


Adobo con productos endémicos: niveles de aceptación en centros gastronómicos¹

*Adobo with endemic products: levels of
acceptance in gastronomic centers*

 <https://doi.org/10.52948/sosquua.v3i1.411>

MAYRA ESPINOZA ARAUZ

 <https://orcid.org/0000-0003-1207-9804>

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí (Ecuador)
espinoza@uleam.edu.ec

FRANK ÁNGEL LEMOINE-QUINTERO

 <https://orcid.org/0000-0001-8885-8498>

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí (Ecuador)
fleimoine1964@gmail.com

LILIA MONSERRATE VILLACÍS-ZAMBRANO

 <https://orcid.org/0000-0002-2888-6363>

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí (Ecuador)
iviza@hotmail.com

WILLIAM RENÁN MENESES PANTOJA

 <https://orcid.org/0000-0001-8080-9990>

william.pantoja@uleam.edu.ec

Artículo de investigación

Recepción: 6 de abril de 2021

Aceptación: 19 de julio de 2021

Cómo citar este artículo

Espinoza Arauz, M., Lemoine-Quintero, F., Villacís-Zambrano, L., y Meneses Pantoja, W. (2021). Adobo con productos endémicos niveles de aceptación en centros gastronómicos. *Sosquua*, 3(1) 9-19. <https://doi.org/10.52948/sosquua.v3i1.411>

¹ Proyecto de Vinculación con la Sociedad: "Los Passaos": Emprendiendo con historia en comunidades del cantón San Vicente. Proyecto de Investigación I+D+i: Diseño de una ruta Histórica-Arqueológica de los cantones Sucre, San Vicente, Jama y Pedernales y Aplicación del Marketing Experiencial en la creación, promoción, difusión y posicionamiento post terremoto de la nueva imagen de los destinos turístico Sucre-San Vicente, Jama y Pedernales.

Resumen:

El presente estudio persiguió el objetivo de realizar un diagnóstico referente al nivel de preferencias de adobos a partir del fruto de la grosella en carnes rojas, para elevar los niveles de satisfacción en consumidores turísticos de los locales gastronómicos de la localidad de San Vicente, provincia Manabí, en Ecuador. A través de lo analítico descriptivo se concibió testificar los niveles de aceptación de los condimentos en el sector gastronómico como parte de la cultura alimentaria de la comunidad. Los resultados de la encuesta permitieron asegurar que el 70% de la población aceptaría el adobo de grosella para condimentar carnes rojas por su peculiar sabor agri dulce. Se concluye que es pertinente tomar en consideración los resultados obtenidos más representativos para considerar la efectividad de las estrategias propuesta en el estudio.

Palabras clave: gastronomía; consumidores turísticos; diagnóstico; estrategias; condimentos.

Abstract:

The present study pursued the objective of making a diagnosis regarding the level of preferences of marinades from the fruit of the currant in red meat to raise the levels of satisfaction in tourist consumers of the gastronomic places of the town of San Vicente, Manabí province in Ecuador. Through descriptive analysis, it was conceived to testify the acceptance levels of condiments in the gastronomic sector as part of the community's food culture. The results of the survey made it possible to ensure that 70% of the population would accept currant marinade to flavor red meat due to its peculiar sweet and sour taste. It is concluded that it is pertinent to take into account the most representative results obtained to consider the effectiveness of the strategies proposed in the study.

Keywords: gastronomy; tourist consumers; diagnosis; strategies; condiments.

Introducción

En la actualidad muchos son los emprendimientos que desarrollan e innovan productos gastronómicos, así como la relacionada con condimentar los alimentos, también a causa de la demanda de sabores que satisfagan la demanda de comensales con diferentes gustos. La diversidad de estos productos va más allá de las expectativas de los consumidores, pero muchos de ellos tienen un fundamento desde su concepción cultural o ancestral. En Latinoamérica, por sus peculiaridades y particularidades en biodiversidad, el emprendimiento representa un protagonismo y Ecuador está inmerso en este tipo de acciones.

