



*Asesorías y Tutorías para la Investigación Científica en la Educación Puig-Salabarría S.C.  
José María Pino Suárez 400-2 esq a Lerdo de Tejada, Toluca, Estado de México. 7223498475*

RFC: ATI120618V12

**Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores.**

<http://www.dilemascontemporaneoseducacionpoliticayvalores.com/>

**Año: VII**

**Número: Edición Especial**

**Artículo no.:69**

**Período: Febrero, 2020.**

**TÍTULO:** Desarrollo de una línea de endulzantes como alternativa de aderezos para las preparaciones de la Cafetería Abasto Lounge en Pelileo.

**AUTORES:**

1. Dra. Tannia Cristina Poveda Morales.
2. Estud. Alex Vladimir Sánchez Guevara.
3. Estud. Josué Roberto Corral Naveda.
4. Estud. Kevin Adrián Proaño López.

**RESUMEN:** Abasto Lounge, situada en la ciudad de Pelileo, es una cafetería con una infraestructura y con un personal correctamente estructurado. Lo que se pretendió en el presente estudio es el desarrollo de una línea de endulzantes como alternativa de aderezos, y para lo descrito se inició con un análisis FODA, lo que permitió recopilar información necesaria para hacer viable la presentación de un nuevo endulzante multiusos. En base a un diagrama de flujo y la determinación del perfil del producto, se determinó la estandarización del mismo; esto permitió presentarlo para venta al público, como un producto sustituto multiuso, con beneficios adicionales y también innovador de sabores y aromas de las preparaciones de la cafetería “Abasto Lounge”.

**PALABRAS CLAVES:** innovación, calidad, endulzante alternativo y análisis sensorial.

**TITLE:** Development of a line of sweeteners as an alternative of dressings for the preparations of the Cafeteria Abasto Lounge in Pelileo.

**AUTHORS:**

1. Dr. Tannia Cristina Poveda Morales.
2. Stud. Alex Vladimir Sánchez Guevara.
3. Stud. Josué Roberto Corral Naveda.
4. Stud. Kevin Adrián Proaño López.

**ABSTRACT:** Abasto Lounge, located in the city of Pelileo, is a cafeteria with an infrastructure and a properly structured staff. What was intended in the present study is the development of a line of sweeteners as an alternative of dressings, and for this purpose, it began with a SWOT analysis, which allowed gathering information necessary to make the presentation of a new multi-purpose sweetener viable. Based on a flow chart and the determination of the product profile, its standardization was determined; this allowed it to be presented for sale to the public, as a multi-purpose substitute product, with additional and also innovative benefits of flavors and aromas from the preparations of the “Abasto Lounge” cafeteria.

**KEY WORDS:** innovation, quality, alternative sweetener and sensory analysis.

**INTRODUCCIÓN.**

La importancia del diseño de un producto dentro de una empresa radica en la diversificación de la misma, puesto que se extiende la gama de productos que se ofertan. Entre los mecanismos de incremento de las utilidades relacionados con el desarrollo de productos se pueden mencionar la adaptación de productos con el fin de reducir costos, aprovechamiento de mercados locales, aprovechar las oportunidades generadas por cambios de gustos y costumbres de los consumidores o

la detección de necesidades insatisfechas, adaptarse a las nuevas condiciones de la demanda producidas por la población considerada como clientes potenciales.

Teniendo en cuenta que existen varios proyectos similares realizados a nivel nacional e internacional, podemos notar que existen varias maneras de rediseñar los procesos operativos de las empresas gastronómicas. Existe un estudio en la ciudad de Oaxaca, México que “pretende mostrar si existe o no la necesidad de modificar los procesos y materia prima en el actual menú del restaurante La Nostalgia, con el rediseño del menú, procesos y productos se pretende el mejoramiento de la calidad del mismo y la optimización de recursos” (Mejía & Pliego, 2004), dicho esto para la cafetería “Abasto Lounge” sería de gran utilidad la modificación del menú basado en el cambio de materias primas por productos alternativos elaborados en el mismo establecimiento, endulzante multiuso.

