

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO SUDAMERICANO



INSTITUTO TECNOLÓGICO  
**SUDAMERICANO**  
*Hacemos gente de talento!*



**GASTRONOMÍA**  
TECNOLOGÍA SUPERIOR

TECNOLOGÍA SUPERIOR EN GASTRONOMÍA

“MACERACIÓN DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS CON FRUTAS Y HIERBAS  
AROMÁTICAS PARA POTENCIALIZAR MATERIAS PRIMAS LOCALES EN  
LA COCTELERÍA DE “CUBIC BAR”, LOJA 2022.”

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL  
TÍTULO DE TECNOLOGÍA SUPERIOR EN GASTRONOMÍA

**AUTOR:**

Erikc Fernando Sarango Ribera

**DIRECTOR:**

Lic. Saúl Bolagay Larrea.

Loja, 16 de Mayo de 2022

## **CERTIFICACIÓN**

Loja, 01 Abril de 2022

Lic. Saul Andrés Bolagay Larrea

DOCENTE TUTORA DE PROYECTO DE TITULACIÓN

CERTIFICA:

Que el señor, Erikc Fernando Sarango Ribera ha cumplido al 100% los requerimientos del proceso de proyecto de titulación denominado: **“MACERACIÓN DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS CON FRUTAS Y HIERBAS AROMÁTICAS PARA POTENCIALIZAR MATERIAS PRIMAS LOCALES EN LA COCTELERÍA DE “CUBIC BAR”, LOJA 2022.”** es cuanto puedo certificar en honor de la verdad.

Atentamente,

Lcda. Saul Andrés Bolagay Larrea

DOCENTE TUTOR

## **AUTORÍA**

Yo Erikc Fernando Sarango Ribera, declaro ser autor del presente proyecto investigativo y eximo expresamente al Instituto Superior Tecnológico Sudamericano de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente, acepto y autorizo al Instituto Superior Tecnológico Sudamericano de Loja la publicación de mi proyecto investigativo en el repositorio institucional y biblioteca virtual.

---

**Erikc Fernando Sarango Ribera**

**CI. 1105124372**

## **DEDICATORIA**

El presente proyecto de investigación está dedicado principalmente a Dios, por ser el inspirador y darnos fuerza para continuar en este proceso de obtener uno de los anhelos más deseados especialmente, a mis Raúl Sarango y María Ribera los cuales siempre me brindaron su apoyo, su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años, gracias a ustedes que estuvieron junto a mí en mi proceso de estudio

A mis hermanos y cuñadas por estar siempre presentes, acompañándome y por el apoyo moral, que me brindaron a lo largo de esta etapa, A mi tía Itamar, abuelitas y a toda mi familia porque con sus, consejos y palabras de aliento hicieron de mí una mejor persona y de una u otra forma me acompañan en todos mis sueños y metas.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por regalarme cada día para continuar con mi vida y sobre todo para ir descubriendo día tras día mis aptitudes y poder llegar a ser mejor durante mi lapso de tiempo en la vida.

Así también agradezco al Instituto Superior Tecnológico Sudamericano por implementar la carrera de Gastronomía y permitir así que los estudiantes se formen académica y profesionalmente dentro de este ámbito.

Un agradecimiento especial a mis docentes quienes con la enseñanza de sus valiosos conocimientos hicieron que pueda crecer día a día como profesional, gracias a cada una de ustedes por su paciencia, dedicación, apoyo incondicional y amistad

## **ACTA DE DERECHOS**

Conste por el presente documento la Cesión de los Derechos de proyecto de investigación de fin de carrera, de conformidad con las siguientes cláusulas:

PRIMERA. - Por sus propios derechos; el Lic. Saul Andrés Bolagay Larrea en calidad de director del proyecto de investigación de fin de carrera; y Erikc Fernando Sarango Ribera, en calidad de autor del proyecto de investigación de fin de carrera; mayores de edad emiten la presente acta de cesión de derechos.

SEGUNDA. – Erikc Fernando Sarango Ribera, realizó la Investigación titulada “Maceración de bebidas alcohólicas con frutas y hierbas aromáticas para potencializar materias primas locales en la coctelería de “cubic bar”, Loja 2022.”

Para optar por el título de Tecnólogo en Gastronomía, en el Instituto Superior Tecnológico Sudamericano de Loja, bajo la dirección del el Lic. Saul Andrés Bolagay Larrea.

TERCERA. - Es política del Instituto que los proyectos de investigación de fin de carrera se apliquen y materialicen en beneficio de la comunidad.

CUARTA. - Los comparecientes el Lic. Saul Andrés Bolagay Larrea, en calidad de director del proyecto de investigación de fin de carrera y Erikc Fernando Sarango Ribera como autor, por medio del presente instrumento, tienen a bien ceder en forma gratuita sus derechos de proyecto de investigación de fin de carrera

“Maceración de bebidas alcohólicas con frutas y hierbas aromáticas para potencializar materias primas locales en la coctelería de “cubic bar”, Loja 2022.”

Y conceden autorización para que el Instituto pueda utilizar esta investigación en su beneficio y/o de la comunidad sin reserva alguna.

QUINTA. Aceptación. - Las partes declaran que aceptan expresamente todo lo estipulado en la presente cesión de derechos. Para constancia suscriben la presente cesión de derechos, en la ciudad de Loja, 01 de abril de 2021.

---

Lic. Saul Andrés Bolagay Larrea

TUTOR

C.I. 0603454398

---

Erikc Fernando Sarango Ribera

AUTOR

C.I. 1105124372

## **DECLARACIÓN JURAMENTADA DE AUTORIA DE LA INVESTIGACIÓN**

Loja, 01 abril, 2022

**Nombres:** Erikc Fernando

**Apellidos:** Sarango Ribera

**Cédula de Identidad:** 1105124372

**Carrera:** Gastronomía

Semestre de ejecución del proceso de titulación: octubre 2021 – marzo de 2022

Tema de proyecto de investigación de fin de carrera con fines de titulación:  
**“MACERACIÓN DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS CON FRUTAS Y HIERBAS AROMÁTICAS PAR POTENCIALIZAR MATERIAS PRIMAS LOCALES EN LA COCTELERÍA DE “CUBIC BAR”, LOJA 2022.”.**

En calidad de estudiante del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano de la ciudad de Loja;

Declaro bajo juramento que:

1. Soy autor del trabajo intelectual y de investigación del proyecto de fin de carrera.
2. El trabajo de investigación de fin de carrera no ha sido plagiado ni total ni parcialmente, para la cual se han respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas.
3. El trabajo de investigación de fin de carrera presentada no atenta contra derechos de terceros.
4. El trabajo de investigación de fin de carrera no ha sido publicado, ni presentado anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.



5. Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falsificados, ni duplicados, ni copiados. Las imágenes, tablas, gráficas, fotografías y demás son de mi autoría; y en el caso contrario aparecen con las correspondientes citas o fuentes.

Por lo expuesto; mediante la presente asumo frente al INSTITUTO cualquier responsabilidad que pudiera derivarse por la autoría, originalidad y veracidad del contenido del trabajo de investigación de fin de carrera.

En consecuencia, me hago responsable frente al INSTITUTO y frente a terceros, de cualquier daño que pudiera ocasionar al INSTITUTO o a terceros, por el incumplimiento de lo declarado o que pudiera encontrar causa en el trabajo de investigación de fin de carrera presentada, asumiendo todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse de ello.

Asimismo, por la presente me comprometo a asumir además todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse para EL INSTITUTO en favor de terceros por motivo de acciones, reclamaciones o conflictos derivados del incumplimiento de lo declarado o las que encontraren causa en el contenido del trabajo de investigación de fin de carrera.

De identificarse fraude, piratería, plagio, falsificación o que el trabajo de investigación haya sido publicado anteriormente; asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente dispuesta por la LOES y sus respectivos reglamentos y del Instituto Tecnológico Superior Sudamericano de la ciudad de Loja.

---

Erikc Fernando Sarango Ribera

AUTOR

C.I. 1105124372

## ÍNDICE DE CONTENIDO

CERTIFICACIÓN.....	2
AUTORÍA .....	3
DEDICATORIA.....	4
AGRADECIMIENTO.....	5
ACTA DE DERECHOS.....	6
DECLARACIÓN JURAMENTADA DE AUTORIA DE LA INVESTIGACIÓN	8
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	10
ÍNDICE DE TABLA.....	14
INDICE DE GRAFICOS .....	16
1. RESUMEN.....	17
2. ABSTRACT .....	19
3. PROBLEMÁTICA.....	21
4. TEMA.....	23
5. JUSTIFICACIÓN.....	24
6. OBJETIVOS.....	26
6.1 Objetivo General.....	26
6.2 Objetivos Específicos .....	26
7 MARCO TEÓRICO.....	27
7.1 MARCO INSTITUCIONAL.....	27
7.1.1 Misión.....	28
7.1.2 Visión. ....	28

	11
7.1.3 Valores de la empresa.....	28
7.1.4 Diagrama Estructural.....	29
7.2. MARCO CONCEPTUAL.....	30
7.2.1 Normas INEN 338.....	30
7.2.2 Maceración.....	31
7.2.3 Maceración en frío.....	31
7.2.4 Macerado en calor.....	32
7.2.5 Maceraciones alcohólicas.....	32
7.3 LICOR.....	33
7.3.1 Tipos de licores.....	33
7.3.2 Cantaclaro.....	33
7.3.3 Ace Of Clubs.....	35
7.3.4 Alamoreño.....	35
7.4 FRUTAS.....	36
7.4.1 Fresas. ( <i>Fragaria</i> ).....	36
7.4.2 Granadilla. ( <i>Passiflora ligularis</i> ).....	37
7.4.3 Naranjilla ( <i>Solanum quitoense</i> ).....	38
7.4.4 Tomate de árbol ( <i>Solanum betaceum</i> ).....	39
7.4.5 Uva ( <i>Vitis vinifera</i> ).....	40
7.5 HIERBAS AROMÁTICAS.....	40
7.5.1 Horchata.....	41

	12
7.5.2 Hierba buena ( <i>Mentha spicata</i> ) .....	41
7.5.3 Menta ( <i>Mentha</i> ) .....	42
7.5.4 Cedrón ( <i>Aloysia citrodora</i> ).....	43
7.5.5 Albahaca ( <i>Ocimum basilicum</i> ).....	44
8 DISEÑO METODOLÓGICO .....	45
8.1 Método fenomenológico.....	45
8.1.1 Método hermenéutico .....	45
8.1.2 Método practico proyectual .....	45
8.1.3 Maceración en frio.....	46
8.1.4 Macerado en calor .....	46
8.2 Técnicas de investigación.....	48
8.2.1 Observación Directa .....	48
8.2.2 Entrevistas .....	48
8.2.3 Encuestas .....	48
8.2.4 Fuentes secundarias .....	48
8.2.5 Población y Muestra .....	49
9 ANALISIS DE RESULTADOS .....	51
9.1 Encuestas. ....	51
9.2 Análisis de Entrevistas.....	71
10 PROPUESTA PRÁCTICA DE ACCIÓN.....	73
10.1 Flujograma de maceración en calor .....	74

10.2	Flujograma de maceración en frío.....	76
10.3	Evaluación sensorial.....	78
10.4	Recetas estándar.....	88
10.5	Escala hedónica.....	101
10.6	Guía gastronómica.....	104
11	CONCLUSIONES.....	105
12	RECOMENDACIONES.....	106
13	BIBLIOGRAFÍA.....	107
14	ANEXOS.....	110
14.1	Presupuesto.....	110
14.2	Cronograma.....	111
14.3	Certificados varios.....	115
14.3.1	Certificado de aprobación del tema.....	115
14.3.2	Certificado del director de carrera.....	116
14.3.3	Certificado de autorización de la empresa.....	117
14.3.4	Certificado de satisfacción de la empresa.....	118
14.3.5	Certificación del abstract.....	119
14.4	Modelo de entrevistas y encuestas.....	120
14.5	Evidencias fotográficas.....	125

## ÍNDICE DE TABLA

Tabla 1. NORMA TÉCNICA ECUATORIANA BEBIDAS ALCOHÓLICAS. LICORES. REQUISITOS NTE INEN 1837 Segunda revisión 2015-XX.....	30
Tabla 2 Características de la fresa (Fragaria) .....	37
Tabla 3 Información nutricional.....	39
Tabla 4 Información nutricional.....	39
Tabla 5 información nutricional .....	40
Tabla 6 Información nutricional.....	41
Tabla 7 Información nutricional.....	42
Tabla 8 Información Nutricional.....	43
Tabla 9 . Frecuencia con la que la población consume bebidas alcohólicas maceradas.....	51
Tabla 10 Preferencias de consumo de alcohol .....	53
Tabla 11 Aceptación de cocteles a base de bebidas alcohólicas por la población	55
Tabla 12 Apreciación al momento de adquirir una bebida alcohólica .....	57
Tabla 13 La población consume bebidas alcohólicas por? .....	59
Tabla 14 Calificación de la coctelería lojana según la población .....	61
Tabla 15 Preferencia de sabores .....	63
Tabla 16 Valor que la población está dispuesto a pagar por un coctel .....	65
Tabla 17 Rango de nivel alcohólico que la población prefiere en sus bebidas ....	67
Tabla 18 Característica sensorial que prefiere la población.....	69
Tabla 19 evaluación sensoria horchata.....	78
Tabla 20 evaluación sensoria menta.....	79
Tabla 34 evaluación sensoria hierba buena.....	80
Tabla 35 evaluación sensoria cedrón.....	81

Tabla 36 Resultados evaluación sensorial.....	82
Tabla 37 Resultados Evaluación Sensorial .....	83
Tabla 38 Resultados de la evaluación sensorial .....	84
Tabla 39 Resultados de la evaluación sensorial .....	85
Tabla 21 Costo de fabricación dulce frescura .....	88
Tabla 22 Costo de fabricación invierno .....	89
Tabla 23 Costo de fabricación lojano.....	90
Tabla 24 Costo de fabricación pasión .....	91
Tabla 25 Costo de fabricación arcoíris de cedrón .....	92
Tabla 26 Costo de fabricación de achachay .....	93
Tabla 27 Costo de fabricación Mixquic .....	94
Tabla 28 Costo de fabricación floresta.....	95
Tabla 29 Costo de fabricación tentación .....	96
Tabla 30 Costo de fabricación dulce pecado.....	97
Tabla 31 Costo de fabricación andino.....	98
Tabla 32 Costo de fabricación tormenta.....	99
Tabla 33 Costo de fabricación arcoíris de uva .....	100
Tabla 40 Evaluación sensorial a docentes .....	101

## INDICE DE GRAFICOS

Grafica 1 Frecuencia con la que la población consume bebidas alcohólicas maceradas .....	51
Grafica 2 Preferencias de bebidas alcohólicas .....	53
Grafica 3 Aceptación de cocteles a base de bebidas alcohólicas por la población	55
Grafica 4 Encuesta aplicada a la población económicamente activa .....	57
Grafica 5 Encuesta aplicada a la población económicamente activa .....	59
Grafica 6 Calificación de la coctelería lojana según la población .....	61
Grafica 7 Preferencia de sabores .....	63
Grafica 8 Valor que la población está dispuesto a pagar por un coctel.....	65
Grafica 9 Rango de nivel alcohólico que la población prefiere en sus bebidas ....	67
Grafica 10 Característica sensorial que prefiere la población. ....	69
Grafica 11 flujograma de maceración .....	74
Grafica 12 flujograma de maceración .....	76
Grafica 13 evaluación sensoria horchata.....	79
Grafica 14 evaluación sensoria menta.....	80
Grafica 15 evaluación sensoria hierba buena .....	81
Grafica 16 evaluación sensoria cedrón.....	82
Grafica 17 Resultados evaluación sensorial .....	83
Grafica 18 Resultados Evaluación Sensorial.....	84
Grafica 19 Resultados de la evaluación sensorial .....	85
Grafica 20 Resultados de la evaluación sensorial .....	86
Grafica 21 Evaluación sensorial escala hedónica.....	102
Grafica 22: Guía gastronómica.....	104



## 1. RESUMEN.

En el presente proyecto de titulación se realiza el análisis la forma en la que se puede aprovechar frutas y hierbas aromáticas para realizar macerados con base de vodka, cantaclaro y aguardiente (Alamoreño) para elaboraciones de cocteles dando como resultados cocteles con sabores propio sin la necesidad de agregar esencias para que potencialicen el mismo. El tema de investigación surge porque en la provincia de Loja existen una gran producción de frutas y hierbas aromáticas así mismo como la elaboración de las bebidas alcohólicas antes mencionadas que únicamente se realizan su comercio, cuando se pueden elaborar con estos productos macerados para elaboración de cocteles ya que en su mayoría los bares utilizan la coctelería clásica, esto podríamos dar un plus utilizando sabores únicos utilizando materia prima que se produce en esta localidad.

A partir de este desconocimiento surge el siguiente proyecto cuyo tema es “Maceración de bebidas alcohólicas con frutas y hierbas aromáticas para potencializar materias primas locales en la coctelería de “cubic bar”, Loja 2022.”.

Para la obtención estos macerados se empleará el método de maceración en frio y el método de maceración en calor y dejar que su reposo mínimo de las hierbas aromáticas por 21 días, mientras tanto que a las frutas se mantendrán por un mínimo de 30 días esto con el fin de aprovechar todas sus fragancias y esencias pasado ese tiempo. Pasado este tiempo los macerados están listos para poder ser utilizado dentro de la coctelería

Para obtener aportes a la investigación se empleó encuestas y entrevistas, las mismas que fueron de suma importancia para ampliar el conocimiento y sobre todo para fundamentar los objetivos que empleando frutas y hierbas aromáticas complementando con bebidas alcohólicas base para obtener un licor apto para el

consumo y sobre todo que al ser empleado dentro de la coctelería, y que este contribuya a realzar las características organolépticas de dichas preparaciones

Finalmente, luego de emplear este licor en varias preparaciones y una vez realizadas las evaluaciones sensoriales se pudo determinar que este producto tiene gran acogida y sobre todo que durante la degustación entre la población se dio a conocer que este producto es elaborado con productos netamente lojanos.

## 2. ABSTRACT

In this degree project is carried out the analysis of how it is possible to take advantage of fruits and aromatic herbs to make macerates based on vodka, cantaclaro, and brandy (Alamoreño) for the elaboration of cocktails resulting in cocktails with their flavors without the need to add essences to potentiate them. The research topic arises because in the province of Loja there is a great production of fruits and aromatic herbs as well as the elaboration of the alcoholic beverages mentioned above that are only commercialized, when these macerated products can be used for the elaboration of cocktails since most bars use the classic cocktails, this could give a plus using unique flavors utilizing raw material that is produced in this locality.