Ecuador presenta una variedad de condimentos, aliños y adobos. La cocina nacional posee una extensa combinación de productos propios y ajenos. Entre las especias más utilizadas se encuentran el comino (*Cuminum cyminum*), ingrediente básico en gran parte de platillos ecuatorianos; así también, el ají (*Capsicum annum*), achiote (*Bixa orellana*), maní (*Arachis hypogaea*), chillangua (*Eryngium foetidum*), sal prieta (condimento a base de maní). Por último, los adobos se preparan según la cultura y regiones (Alava, 2020).

Además, se tiene que reconocer que la gastronomía ecuatoriana se ha visto enriquecida por la pluriculturalidad, la diversidad de climas, así como la variedad de especias y productos que existen en el país. También, la herencia tanto indígena como europea ha cimentado un sincretismo que se centra en la sazón y creatividad constantemente renovada a través de las nuevas generaciones de cocineros y comensales. A esta combinación tan singular se la ha definido como Comida Criolla (Ministerio de Turismo de Ecuador, 2012).

Las cuatro regiones del país, como costa, sierra, amazonia e insular, se han convertido en polos gastronómicos. Han marcado a nivel de producto el reconocimiento y el prestigio de la oferta por sus cualidades en la elaboración y presentación, mismas que han incidido a nivel sensorial en los consumidores turísticos. Allí se han realizado múltiples estudios para garantizar la seguridad de turistas y una estancia de acuerdo con sus expectativas (Montesdeoca et al., 2018).

El actual trabajo presenta un nuevo tipo de producto, el cual es adobo de grosella de la variedad *Phyllanthus acidus* para carnes rojas, misma que tiene un sabor agrídulce y concentrado que mezclado con otros ingredientes secretos ayuda a conservar los alimentos y condimentar a la vez. Los adobos se crearon con el fin de conservar la carne durante varios días e incluso hasta meses. En la antigüedad era difícil preservar estos alimentos debido a que no contaban con métodos de refrigeración. Actualmente los métodos de refrigeración han revolucionado el mercado gastronómico y con la inclusión de los adobos se puede consumir la carne en buenas condiciones, guardarla por más tiempo, mantener su sabor y conservar su calidad. Esto influyó mucho en la forma de uso y consumo de carnes (Vásquez, 2018).

El origen del adobo se considera incierto, ya que nacieron de la necesidad de conservar alimentos, sin embargo, se ha establecido que tuvo un fuerte desarrollo en la edad media. Asimismo, la grosella (*Phyllanthus acidus*) es el fruto de las distintas variedades de groselleros, arbustos de hasta dos metros de altura, de la familia de las Saxifragáceas, plantas herbáceas y leñosas que crecen espontáneamente en regiones templadas. Por otro lado, los lugares donde se pueden extender la producción de grosella en Ecuador son principalmente Quinindé, Santo Domingo de los Colorados, Quevedo, el Triunfo, la región Amazónica, entre otras. A pesar de que es un fruto que tiene una variedad de beneficios para el cuerpo humano, en Ecuador no se ha explotado en grandes cantidades (Avilés et al., 2010).

La grosella (*Phyllanthus acidus*) no posee un valor calórico elevado debido a su escaso aporte de hidratos de carbono. Son especialmente ricas en vitamina C, aún más que algunos cítricos. Son buena fuente de fibra y ayudan al buen funcionamiento del tránsito intestinal y son fuente de potasio, fósforo, sodio, calcio y magnesio. Sin embargo, lo que caracteriza a estas frutas es su abundancia de pigmentos naturales de acción antioxidante (Cabezas, 2012). Además, las grosellas contienen 90% de agua, mucha fibra y no tiene casi calorías, es muy beneficioso para la salud (Orellana, 2016).

Entre las características principales de la grosella se encuentra el sabor, el cual se presenta como agridulce y es apta para el procesamiento agroindustrial debido a sus características fisicoquímicas. El país tiene una variedad interesante de especias y condimentos, pero una limitada oferta de productos gourmet. Para la preparación de carnes rojas a la parrilla, solo una o dos marcas de condimentos y adobos protagonistas a nivel nacional se han preocupado de innovar en recetas y productos de cocina para que los hogares ecuatorianos y turistas puedan contar con comida de alta calidad gourmet. Sin embargo, esta no cubre todo el territorio, dejando un margen para futuros productos, por la carencia de estos a nivel nacional.