En dichos estudios se puede encontrar también uno hecho en la ciudad de “Pereira, Colombia, el cual “intenta resaltar la importancia de la aplicación de un plan estratégico para la estandarización de procesos dentro de la empresa, además contiene un diagnóstico del restaurante Gyros & Bbq, analiza las secuencias de interacción entre los procesos de la empresa” (Rueda, 2014).

Teniendo en cuenta el trabajo descrito, se puede notar claramente que uno de los procesos a mejorar en una empresa es la estandarización de los procesos operativos de la empresa, el cual se quiere implementar en “Abasto Lounge” cafetería. Así se puede dar a notar que, reflejado en los antecedentes ya propuestos, sería de gran utilidad para la empresa a estudiar, el rediseño de los procesos operativos para “Abasto Lounge”.

En la actualidad, detectar tendencias es una forma de comprender lo que los consumidores están haciendo ahora y lo que pueden hacer en el futuro. Idealmente, esto es el inicio para crear nuevos productos, servicios y experiencias para anticipar esas tendencias y dar en el clavo con una idea que lleve al éxito seguro.

Una auto reflexión del por qué se buscan tendencias y una vez que las encuentra, abren un nuevo camino, por donde la innovación surge y nuevos productos se crean. En este caso, un endulzante sustituto y con la principal característica de ser multifuncional, viene siendo producto de la innovación con la necesidad de mejorar y perfeccionar, cierto tipo de preparaciones gastronómicas. Asegurando calidad tanto en el proceso de elaboración, como en el producto final.

El perfeccionamiento de la calidad es el objeto de estrategias de marketing orientadas al logro de un mejor servicio. Se trata de crear una propuesta de valor que se traduzca en una experiencia lo más satisfactoria posible (Marketing Gastronómico, 2011).

La calidad se ve plasmada en muy distintos aspectos: desde un balance saneado y una gestión racional hasta una mayor profesionalización. En este caso, el endulzante presentado, cumple con los requisitos previos a la elaboración de un producto, algo importante que se toma en cuenta con los beneficios adicionales, tales como el hecho de ser multiusos, bajo en calorías y a un precio módico. Todo esto se ve inmerso en el campo de la innovación gastronómica. Esto aporta puntos a favor del endulzante, asegurando una buena aceptación y rentabilidad posteriormente.

## **DESARROLLO.**

### **Métodos.**

Para determinar la factibilidad de la implementación del endulzante natural dentro de la cafetería, se implementó una encuesta a los clientes en base a la afluencia mensual siendo la muestra 30 clientes de Abasto Lounge, para determinar el grado de aceptación ante la propuesta presentada para mejorar tanto los platos, bebidas con la implementación del producto a estudiar. En dicha encuesta, se obtuvo que, el 85% de los individuos encuestados mostraron el respaldo a favor de que se implemente un nuevo producto al que ellos puedan acceder como clientes, así como también la modificación y perfeccionamiento de los platos y bebidas que están ofertados en la carta de “Abasto Lounge”

Cafetería; por tanto, en base a los resultados, se hizo evidente el grado de aceptación, y con esto se dio paso a la presentación de la propuesta, del producto y características ya definidas.

Se estableció un parámetro de compatibilidad mediante el uso de una ficha de observación con el fin de determinar que producto ofertado en la carta es compatible con la modificación que se buscó implementar, así como también, determinar que producto no ingresa dentro del grupo para aplicar dichos cambios. Dicho esto, y una vez aplicada la mencionada ficha, se estableció que los productos tales como: las bebidas de café, té, shakes, helados, aderezos y vinagretas, son los productos con mayor versatilidad y con una mayor perceptibilidad a los cambios.

Para definir las características organolépticas del producto en cuestión es necesario aplicar una evaluación sensorial, para determinar el contenido de la misma, por ende se aplicó la evaluación a tres muestras distintas, de las cuales la muestra denominada “E1”, obtuvo un mayor grado de aceptación, por lo tanto la misma fue seleccionada, perfeccionada y presentada como producto final, definiendo el perfil del producto, según el análisis planteado, el grupo objetivo se inclinó por la textura y sabor general, la muestra E1, la misma que está compuesta de agua stevia y piña. En base a estos resultados, se prosigió con la investigación, hasta culminar con el proceso de estudio.