From this lack of knowledge arises the following project entitled "Maceration of alcoholic beverages with fruits and aromatic herbs to potentiate local raw materials in the "cubic bar" cocktail bar, Loja 2022".

To obtain these macerates, the cold maceration method and the hot maceration method will be used and the aromatic herbs will be left to rest for a minimum of 21 days, while the fruits will be kept for a minimum of 30 days in order to take advantage of all their fragrances and essences after that time. After this time, the macerates are ready to be used in cocktails.

To obtain contributions to the research, surveys and interviews were used, which were of great importance to expand the knowledge and especially to support the objectives, employing fruits and aromatic herbs complemented with base alcoholic beverages to get a liqueur suitable for consumption and especially to be used in cocktails, contributing to enhancing the organoleptic characteristics of such preparations.

Finally, after using this liqueur in several preparations and once the sensory evaluations were carried out, it was determined that this product is well received and mainly that during the tasting among the population, everybody knew that this product is made with purely local products.

### **3. PROBLEMÁTICA**

La coctelería es una rama de la gastronomía en donde la base para su elaboración es muy importante que consiste en la mezcla de varias bebidas en donde al menos una de estas posee un grado de contenido alcohólico y como resultado resultara una nueva bebida con un sabor propio y distintivo. De igual forma, la coctelería también es considerada por muchos como un arte, esto debido a que su preparación a manos del barman, experto conocedor de bebidas y recetas (Rodríguez, 2021). Se considera que dentro de la coctelería es indispensable la imaginación y la creatividad en la elaboración de bebidas, acompañado de técnicas, destreza y habilidades como parte fundamental en el manejo de la materia prima, cabe resaltar que el conocer y dominar las técnicas que se requieren para la elaboración adecuada de una bebida servirá de base primordial para la creación de propuestas innovadoras.

Personalizar destilados y licores con frutas, especias o hierbas aromáticas no solo es posible si no también es perfecto para hacer un regalo muy especial, ante la actual realidad, resultado de la crisis sanitaria, las tendencias en coctelería son distintas. La forma de hacer mixología y llevar nuevas experiencias a los clientes cambió, por lo que la industria coctelera se adapta día a día. (Covarrubias, 2021). En este sentido, es importante resaltar que en la actualidad el universo de los licores es ilimitado y con ello la tradición va cada vez más de la mano de la innovación, con una mayor sofisticación de las materias primas y la creación de bebidas alcohólicas innovadoras

La producción de bebidas alcohólicas ha sido una actividad ligada a la mayoría de las culturas durante milenios, en forma empírica los humanos aprendimos a encauzar las fermentaciones alcohólicas de diversos sustratos. En el Ecuador el consumo de bebidas alcohólicas cada vez es más creciente siendo principalmente los

jóvenes los mayores consumidores de este producto, la reciente introducción al mercado de bebidas alcohólicas industrializadas preparadas tipo cóctel. (HERRERA, 2019).

En la ciudad de Loja, actualmente se basa en la coctelería clásica donde se utilizan como base un licor extranjero o simplemente para elaboración de cocteles se basan a una receta estándar obteniendo bebidas comunes que se puede encontraren cualquier bar. Obtener cocteles con sabores extravagantes es el propósito. En la localidad existen varios bares pero en ninguno de ellos expenden cocteles con licores locales, actualmente se puede encontrar una gran variedad de licores, frutas y hiervas aromáticas que comúnmente en el ámbito de la coctelería no son explotados, al elaborar este tipo de productos daremos un gran valor y además potencializaremos cada uno de los productos, podremos degustar nuevos sabores y gran variedad de macerados o cocteles, productos con sabores distinguidos pero en una forma diferente y nueva de preparar en este caso en una bebida con contenido alcohólico.

Es por ello, que la propuesta de este proyecto de intervención es producir un licor macerado de manera artesanal, dentro de sus ingredientes principales son bebidas alcohólicas que se producen dentro de la ciudad de Loja, así mismo diferentes frutas, además de especias y hierbas locales; las mismas que aportarán el sabor y color al producto final.

#### **4. TEMA**

“MACERACIÓN DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS CON FRUTAS Y HIERBAS AROMÁTICAS PARA POTENCIALIZAR MATERIAS PRIMAS LOCALES EN LA COCTELERÍA DE “CUBIC BAR”, LOJA 2022.”.

## 5. JUSTIFICACIÓN

La ejecución del presente trabajo investigativo tiene algunos aspectos que justifican su desarrollo:

Académicamente se justifica realizar esta investigación como parte del cumplimiento de la malla curricular siendo necesaria la realización de la misma como requisito previo a la obtención del título de Tecnólogo en Gastronomía del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano – Loja.

El tema del macerado de frutas y hierbas aromáticas es muy importante dentro del desarrollo e innovación de nuevos productos ya que se pretende generar productos que potencien materias primas locales durante el desarrollo de dicha investigación, se plasma el conocimiento obtenido en la formación académica, tomando en cuenta la capacidad de investigar y reconocer productos de calidad, obteniendo así una implementación de nuevas técnicas, sabores y texturas con productos y materias primas.

La presente investigación tiene el objetivo potenciar materias primas locales en bebidas alcohólicas maceradas a base de frutas y hierbas para fomentar su uso y consumo en el área de la coctelería, es importante desarrollar un estudio que lleve a conocer los beneficios de los macerados en bebidas alcohólicas y el aprovechamiento del mismo para el desarrollo y creación de nuevos productos.

A nivel económico como social esta investigación ayudará a los pequeños y grandes productores de frutas locales, puesto que, para la elaboración de este tipo de bebidas se empleará en gran cantidad frutas como materia prima fundamental, a su vez se potenciará al cultivo de frutos en la localidad. Así mismo cabe destacar que el proyecto es factible debido a que cuenta la capacidad de obtener la materia prima ya que en nuestra localidad existe una gran producción de la misma.



Personalmente como futuro profesional en el área gastronómica, considero que es necesario abordar la presente temática, debido a que pretende generar productos que potencien materias primas locales.

## **6. OBJETIVOS**

### **6.1 Objetivo General**

Personalizar tragos y cocteles mediante la maceración de frutas y hierbas aromáticas en bebidas alcohólicas locales para potencializar su consumo en la coctelería de “Cubic Bar”.

### **6.2 Objetivos Específicos**

- Identificar las preferencias en tragos, frutas y hierbas aromáticas aplicando encuestas a clientes y entrevistas a colaboradores de “Cubic Bar” para determinar el tipo de propuesta a generar.
- Determinar métodos de maceración de bebidas alcohólicas mediante la revisión bibliográfica de artículos científicos, revistas indexadas, libros físicos y digitales para sustentar dicha investigación.
- Macerar las frutas y hierbas aromáticas usando métodos de maceración en frío y calor para caracterizar el producto final con una evaluación sensorial de tipo descriptiva.
- Desarrollo de una línea de cocteles basados en tragos personalizados para someterlas a evaluaciones sensoriales de escala hedónica que permitan conocer su aceptabilidad

## 7 MARCO TEÓRICO

### 7.1 MARCO INSTITUCIONAL



*Figura 1 Logo*

**Fuente.** Pablo Malo

“Cubic” es un bar de la ciudad de Loja que se encuentra ubicado en las calles 24 de mayo y Segundo Cueva Celi una de las zonas más concurridas por la ciudadanía. Esta idea de negocio surgió por la idea de dos grandes amigos de la infancia Andrés Serrano y Pablo Malo. En el marzo del 2014 Actualmente existen más asociados a este emprendimiento Daniel Ochoa, Mauricio Maldonado y Antonio Encalada. Desde sus inicios se han caracterizado por ser un bar el cual se ha posicionado en uno de los favoritos por los jóvenes.

En este establecimiento principalmente se expende una gran variedad de cocteles los cuales se los preparan con los mejores ingredientes, además cabe recalcar que se realiza fiestas temáticas en donde el local es personalizado y el personal con una vestimenta adecuado lo cual llama la atención a los que visitan el establecimiento.

En tiempo del confinamiento se vio afectado pero los gerentes no se quedaron ahí buscaron una manera de sacar adelante y vendieron cocteles en envases desechables y con entrega en la puerta de la casa y así fueron superando hasta que les

dieron el permiso de poder reabrir aumentando un área de comida rápida donde se elaboran un menú variado.

En cuanto se refiere a instalaciones es uno de los lugares donde uno se siente cómodo cuenta con un área VIP donde se tiene que reservar el lugar con unos días antes, con un ambiente laboral muy comfortable de compañerismo y esto permite brindar un servicio especial a cada uno de los clientes que visita el lugar.

#### **7.1.1 Misión.**

Cubic es mucho más que un bar, es una familia dispuesta a crecer mientras les brinda a sus clientes la mayor satisfacción con cada uno de sus servicios en coctelería, con un ambiente agradable y cómodo en el que podrán disfrutar de sus bebidas favoritas, buena música y un espacioailable con una excelente atención para los invitados.

#### **7.1.2 Visión.**

Aspiramos a ser reconocidos en todo el país y fuera de él, como un bar que es capaz de superar las más altas expectativas de nuestros clientes, además de continuar innovando para adaptarnos a los tiempos que vienen con nuevas modalidades y tecnologías que garanticen la mejor estadía en nuestros ambientes.

#### **7.1.3 Valores de la empresa.**

Respeto: Nuestro respeto hacia las personas es invaluable, nos ponemos en los zapatos de nuestros clientes, empleados e inversionistas y buscamos ofrecerles lo mejor para hacerlos sentir cómodos con sus esfuerzos en la compañía. De esta manera mantenemos espacios laborales sanos y llenos de armonía, en los que la calidad de vida en el trabajo es excelente.

Aseo: La limpieza e higiene en nuestro local es permanente, cada cliente lo confirma al entrar por nuestras puertas, nuestros empleados se encargan de garantizar espacios relucientes y lo mismo pasa con los productos ofrecidos.

Dedicación: Desde que nuestra compañía fue fundada hemos trabajado arduamente para convertirla en un ejemplo de superación reconocido a nivel nacional, todo gracias a la dedicación que hemos puesto y la gran cantidad de sacrificios que se han hecho.

#### 7.1.4 Diagrama Estructural.

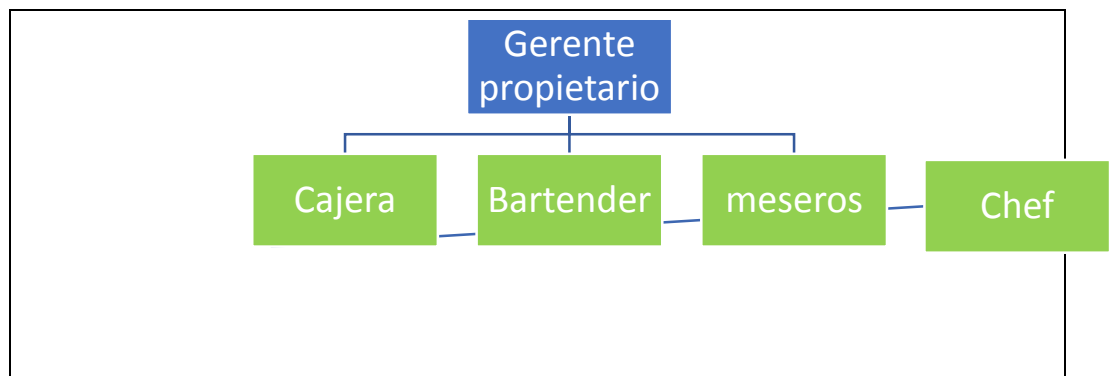


Figura 2 Diagrama estructural  
Autor: Erikc Sarango  
Fuente: Cubic

## 7.2. MARCO CONCEPTUAL

### 7.2.1 Normas INEN 338.

Para los efectos de esta norma, se adoptan las definiciones contempladas en la NTE INEN 338. Licor. Bebida alcohólica obtenida por la mezcla de aguardientes, alcohol etílico rectificado (neutro o extra neutro) o bebidas alcohólicas destiladas o sus mezclas con sustancias de origen vegetal o animal o con sus extractos obtenidos por infusiones, percolaciones, maceraciones; o por la destilación de los citados productos con sustancias aromatizantes; la cual puede o no ser edulcorada y adicionada o no aditivos alimentarios. (INEN, 2015)

Luego de analizar detalladamente las normas INEN del 2015 exige algunos parámetros para la elaboración de licores en donde a continuación los mencionare detalladamente, se establece el máximo y el mínimo de alcohol que deben mantener dichos licores para su elaboración.

**Tabla 1.** Norma técnica ecuatoriana bebidas alcohólicas. Licores. Requisitos INEN 1837 Segunda revisión 2015-XX

Requisitos	Unidad	Mínimo	Máximo	Método de ensayo
Alcohol, fracción volumétrica	%	15	50	NTE INEN 340
Furfural	mg/100 cm3 (*)	-	1,5	NTE INEN 2014
Metanol	mg/100 cm3 (*)	-	10	NTE INEN 2014
Alcoholes superiores **	mg/100 cm3 (*)	-	150	NTE INEN 2014
Azúcares	g/L	50	-	NTE INEN 358
* El volumen de 100 cm3 corresponde al alcohol absoluto ** Alcoholes superiores comprenden: isopropanol, propanol, isobutanol, isoamílico, amílico. a Productos contemplados en la clasificación				

Fuente: NTE INEN 1837 Segunda revisión 2015-XX

Autor. Erik Sarango

### 7.2.2 Maceración.



**Figura 3** Maceración

**Fuente:** <https://www.lineaysalud.com/que-es/macerar-maceracion>

El proceso de inmersión no es más que un proceso de extracción entre sustancias en diferentes estados físicos sólido-líquido, donde el compuesto de interés se encuentra en la sustancia sólida por su solubilidad; se utiliza el líquido que permite extraerlo. Generalmente, en la mayoría de los casos, el líquido (o extractante) suele ser agua, pero también se pueden utilizar otros líquidos, como aceite, alcohol, vinagre o jugo de frutas, los cuales tienen un método pre-preparado, una mezcla de diferentes ingredientes o permitir para la mejora Agregado del efecto de extracción de líquido. Mediante este método se puede obtener un extracto de pureza reducida o un extracto con otro compuesto, obligando al producto a algún otro método de separación adicional (comseptodefincion , 2021).

### 7.2.3 Maceración en frío



**Figura 4** Maceración en frío

**Fuente:** [https://elcomidista.elpais.com/elcomidista/2015/11/20/articulo/1448033568\\_782279.html](https://elcomidista.elpais.com/elcomidista/2015/11/20/articulo/1448033568_782279.html)

Consiste en sumergir el producto en un líquido frío durante un tiempo, con el fin de transferir parte del aroma y sabor del producto al líquido correspondiente. Un

ejemplo obvio de inmersión en frío son las especias sumergidas en aceite de oliva, que se pueden convertir en una amplia variedad de aceites picantes que dan a la comida un toque extraordinario. La principal ventaja de esta técnica es que permite extraer todas las características, la esencia del producto principal, en este caso la fragancia. (Carrion., 2016)

#### 7.2.4 Macerado en calor.



**Figura 5** Maceración en calor

**Fuente:** <https://tresjotasbeerclub.com/maceracion-casero/>

Este proceso es muy similar al macerado en frío, excepto que el tiempo de procesamiento se reduce significativamente porque el calor acelera la reacción de extracción. Aunque se trata de un proceso más práctico y rápido, el calor destruirá parte de la esencia del producto a macerar. Los factores que influyen en el resultado de una maceración pueden ser: elección del vegetal (estado vegetativo, salubridad, momento de la recolección...), elección del solvente adecuado (aceite de oliva), temperatura-agitación, tiempo de maceración y granulometría, es decir tamaño de las partes del vegetal. (Saez, 2017)

#### 7.2.5 Maceraciones alcohólicas.

Todo esto, en las estanterías de los supermercados o licorerías, se puede traducir de una forma sencilla: inolvidable para toda la vida. La ginebra, el vodka, el whisky, el ron siempre han estado ahí, por el mismo control de higiene que los más caros, y por la maceración, ya no seremos exclusivos, sino personalizados, que es mucho mejor. Los expertos recomiendan leer atentamente las etiquetas, comprobar



que no haya un exceso de ingredientes vegetales y asegurarse de que estén elaborados con las mejores materias primas. “Siempre recomiendo marcas nacionales que valoran el esfuerzo de nuestros maestros cerveceros, nuestros granos, uvas, agua, etc.”. (López, 2015)

### **7.3 LICOR**

El licor es una bebida alcohólica que se produce mediante la mezcla, la maceración y/o la destilación de diferentes sustancias. Por lo general tiene sabor a hierbas o a frutas, según su composición. Entre las palabras que pueden funcionar como sinónimos de licor nos encontramos con algunas tales como alcohol, ambrosía, bebida, trinquete, néctar, caldo o brebaje, entre otras. Los orígenes del licor están vinculados a las plantas medicinales. En la Edad Media, alquimistas y físicos preparaban brebajes con la intención de generar diversos beneficios para el organismo. Los licores primitivos también eran elaborados por monjes. (Pérez, 2018)

#### **7.3.1 Tipos de licores**

- Seco. Producto que tiene un contenido de azúcares de hasta 50 gramos por litro.
- Semiseco. Producto que tiene un contenido de azúcares entre 50 gramos por litro hasta 100 gramos por litro.
- Dulce. Producto que tiene un contenido de azúcares entre 100 gramos por litro hasta 250 gramos por litro.
- Crema. Producto de consistencia viscosa que tiene un contenido de azúcares mayor a 250 de gramos por litro.
- Escarchado. Producto sobresaturado de azúcar y que presenta formación de cristales de azúcar. (INEN, 2015)

#### **7.3.2 Cantaclaro.**

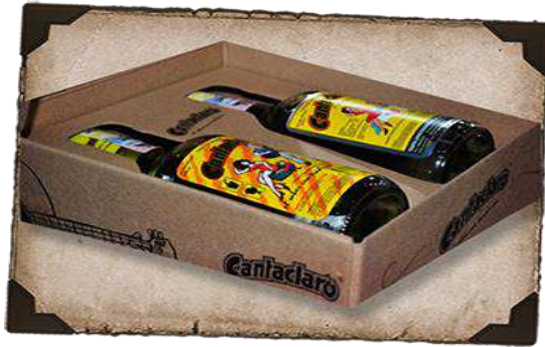


Figura 6. Cantaclaro

**Fuente.** <http://tienda.ilelsa.com/cantaclaro.php>

ILELSA, Industria Licorera Embotelladora de Loja S.A. es el emprendimiento que se dedica a la elaboración de bebidas con una concentración de caña al 100% debido a su pureza y alta calidad evitan efectos secundarios en las personas que las consumen. Refinado y elaborado con el zumo puro de caña de azúcar de altura cultivadas en los valles de Vilcabamba, Malacatos y Quinara; se garantiza un producto superior de características únicas. Desde hace más de 50 años "Cantaclaro" ha logrado importantes reconocimientos internacionales por su sabor y calidad, el sabor con tradición se mantiene y representa el espíritu alegre de los ecuatorianos. (ILELSA., 2016)