La extensión de Bahía de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, dentro de sus funciones formativas, académicas e investigativa, en conjunto con el departamento de investigación y el área de vinculación con la sociedad; busca desarrollar emprendimientos que aporten al desarrollo comunitario de los cantones Sucre-San Vicente-Jama-Pedernales.

El cantón San Vicente cuenta con una superficie 709.42 Km². Su principal actividad es la agricultura, silvicultura, ganadería y la pesca que representa 35.7% a nivel de actividad. Es seguido por su segunda rama: la actividad de comercio al por mayor, por menos con un 11.85%. Por último, con un 5.5% están las actividades de alojamientos y servicios de comidas de un total de 23 ramas de actividades reconocidas por el Instituto Nacional de Censo y Viviendas del Ecuador (Lemoine et al., 2017).

Los cultivos de grosellas forman parte de arbusto ornamentales en la zona urbana y en la zona rural se encuentran disperso entre otros arbustos y pasan desapercibidos por lo general. Por tanto, teniendo presente sus cualidades de mejorar el funcionamiento del sistema digestivo, el sistema circulatorio, nervioso y muscular, se pretende elaborar un producto de adobo para carnes que permita ofrecer una alternativa de sabores.

El poco aprovechamiento de la demanda oculta de los dueños de negocios de parrillas en la zona urbana del cantón San Vicente, al no aumentar la variedad de sabores y la utilización de nuevos condimentos en la preparación de sus carnes rojas al grill, permite enunciar que una de las deficiencias actuales es la carencia de variedad de sabores cítricos y afrutados en los ingredientes del adobe de carnes rojas. Como consecuencia, no se satisface totalmente los gustos de los consumidores del área urbana de San Vicente, en su búsqueda de este tipo de sabores, principalmente en los locales o asaderos ubicados en las comunidades que acentúe la gastronomía manabita a nivel sensorial de los consumidores turísticos.

El objetivo del estudio es desarrollar un diagnóstico del uso del adobo a base de grosella para carnes rojas en los centros gastronómico y medir niveles de preferencia en consumidores de la zona urbana del cantón San Vicente, Ecuador. La investigación busca detectar una demanda no satisfecha, dejando información relevante, que permita a pequeños emprendimientos satisfacer la demanda de los grupos de consumidores habituales de parrillas, los cuales suelen ser locales o foráneos atraídos por la cocina tradicional.

Por todo lo antes expuesto, la región costa del Ecuador tiene un marcado reconocimiento de su gastronomía, donde la provincia de Manabí es la que goza en prestigiosos platos a base de carnes y mariscos; además de una agricultura diversa que aporta significativamente a un mejor servicio gastronómico (Lemoine, Reyes y Valls, 2019).

Metodología

Aunque hay una variedad aceptable de adobos en el mercado, es indudable que en las diferentes regiones del país hay costumbres, especias y condimentos diferentes. Esto provoca que un mismo plato tenga variaciones, entre provincias y ciudades. Por esa razón es interesante para esta investigación que se identifique la preferencia de adobos para carnes rojas.

El método analítico descriptivo permitió determinar la preferencia del consumidor promedio de carnes a la parrilla y la preferencia de los niveles de intensidad de sabores, a partir de un nuevo ingrediente en la elaboración de un adobo para la preparación de carnes rojas. Dentro de las técnicas de investigación se utilizará la técnica de las encuestas y será procesada por el software estadístico SPSS versión 21.0.

Se han tomado en cuenta a los restaurantes existentes en la zona objeto de estudio de acuerdo con su ubicación para obtener un público al cual encuestar, es decir, los establecimientos son la vía para llegar a los elementos de estudio. La población fue de 139.204 (Ministerio de Turismo de Ecuador, 2018). En ese sentido, se procede a utilizar un método de muestreo por conveniencia, el cual permite obtener la información necesaria aún bajo las condiciones y restricciones a causa del COVID-19. Según lo establecido al momento de emplear la fórmula estadística para obtener la muestra, se determina que hay que encuestar a 383 personas.

