS POSTRES A BASE DE LA CHONTA					
Código del postre				N° de	
Fecha:				Juez	
Prueba de análisis sensorial					
1. SABOR					
Según su percepción de la muestra degustada, califique basado en la escala de acuerdo a la intensidad del sabor. Sabiendo que 1 es nada, 2 poco, 3 medio, 4 casi y 5 mucho.					
Descripción	Puntos	Muestra 1	Muestra 2	Muestra 3	Muestra 4
Dulce	1 a 5				
Amargo	1 a 5				
Salado	1 a 5				
Umami	1 a 5				
Ácido	1 a 5				
2. CONSISTENCIA					
Según su percepción de la muestra degustada, califique basado en la escala de acuerdo a la consistencia del postre. Sabiendo que 1 es nada, 2 poco, 3 medio, 4 casi y 5 mucho.					
Descripción	Puntos	Muestra 1	Muestra 2	Muestra 3	Muestra 4
Cre moso	1 a 5				
Líquido	1 a 5				
Espesa	1 a 5				
Viscosa	1 a 5				
3. TEXTURA					
Señale de acuerdo a su criterio y la muestra desgustada que puntaje le da basado en la descripción de la textura. Considerando que 1 es nada, 2 poco, 3 medio, 4 casi y 5 mucho.					
Descripción	Puntos	Muestra 1	Muestra 2	Muestra 3	Muestra 4
Crujiente	1 a 5				
Dura	1 a 5				
Blanda	1 a 5				
Suave	1 a 5				
Cre moso	1 a 5				
4. COLOR					
Señale la característica adecuada al color del postre presentado según su percepción.					
Orden de preferencia	de	N° de muestra	Observaciones		
Excelente					
Muy buena					

Buena					
Regular					
Mala					
5. OLOR					
Ordene las muestras según su preferencia de mayor a menor grado. Considerando que 1 es nada, 2 poco, 3 medio, 4 casi y 5 mucho.					
Orden de preferencia	Puntos	Muestra 1	Muestra 2	Muestra 3	Muestra 4
Agradable	5				
Medio agradable	4				
Poco agradable	3				
Casi nada agradable	2				
Desagradable	1				
6. MONTAJE					
Ordene las muestras según su criterio de acuerdo al montaje del prostre. Considerando que 1 es nada, 2 poco, 3 medio, 4 casi y 5 mucho.					
Orden de preferencia	Puntos	Muestra 1	Muestra 2	Muestra 3	Muestra 4
Agradable	5				
Medio agradable	4				
Poco agradable	3				
Casi nada agradable	2				
Desagradable	1				
OBSERVACIONES					

Anexo 3. Receta Estándar

FICHAS DE PRODUCCIÓN ESTÁNDAR

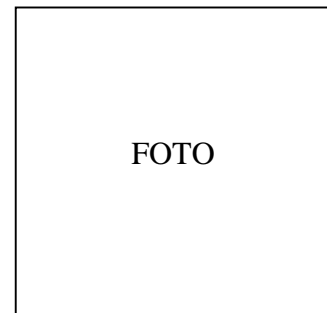
Yield:

Clasificación:

Código Foto:

Fecha:

Pax:



<i>%</i>	<i>Ingrediente</i>	<i>Unidad</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Procedimiento</i>
				1.
				2.
				3.
				4.
				5.
				6.

Procedimiento

- 1.
- 2.
- 3.
- 4. Montaje:**
- 5.
- 6.

Anexo 4. Ficha de datos del panel de jueces

Datos de los jueces del panel elegido, para la prueba sensorial de los postres a base de Chonta				
1°	Datos Personales			
	Nombre y Apellido	Correo		
		Teléfono	Hora	
	Profesión	Fecha	Inicio	Fin

Datos de los jueces del panel elegido, para la prueba sensorial de los postres a base de Chonta				
2°	Datos Personales			
	Nombre y Apellido	Correo		
		Teléfono	Hora	
	Profesión	Fecha	Inicio	Fin

Datos de los jueces del panel elegido, para la prueba sensorial de los postres a base de Chonta				
3°	Datos Personales			
	Nombre y Apellido	Correo		
		Teléfono	Hora	
	Profesión	Fecha	Inicio	Fin

Datos de los jueces del panel elegido, para la prueba sensorial de los postres a base de Chonta				
4°	Datos Personales			
	Nombre y Apellido	Correo		
		Teléfono	Hora	
	Profesión	Fecha	Inicio	Fin

Datos de los jueces del panel elegido, para la prueba sensorial de los postres a base de Chonta				
5°	Datos Personales			
	Nombre y Apellido	Correo		
		Teléfono	Hora	
	Profesión	Fecha	Inicio	Fin

Anexo 5. Guía para la prueba sensorial



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas
Licenciatura en Gastronomía



GUÍA PARA LA PRUEBA DE ANÁLISIS SENSORIAL DE LOS POSTRES A BASE DE LA CHONTA

1. Bienvenida (3 minutos)

En pocas palabras una explicación de que tratará dicha prueba de degustación, además aclarar que los postres presentados son basados en la clasificación de los postres en restauración.

2. Procedimiento de la prueba (3 minutos)

a. Llenar la ficha de los datos personales de cada participante.

b. Especificar qué características organolépticas se pretende calificar mediante dicha prueba.

c. Detallar en como consiste la prueba de análisis sensorial para realizar su puntuación a cada postre.

3. Normas (5 minutos)

a. Eludir a ruidos o comentarios en vox alta emitidos durante el tiempo de la degustación de los postres.

b. Evitar el uso de teléfonos celulares durante la evaluación.

c. Al finalizar la ronda de postres ingerir una galleta de sal acompañada de un poco de agua.

d. Leer detenidamente cada pregunta y responder en base al criterio personal de cada invitado.

4. Indicaciones (10 minutos)

a. Entrega de cada evaluación a los participantes.

b. Efectuar un ejemplo ficticio de cómo se realizará la degustación y la calificación de cada postre.

5. Prueba sensorial (1 hora con 30 minutos)

6. Agradecimiento y despedida

Anexo 6. Carta de postres

<p>DELICIA DE CHONTA (RELLENA DE FRUTOS Y SALSA)</p> <p>Ingredientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Harina de chonta -Huevos -Mantequilla -Harina de trigo -Leche -Azúcar -Pulpa de chonta <p>\$3,50</p>	<p>CREMA ESPONJOSA DE CHONTA</p> <p>Ingredientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Harina de trigo -Harina de chonta -Mantequilla sin sal -Azúcar impalpable -Pulpa de chonta -Clara de huevo <p>\$4,50</p>
<p>CORONITAS AMAZÓNICAS (RELLENA DE SALSA SILVESTRE)</p> <p>Ingredientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Harina de trigo -Harina de chonta -Mantequilla sin sal -Azúcar impalpable -Pulpa de chonta -Clara de huevo <p>\$3,50</p>	<p>NIEVE DEL AMAZONAS</p> <p>Ingredientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Crema de leche -Pulpa de chonta -Leche condensada -Leche <p>\$3,00</p>

<p>Carta de Postres</p>	<p>Facultad </p> <p>Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas</p> <p>Nombre Estudiante  Mariana Pauta Loayza</p> <p>Teléfono  0989231672</p> <p>Correo  mariaracely@live.com</p> <p>Carrera  Gastronomía</p> <p>MsC. Carlos Ortiz MsC. Francisco Guevara</p>
--------------------------------	---