<b>Preguntas</b>		<b>E1</b>	<b>E2</b>	<b>E3</b>	<b>Conclusión</b>
1	¿Cómo califica la apariencia del producto?	41%	38%	41%	variante E1 con mayor grado de aceptación
2	¿Qué tan útil considera al producto?	44%	39%	35%	variante E1 con mayor grado de aceptación por sus usos
23	¿Considera que el sabor es apropiado?	40%	36%	37%	Variante E1 con mejor sabor
4	¿Cómo califica la densidad del líquido?	38%	38%	38%	las tres variantes tienen la misma densidad, por ende, los resultados son similares
5	¿Una vez usado, como califica el aroma de la bebida?	46%	41%	40%	variante E1, tiene un mejor aroma

6	¿Una vez degustada la bebida, como considera la intensidad del sabor?	45%	36%	10%	variante E1 con mayor contracción de sabor
7	Que tan útil cree que sería el uso de este producto en la alimentación de los niños	43%	45%	38%	variante E2 mejor puntuada
8	Califique la intensidad con la que consumiría este producto	38%	38%	38%	las tres variantes con la misma puntuación

Tabla 1. Resultados del análisis sensorial. Fuente: elaboración propia.

\*E1 endulzante compuesto de piña, con un balance entre dulzor y acidez.

\*E2 endulzante compuesto de sandía, la cual era imperceptible.

\*E3 endulzante compuesto de piña, con una concentración de acidez muy alta

Esto permitió avanzar con la investigación, y asegurar con mayor precisión, la viabilidad del proyecto, dando un paso más de esta manera, a la aplicación de los cambios, modificando y mejorando las características organolépticas de los productos seleccionados, en base al endulzante multifuncional creado, con la intención de elevar la calidad de los platos y bebidas, innovando en un área poco estudiada. De esta manera, quedó demostrada la versatilidad del endulzante para complementar los sabores y aromas de las preparaciones dentro de la cafetería *Abasto Lounge*.

### **Resultados.**

Para lograr definir las necesidades de la empresa en cuestión, fue primordial generar estrategias potenciales, para determinar las acciones pertinentes para la mejora de la empresa en cuanto a la oferta, dicho esto es imprescindible la aplicación de una herramienta de diagnóstico DAFO, la cual pretende contra polar las oportunidades y amenazas contra fortalezas y debilidades de la empresa, de esta manera se logró identificar la necesidad de la innovación en la oferta que presenta la empresa mediante la creación de un endulzante natural multiusos, que potencie las características organolépticas de las preparaciones de la cafetería *Abasto Lounge*.

**Cuadro 1. Estrategias DAFO.**

DAFO	OPORTUNIDADES					AMENAZAS				
	Demanda nacional e internacional de establecimientos especializados y productos relacionados con el café	Acceso a medio masivos de difusión (WEB)	Impulso de turismo gastronómico por parte del Consejo Provincial de Tungurahua y MINTUR	Microclima adecuado para el cultivo de café en el sector.	Acceso a créditos para microempresas por parte de BANECUADOR	Bajos costos de la competencia	Nuevos negocios con oferta gastronómica similar, sin conocimiento técnico.	Cambios constantes en el medio ambiente	Saturación del mercado por la excesiva oferta relacionada, a los productos gastronómicos.	
FORTALEZAS	O1	O2	O3	O4	O5	A1	A2	A3	A4	
Infraestructura propia con capacidad de ampliación y remodelación.	F1	F1-O5: Adecuar el espacio de la cafetería, para transformarlo en una planta de producción, con visión de expansión a otras ciudades, accediendo aun crédito de BANEcuador.								
Calidad de los productos ofertados dentro del establecimiento.	F2	F2-O1: Crear una línea de productos de alta gama, enfocados a un mercado internacional.	F2-O4/O3: Desarrollar una marca de café, cultivado en microclima con apoyo de los agricultores de la zona en alianza con el MITUR para fomentar el turismo comunitario.			F2- A1/A2/A4: Diferenciar la empresa de la competencia mediante la implementación de normativas de calidad en la cual se garantice la inocuidad de todos los procesos y productos				
Estandarización de los procesos operativos, recetas	F3									
Formación académica del personal, tanto para el área de cocina y servicio	F4					F4-A1/A2: Desarrollar un plan de capacitaciones continuas para mejorar la experiencia del cliente, actualizar conocimientos y mantenerse a la vanguardia del mercado				
DEBILIDADES										
Falta de comunicación entre las áreas que componen la empresa	D1	D1-O2: Adquirir un sistema integrado online, en donde se facilite la comunicación entre los departamentos.								
Mala ubicación de las áreas que comprenden la empresa (cocina, bebidas,)	D2	D2-O5: Remodelar el área de producción, para hacerla funcional y con un enfoque a la estandarización de los espacios para el resto de sucursales previstas								
Mala distribución de las actividades del personal	D3	D3-O2: Realizar un manual de funciones para subirlo a una plataforma digital la cual tendrá acceso todo el personal.								
Falta de iniciativa por parte del personal, para potencializar el consumo de productos que se oferten en el establecimiento dentro el sector	D4					D4-A4: Crear una red de incentivos en la cual el personal por su rendimiento y compromiso con la empresa pueda escalar en la misma.				