Resultados

Estudio a nivel de servicios gastronómicos.

En el cantón de San Vicente existe un total 66 locales que brindan servicios de gastronomía categorizados en cuatro grandes grupos denominados en restaurantes, picanterías, asaderos y comidas rápidas. El 65% de los locales representan a los restaurantes, el 17% los servicios de picanterías, un 14% los servicios de comidas rápidas y el 5% los asaderos que por lo general solo brindan el servicio de pollos. En la tabla 2 se muestra el nivel de representatividad a nivel de las 3 parroquias existente en el cantón.

Tabla 1. Nivel de representatividad de la actividad gastronómica

Categorías de servicios	San Vicente	Briseño	Canoa
Restaurantes	17	10	16
Picanterías	3	0	8
Asadero	2	0	1
Comidas Rápidas	4	0	5
Totales	26	10	30

Fuente: elaboración propia.

Como se denota, la parroquia de Canoa representa el 45% de restaurantes ubicados en el cantón, seguido por la parroquia de San Vicente con un 39% y Briseño, el más pequeño en población, representa el 15% del total de servicios gastronómico a nivel de cantón. De acuerdo con estos porcentos se determinarán de la muestra calculada el total de encuestas que se aplicará en cada una de las parroquias: en Canoa a 174, San Vicente a 151 y Briseño 61 personas.

Presentación y análisis de resultados de la encuesta.

El modelo de encuesta empleada en esta investigación se conformó con una encuesta estructurada, que contaba con 15 preguntas, de las cuales se detallan las más destacadas. Estas fueron diseñadas y aprobadas por especialistas en el área de la carrera de hotelería y turismo de la extensión Bahía de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí (ULEAM), según el análisis e interpretación de la preferencia del adobo de carnes, se encuentran los siguientes valores.

La pregunta referente al consumo de carnes rojas de 383 encuestados, el 99% respondió afirmativamente consumirla. Solo el 1% de la población objeto de estudio no la consume. Esto indica que existe un alto consumo de carne roja en la población encuestada y la consideran dentro de sus alimentos. Por lo tanto, el uso de los condimentos en la preparación de las carnes rojas que son de sus preferencias, cuyos resultados se muestran a continuación en la tabla 2.

Tabla 2. Condimentos que prefiere en la preparación de carnes rojas

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Sazón	101	26%
ILE	72	18%
Maggi	68	17%
Sumeza	8	2%
Los Andes	120	30%
Gustadina	8	2%
Ninguno	17	4%
Total	394	100%

Fuente: elaboración propia.

Como se observa, la marca Los Andes es la más preferida por los comensales, respecto al adobo en las carnes rojas que representó el 30% de los encuestados; seguida por la sazón que figuró el 26% de preferencia y las marcas ILE y Maggi que representaron el 18% y 17% de preferencias en los adobos. Es importante indicar que el 95% de los encuestados le gusta algún condimento que adobe las carnes rojas.

Otra respuesta que arrojó resultados relevantes fue la pregunta relacionada con la preferencia de los sabores en el adobo que degusta. Allí se hizo hincapié en los sabores ácidos, agridulces, amargo, afrutado y otros. Así, se midió a las preferencias en la intensidad del sabor utilizando 3 escalas de intensidad las cuales mencionaron que prefieren un adobo: bajo, medio o alto en diferentes niveles anteriormente enunciados, cuyos resultados se muestran en la tabla 3.