- ✓ Cantaclaro Tradicional - 28° Triple filtrado Aguardiente de caña rectificado Botellas grande 750 ml y pequeña 375ml
- ✓ Cantaclaro Edición Especial - 30° Aguardiente añejado con extracto de roble Botella grande 750 ml
- ✓ Cantaclaro Faja Negra - 32° Triple filtrado Botellas grande 750 ml y pequeña 375ml
- ✓ Cantaclaro Seco - 34° Aguardiente añejado con extracto de roble Botellas grande 750 ml y pequeña 375ml (ILELSA., 2016)

### 7.3.3 Ace Of Clubs



Figura 7 ACE OF CLUBS

**Fuente.** Red oficial Ace Loja

En el Barrio Porvenir de la parroquia Malacatos se encuentra ubicada la fábrica de vodka Ace of clubs. Este emprendimiento lleva en el mercado 5 años donde se produce vodka Ace, Licor San Viernes y alcohol vida. El vodka es una bebida alcohólica de alta graduación que se obtiene por destilación. En principio, su propósito era conseguir un líquido sencillo, alcohólico y formado por etanol y agua, sin pretensiones en cuanto a su aroma y sabor, lo que lo convierte en una bebida bastante insípida. También se buscaba que tuviese un elevado grado alcohólico para que aguantase los crudos inviernos rusos sin congelarse. Tradicionalmente tiene una graduación en torno a los 40° (Garcia, 2021)

### 7.3.4 Alamoreño



Los inicios del emprendimiento fueron difíciles puesto que eran pocas las personas que conocían la calidad de esta bebida Su comercialización se da a escala

regional, e incluso, nacional. Esta bebida ofrece a sus clientes la seguridad de que están elaborados con frutas 100% naturales permitiendo a su propietario conocer las exigencias de sus clientes y así, satisfacer las mismas conteniendo un grado alcohólico del 50% en su botella de presentación de 500ml cabe recalcar que este aguardiente cuenta con registro sanitario. (cañitas, 2020)

## **7.4 FRUTAS**

La fruta es el fruto comestible obtenido de ciertas plantas cultivadas o silvestres. Suele ser ingerida como postre (es decir, al final de la comida), ya sea fresca o cocinada. Por lo general la fruta se come cuando está madura. También se elaboran jugos, jaleas y mermeladas de fruta. En el caso de las vitaminas hay que subrayar que las frutas incorporan y ofrecen dos clases de ellas fundamentalmente: la Vitamina A, que se puede encontrar en las fresas o en el kiwi, y la Vitamina C, que es la predomina en las ciruelas o en el melocotón. No obstante, tampoco hay que pasar por alto el hecho de que también entre los componentes de la fruta se encuentran la fibra, las proteínas, los glúcidos y los aromas. (Perez, 2009)

### **7.4.1 Fresas. (*Fragaria*)**

La fresa es un fruto de color rojo brillante, succulento y fragante que se obtiene de la planta que recibe su mismo nombre. En Occidente es considerada la "reina de las frutas". Además de poderse comer cruda se puede consumir como compota, mermelada, Es empleada con fines medicinales ya que posee excelentes propiedades que ayudan a preservar la salud. (Frutas y Hortalizas , 2021)

A dos horas de la ciudad de Loja se encuentra ubicada la parroquia Chuquiribamba, es un sector que cuenta con un sistema productivo de calidad, cuyas frutas llegan a los mercados de Catamayo y Loja. Pues los agricultores utilizan solo abonos orgánicos para sus cultivos. Hace diez meses, dos familias que toda su vida se

han dedicado a la agricultura decidieron crear nuevas fuentes de trabajo. Es así que transportaron semillas de fresa desde Chile para experimentar su cultivo. Nadie se imaginó que iba a tener un alto rendimiento para los habitantes. Luego de tres meses de haber sembrado, empezaron a cosechar y lo hacen hasta la fecha. (El Telegrafo, 2013)

Tabla 2 Características de la fresa (Fragaria)

Calorías	36
Hidratos de carbono (g) Fibra (g)	7
Fibra (g)	2,2
Potasio (mg)	190
Magnesio (mg)	12
Calcio (mg)	25
Vitamina C (mg)	60
Vitamina E (mg)	2
Folatos (mcg)	20

Fuente. Guía práctica de frutas  
Autor, Erikc Sarango

#### 7.4.2 Granadilla. (*Passiflora ligularis*)

La planta de granadilla es un bejuco de hábito trepador y enredador semileñoso, puede encontrarse en árboles bajos, árboles muertos y muchas veces llegan a enredarse totalmente en árboles muy altos. Sus raíces son fibrosas y ramificadas y profundizan de 20 a 40 cm. El tallo, es cilíndrico, de coloración amarillo-verdoso en su estado inicial y marrón claro en estado adulto o lignificado, el tallo es la estructura de la planta, posee zarcillos con los cuales se enreda y trepa. Cada rama tiene nudos y entrenudos y en cada nudo se observa una hoja entera acorazonada de pecíolo corto y al lado se encuentran dos estipulas y al interior de éstas están las yemas florales. A medida que se van desarrollando las yemas florales se inicia la fase de formación de la flor, la cual es perfecta y requiere para su fecundación recibir el polen de otra flor de otra planta. El fruto es una baya de cubierta dura de forma casi esférica de 6 – 8 cm de diámetro, de color verdoso o ligeramente amarillento cuando se acerca la maduración. Cuando el fruto está completamente maduro es de un amarillo

intenso y en la mayoría de los casos presenta puntos blanquecinos. Este posee en su interior un promedio de 200–250 semillas envueltas en un arilo grisáceo traslúcido, mucilaginoso y acidulado que constituye la parte comestible, las semillas están unidas a una placenta blanca que corresponde al mesocarpio del fruto, las semillas son negras, planas en forma de escudo y presentan pequeñas zonas hundidas circulares y son relativamente pequeñas y de testa dura. (Novara, 2015)

Yangana. Dos veces al año, en la parroquia lojana Yangana, se cultiva la granadilla, fruta que se ha convertido en uno de los principales productos de esta tierra, que, a más de comercializarse en los mercados de Loja, también se envía a otras provincias e incluso en considerables cantidades a distintos países. La parroquia se encuentra a 69 kilómetros, desde la ciudad de Loja, yendo por la vía hacia el sector suroriental. El clima es cálido, propio para el cultivo de esta y otras frutas. (diariolahora, 2018)

#### **7.4.3 Naranjilla (*Solanum quitoense*)**

Es una fruta exótica muy común en América latina, tanto es así que cada país la llama de una forma. El tallo suele tener 3 ó 4 ramificaciones y es semileñoso, tiene forma cilíndrica. Las ramas son de color verde y bastante duras y pueden llegar a tener un diámetro de hasta 5 cm. Las hojas son ovaladas, con un color verde oscuro y aterciopeladas. Tienen nervios violáceos muy característicos. (Cedeno, 2015)

Su pulpa es verde, de sabor agridulce y con numerosas semillas en su interior. Visualmente, un lulo por dentro a los europeos nos recuerda ligeramente a un tomate, pero no tiene nada que ver ni con el sabor, que es curiosamente peculiar, ni tampoco con la dureza de su cáscara Como casi todos los cítricos, tiene propiedades diuréticas. Por otro lado, tiene facultades antioxidantes, digestivas y depurativas. Destaca su gran aporte de Vitamina A, la cual estimula la regeneración de cabello, uñas y huesos,

fortaleciéndolos. Gracias a su contenido de ácido ascórbico (Vitamina C), es un precursor de las funciones inmunológicas y las defensas del organismo. (Cedeno, 2015)

Tabla 3 Información nutricional

Cantidad en gramos	100 gramos
Calorías	25
Grasas totales	0,2 g
Sodio	4 mg
Potasio	200 mg
Carbohidratos	6 g
Fibra alimentaria	1,1 g
Azúcares	3,7 g
Proteínas	0,4 g
Vitamina C	0,4 mg
Hierro	0,4 mg
Magnesio	11mg
Calcio	8 mg
Vitamina B6	0,1 mg

Fuente. Guía práctica de frutas

Autor Erikc Sarango

#### 7.4.4 Tomate de árbol (*Solanum betaceum*)

El tomate de árbol o tomate andino es un fruto ovoide y hay tres variedades, la más habitual en nuestro mercado es la de color rojo, en ocasiones con estrías anaranjadas, y también está la variedad naranja y la amarilla. Su piel es fina, firme y brillante, y su pulpa es similar a la del tomate, jugosa, con semillas en su interior (más tiernas en la variedad naranja, que también es la variedad más dulce) envueltas en gelatina y la carne tierna. Sus propiedades nutricionales son interesantes, además de estar compuesto en su mayoría por agua (cerca de un 90%) y ser poco calórico, es rico en vitaminas como la provitamina A, la C y algunas del tipo B (B6). Además, ofrece minerales como el hierro, el magnesio, el potasio y el fósforo, y también aporta carbohidratos, proteínas y fibra. (Gastronomía&CIA, 2014)

Tabla 4 Información nutricional

Carbohidratos	8 g
Azúcar	5 g

Grasas	1 g
Proteínas	1 g
Sodio	7 g
Potasio	267 mg

Fuente, Guía práctica de frutas  
Autor. Erikc Sarango

#### 7.4.5 Uva (*Vitis vinifera*)

La uva es el fruto que se obtiene de la vid. Se trata de una baya jugosa, de forma redondeada, que crece formando racimos y que se emplea de distintas maneras. Cabe destacar que se conoce como vid a la planta que forma parte de la familia Vitaceae. El color de su fruto puede ser verde, violeta, negra o de otros colores de acuerdo a la variedad, y esto se encuentra relacionado con el sabor y otras características. En la actualidad, en Zapotillo hay 2 600 hectáreas entre los diferentes cultivos que se benefician del sistema de riego. Son 1 050 usuarios de las 17 juntas sectoriales. (Perez, 2009)

Tabla 5 información nutricional

Cantidad por Gramos	100g
Calorías	67
Grasas totales	0,4 g
Ácidos grasos saturados	0,1 g
Sodio	2 mg
Potasio	191 mg
Carbohidratos	17 g
Fibra alimentaria	0,9 g
Azúcares	16 g
Proteínas	5 mg
Vitamina C	4 mg
Hierro	0,3 mg
Vitamina B6	0,1 mg
Magnesio	5 mg
Calcio	14 mg

Fuente. Guía práctica de frutas  
Autor. Erikc Sarango

#### 7.5 HIERBAS AROMÁTICAS

Las plantas aromáticas han sido cultivadas por el hombre desde tiempos inmemoriales con el fin de mejorar el sabor de las comidas y perfumar el medio



ambiente. El empleo de aceites esenciales -como balsámicos y antisépticos- es ampliamente usado desde la antigüedad hasta nuestros días, como sustancias odoríferas en ceremonias religiosas o como perfumes atractivos usados por hombres y mujeres. (CAMERONI, 2016)

### 7.5.1 Horchata

La horchata es una bebida tradicional de la provincia de Loja, en el sur de Ecuador, pero también la suelen tomar en otras provincias y en países como Estados Unidos a donde, desde hace 10 años, empezó a exportarse. Esta infusión produce una bebida de color rojo y sabor dulce. La horchata se la puede tomar caliente o fría, en la mañana o en la tarde, pero no puede faltar en la mesa de los lojanos entre las hierbas que contiene son con flores y hierbas aromáticas incluyendo escancel, cedrón, hierba luisa, menta, manzanilla, toronjil, esencia de rosa. (la Sureñita, 2018)

### 7.5.2 Hierva buena (*Mentha spicata*)

Conocida científicamente como *Mentha spicata*, es una planta medicinal y aromática con propiedades que ayudan a tratar problemas digestivos, como mala digestión, flatulencia, náuseas o vómitos, además de poseer efectos calmantes y expectorantes. Uno de los principales usos del té de hierbabuena es disminuir los gases intestinales, ya que es un óptimo remedio casero para la flatulencia, pues esta planta medicinal posee propiedades antiespasmódicas, disminuyendo los movimientos del intestino y evitando la formación de los gases y el dolor. (Zanin, 2021)

Tabla 6 Información nutricional

Cantidad por gramos	100 gramos
Calorías 44	44
Grasas totales 0,7 g	0,7 g
Ácidos grasos saturados 0,2 g	0,2 g
Sodio 30 mg	30 mg
Potasio 458 mg	458 mg
Carbohidratos 8 g	8 g
Fibra alimentaria 7 g	7 g

Proteínas 3,3 g	3,3 g
Vitamina C	13,3 mg
Hierro	11,9 mg
Vitamina B6	0,2 mg
Magnesio	63 mg
Calcio	199 mg

Fuente. Guía práctica de frutas  
Autor. Erikc Sarango

### 7.5.3 Menta (*Mentha*)

Conocida principalmente por ser un ingrediente en la cocina y en la composición de productos para la higiene bucal, la menta, además de darnos frescor, es una planta con múltiples beneficios para nuestra salud. El origen de esta planta está estrechamente ligado a la tradición europea, de hecho, hay constancia de que las civilizaciones griega y romana la utilizaban para sus baños con el objetivo de aromatizar y fortalecer el cuerpo. Además, solían añadirlas a sus platos para aromatizar y dar sabor e incluso se utilizaban en ritos religiosos. (Alonso, 2019)

La planta de la menta suele medir unos 70 centímetros de altura y no requiere grandes cuidados, por lo que es muy típica en los hogares. La menta alcanza su apogeo en verano, el momento perfecto para recoger sus hojas con las que preparar una deliciosa limonada o un refrescante mojito. A día de hoy es muy utilizado en la elaboración de pastas de dientes, enjuagues bucales, chicles o caramelos, ya que proporcionan un aliento fresco. Pero aparte de para mejorar la boca, también suele utilizarse por sus propiedades positivas para el aparato respiratorio y digestivo, incluso para frenar el mal de altura. (Alonso, 2019)

Tabla 7 Información nutricional

Cantidad por gramos	100 gramos
Calorías 371	371
Grasas totales 0,3 g	0,3 g

Sodio 5 mg	5 mg
Carbohidratos 42 g	42 g
Azúcares 42 g	42 g
Hierro	0,1 mg

Fuente. Guía práctica de frutas  
Autor. Erikc Sarango

#### 7.5.4 Cedrón (*Aloysia citrodora*)

El cedrón, también llamado hierbaluisa o verbena de indias, es una planta originaria de América del Sur. Su arbusto llega a crecer hasta 3 metros de altura y sus hojas desprenden un fuerte olor a limón y menta, es común que florezca en verano. Esta hierba es utilizada para tratar ciertos malestares estomacales entre muchos otros. Conoce más de sus propiedades medicinales en Menú. (Navor, 2020)

Uno de los principales beneficios a la salud de la hierbaluisa es que ayuda a mejorar los ciclos del sueño pues de acuerdo con un estudio realizado por la Universidad Miguel Hernández de España, los atletas que realizan una práctica deportiva intensa y que consumieron el extracto de esta planta aumentaron su periodo de sueño y disminuyeron las interrupciones de este sueño por las noches. (Navor, 2020)

Tabla 8 Información Nutricional

Cantidad por gramos	100 gramos
Calorías 22	22
Grasas totales 0,6 g	0,6 g
Sodio 4 mg	4 mg
Potasio 295 mg	295 mg
Carbohidratos 2,7 g	1,6 g
Fibra alimentaria 1,6 g	1,6 g
Azúcares 0,3 g	0,3 g
Proteínas 3,2 g	3,2 g
Vitamina C	18 mg
Hierro	3,2 mg
Vitamina B6	0,2 mg
Magnesio	64 mg

Fuente. Guía práctica de frutas  
Autor. Erikc Sarango

### **7.5.5 Albahaca (*Ocimum basilicum*)**

La albahaca proporciona sabor y aroma a salsas y ensaladas, pero a su utilidad en la cocina hay que añadirle sus propiedades saludables, ya que alivia problemas digestivos, como los gases o la indigestión, y de otro tipo. La albahaca es una planta con numerosas aplicaciones terapéuticas, que le vienen dadas por su compleja composición en principios activos. De la planta podemos cosecharla entera, salvo la raíz, y se suele aprovechar tanto fresca, para un consumo inmediato, como ya seca, para tomarla en infusión o en remedios más elaborados (Alonso, 2019)

## **8 DISEÑO METODOLÓGICO**

### **Descripción de métodos y técnicas**

#### **8.1 Método fenomenológico**

El método fenomenológico es la disminución de todo el conjunto de experiencias a la conciencia de las vivencias más genuinas, Pues este método se detiene en la experiencia y no presupone al mundo más allá de la experiencia. Este enfoque está orientado a la descripción e interpretación de las estructuras fundamentales de la experiencia vivida, al reconocimiento del significado del valor pedagógico de esta experiencia (FOUSTER, 2019)

El presente método dentro de la investigación servirá recopilar experiencias reales dentro del establecimiento dándonos datos o sugerencias para mejorar servicios

##### **8.1.1 Método hermenéutico**

La hermenéutica no es un simple método, por oposición al científico, sino que más bien es un enfoque amplio que se plantea las condiciones en las que se produce la comprensión de un fenómeno. El carácter abarcador del lenguaje sobre todo lo conocido hace que para la hermenéutica la interpretación lingüística presente una importancia primordial en cualquier metodología que pretenda alcanzar conocimiento. En este sentido, puede encontrarse una semejanza con la crítica a la razón instrumental de la escuela de Frankfurt. (Aránguez, 2016)

Este método permitirá conocer la capacidad de comunicar mensajes complementarios a la investigación o interpreta de una manera diferente realizando un análisis profundo.