**Fuente:** elaborado en base a Weihrich (1982)

Considerando las exigencias del mercado actual, fue imprescindible determinar las características principales del producto, tanto físicas como organolépticas, para la sustentación de su perfil como un endulzante, siendo los resultados del perfil probados en un medio líquido en relación de 1 parte por 1000 de líquido.

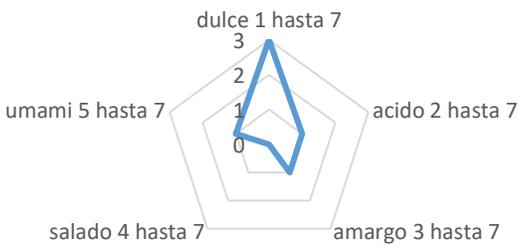
perfil del producto "endulzantes saborizados"				
	sabores basicos	escala referencial	escala del producto	observaciones
	dulce	1 hasta 7	3	dentro de la escala
	acido	2 hasta 7	1	menor intensidad a la referencia
	amargo	3 hasta 7	1	menor intensidad a la referencia
	salado	4 hasta 7	0	
	umami	5 hasta 7	1	menor intensidad a la referencia
	CARACTERISITCAS			
OLOR	caracteristico de la fruta			
COLOR	con la tonalidad de la fruta			
APARIENICA	color ligeramente brillante			
TEXTURA	densidad leve			
AROMA	fruta natural			
OTROS	leve nivel de acidez, dulzor aceptable			
PERFIL				
saborizante de frutas con una tonalidad ligera y brillante, aroma notable y caracteristico a fruta, dulzor aceptable nada astringente y ligeramente amarga por el stevia, la densidad es minima, con respecto a sabores basicos el dulce y amargor presenta un 2 en escala, acido 1 y 0,5 de salado y ausencia de umami, el retrogusto es amargo				
<p style="text-align: center;"><b>resultado</b></p> 				

Tabla 2. Perfil de producto. Fuente: elaboración propia.

Según el Servicio Ecuatoriano de Normalización (2011), plantea la regulación a la que se debe regir el rotulado de todo producto alimenticio de acuerdo a su categoría de consumo humano. Mediante la aplicación del mismo se detalla en el etiquetado, las características y contenido del producto además del contenido nutricional en base a una dieta de 2200 Kcal.