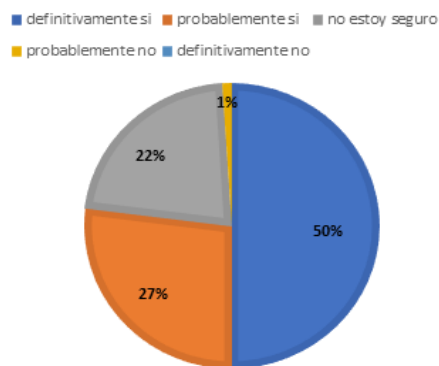
Tabla 3. Preferencias en sabores de los adobos

Alternativa	Bajo	Porcentaje	Medio	Porcentaje	Alto
Acido	15	19%	5	1%	0
agridulce	11	14%	260	45%	0
amargo	10	13%	1	0%	0
afrutado	40	50%	187	32%	0
otros	4	5%	124	21%	0
Total	80	100%	577	100%	0

Fuente: elaboración propia.

Los encuestados manifestaron que la intensidad del sabor en sus degustaciones es baja o media; hecho a tomar en cuenta en la elaboración del adobo. Además, como se observa en la tabla anterior, los resultados favorecieron a los sabores con intensidad media donde el 45% de los encuestados prefiere lo agridulce. Por otra parte, el 50% eligen lo afrutado con niveles de intensidad bajo, aunque un 32% los escoge medio. En esta respuesta se distingue que el 95% los encuestados prefiere intensidad de sabor baja, mientras que el 78% de los encuestados prefiere intensidad de sabor medio. Asimismo, se puede mencionar que sumadas la intensidad baja y media de agridulce es del 59% y afrutado 82%.

Por consiguiente, en la pregunta referente a la aceptación del consumo de carnes rojas con un nuevo condimento a partir del sabor agridulce, el 76% respondió afirmativamente y solo un 24% se manifestó negativamente en la elección de su respuesta. Así como también la respuesta referente a si la existencia de un producto a base de grosella tendría niveles de aceptación en la población objeto de estudio, arrojó resultados positivos tal y como se muestra en el siguiente gráfico.

Figura 1. Niveles de aceptación del adobo de grosella.

Fuente: elaboración propia.

Es importante reconocer que el 50% de la población elegiría el producto basado en grosella; aunque un 27% muestra inseguridad en elegirlo, debido a que prefiere experimentarlo en su consumo. Otro 22% no está seguro pero también muestra interés a nivel sensorial por la elección de la respuesta denotando que se tiene que desarrollar estrategias efectivas que permitan ubicar el producto a nivel emocional de los consumidores y a desarrollar degustaciones. Por último, un 1% no lo tendría como opción de elegirlo.

Estrategias a nivel de producto.

Los resultados de la encuesta aplicadas permitirían desarrollar estrategias para la comercialización del adobo de grosellas partiendo de:

1. Desarrollo de marca e imagen efectiva del producto.
2. Desarrollar degustaciones y exposiciones del producto en las ferias gastronómicas de la localidad objeto estudio.
3. Desarrollar estudio de factibilidad y aceptabilidad a nivel de sector gastronómico.
4. Desarrollo de estrategias publicitarias en función del adobo de grosella.

Conclusiones

Se puede mencionar que los resultados dieron a conocer que la población objeto de estudio tienen un porcentaje alto de consumo de carnes rojas, especialmente a la parrilla. Las preferencias de los consumidores de carnes rojas están basadas en enriquecer el sabor por medio de adobos. Por ello, existen varios fabricantes de dichos adobos, quienes tienen alto índice de preferencia debido a las campañas publicitarias. De hecho, la marca Los Andes lleva muchos años en el mercado ofreciendo esta línea de productos, es decir, ya es conocida y está consolidada en el mercado. Cabe recalcar que cada uno de los fabricantes utilizan diferentes ingredientes para conseguir su receta de adobo, es por esa razón que son diferentes uno de otro.

Se destaca que para elaborar los adobos se emplean diferentes ingredientes y son estos los que permiten diferenciarse uno de otro. Los adobos son parte importante de la gastronomía Manabita. Por ello, para su elaboración se utilizó la grosella como ingrediente diferenciador. Por tanto, si se compara con otros adobos, cada uno de estos tiene un ingrediente estrella.