##### **8.1.2 Método práctico proyectual**

El método proyectual consiste simplemente en una serie de operaciones necesarias, dispuestas en un orden lógico dictado por la experiencia. Su finalidad es la

de conseguir un máximo resultado con el mínimo esfuerzo. La metodología proyectual se define como el conjunto de procedimientos utilizados durante el proceso de un trabajo, con el fin de resolver un problema de diseño del mismo. (SANCHEZ 2015)

Este método permitirá emplear la práctica y la experiencia con la finalidad de obtener resultados satisfactorios en la elaboración del producto

### **8.1.3 Maceración en frío**

Consiste en sumergir el producto en un líquido frío durante un tiempo, con el fin de transferir parte del aroma y sabor del producto al líquido correspondiente. Un ejemplo obvio de inmersión en frío son las especias sumergidas en aceite de oliva, que se pueden convertir en una amplia variedad de aceites picantes que dan a la comida un toque extraordinario. La principal ventaja de esta técnica es que permite extraer todas las características, la esencia del producto principal, en este caso la fragancia. (Carrion., 2016)

En este tipo de maceración se realizará un total de 24 muestras donde 12 serán de hierbas aromáticas y 12 de frutas

### **8.1.4 Macerado en calor**

Este proceso es muy similar al macerado en frío, excepto que el tiempo de procesamiento se reduce significativamente porque el calor acelera la reacción de extracción. Aunque se trata de un proceso más práctico y rápido, el calor destruirá parte de la esencia del producto a macerar. Los factores que influyen en el resultado de una maceración pueden ser: elección del vegetal (estado vegetativo, salubridad, momento de la recolección...), elección del solvente adecuado (aceite de oliva), temperatura-agitación, tiempo de maceración y granulometría, es decir tamaño de las partes del vegetal. (Saez, 2017)

En este tipo de maceración se realizará un total de 24 muestras donde 12 serán de hierbas aromáticas y 12 de frutas

## **8.2 Técnicas de investigación**

### **8.2.1 Observación Directa**

La inspección y estudio esencialmente descriptivo realizado por el investigador mediante el empleo de sus propios sentidos de los hechos significativos tal como son o como tienen lugar espontáneamente en el tiempo en que acaecen y con arreglo a las exigencias de la investigación científica, con o sin instrumentos técnicos. (PRADO, 2021)

### **8.2.2 Entrevistas**

Una entrevista es un intercambio de ideas u opiniones mediante una conversación que se da entre dos o más personas. Todas las personas presentes en una entrevista dialogan sobre una cuestión determinada (RAFINO, 2020)

### **8.2.3 Encuestas**

Las encuestas es un método de investigación y recopilación de datos utilizadas para obtener información de personas sobre diversos temas. Las encuestas tienen una variedad de propósitos y se pueden llevar a cabo de muchas maneras dependiendo de la metodología elegida y los objetivos que se deseen alcanzar.

Los datos suelen obtenerse mediante el uso de procedimientos estandarizados, esto con la finalidad de que cada persona encuestada responda las preguntas en una igualdad de condiciones para evitar opiniones sesgadas que pudieran influir en el resultado de la investigación o estudio. Una encuesta implica solicitar a las personas información a través de un cuestionario, este puede distribuirse en papel, aunque con la llegada de nuevas tecnologías es más común crear un cuestionario online y distribuirlo utilizando medios digitales como redes sociales, correo electrónico, códigos QR u otras fuentes (Naresh, 2016)

### **8.2.4 Fuentes secundarias**



Analizar documentos como libros, folletos, enciclopedias, revistas especializadas en los que se basa el investigador para fundamentar con teorías o criterios de profesionales el hecho o acontecimiento que está investigando. Documento de Internet, nos permitió indagar en temas relacionados al desarrollo del plan estratégico, y conocer cómo funcionan las asociaciones, a través de los diferentes servidores como Google y otras páginas web.

### 8.2.5 Población y Muestra

Corresponde a cierta parte de la población total del cantón Chinchipe, como son los habitantes económicamente activos que según el censo INEC en el año 2010 son 6,878 personas, para esto se toma en cuenta el empleo de la siguiente fórmula:

Donde:

$n$  = es el tamaño de la muestra poblacional a obtener

$N$  = es el tamaño de la población total.

$\sigma$  = representa la desviación estándar de la población. En caso de desconocer este dato es común utilizar un valor constante que equivale a 0.5

$Z$  = es el valor obtenido mediante niveles de confianza. Su valor es una constante, por lo general se tienen dos valores dependiendo el grado de confianza que se desee siendo 99% el valor más alto (este valor equivale a 2.58) y 95% (1.96) el valor mínimo aceptado para considerar la investigación como confiable.

$e$  = representa el límite aceptable de error muestra, generalmente va del 1% (0.01) al 9% (0.09), siendo 5% (0.05) el valor estándar usado en las investigaciones.

$$N = \frac{(1,96)^2 * (0,5)^2 * 9.529}{(0,05)^2 * (9.529 - 1) + (1,96)^2 * (0,5)^2}$$

$$N = \frac{3,84 * 0,25 * 9.529}{0,0025 * 9.528 + (3,84)(0,25)}$$

$$N = \frac{9147,84}{23,8225 + 0,96}$$

$$N = \frac{9147,84}{24,7825}$$

$$N = 369,12$$

$$N = 369$$

## 9 ANALISIS DE RESULTADOS

### 9.1 Encuestas.

Esta encuesta está dirigida a la población económicamente activa y a los clientes frecuentes de “Cubic bar”

Pregunta N° 1 ¿Con qué frecuencia consume bebidas alcohólicas maceradas?

Variable	Porcentaje (%)	Frecuencia
1 a 2 veces a la semana	48,8%	182
3 a 4 veces a la semana	3,2%	12
más de 4 veces a la semana	1,6%	6
Nunca	46,4%	173
Total	100,0%	373

Tabla 9 . Frecuencia con la que la población consume bebidas alcohólicas maceradas

**Fuente:** Encuesta aplicada a la población económicamente activa

**Autor:** Erikc Sarango



**Grafica 1** Frecuencia con la que la población consume bebidas alcohólicas maceradas

**Autor:** Erikc Sarango

### Análisis cuantitativo

Del total de encuestados 180 personas consumen bebidas alcohólicas de 1 a 2 veces a la semana correspondiendo al 48% de la población, mientras tanto 12 personas responden que consumen de 3 a 4 veces a la semana correspondiendo al 3,2%, a si mismo 6 de os encuestados su consumo es más de 4 veces a la semana con un

porcentaje del 1,6%, finalmente el resto de la población 173 de los encuestados no consumen alcohol que corresponde al 46,4%.

### **Análisis cualitativo**

El consumo de bebidas alcohólicas maceradas es totalmente bajo el motivo radica en la dificultad de adquirirlo en una licorería o en un bar, por esta razón la mayor parte de encuestados no conocen este tipo de bebidas alcohólicas, se considera que estos datos son importantes porque permiten que este tipo de investigación sea factible, y con ello la finalidad de ofrecer un producto innovador a las personas que están en búsqueda de autenticidad.

**Pregunta N° 2.** ¿Cuáles son las bebidas alcohólicas que están dentro de su preferencia?

Tabla 10 Preferencias de consumo de alcohol

Variable	Porcentaje (%)	Frecuencia
Cerveza	46,1%	172
Cocteles	13,1%	49
Ron	1,6%	6
Vino	24,9%	93
Vodka	2,7%	10
Ninguna	4,6%	17
Otras respuestas	7.2%	26
Total	100,0%	373

**Fuente:** Encuesta aplicada a la población económicamente activa

**Autor:** Erikc Sarango



**Grafica 2** Preferencias de bebidas alcohólicas

**Autor:** Erikc Sarango

### **Análisis cuantitativo**

Del total de los encuestados (as) 172 personas prefieren que su bebida consumir una cerveza que corresponde al 46,1% de la población, así mismo 93 personas entre su elección está el Vino que corresponde al 24.9% de la población, entre ellos también 49 encuestados prefieren consumir cocteles que corresponde al 13.1% de la población, 13 personas consideran que dentro de sus preferencias esta consumir aguardiente que corresponde al 3.5% de la población. 10 personas respondieron que prefieren consumir vodka que corresponde al 2.7% de la población, 6 personas prefieren el ron que corresponde al 1.6% de la población, 17 de los encuestados no prefieren ninguna de las variables descritas correspondiendo 4,7% de la población, finalmente 26 personas prefieren elegir otras respuestas correspondiendo a un porcentaje del 7,2%.

### **Análisis cualitativo.**

Es evidente que dentro de la preferencia de consumo de bebidas alcohólicas la mayoría de personas eligió la cerveza siendo una de las bebidas más consumida por la población, además, la cerveza es una bebida con gran demanda en el mercado debido a la elevada cantidad de variedad que existe, por lo tanto, estos datos permiten deducir que en el medio no es explotada la coctelería debido al desconocimiento o las limitadas variaciones en la preparación de los cocteles, como segunda preferencia se encuentra el vino que generalmente es consumido en reuniones familiares o de amigos.

### Pregunta N°3 ¿Le gustaría probar cocteles a base de bebidas alcohólicas

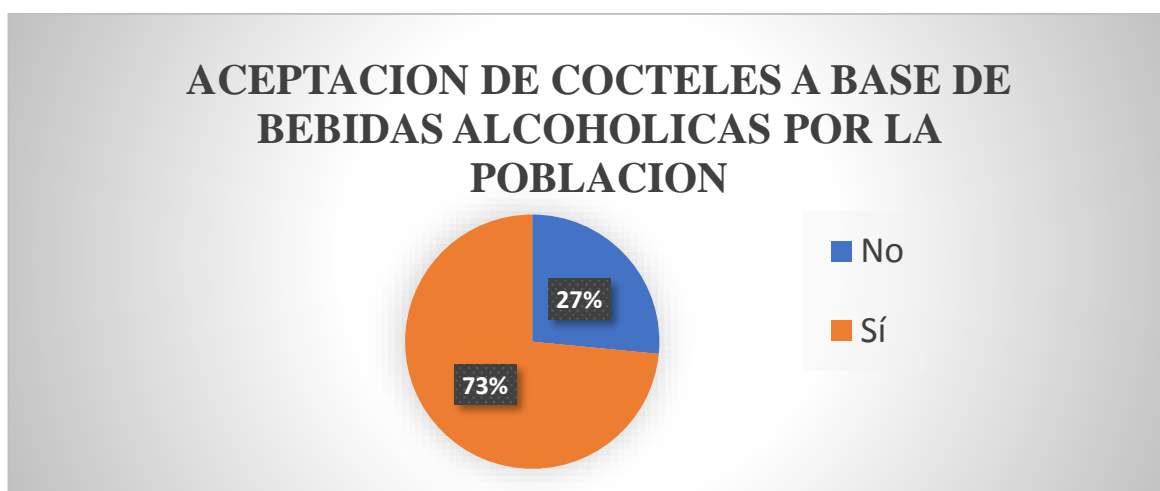
locales?

**Tabla 11** Aceptación de cocteles a base de bebidas alcohólicas por la población

Variable	Porcentaje (%)	Frecuencia
No	26,5%	99
Sí	73,5%	274
Total	100,0%	373

**Fuente:** Encuesta aplicada a la población económicamente activa

**Autor:** Erikc Sarango



**Grafica 3** Aceptación de cocteles a base de bebidas alcohólicas por la población

**Autor:** Erikc Sarango

#### **Análisis cuantitativo**

Del total de los encuestados (as) 274 personas responden a que si están dispuestos a consumir cocteles con base de bebidas alcohólicas locales con un porcentaje del 73% de encuestados mientras que 99 personas no estas dispuestas a consumir esas bebidas con un porcentaje del 27% de la población encuestada

#### **Análisis cualitativo**

Es notorio que la mayoría de las personas se interesan por consumir cocteles a base de bebidas alcohólicas locales, sin embargo, existe una gran parte de la demanda que no consume, lo que indica el desconocimiento por la limitada promoción de bebidas alcohólicas locales, razón por la cual se considera importante dar a conocer a

los consumidores una variedad en la carta de cócteles o bebidas alcohólicas. Otro factor que lamentablemente se está presenciando en la colectividad es la pérdida paulatina y desvalorización por los cocteles ya que son los mismos de siempre, por ello, es importante realizar una mejora de los mismos innovándolos con nuevos ingredientes y presentación.



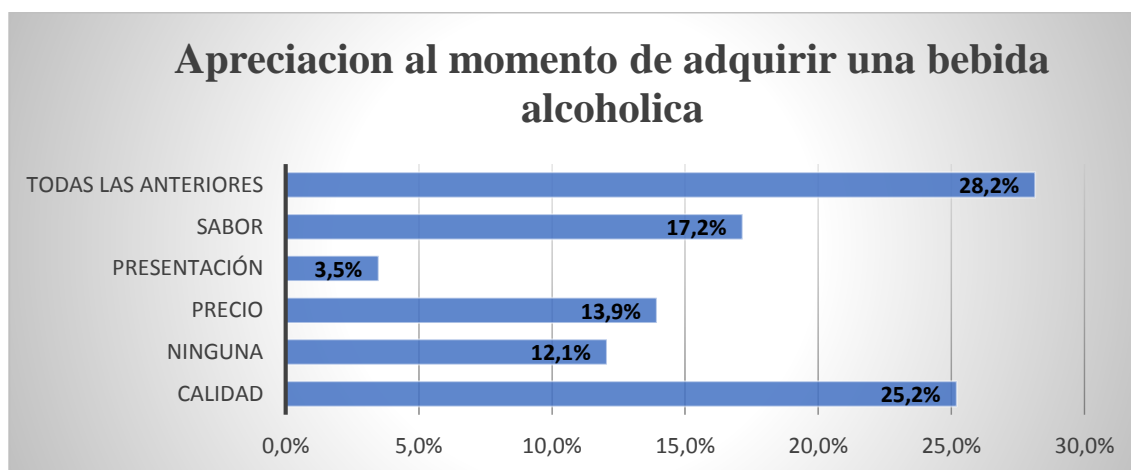
**Pregunta N°4** ¿Al momento de comprar una bebida alcohólica que es lo que más se valora?

**Tabla 12** Apreciación al momento de adquirir una bebida alcohólica

Variable	Porcentaje (%)	Frecuencia
Calidad	25,2%	94
Ninguna	12,1%	45
Precio	13,9%	52
Presentación	3,5%	13
Sabor	17,2%	64
Todas las anteriores	28,2%	105
Total	100,0%	373

**Fuente:** Encuesta aplicada a la población económicamente activa

**Autor:** Erikc Sarango



**Grafica 4** Encuesta aplicada a la población económicamente activa

**Autor:** Erikc Sarango

#### **Análisis cuantitativo.**

Del total de los encuestados (as) 105 personas al momento de adquirir una bebida alcohólica valoran todas las variables entre ellas este sabor, presentación, precio, calidad esto corresponde al 28.2% de los encuestados, mientras que el 94 de los encuestados solo prefieren su calidad que corresponde al 25,2% de la población, en 64 personas dentro de sus preferencias esta solo su sabor que corresponde al 17.2% de los encuestados. 52 encuestados se fijan en su precio que corresponde al 13,9% de

los encuestados. 45 personas no prefieren ninguna de las variables que corresponde al 12,1% de los encuestados, 13 personas dentro de su elección se fijan en su presentación que corresponde al 3.5% de la población.

### **Análisis cualitativo**

Un cóctel debe tener las cantidades exactas de ingredientes, para que al fusionarlos dé como resultado un sabor más agradable al gusto del consumidor, por ende, se considera que el sabor de un cóctel es un factor determinante para la compra del mismo, esto contribuye en una ventaja competitiva en cuanto a la calidad del producto, lo cual reafirmaría que las personas buscan innovación en las bebidas.

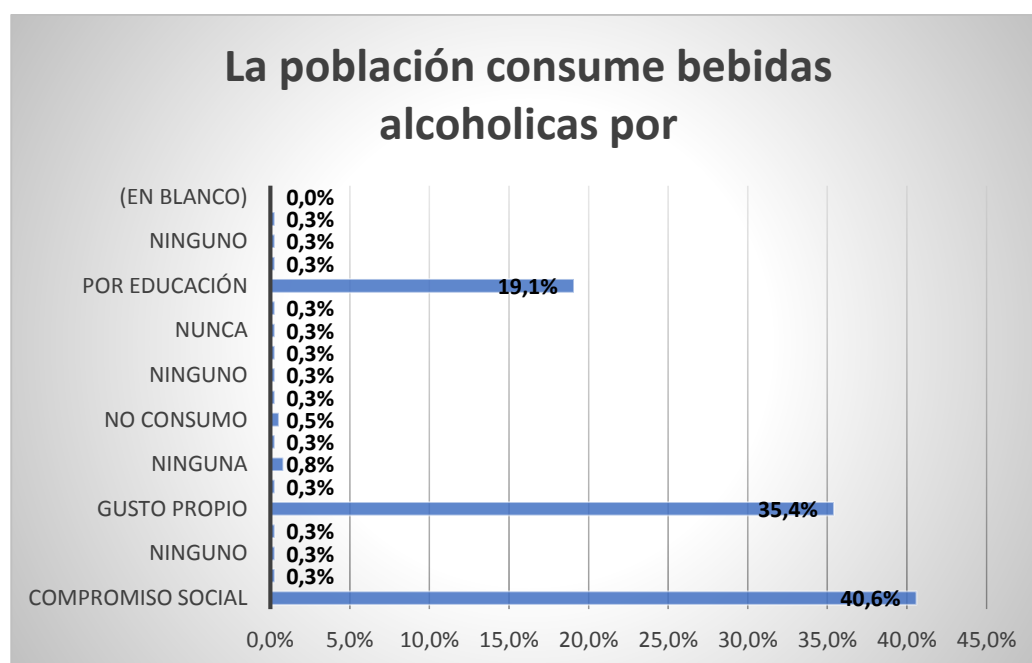
### Pregunta N°5 ¿Cuándo usted consume bebidas alcohólicas lo hace por?

**Tabla 13** La población consume bebidas alcohólicas por?

Variable	Porcentaje (%)	Frecuencia
Compromiso social	40,6%	149
Gusto propio	35,4%	130
Por educación	19,1%	70
Ninguna	4,9%	24
Total	100,0%	373

**Fuente:** Encuesta aplicada a la población económicamente activa

**Autor:** Erikc Sarango



**Grafica 5** Encuesta aplicada a la población económicamente activa

**Autor:** Erikc Sarango

#### **Análisis cuantitativo.**

De todos los encuestados (as) 149 personas deciden que consumen bebidas alcohólicas por compromiso social con un porcentaje de 40.6% de la población 130 personas lo realizan por gusto propio con un porcentaje del 35,4% de la población 70 de los encuestados lo realizan por educación con un porcentaje de 19.1% de la

población, 24 personas no prefieren ninguna de las variables con un porcentaje del 4,9%

**Análisis cualitativo.**

El entorno social el consumo de bebidas alcohólicas juega un papel determinante, por esta razón es importante la presentación de las bebidas alcohólicas haciéndolas más atractivas a la vista y respondiendo a tendencias y modas, las mezclas también se han variado respondiendo a gustos de propietarios y clientes, la búsqueda de probar nuevas combinaciones, acentuar sabores y finalmente innovar en las técnicas y utensilios que son útiles para la preparación.