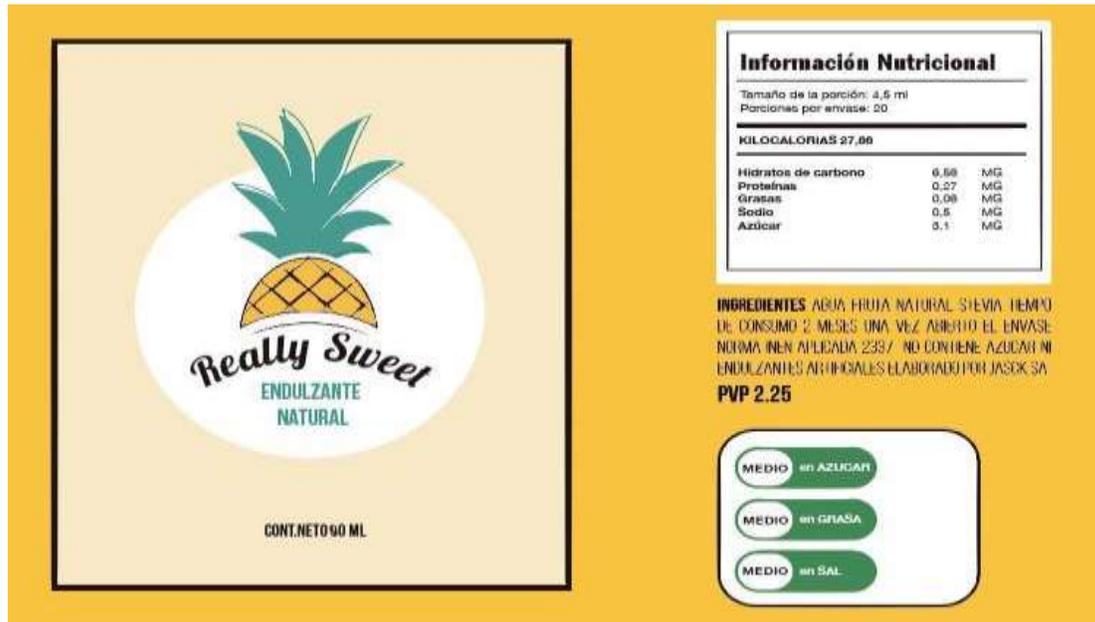


Ilustración 1. Etiquetado del producto. Fuente: elaboración propia.

La implementación de procedimientos operativos estandarizados es vital para la controlar y mantener la calidad del producto, desde un plano operativo es la base para la elaboración del producto, aportando el peso por porción, la manera de desinfección, las cantidades de los ingredientes y temperatura, siendo claves para la correcta elaboración del producto.

NOMBRE DE LA RECETA		ENDULZANTES SABORIZADOS HECHOS A BASE DE STEVIA		CATEGORIA		bebidas		N.PAX	
ESTUDIANTE		ALEX VLADIMIR SANCHEZ GUEVARA		FECHA		11 DE ENERO DEL 2019			
TIEMPO DE ALMACENAMIENTO			3 Días		TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO			0 °C - 5 °C	
METODO DESINFECCION EQUIPOS			CLORO ( 8 PPM)		PESO POR PORCION			450	
FOTOGRAFIA		PESO	U.MEDIDA	INGREDIENTES	MISE EN PLACE	COSTO R.	COSTO U.		
		20	GR	HOJA DE STEVIA		6.50	0.13		
		50	ML	AGUA		2.60	0.13		
		50	gr	piña		0.47	0.02		
		2	gr	Ácido cítrico		3.00	0.01		
		1	u	Envase con gotero		19.00	0.95		