En el caso de este estudio, las características que se tomaron en cuenta fueron la intensidad del sabor, consiguiendo datos claves que permiten llegar a la conclusión que los sabores agrisulce y afrutado son los preferidos, sabiendo que la grosella precisamente tiene ambas características. Entonces, el adobo de grosella tiene alto porcentaje de preferencia, puesto que no

existe en el mercado un producto con características similares desde el punto de vista del sabor.

Al tratarse el adobo de grosella, es un producto nuevo en el mercado; además, no tiene campañas publicitarias para darse a conocer, como lo han hecho los fabricantes de los adobos existentes en el mercado, quienes tienen presupuesto destinado a este aspecto. Sin embargo, hay un porcentaje que corresponde a la mitad de los encuestados, que a pesar de no conocerse el adobo de grosella de forma previa o por cualquier otro medio comunicativo, están dispuestos a elegirlo, puesto que su sabor ha sido el preferido entre los otros existentes en el mercado. De esta manera se concluye que, como se mencionó, sería importante realizar otras acciones paralelas relacionadas con la comunicación del adobo de grosella para que incremente el porcentaje de personas que prefieran dicho producto.

Referencias bibliográficas

- Avilés, R., Catuto, G., Noblecilla, M. y González, V. (2010). *Proyecto de inversión para la producción y comercialización de una bebida natural a base de grosella en la ciudad de Guayaquil*. Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL).
- Cabezas, M. (2012). *Propiedades nutritivas y aplicación de la grosella en la preparación de postres. Propuesta de Menú*. Quito [Trabajo de grado, Universidad Iberoamericana del Ecuador]. [www.http://repositorio.unibe.edu.ec/bitstream/handle/123456789/112/CABEZAS%20RODRIGUEZ%20MARIA%20FERNANDA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.unibe.edu.ec/bitstream/handle/123456789/112/CABEZAS%20RODRIGUEZ%20MARIA%20FERNANDA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Dalia Alava, M. C. (2020). *Estudio organoléptico para la elaboración de adobos a base de destilado de caña de azúcar (currincho) en producto cárnicos* [Trabajo de grado, Universidad de Guayaquil] <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/49541/1/BINGQ-GS-20P32.pdf>
- Lemoine, F., Delgado, K., Carvajal, G. y Alcívar, V. (2017). La percepción sobre sustentabilidad del turismo en El Cantón San Vicente. *Revista Magazine de las Ciencias*, 2(2), 23-38.
- Lemoine, F., Reyes, I. y Valls, W. (2019). Sostenibilidad de los servicios hoteleros en su entorno sociocultural. Bahía de Caraquez, Ecuador 2017. *Revista de Ocio y Turismo*, 13(1), 40-50.
- Ministerio de Turismo de Ecuador. (2012). *Ecuador Culinario. Saberes y sabores*. Ministerio de Turismo del Ecuador. <https://issuu.com/direcdigital/docs/gastronomiaii>
- Ministerio de Turismo de Ecuador. (2018). *Movimientos Internos: GEOVIT*. <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-19-17-01-51/movimientos-internos-geovit>
- Montesdeoca, M. G., Lemoine, F. Á., Zamora, Y., Zambrano, J. y Álvarez, M. (2018). La seguridad turística e impacto social en comunidades del Cantón San Vicente: caso playa "Los Perales". *Revista Científica Multidisciplinaria Mikarimin*, 4(2), 35-47.
- Orellana, J. (2016). *Estudio de factibilidad para la creación de una planta industrial procesadora de mermelada de grosella ubicada en la ciudad de Machala provincia de el Oro, dirigido al mercado de España* [Proyecto de grado, Universidad Técnica de Machala] <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/7008/1/TUACE-2016-CI-CD00004.pdf>
- Vásquez, E. (2018). *Elaboración de adobos estandarizados para carnes blancas y rojas empleando la guayaba (Psidium guajava), fruto nativo rojas empleando la guayaba (Psidium guajava), fruto nativo tropical* [Trabajo de grado, Universidad Iberoamericana del Ecuador]. <http://repositorio.unibe.edu.ec/bitstream/handle/123456789/165/VASQUEZ%20LANAS%20ELIZABETH%20MISHEL.pdf?sequence=1&isAllowed=y>