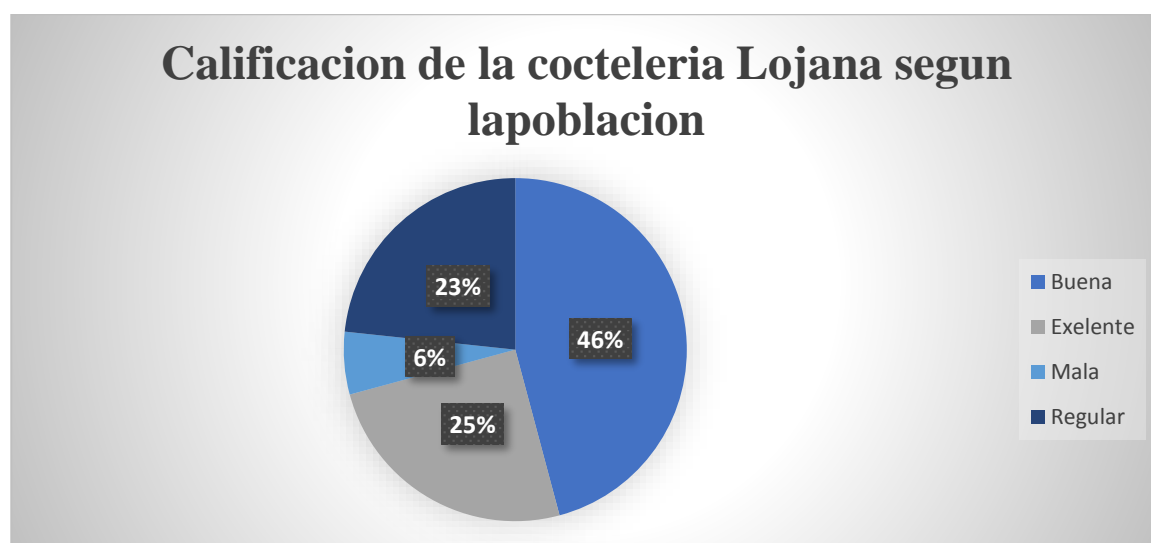
### Pregunta N°6. ¿Cómo calificaría la coctelería en la ciudad de Loja?

**Tabla 14** Calificación de la coctelería lojana según la población

Variable	Porcentaje (%)	Frecuencia
Buena	45,8%	171
Excelente	24,9%	93
Mala	6%	22
Regular	23,3%	87
Total	100,0%	373

**Fuente:** Encuesta aplicada a la población económicamente activa

**Autor:** Erikc Sarango



**Grafica 6** Calificación de la coctelería lojana según la población

**Autor:** Erikc Sarango

### Análisis cuantitativo

Del total de los encuestados (as) 171 personas consideran que la coctelería local es buena con el 46% de la población, 93 de los encuestados consideran que la coctelería local es excelente con un porcentaje del 24,9% de la población, 87 personas consideran que la coctelería local es regular con un porcentaje del 23% de la población, finalmente 22 personas consideran que la coctelería lojana es mala con un porcentaje del 6% de la población.

**Análisis cualitativo.**

El conocimiento profundo de las materias primas que utiliza para la preparación de bebidas alcohólicas es muy importante, conocer sus texturas, sabores, nivel de intensidad, también la biodiversidad del entorno en que vive es un factor relevante, así mismo conocer al cliente y determinar el o los aspectos en los que se precisa la innovación.

**Pregunta N°7.** ¿Qué tipo de sabores le gustaría percibir en sus bebidas  
alcohólicas?

Tabla 15 Preferencia de sabores

Variable	Porcentaje (%)	Frecuencia
Horchata	9,3%	38
Hierba buena	8,5%	27
Menta	12,5%	58
Cedrón	6,7%	24
Albahaca	6%	21
Fresa	10.3%	41
Granadilla	6,8%	25
Uva	9,7%	32
Naranja	8,9%	21
Tomate de árbol	4,5%	9
Otras respuestas	16.2%	73
Total	100,0%	373

**Fuente:** Encuesta aplicada a la población económicamente activa

**Autor:** Erikc Sarango



Gráfica 7 Preferencia de sabores

**Autor:** Erikc Sarango

### Analisis cuantitativo

El total de los encuestados 58 personas dentro de sus preferencias esta la menta con un porcentaje del 12,5% del total de la población 41 personas prefieren el sabor a fresa con un porcentaje del 10.3% del total de la población 38 personas señala

la opción de horchata con un porcentaje del 9,3% del total de los encuestados 32 personas prefieren la uva con un porcentaje del 9,7% del total de los encuestados 21 personas dentro de su elección esta la naranjilla con un porcentaje del 8,9% de los encuestados 27 personas prefieren hierba buena con un porcentaje del 8,5% del total de los encuestados 25 personas prefieren la granadilla con un porcentaje del 6,8% del total de los encuestados 24 personas prefieren percibir el cedrón con un porcentaje del 6,7% del total de la población 21 personas prefieren la albahaca con un porcentaje del 6% del total de los encuestados 9 personas prefieren el tomate de árbol con un porcentaje del 4,5% del total de los encuestados 73 personas prefirieron elegir otras respuestas con un porcentaje del 16,2%.

### **Análisis cualitativo**

Existen diversas opiniones en cuanto al sabor, por ende, el mercado se ve influenciado por las tendencias de las grandes propuestas socioculturales, actualmente una de las tendencias proliferantes es la inclinación por lo saludable, la búsqueda del bienestar, el equilibrio y los productos que recojan esta tendencia gozarán de la preferencia del público consumidor.



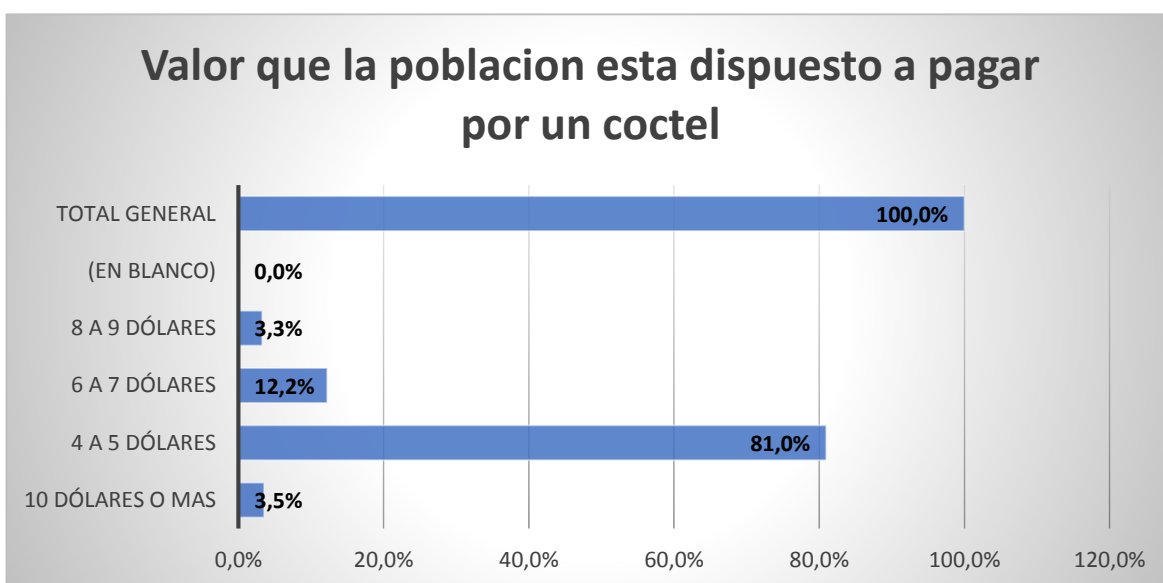
**Pregunta N° 8.** ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un coctel?

**Tabla 16** Valor que la población está dispuesto a pagar por un coctel

Variable	Porcentaje (%)	Frecuencia
10 dólares o mas	3,5%	13
4 a 5 dólares	8,7%	298
6 a 7 dólares	12,2%	45
8 a 9 dólares	3,3%	12
Otra respuesta	0,3%	5
Total	100,0%	373

**Fuente:** Encuesta aplicada a la población económicamente activa

**Autor:** Erikc Sarango



**Grafica 8** Valor que la población está dispuesto a pagar por un coctel

**Autor:** Erikc Sarango

### **Análisis Cuantitativo**

Del total de los encuestados (as) 289 personas consideran que por un coctel están dispuestos a pagar el valor de 4 a 5 dólares con un porcentaje del 81 % del total de los encuestados, 45 personas están dispuestos a pagar el valor de 6 a 7 dólares con un porcentaje del 12,2% de los encuestados, 13 personas consideran que pagarían el valor de 10 o más con un porcentaje del 3,5% del total de los encuestados, 12 personas esta dispuestas a pagar el valor de 8 a 9 dólares con un porcentaje del 3.3% del total de los encuestados finalmente 5 eligieron otra respuesta con un porcentaje del 0,3%

### **Análisis cualitativo**

El valor influye significativamente al momento de adquirir una bebida, esto refleja que al ofrecer una bebida se obtendrá una ventaja competitiva en cuanto al precio creando diferentes bebidas acorde a estilos y necesidades del consumidor, es decir el producto debe ir relacionado con el precio y la calidad.

### Pregunta N° 9 ¿A usted le gusta consumir sus bebidas alcohólicas con?

**Tabla 17** Rango de nivel alcohólico que la población prefiere en sus bebidas

Variable	Porcentaje (%)	Frecuencia
Alto nivel de alcohol	5,9%	22
Bajo nivel de alcohol	58,0%	215
Medio nivel de alcohol	33,2%	123
Otra respuesta	2,9%	13
Total	100,0%	373

**Fuente:** Encuesta aplicada a la población económicamente activa

**Autor:** Erikc Sarango



**Grafica 9** Rango de nivel alcohólico que la población prefiere en sus bebidas

**Autor:** Erikc Sarango

#### Análisis cuantitativo

Del total de los encuestados (as) 215 personas prefieren sus bebidas con bajo nivel de alcohol con un porcentaje del 58% de los encuestados, 123 personas prefieren sus bebidas con medio nivel de alcohol con un porcentaje del 32,2% de los encuestados, 22 personas prefieren sus bebidas con alto nivel de alcohol con un porcentaje del 5,9% de los encuestados, y con un bajo número de respuestas 13 personas eligieron otras respuestas con un porcentaje del 2,9%.

#### Análisis cualitativo.

Es evidente que las personas buscan lo novedoso, lo retador a los sentidos, nuevos sabores, nuevas experiencias; por esta razón una bebida alcohólica debe cumplir su objetivo para el cual fue creado, el equilibrio de sabor, la consistencia y el suficiente peso para lograr en el consumidor el mismo efecto agradable en su paladar.

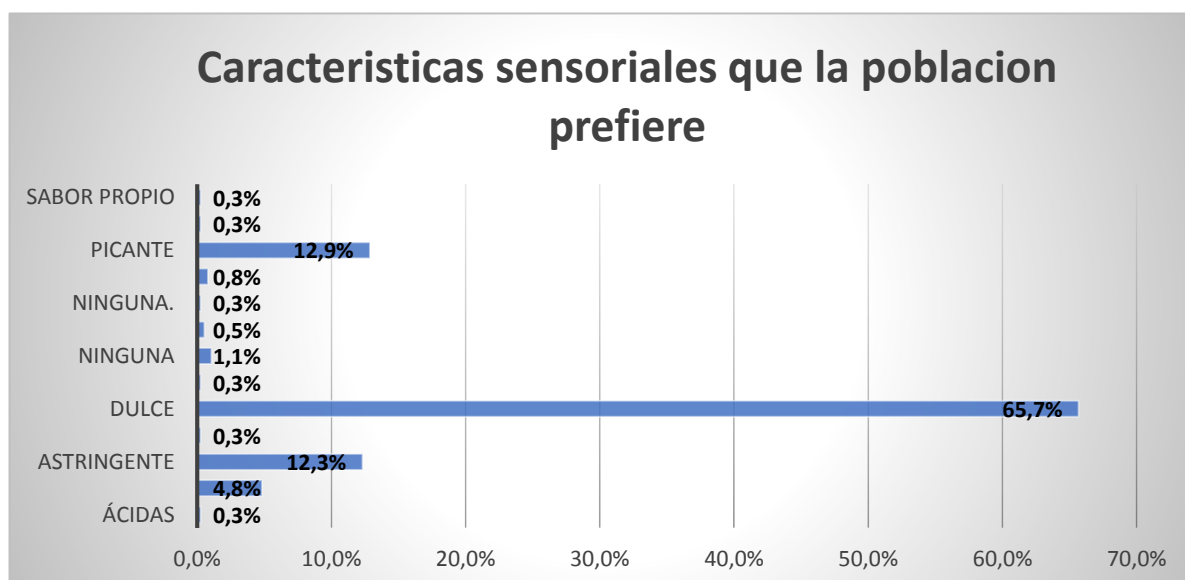
**Pregunta N° 10.** ¿Cuál de las características es la que más gusta en sus bebidas alcohólicas?

Tabla 18 Característica sensorial que prefiere la población.

Variable	Porcentaje (%)	Frecuencia
Amargos	4,8%	18
Astringente	12,3%	46
Dulce	65,7%	245
Picante	12,9%	48
Otra respuesta	4,3%	16
Total	100,0%	373

**Fuente:** Encuesta aplicada a la población económicamente activa

**Autor:** Erikc Sarango



**Grafica 10** Característica sensorial que prefiere la población.

**Autor:** Erikc Sarango

### **Análisis cuantitativo**

Del total de los encuestados (as) 245 personas prefieren un sabor dulce con un porcentaje del 65,7% de los encuestados, 48 personas prefieren el picante con un porcentaje del 12,9% de los encuestados 46 personas prefieren que sus bebidas sean astringentes y 16 personas respondieron con otras respuestas con un porcentaje del 4,3%

### **Análisis cualitativo**

Satisfacer las necesidades del cliente es un factor importante, se basa en la atención, el servicio y el producto que sea de calidad, por esta razón el sabor de un cóctel es tan importante como su presentación, por ello se apuesta cada vez más por bebidas alcohólicas innovadoras y llamativas.

### **Análisis Global de la encuesta**

De acuerdo a las respuestas obtenidas en cada pregunta de la encuesta se determinó notoriamente que la mayoría de personas consumirían cocteles a base de frutas y hierbas aromáticas con base de licores netamente lojanos, cabe recalcar que en la ciudad no se elaboran cocteles con estas características, Tomando en cuenta estas respuestas es primordial buscar siempre presentar un producto que ofrezca al consumidor satisfacer sus necesidades dentro de la coctelería.

Dentro de los aromas que en su mayoría los consumidores prefieren son Horchata, Menta, Cedrón, hierba buena, fresa, uva, granadilla y naranjilla, por lo que es conveniente que al emplear estas frutas y hierbas aromáticas se busque incluir en el producto final el valor agregado con el fin de entregar al consumidor un producto apto el mismo que sea agradable.

De acuerdo a lo expresado por los encuestadores se debe obtener un producto de excelente calidad, por ello es conveniente utilizar materia prima de primera clase para obtener un licor que presente las características deseadas por el consumidor, logrando que la aceptación y consumo del mismo sea excelente y aceptado en el mercado por su exquisito sabor y la presentación que se le dé

## **9.2 Análisis de Entrevistas.**

La presente entrevista está dirigida a los profesionales en el área de coctelería.

### **¿Qué trago o licor se recomienda como base para la elaboración de bebidas alcohólicas maceradas?**

De acuerdo con los entrevistados manifiestan que es mejor utilizar tragos o licores con alto grado de nivel alcohólico como vodka, ron, aguardiente, gin, mallorca donde estos aportan y extraer toda la esencia del producto a macerar en conclusión entre mayor grado alcohólico tenga la bebida es mejor para realizar macerados

### **¿La elaboración de una bebida alcohólica a base de frutas y hierbas aromáticas aporte en el consumo de la población?**

De acuerdo a lo manifestado por los entrevistados la maceración de bebidas alcohólicas es un producto poco común encontrar en un coctel a base de frutas o hierbas aromáticas, pero si aporta mucho ya que esto ayuda a potencializar otras materias primas que generalmente no se utiliza en un coctel que comúnmente se puede encontrar en cualquier bar y esto da un plus tanto al local como al consumidor

### **¿Cuáles son las frutas que recomienda para la elaboración de bebidas alcohólicas maceradas?**

Piña, naranja, fresa, uva. Entre otras, las mejores combinaciones para realizar macerados son frutas tropicales siempre y cuando sean frescas y estén en perfectas condiciones además agregándoles en su maceración aromatizantes como pimienta dulce, canela o incluso agregándole frutos deshidratados queda excelente en cuanto a maceraciones dando un sabor único y extravagante

**¿En base a su experiencia, cuáles son las recomendaciones que me brinda para crear cocteles basados en bebidas maceradas?**

Acompañar estos macerados con bebidas gasificadas, endulzantes, frutas frescas además de cítricos, es importante mantener un equilibrio dependiendo el trago base jugar sabores entre dulces, picantes, cítricos, dando un mejor resultado en todos los cocteles que se vaya a crear donde cada uno sea diferente por su sabor y presentación

**¿Cómo considera usted que evolucionaría la coctelería al momento de utilizar bebidas alcohólicas maceradas con frutas y hierbas?**

Si los procesos al momento de realizar los macerados son correctos tendrá una gran aceptación en las pequeñas empresas hasta su popularización, la coctelería cada día va evolucionando y hay que darle mayor importancia a los macerados que es un gran potencial para elaborar cocteles además se lograría abaratar costos y se obtendrá productos de calidad

En la actualidad en la localidad desde siempre se ha utilizado la coctelería clásica, es importante realizar cambios y por qué innovar la coctelería clásica que existe habitualmente en todos lados, pues cabe recalcar que al utiliza bebidas maceradas se obtendrá un sabor único y original.

Así también los entrevistados aportaron con su idea de cuál sería el mejor método para obtener un producto cuyas características organolépticas cumplan con las expectativas del consumidor y que al probar los productos que tengan como ingrediente estos licores macerados descubran un nuevo sabor permitiéndoles que se sientan satisfechos y se incluyan en establecimientos que les darán un plus a todos sus productos.