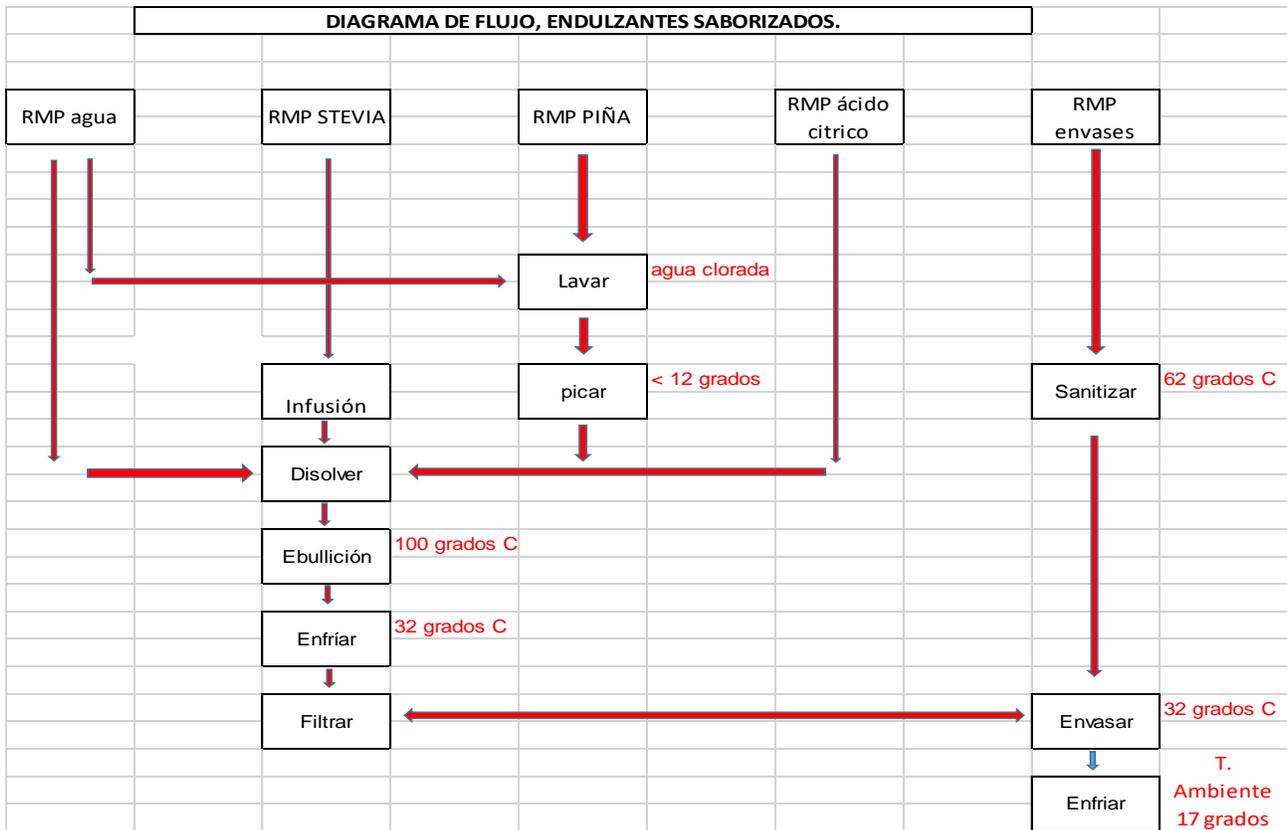
Tabla 3. Receta estándar. Fuente: elaboración propia.

El costo de producción del endulzante, es competitivo en relación al costo de otros similares, debido a su rendimiento en comparación a otros endulzantes y el azúcar, el precio pasa a ser una de sus principales potencias competitivas, esto indicó a su vez que, a más de ser un producto innovador, también genera una incidencia positiva en la economía de los clientes, una vez que el endulzante multiusos fue puesto a la venta.

Ingredientes	Peso gr	Costos		
		Costo Unitario	Peso Referencial	Costo real
Hoja de stevia	20	6,5	1000	0,13
Agua	50	2,6	4000	0,03
Piña	50	0,47	1000	0,02
Ácido cítrico	2	3	454	0,01
Envase con gotero	1	19	20	0,95
Etiqueta	1	11	100	0,11
		costo Unitario		1,26
		Mano de obra		0,09
		Costo de producción		0,17
		Utilidad 40%		0,50
<b>SUMA TOTAL</b>	90	IVA 12%		0,15
		PVP		2,17
<b>SUMA TOTAL KCAL</b>	27,86	precio de venta al público redondeado		2,25

Tabla 4. Costos de elaboración del endulzante. Fuente: elaboración propia.

Elaboración de un POES aplicando un diagrama de flujo del producto, permitió estandarizar los procesos de producción; de esta manera asegurando una buena optimización de recursos, así como también, garantizando calidad y el cumplimiento de las normas BPM durante el proceso de elaboración y empaque del producto, con esto, se dio un plus adicional al endulzante multiusos, llegando a generar más confianza en el consumidor.



Cuadro 2. Diagrama de flujo. Fuente: elaboración propia.

## CONCLUSIONES.

Se llega a la conclusión, que para determinar la aceptabilidad de un producto, es necesario un previo estudio donde se va a definir las características del mismo y así asegurar que el mismo va a generar rentabilidad.