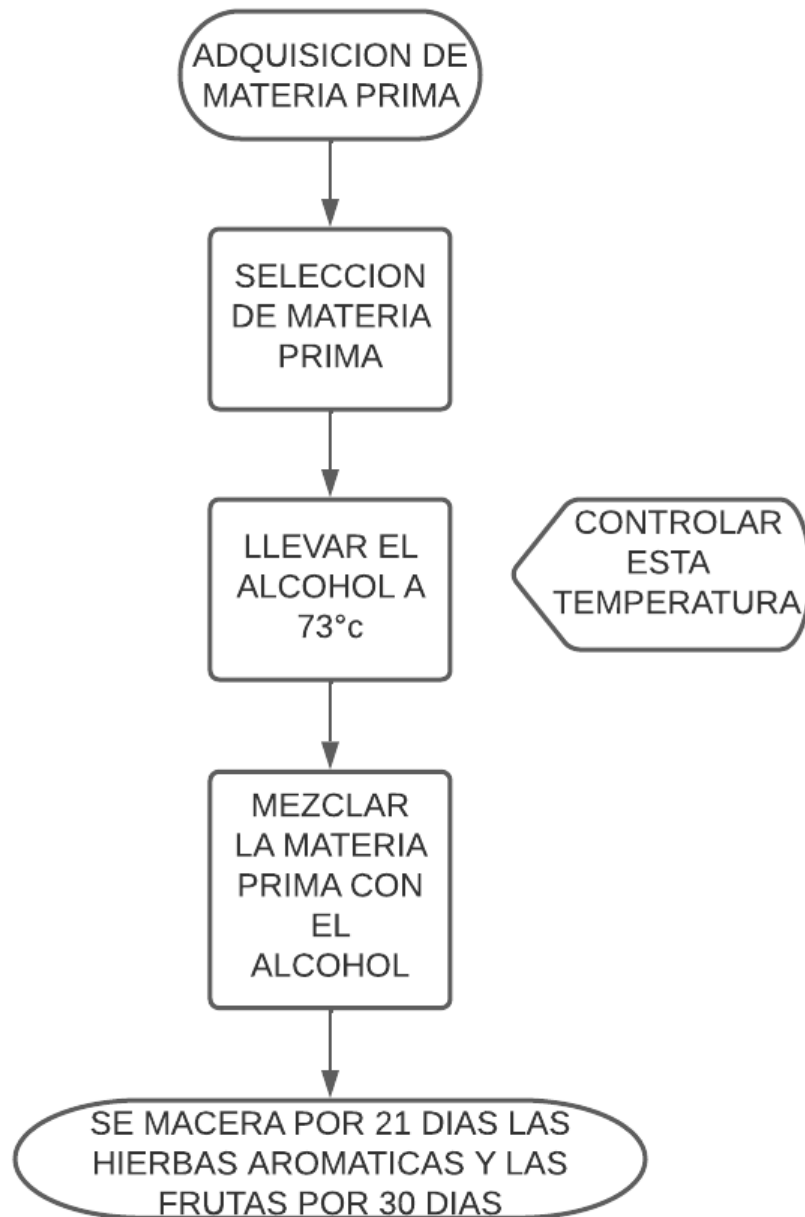


## **10 PROPUESTA PRÁCTICA DE ACCIÓN.**

Luego de haber identificado las frutas y hierbas que se utilizara para elaborar los macerados se ha obtenido los siguientes resultados. Dentro de las preferencias de hierbas aromáticas esta la horchata, menta, hierba buena y cedrón mientras tanto dentro de las frutas esta la fresa, granadilla, uva y naranjilla, siendo estos los principales productos a macerar con una base de vodka, aguardiente (Alamoreño), y cantaclaro se utilizó botellas de vidrio con tapa hermética para evita que el alcohol se evapore estas fueron de 750ml cada una y se agregó por cada 200 gr de hierbas y frutas 500gr de alcohol con un macerado mínimo de 20 días para las hierbas y 30días para las frutas esto con el fin de extraer todos las esencias de cada producto utilizado.

Para poder realizar estos macerados se investigó en varias fuentes para poder realizarlos de la mejor manera y se determinó que los principales métodos es la maceración en frio que logran extraer todas las propiedades del producto a macerar en este caso las frutas y hierbas aromáticas, es decir, toda su esencia sin alterarla en lo más mínimo, así como también se utilizara la maceración en calor que en su caso se reduce el nivel de alcohol para macerar los productos finales obteniendo una diferencia de sabores entre estos dos tipos de maceración y se pueda determinar cuál de ellas es la más factible. El costo estimado del macerado es los que contienen vodka un aproximado de \$13.00 dólares, los que contienen cantaclaro un aproximado de \$10.00 dólares finalmente los que contienen aguardiente un aproximado de 6 dólares para obtener estos datos se tomó en cuenta el valor del producto inicial más el costo de las frutas o hierbas utilizadas y el tiempo de elaboración.

### 10.1 Flujograma de maceración en calor



*Grafica 11 flujograma de maceración*  
Autor: Erikc Sarango

#### **Análisis**

A continuación, se detalla el proceso de elaboración de la maceración, paso a paso y de manera sistemática.

1. El primer proceso consiste en la recepción de materia prima, donde se verifica que la materia prima se mantenga en buenas condiciones.

2. Como segundo paso se procede selección la materia prima donde se selecciona que las frutas mantengas un tono brillante dependiente al tipo de fruta y mantengan su frescura y se descarta las que estén abolladas o en estado de descomposición. En cuanto a las hierbas aromáticas se selecciona las hojas que estén en perfecto estado y totalmente limpias eliminando las que se encuentren en estado de descomposición.

3. Como tercer paso se procede a llevar en una cacerola el alcohol a  $73^{\circ}\text{C}$  esto se verifica con un termómetro para asegurarnos que llegue a la temperatura exacta.

4. Integramos la materia prima con el tipo de alcohol y con un embudo se procede a embotellar

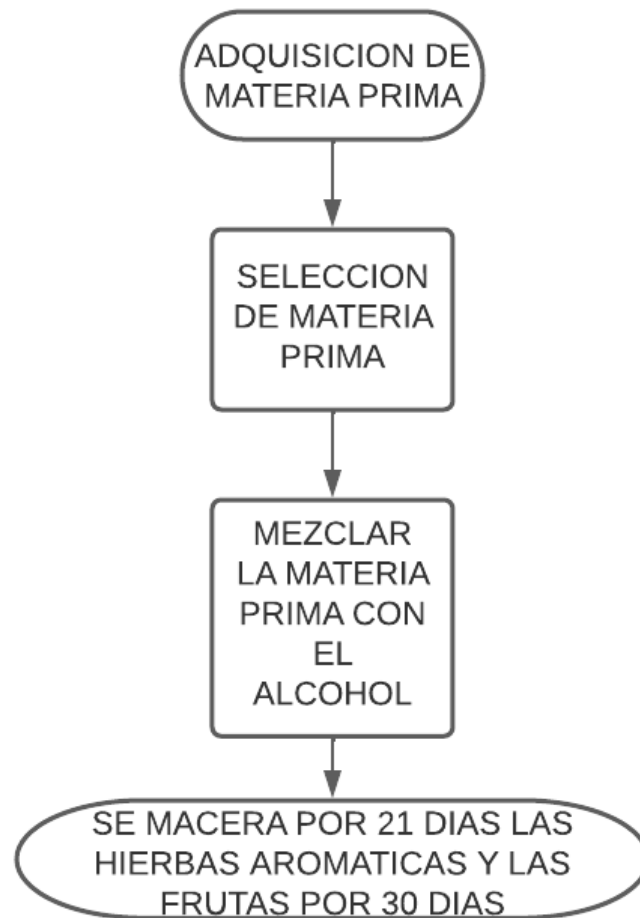
5. Se macera por un mínimo de 21 días las hierbas aromáticas y un mínimo de 30 días las frutas

En la maceración en calor se debe tomar en cuenta la temperatura ya que es muy importante no sobrepasar los  $73^{\circ}\text{C}$  ya que si sucede esto el alcohol se evaporará y perderemos una gran característica y variaciones en los macerados.



**Figura 8** Control de temperatura  
**Fuente:** Erikc Sarango

## 10.2Flujograma de maceración en frío



*Grafica 12 flujograma de maceración*

**Autor:** Erikc Sarango

### **Análisis**

A continuación, se detalla el proceso de elaboración de la maceración, paso a paso y de manera sistemática.

1. El primer proceso consiste en la recepción de materia prima, donde se verifica que la materia prima se mantenga en buenas condiciones.
2. Como segundo paso se procede selección la materia prima donde se selecciona que las frutas mantengas un tono brillante dependiente al tipo de fruta y mantengan su frescura y se descarta las que estén abolladas o en estado de descomposición. En cuanto a las hierbas aromáticas se

selecciona las hojas que estén en perfecto estado y totalmente limpias eliminando las que se encuentren en estado de descomposición.

3. Integramos la materia prima con el tipo de alcohol y con un embudo se procede a embotellar

4. Se macera por un mínimo de 21 días las hierbas aromáticas y un mínimo de 30 días las frutas

Este tipo de maceración buscamos aprovechar todo nuestro producto en especial el trago base que se o llevara a macerar esta técnica es recomendada al momento de macerar frutas.



**Figura 9** Macerados  
**Fuente:** Erikc Sarango

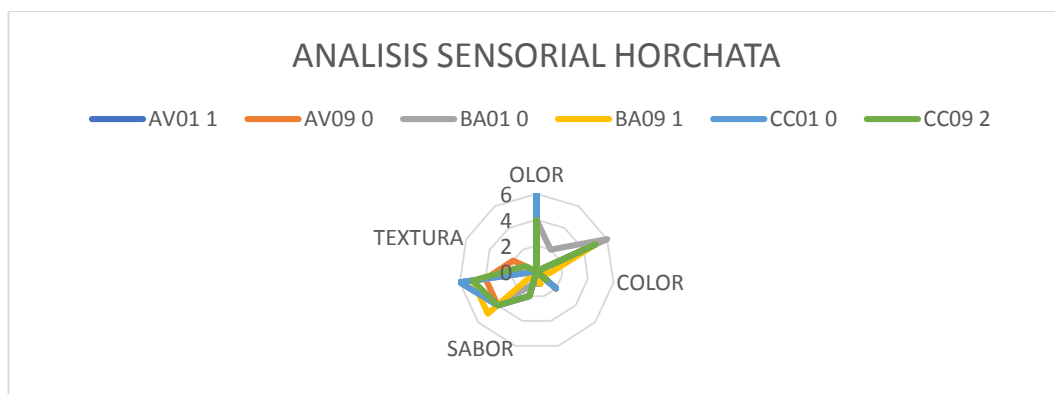
### 10.3 Evaluación sensorial

Los analistas interpretan las respuestas a los productos percibidos a través de los sentidos del gusto, tacto, olfato, en donde los analistas buscan describir o sugerir las características adecuadas que debe tener el producto

	AV01	AV09	BA01	BA09	CC01	CC09
OLOR	1	0	0	1	0	2
	5	6	4	5	6	4
	0	0	2	0	0	0
COLOR	4	4	6	5	4	5
	0	0	0	1	0	0
	2	2	0	0	2	1
SABOR	0	0	1	1	0	0
	2	2	1	0	2	2
	4	4	4	5	4	4
TEXTURA	6	4	6	5	6	5
	0	2	0	1	0	1
	0	0	0	0	0	0
ACEPTACION	3	1	3	3	3	3
	3	5	3	3	3	3

#### Resultados de la evaluación sensorial.

Tabla 19 evaluación sensoria horchata

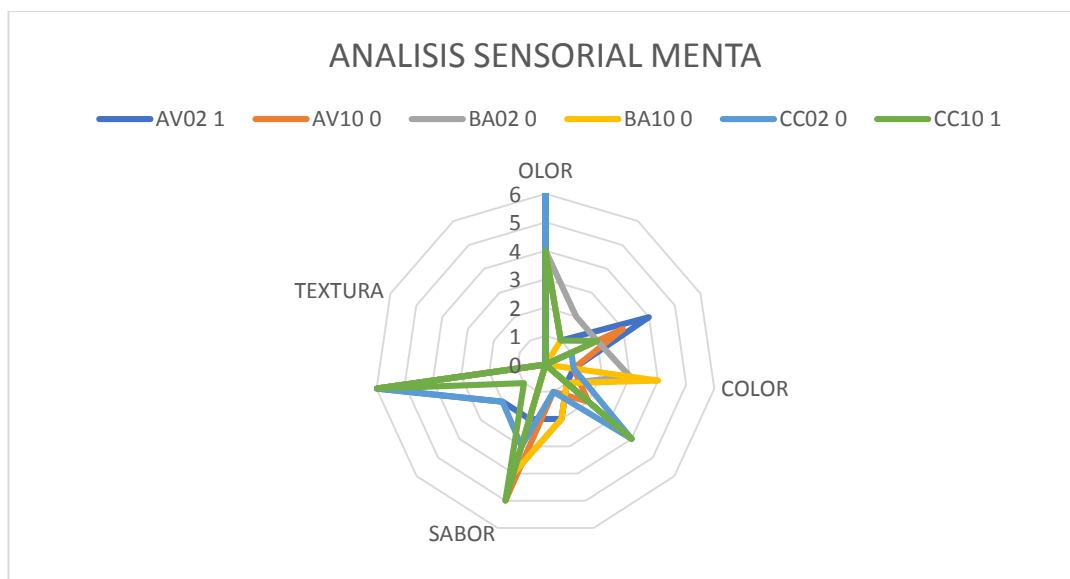


*Grafica 13 evaluación sensoria horchata*  
 Autor: Erikc Sarango

Mediante el análisis de las respuestas obtenidas de la evaluación sensorial aplicada a las muestras AV01 y lo que la gráfica refleja es la que posee cualidades organolépticas estables y agradables destacando su olor, color, textura y sabor por lo tanto es la que ha sido seleccionada para la elaboración de las propuestas gastronómicas con respecto al resto de muestras no han sido aceptadas por los evaluados esto se debe a que no cumplen con todos los parámetros a evaluar

Tabla 20 evaluación sensoria menta

	AV02	AV10	BA02	BA10	CC02	CC10
OLOR	1	0	0	0	0	1
	4	6	4	4	6	4
	1	0	2	1	0	1
COLOR	4	3	2	0	1	2
	1	1	3	4	1	0
	1	2	1	1	4	4
SABOR	2	1	2	2	1	0
	2	5	4	4	3	5
	2	0	0	0	2	1
TEXTURA	6	6	6	6	6	6
	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0
ACEPTACION	5	5	6	5	6	5
	1	1	0	1	0	1



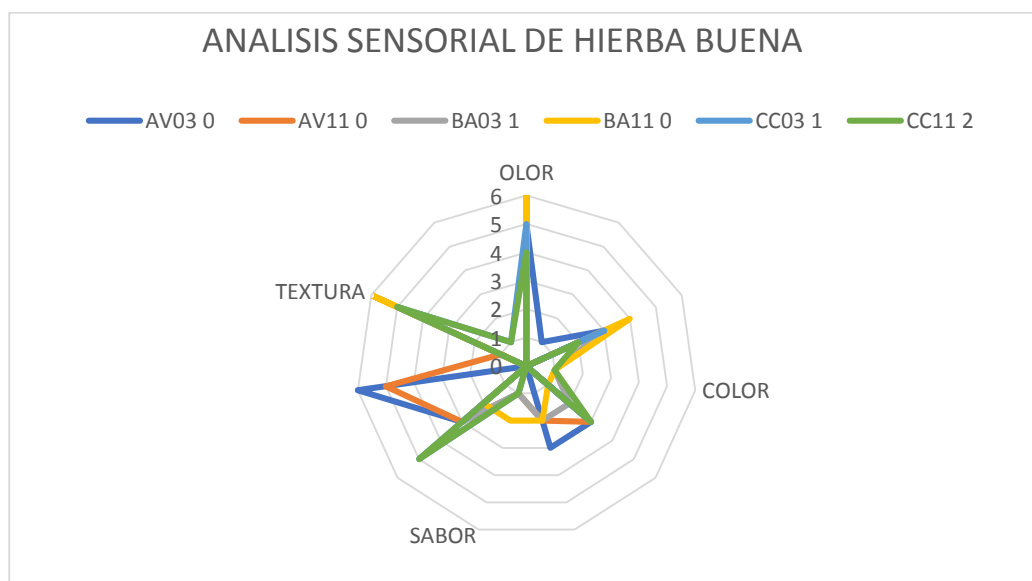
Grafica 14 evaluación sensoria menta  
Autor: Erikc Sarango

Luego de analizar los resultados de la evolución es notable que las muestras BA02 y CC02 es la más aceptada ya que posee sus características puras con sabores y olores neutros mientras que las otras muestras tienen poca aceptación por los evaluados ya que no cumplen con sus expectativas o condiciones organolépticas.

Tabla 21 evaluación sensoria hierba buena

	AV03	AV11	BA03	BA11	CC03	CC11
OLOR	0	0	1	0	1	2
	5	6	5	6	5	4
COLOR	1	0	0	0	0	0
	3	3	3	4	3	2
SABOR	0	0	1	1	0	1
	3	3	2	1	3	3
TEXTURA	3	2	2	2	0	0
	0	1	1	2	1	1
ACEPTACION	3	3	3	2	5	5
	6	5	0	0	0	0
ACEPTACION	0	1	6	6	5	5
	0	0	0	0	1	1
ACEPTACION	1	2	3	3	4	2
	5	4	3	3	2	4





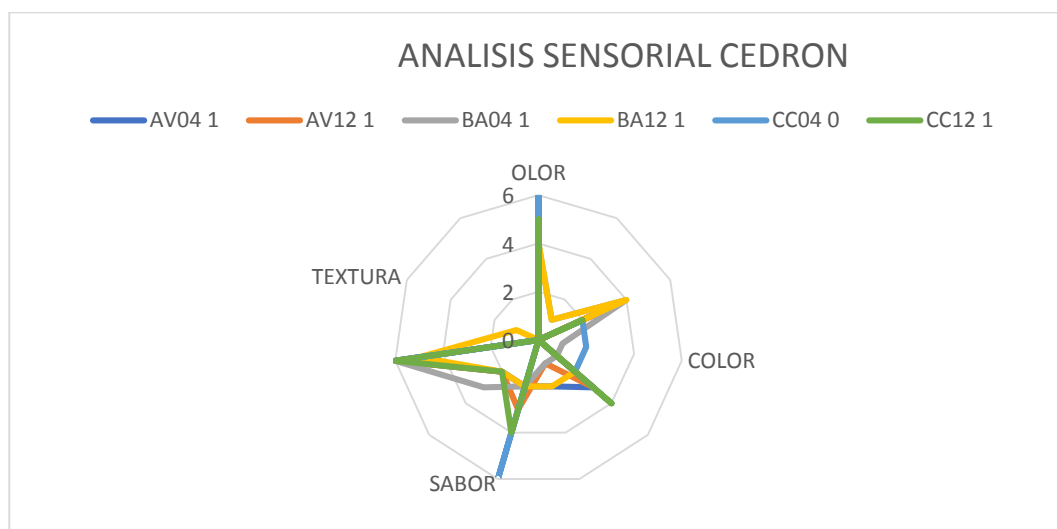
Grafica 15 evaluación sensoria hierba buena  
Autor: Erikc Sarango

Dentro de las muestras realizadas la muestra que más destaco es la CC03 ya que mantiene sus características organolépticas estables mientras que las demás muestras no cumplen con las expectativas de los evaluados luego de observar la gráfica podemos definir cuan de las muestras fue la más aceptada.