Una vez terminado el proceso de estudio, se concluye que desarrollar un producto es más que solo crearlo, detrás de esto viene un proceso completo en cuanto al estudio de factibilidad, determinación del perfil del producto, y perfeccionamiento de las características físicas y organolépticas del mismo. Se concluye que, en la actualidad desarrollar un producto, tiene mucha influencia en cuanto al impacto que este vaya a tener en la población, es decir, más allá de satisfacer necesidades, también busca crear conciencia social como un plus, dentro de los beneficios que el producto presentado ofrece.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

1. Marketing Gastronómico. (10 de marzo de 2011). Innovaciones y tendencias gastronómicas. Escuela online de marketing gastronómico. Recuperado de:  
<http://marketinggastronomico.com/innovaciones-y-tendencias-gastronomicas-2011/>
2. Mejía, A. (2004). Propuesta de Modificaciones al Menú en el Restaurantel la Nostalgia en la Ciudad de Oaxaca. Tesis de Licenciatura Administración de Hoteles y Restaurantes. Universidad de las Américas Oaxaca.
3. Rueda, A.F. (2014). Definición de Procesos, levantamiento de procedimientos y manuales de funciones Gyros & BBQ. Pereira, Colombia: Repositorio Universidad Católica de Pereira.
4. Servicio Ecuatoriano de Normalización. (2011). NTE INEN 1334-3 Rotulado de productos alimenticios para consumo humano. Parte 3. Requisitos para declaraciones nutricionales y declaraciones saludables. Recuperado de: [https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/07/ec.nte\\_.1334.3.2011.pdf](https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/07/ec.nte_.1334.3.2011.pdf)
5. Weihrich, H. (1982). The TOWS Matrix: A Tool for Situational Analysis. *Long Range Planning*, 15(2), pp.54-66.

## BIBLIOGRAFÍA.

1. Kuklinski, C. (2003). Nutrición y Bromatología. México: Omega.
2. Manene, L.M. (2011). Diagramas de flujo: su definición, objetivo, ventajas, elaboración, fases, reglas y ejemplos de aplicaciones. Recuperado de:  
<http://www.luismiguelmanene.com/2011/07/28/los-diagramas-de-flujo-su-definicion-objetivo-ventajas-elaboracion-fases-reglas-y-ejemplos-de-aplicaciones/>
3. Porter, M. (1980). Estrategia Competitiva. México: Editorial Patria.

4. SIMA. (2017). Mantenimiento Preventivo. Recuperado de:

<http://www.mantenimientoplanificado.com/j%20guadalupe%20articulos/MANTENIMIENTO%20PREVENTIVO%20parte%201.pdf>

5. Teitelbaum, D.T (2009). Farmacología básica y clínica. México: McGraw-Hill-Lange

#### **DATOS DE LOS AUTORES.**

1. **Tannia Cristina Poveda Morales.** Doctora en Ciencias Técnicas. Docente de la Carrera de Gastronomía. Facultad de Dirección de Empresas. Universidad Regional Autónoma de los Andes, UNIANDES, Matriz Ambato-Ecuador. E-mail: [ua.tanniapoveda@uniandes.edu.ec](mailto:ua.tanniapoveda@uniandes.edu.ec)

2. **Alex Vladimir Sánchez Guevara.** Estudiante de la carrera Gastronomía. Facultad de Dirección de Empresas. Universidad Regional Autónoma de los Andes, UNIANDES, Matriz Ambato-Ecuador. E-mail: [alxsanz97@gmail.com](mailto:alxsanz97@gmail.com)

3. **Josué Roberto Corral Naveda.** Estudiante de la carrera Gastronomía. Facultad de Dirección de Empresas. Universidad Regional Autónoma de los Andes, UNIANDES, Matriz Ambato-Ecuador. E-mail: [josueco.95@gmail.com](mailto:josueco.95@gmail.com)

4. **Kevin Adrián Proaño López.** Estudiante de la carrera Gastronomía. Facultad de Dirección de Empresas. Universidad Regional Autónoma de los Andes, UNIANDES, Matriz Ambato-Ecuador. E-mail: [keadprolo@hotmail.com](mailto:keadprolo@hotmail.com)

**RECIBIDO:** 8 de enero del 2020.

**APROBADO:** 20 de enero del 2020.