Tabla 22 evaluación sensoria cedrón

	AV04	AV12	BA04	BA12	CC04	CC12
OLOR	1	1	1	1	0	1
	5	5	4	4	6	5
	0	0	1	1	0	0
COLOR	3	3	4	4	2	2
	0	0	1	0	2	0
	3	3	1	2	2	4
SABOR	2	1	1	2	0	0
	2	3	2	2	6	4
	2	2	3	2	0	2
TEXTURA	6	6	6	5	6	6
	0	0	0	1	0	0
	0	0	0	0	0	0
	1	3	3	2	2	4

ACEPTACION 5 3 3 4 4 2



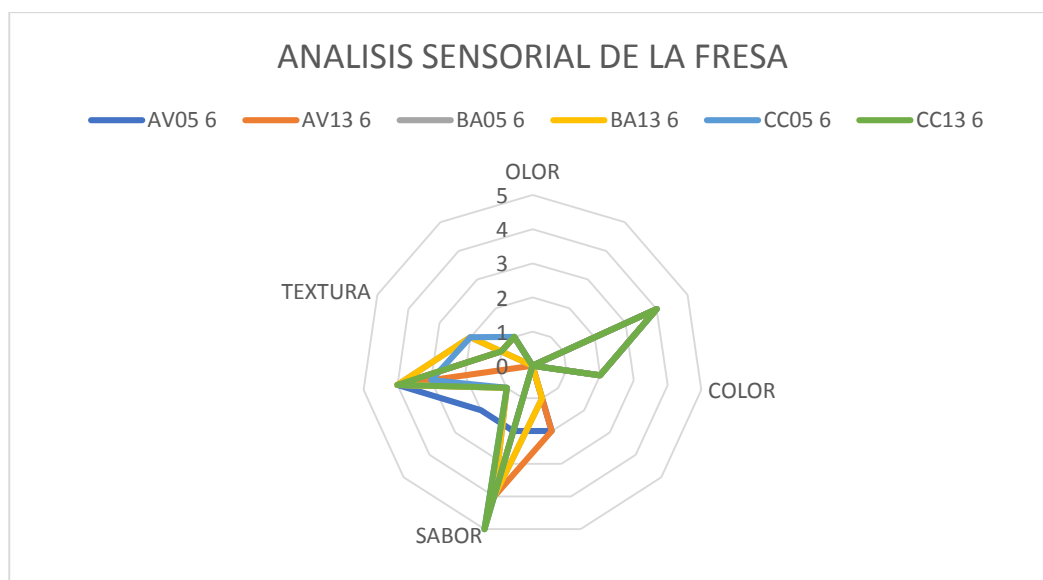
Grafica 16 evaluación sensoria cedrón  
Autor: Erikc Sarango

Mediante el análisis de las respuestas obtenidas de la evaluación sensorial aplicada a la muestra CC12 y lo que la gráfica refleja es la que posee cualidades organolépticas estables y agradables destacando su olor, color, textura y sabor por lo tanto es la que ha sido seleccionada para la elaboración de las propuestas gastronómicas

Tabla 23 Resultados evaluación sensorial

	AV05	AV13	BA05	BA13	CC05	CC13
OLOR	6	6	6	6	6	6
	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0
COLOR	4	4	4	4	4	4
	2	2	2	2	2	2
	0	0	0	0	0	0
SABOR	2	2	1	1	0	0
	2	4	4	4	5	5
	2	0	1	1	1	1
	4	4	4	4	3	4

TEXTURA	1	1	2	2	2	1
	1	1	0	0	1	1
	4	4	3	4	4	5
ACEPTACION	2	2	3	2	2	1



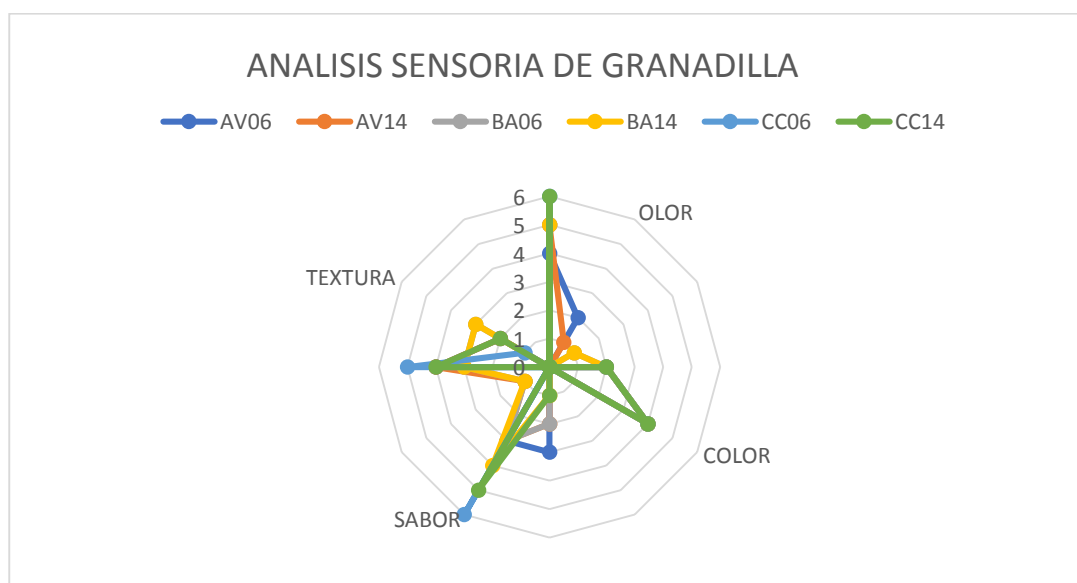
Grafica 17 Resultados evaluación sensorial  
Autor: Erikc Sarango

Mediante el análisis de las respuestas obtenidas de la evaluación sensorial aplicada a la muestra CC13 y lo que la gráfica refleja es la que posee cualidades organolépticas estables y agradables destacando su olor, color, textura y sabor por lo tanto es la que ha sido seleccionada para la elaboración de las propuestas gastronómicas

Tabla 24 Resultados Evaluación Sensorial

	AV06	AV14	BA06	BA14	CC06	CC14
OLOR	4	5	5	5	6	6
	2	1	0	0	0	0
	0	0	1	1	0	0
COLOR	2	2	2	2	2	2
	4	4	4	4	4	4
	0	0	0	0	0	0
	3	2	2	1	0	1

SABOR	3	3	3	4	6	5
	0	1	1	1	0	0
TEXTURA	4	4	3	3	5	4
	2	2	3	3	1	2
ACEPTACION	0	0	0	0	0	0
	4	5	4	5	4	5
	2	1	2	1	2	1



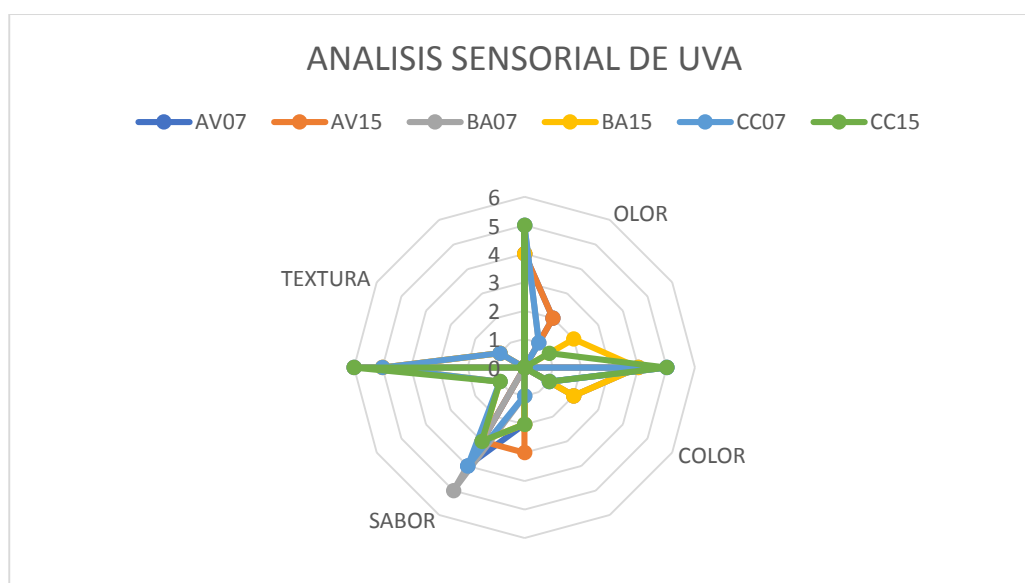
Grafica 18 Resultados Evaluación Sensorial  
Autor: Erikc Sarango

Mediante el análisis de las respuestas obtenidas de la evaluación sensorial aplicada a las muestras AV15 y BA14 y lo que la gráfica refleja es la que posee cualidades organolépticas estables y agradables destacando su olor, color, textura y sabor por lo tanto es la que ha sido seleccionada para la elaboración de las propuestas gastronómicas

Tabla 25 Resultados de la evaluación sensorial

	AV07	AV15	BA07	BA15	CC07	CC15
OLOR	4	4	5	4	5	5
	2	2	1	0	1	0
	0	0	0	2	0	1
	5	4	4	4	5	5

COLOR	1	2	2	2	1	1
	0	0	0	0	0	0
SABOR	2	3	1	2	1	2
	4	3	5	3	4	3
TEXTURA	0	0	0	1	1	1
	6	5	6	5	5	6
ACEPTACION	0	1	0	1	1	0
	0	0	0	0	0	0
	5	3	6	4	2	4
	1	0	0	2	4	2



Grafica 19 Resultados de la evaluación sensorial

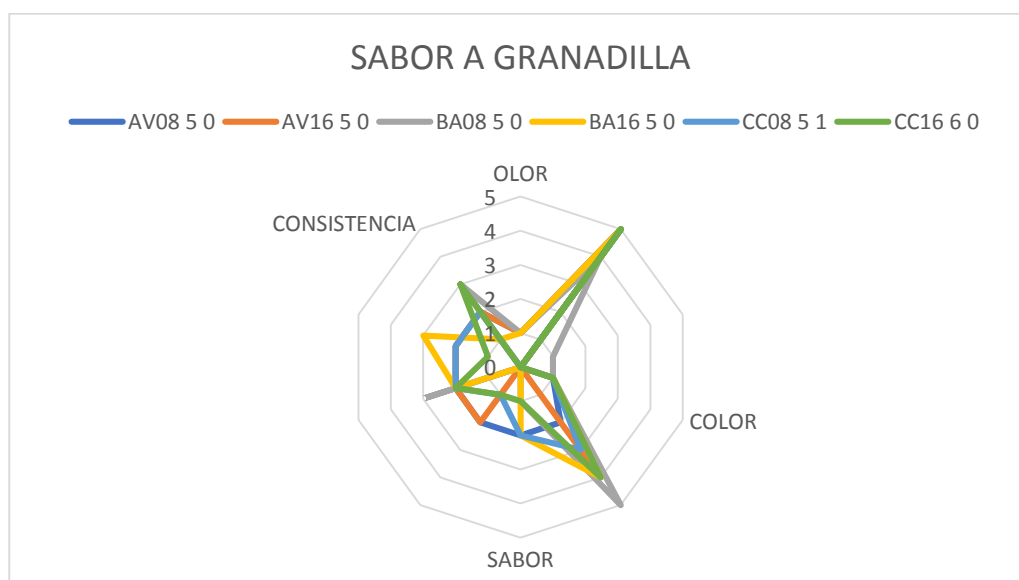
Autor: Erikc Sarango

Mediante el análisis de las respuestas obtenidas de la evaluación sensorial aplicada a las muestras AV07y BA07 y lo que la gráfica refleja es la que posee cualidades organolépticas estables y agradables destacando su olor, color, textura y sabor por lo tanto es la que ha sido seleccionada para la elaboración de las propuestas gastronómicas

Tabla 26 Resultados de la evaluación sensorial

	AV08	AV16	BA08	BA16	CC08	CC16
	5	5	5	5	5	6

	0	0	0	0	1	0
OLOR	1	1	1	1	0	0
	5	5	4	5	5	5
	0	0	1	0	0	0
COLOR	1	1	1	1	1	1
	2	4	5	4	3	4
SABOR	2	0	1	2	2	1
	2	2	0	0	1	1
	2	2	3	2	2	2
	2	2	0	3	2	1
CONSISTENCIA	2	2	3	1	2	3
	2	5	4	1	2	2
Aceptación	4	1	2	5	4	4



Grafica 20 Resultados de la evaluación sensorial  
Autor: Erikc Sarango

Mediante el análisis de las respuestas obtenidas de la evaluación sensorial aplicada a la muestra AV16 y lo que la gráfica refleja es la que posee cualidades organolépticas estables y agradables destacando su olor, color, textura y sabor por lo tanto es la que ha sido seleccionada para la elaboración de las propuestas gastronómicas

Dentro de las diferentes muestras aplicadas se ha considerado las muestras mas aceptadas por los evaluados que mantengan color, olor, sabor y textura estable además

el grado de aceptación de cada una de las muestras cabe recalcar que al momento de aplicar las muestras todas se encontraban en el tiempo de maceración adecuada pero los resultados obtenidos nos muestran cuál de ellas son las más óptimas para realizar las propuestas gastronómicas adecuadas para obtener un resultado óptimo manteniendo las diferentes características que existen dentro de cada una de ellas

### 10.4 Recetas estándar

**Tabla 27** Costo de fabricación dulce frescura




		 <b>INSTITUTO TECNOLÓGICO SUDAMERICANO</b> <i>Hacemos gente de talento!</i>		<b>COSTO DE FABRICACIÓN</b>				
NOMBRE DE RECETA								
<b>Dulce frescura</b>							<b>PAX:</b> 10	
<b>MATERIA PRIMA</b>						<b>COSTO</b>		
PRECIO MP	UNIDAD	INGREDIENTE	CANTIDAD POR PAX	CANTIDAD TOTAL	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	
\$ 10,00	L	Macerado de clantaclaro menta	0,059	0,590	ML	\$ 0,59	\$ 5,90	
\$ 4,00	L	Zumo de limón	0,044	0,440	ML	\$ 0,18	\$ 1,76	
\$ 3,00	L	Sirope simple	0,044	0,440	ML	\$ 0,13	\$ 1,32	
\$ 2,00	l	Agua mineral	CN	CN	l	CN	CN	
\$ 2,00	Kg	Decoración	1	10	U	\$ 0,05	\$ 0,50	
\$ 2,00	Kg	Sorbete	1	10	U	\$ 0,05	\$ 0,50	
\$ 2,00	Kg	Servilleta	1	10	U	-	-	
\$ 2,50	KG	Hielo	CN	CN	KG	-	-	
						<b>Subtotal de Costo</b>	<b>\$ 1,00</b> <b>\$ 9,98</b>	
						5% CONDIMENTOS	0,05	0,50
						5% DESPERDICIOS	0,05	0,50
						<b>Costo (materia prima) MP</b>	<b>\$ 1,10</b>	<b>\$ 10,98</b>
						30% (mano de directa)MOD	\$ 0,33	\$ 3,29
						30% (costos generales de fab)CGF	\$ 0,33	\$ 3,29
						<b>COSTO TOTAL</b>	<b>\$ 1,76</b>	<b>\$ 17,56</b>
						30% UTILIDAD	0,53	5,27
						<b>PRECIO</b>	<b>\$ 2,28</b>	<b>\$ 22,83</b>
						IVA 14%	0,32	3,20
SERVICIO 10%	0,23	2,28						
<b>PVP</b>	<b>\$ 2,83</b>	<b>\$ 28,31</b>						



Tabla 28 Costo de fabricación invierno




 		INSTITUTO TECNOLÓGICO SUDAMERICANO <i>Hacemos gente de futuro!</i>						<b>COSTO DE FABRICACIÓN</b>	
NOMBRE DE RECETA									
Invierno							PAX:	10	
MATERIA PRIMA							COSTO		
PRECIO MP	UNIDAD	INGREDIENTE	CANTIDAD POR PAX	CANTIDAD TOTAL	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL		
\$ 10,00	Kg	Macerado de cantaclaro fresa	0,059	0,590	Kg	\$ 0,59	\$ 5,90		
\$ 4,00	L	Zomo de limón	0,044	0,440	ML	\$ 0,18	\$ 1,76		
\$ 4,00	L	Sirope simple	0,044	0,440	ML	\$ 0,18	\$ 1,76		
\$ 2,50	l	agua mineral	cn	cn	l	-	-		
\$ 2,00	Kg	Decoración	1	10	U	\$ 0,05	\$ 0,50		
\$ 2,00	Kg	Sorbete	1	10	Kg	\$ 0,05	\$ 0,50		
\$ 2,00	kg	Servilleta	1	10	kg	\$ 0,05	\$ 0,50		
\$ 2,00	Kg	Hielo	Cn	Cn	Kg	-	-		
						Subtotal de Costo	\$ 1,09	\$ 10,92	
						5% CONDIMENTOS	0,05	0,55	
						5% DESPERDICIOS	0,05	0,55	
						<b>Costo (materia prima) MP</b>	<b>\$ 1,20</b>	<b>\$ 12,01</b>	
						30% (mano de directa)MOD	\$ 0,36	\$ 3,60	
						30% (costos generales de fab)CGF	\$ 0,36	\$ 3,60	
						<b>COSTO TOTAL</b>	<b>\$ 1,92</b>	<b>\$ 19,22</b>	
						30% UTILIDAD	0,58	5,77	
						<b>PRECIO</b>	<b>\$ 2,50</b>	<b>\$ 24,98</b>	
						IVA 14%	0,35	3,50	
						SERVICIO 10%	0,25	2,50	
<b>PVP</b>	<b>\$ 3,10</b>	<b>\$ 30,98</b>							

Tabla 29 Costo de fabricación lojano



  <b>INSTITUTO TECNOLÓGICO SUDAMERICANO</b> <i>Hacemos gente de talento!</i>		<b>COSTO DE FABRICACIÓN</b>					
NOMBRE DE RECETA							
<b>Lojano</b>						<b>PAX: 10</b>	
<b>MATERIA PRIMA</b>						<b>COSTO</b>	
PRECIO MP	UNIDAD	INGREDIENTE	CANTIDAD POR PAX	CANTIDAD TOTAL	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
\$ 10,00	Kg	Macerado cantaclaro cedrón	0,118	1,180	Kg	\$ 1,18	\$ 11,80
\$ 8,00	Kg	Amaretto	0,059	0,590	ML	\$ 0,47	\$ 4,72
\$ 2,50	Kg	Hielo	Cn	Cn	ML	Cn	Cn
\$ 1,00	Kg	Decoración	1	10	U	\$ 0,05	\$ 0,50
\$ 1,00	Kg	Sorbete	1	10	Kg	\$ 0,05	\$ 0,50
\$ 1,00	Kg	Servilleta	1	10	Kg	\$ 0,05	\$ 0,50
						<b>Subtotal de Costo</b>	<b>\$ 1,80 \$ 18,02</b>
						5% CONDIMENTOS	0,09 0,90
						5% DESPERDICIOS	0,09 0,90
						<b>Costo (materia prima) MP</b>	<b>\$ 1,98 \$ 19,82</b>
						30% (mano de directa)MOD	0,59 5,95
						30% (costos generales de fab)CGF	0,59 5,95
						<b>COSTO TOTAL</b>	<b>\$ 3,17 \$ 31,72</b>
						30% UTILIDAD	0,95 9,51
						<b>PRECIO</b>	<b>\$ 4,12 \$ 41,23</b>
						IVA 14%	0,58 5,77
						SERVICIO 10%	0,41 4,12
						<b>PVP</b>	<b>\$ 5,11 \$ 51,12</b>



Tabla 30 Costo de fabricación pasión




  <b>INSTITUTO TECNOLÓGICO SUDAMERICANO</b> <i>Hacemos gente de talento!</i>		<b>COSTO DE FABRICACIÓN</b>						
NOMBRE DE RECETA								
<b>Pasión</b>							<b>PAX:</b>	<b>10</b>
<b>MATERIA PRIMA</b>							<b>COSTO</b>	
PRECIO MP	UNIDAD	INGREDIENTE	CANTIDAD POR PAX	CANTIDAD TOTAL	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	
\$ 10,00	Kg	Macerado cantaclaro menta	0,088	0,880	Kg	\$ 0,88	\$ 8,80	
\$ 3,00	Kg	Zumo de limón	0,044	0,440	ML	\$ 0,13	\$ 1,32	
\$ 1,00	Kg	Hierba buena	Cn	Cn	ML	-	-	
\$ 3,00	Kg	Sirope simple	0,044	0,440	Kg	\$ 0,13	\$ 1,32	
\$ 2,00	Kg	Agua con gas	Cn	Cn	Kg	-	-	
\$ 2,50	Kg	Hielo	Cn	Cn	Kg	-	-	
\$ 1,00	Kg	Decoración	1	10	U	\$ 0,05	\$ 0,50	
\$ 1,00	kg	Servilleta	1	10	kg	\$ 0,05	\$ 0,50	
\$ 1,00	kg	Sorbete	1	10	kg	\$ 0,05	\$ 0,50	
						<b>Subtotal de Costo</b>	<b>\$ 1,29</b>	<b>\$ 12,94</b>
						5% CONDIMENTOS	0,06	0,65
						5% DESPERDICIOS	0,06	0,65
						<b>Costo (materia prima) MP</b>	<b>\$ 1,42</b>	<b>\$ 14,23</b>
						30% (mano de directa)MOD	0,43	4,27
						30% (costos generales de fab)CGF	0,43	4,27
						<b>COSTO TOTAL</b>	<b>\$ 2,28</b>	<b>\$ 22,77</b>
						30% UTILIDAD	0,68	6,83
						<b>PRECIO</b>	<b>\$ 2,96</b>	<b>\$ 29,61</b>
						IVA 14%	0,41	4,14
SERVICIO 10%	0,30	2,96						
<b>PVP</b>	<b>\$ 3,67</b>	<b>\$ 36,71</b>						

Tabla 31 Costo de fabricación arcoíris de cedrón



		 <p style="font-size: small;">INSTITUTO TECNOLÓGICO SUDAMERICANO <i>Hacemos gente de talento!</i></p>		COSTO DE FABRICACIÓN			
NOMBRE DE RECETA							
Arcoiris de cedrón						PAX:	10
MATERIA PRIMA						COSTO	
PRECIO MP	UNIDAD	INGREDIENTE	CANTIDAD POR PAX	CANTIDAD TOTAL	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
\$ 8,00	Kg	Granadina	Cn	Cn	Cn	Cn	Cn
\$ 2,50	Kg	Hielo	Cn	Cn	Cn	Cn	Cn
\$ 1,00	Kg	Jugo de naranja	Cn	Cn	Cn	Cn	Cn
\$ 10,00	Kg	Macerado cantaclaro cedrón	0,118	1,180	Kg	\$ 1,18	\$ 11,80
\$ 3,00	Kg	Sirope simple	0,044	0,440	ML	\$ 0,13	\$ 1,32
\$ 1,00	Kg	Decoración	1	10,0	U	\$ 0,05	\$ 0,50
\$ 1,00	kg	Servilleta	1	10,0	kg	\$ 0,05	\$ 0,50
\$ 1,00	L	Sorbete	1	10,0	Kg	\$ 0,05	\$ 0,50
<b>Subtotal de Costo</b>						\$ 1,46	\$ 14,62
5% CONDIMENTOS						0,07	0,73
5% DESPERDICIOS						0,07	0,73
<b>Costo (materia prima) MP</b>						\$ 1,61	\$ 16,08
30% (mano de directa)MOD						0,48	4,82
30% (costos generales de fab)CGF						0,48	4,82
<b>COSTO TOTAL</b>						\$ 2,57	\$ 25,73
30% UTILIDAD						0,77	7,72
<b>PRECIO</b>						\$ 3,35	\$ 33,45
IVA 14%						0,47	4,68
SERVICIO 10%						0,33	3,35
<b>PVP</b>						\$ 4,15	\$ 41,48



Tabla 32 Costo de fabricación de achachay




 		<b>COSTO DE FABRICACIÓN</b>						
		NOMBRE DE RECETA						
Achachay							PAX: 10	
MATERIA PRIMA							COSTO	
PRECIO MP	UNIDAD	INGREDIENTE	CANTIDAD POR PAX	CANTIDAD TOTAL	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	
\$ 10,00	Kg	Macerado cantaclaro hierba buena	0,088	0,880	Kg	\$ 0,88	\$ 8,80	
\$ 3,00	Kg	Zumo de limón	0,044	0,440	ML	\$ 0,13	\$ 1,32	
\$ 3,00	Kg	Sirope simple	0,044	0,440	ML	\$ 0,13	\$ 1,32	
\$ 1,00	Kg	Sprite	Cn	Cn	Kg	-	-	
\$ 2,50	Kg	Hielo	Cn	Cn	Kg	-	-	
\$ 1,00	Kg	Decoración	1	10,0	U	\$ 0,05	\$ 0,50	
\$ 1,00	Kg	Servilleta	1	10,0	Kg	\$ 0,05	\$ 0,50	
\$ 1,00	L	Sorbete	1	10,0	Kg	\$ 0,05	\$ 0,50	
						<b>Subtotal de Costo</b>	<b>\$ 1,29</b>	<b>\$ 12,94</b>
						5% CONDIMENTOS	0,06	0,65
						5% DESPERDICIOS	0,06	0,65
						<b>Costo (materia prima) MP</b>	<b>\$ 1,42</b>	<b>\$ 14,23</b>
						30% (mano de directa)MOD	0,43	4,27
						30% (costos generales de fab)CGF	0,43	4,27
						<b>COSTO TOTAL</b>	<b>\$ 2,28</b>	<b>\$ 22,77</b>
						30% UTILIDAD	0,68	6,83
						<b>PRECIO</b>	<b>\$ 2,96</b>	<b>\$ 29,61</b>
						IVA 14%	0,41	4,14
SERVICIO 10%	0,30	2,96						
<b>PVP</b>	<b>\$ 3,67</b>	<b>\$ 36,71</b>						

Tabla 33 Costo de fabricación Mixquic

PRECIO MP		UNIDAD	INGREDIENTE	CANTIDAD POR PAX	CANTIDAD TOTAL	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
\$ 13,00	Kg		Macerado de cantaclaro fresa	0,088	0,880	Kg	\$ 1,14	\$ 11,44
\$ 10,00	Kg		Macerado de vodka menta	0,044	0,440	ML	\$ 0,44	\$ 4,40
\$ 8,00	Kg		Triple sec	0,044	0,440	ML	\$ 0,35	\$ 3,52
\$ 3,00	Kg		Zumo de limón	0,088	0,880	Kg	\$ 0,26	\$ 2,64
\$ 3,00	Kg		Sirope simple	0,044	0,440	ML	\$ 0,13	\$ 1,32
\$ 2,50	Kg		Hielo	Cn	Cn	Kl	Cn	Cn
\$ 1,00	Kg		Servilleta	1	10,0	U	\$ 0,05	\$ 0,50
\$ 1,00	L		Sorbete	1	10,0	L	\$ 0,05	\$ 0,50
\$ 1,00	kg		Decoración	1	10,0	Kg	\$ 0,05	\$ 0,50
<b>Subtotal de Costo</b>							<b>\$ 2,48</b>	<b>\$ 24,82</b>
5% CONDIMENTOS							0,12	1,24
5% DESPERDICIOS							0,12	1,24
<b>Costo (materia prima) MP</b>							<b>\$ 2,73</b>	<b>\$ 27,30</b>
30% (mano de directa)MOD							0,82	8,19
30% (costos generales de fab)CGF							0,82	8,19
<b>COSTO TOTAL</b>							<b>\$ 4,37</b>	<b>\$ 43,68</b>
30% UTILIDAD							1,31	13,10
<b>PRECIO</b>							<b>\$ 5,68</b>	<b>\$ 56,79</b>
IVA 14%							0,80	7,95
SERVICIO 10%							0,57	5,68
<b>PVP</b>							<b>\$ 7,04</b>	<b>\$ 70,42</b>

Tabla 34 Costo de fabricación floresta






 		<b>INSTITUTO TECNOLÓGICO SUDAMERICANO</b> <i>Hacemos gente de talento!</i>		<h1>COSTO DE FABRICACIÓN</h1>					
NOMBRE DE RECETA									
Floresta							PAX:	10	
MATERIA PRIMA							COSTO		
PRECIO MP	UNIDAD	INGREDIENTE	CANTIDAD POR PAX	CANTIDAD TOTAL	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL		
\$ 13,00	Kg	Macerado de vodka granadilla	0,059	0,590	Kg	\$ 0,77	\$ 7,67		
\$ 3,00	Kg	Zumo de limón	0,044	0,440	ML	\$ 0,13	\$ 1,32		
\$ 3,00	Kg	Sirope simple	0,044	0,440	ML	\$ 0,13	\$ 1,32		
\$ 2,50	Kg	Hielo	Cn	Cn	Kl	Cn	Cn		
\$ 2,00	Kg	Decoración	1	10,0	U	\$ 0,05	\$ 0,50		
\$ 2,00	Kg	Sorbete	1	10,0	Kg	\$ 0,05	\$ 0,50		
\$ 2,00	Kg	Servilleta	1	10,0	Kg	\$ 0,05	\$ 0,50		
							<b>Subtotal de Costo</b>	<b>\$ 1,18</b>	<b>\$ 11,81</b>
							5% CONDIMENTOS	0,06	0,59
							5% DESPERDICIOS	0,06	0,59
							<b>Costo (materia prima) MP</b>	<b>\$ 1,30</b>	<b>\$ 12,99</b>
							30% (mano de directa)MOD	0,39	3,90
							30% (costos generales de fab)CGF	0,39	3,90
							<b>COSTO TOTAL</b>	<b>\$ 2,08</b>	<b>\$ 20,79</b>
							30% UTILIDAD	0,62	6,24
							<b>PRECIO</b>	<b>\$ 2,70</b>	<b>\$ 27,02</b>
							IVA 14%	0,38	3,78
							SERVICIO 10%	0,27	2,70
							<b>PVP</b>	<b>\$ 3,35</b>	<b>\$ 33,51</b>

Tabla 35 Costo de fabricación tentación

 		<b>COSTO DE FABRICACIÓN</b>						
NOMBRE DE RECETA								
Tentación						PAX:	10	
MATERIA PRIMA						COSTO		
PRECIO MP	UNIDAD	INGREDIENTE	CANTIDAD POR PAX	CANTIDAD TOTAL	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	
\$ 13,00	Kg	Macerado de vodka uva	0,088	0,880	Kg	\$ 1,14	\$ 11,44	
\$ 3,00	Kg	Zumo de limón	0,044	0,440	ML	\$ 0,13	\$ 1,32	
\$ 1,00	Kg	Hierba buena	Cn	Cn	ML	Cn	Cn	
\$ 3,00	Kg	Sirope simple	0,044	0,440	ML	\$ 0,13	\$ 1,32	
\$ 2,00	Kg	Agua con gas	Cn	Cn	ML	Cn	Cn	
\$ 2,50	Kg	Hielo	Cn	Cn	Kl	Cn	Cn	
\$ 1,00	Kg	Decoración	1	10,0	U	\$ 0,05	\$ 0,50	
\$ 1,00	Kg	Servilleta	1	10,0	Kg	\$ 0,05	\$ 0,50	
\$ 1,00	L	Sorbete	1	10,0	Kg	\$ 0,05	\$ 0,50	
						<b>Subtotal de Costo</b>	<b>\$ 1,56</b>	<b>\$ 15,58</b>
						5% CONDIMENTOS	0,08	0,78
						5% DESPERDICIOS	0,08	0,78
						<b>Costo (materia prima) MP</b>	<b>\$ 1,71</b>	<b>\$ 17,14</b>
						30% (mano de directa)MOD	0,51	5,14
						30% (costos generales de fab)CGF	0,51	5,14
						<b>COSTO TOTAL</b>	<b>\$ 2,74</b>	<b>\$ 27,42</b>
						30% UTILIDAD	0,82	8,23
						<b>PRECIO</b>	<b>\$ 3,56</b>	<b>\$ 35,65</b>
						IVA 14%	0,50	4,99
						SERVICIO 10%	0,36	3,56
						<b>PVP</b>	<b>\$ 4,42</b>	<b>\$ 44,20</b>





**Tabla 36** Costo de fabricación dulce pecado

PRECIO MP		UNIDAD	INGREDIENTE	CANTIDAD POR PAX	CANTIDAD TOTAL	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	
\$ 13,00	Kg		Macerado de vodka horchata	0,088	0,880	Kg	\$ 1,14	\$ 11,44	
\$ 8,00	Kg		Licor de café	0,044	0,440	ML	\$ 0,35	\$ 3,52	
\$ 2,50	Kg		Hielo	Cn	Cn	Kl	Cn	Cn	
\$ 1,00	Kg		Decoración	1	10,0	U	\$ 0,05	\$ 0,50	
\$ 1,00	Kg		Sorbete	1	10,0	Kg	\$ 0,05	\$ 0,50	
\$ 1,00	Kg		Servilleta	1	10,0	Kg	\$ 0,05	\$ 0,50	
							<b>Subtotal de Costo</b>	<b>\$ 1,65</b>	<b>\$ 16,46</b>
							5% CONDIMENTOS	0,08	0,82
							5% DESPERDICIOS	0,08	0,82
							<b>Costo (materia prima) MP</b>	<b>\$ 1,81</b>	<b>\$ 18,11</b>
							30% (mano de directa)MOD	0,54	5,43
							30% (costos generales de fab)CGF	0,54	5,43
							<b>COSTO TOTAL</b>	<b>\$ 2,90</b>	<b>\$ 28,97</b>
							30% UTILIDAD	0,87	8,69
							<b>PRECIO</b>	<b>\$ 3,77</b>	<b>\$ 37,66</b>
							IVA 14%	0,53	5,27
							SERVICIO 10%	0,38	3,77
							<b>PVP</b>	<b>\$ 4,67</b>	<b>\$ 46,70</b>



# COSTO DE FABRICACIÓN

NOMBRE DE RECETA

Dulce pecado PAX: 10

### MATERIA PRIMA

### COSTO

Tabla 37 Costo de fabricación andino


		<b>COSTO DE FABRICACIÓN</b>						
NOMBRE DE RECETA								
<b>Andino</b>						<b>PAX:</b>	<b>10</b>	
<b>MATERIA PRIMA</b>						<b>COSTO</b>		
PRECIO MP	UNIDAD	INGREDIENTE	CANTIDAD POR PAX	CANTIDAD TOTAL	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	
\$ 6,00	Kg	Macerado de aguardiente uva	0,118	1,180	Kg	\$ 0,71	\$ 7,08	
\$ 8,00	Kg	Amaretto	0,059	0,590	ML	\$ 0,47	\$ 4,72	
\$ 2,50	Kg	Hielo	Cn	Cn	Kl	Cn	Cn	
\$ 1,00	Kg	Decoración	1	10,0	U	\$ 0,05	\$ 0,50	
\$ 1,00	Kg	Sorbete	1	10,0	Kg	\$ 0,05	\$ 0,50	
\$ 1,00	Kg	Servilleta	1	10,0	Kg	\$ 0,05	\$ 0,50	
						<b>Subtotal de Costo</b>	<b>\$ 1,33</b>	<b>\$ 13,30</b>
						5% CONDIMENTOS	0,07	0,67
						5% DESPERDICIOS	0,07	0,67
						<b>Costo (materia prima) MP</b>	<b>\$ 1,46</b>	<b>\$ 14,63</b>
						30% (mano de directa)MOD	0,44	4,39
						30% (costos generales de fab)CGF	0,44	4,39
						<b>COSTO TOTAL</b>	<b>\$ 2,34</b>	<b>\$ 23,41</b>
						30% UTILIDAD	0,70	7,02
						<b>PRECIO</b>	<b>\$ 3,04</b>	<b>\$ 30,43</b>
						IVA 14%	0,43	4,26
						SERVICIO 10%	0,30	3,04
						<b>PVP</b>	<b>\$ 3,77</b>	<b>\$ 37,73</b>



Tabla 38 Costo de fabricación tormenta

PRECIO MP		UNIDAD	INGREDIENTE	CANTIDAD POR PAX	CANTIDAD TOTAL	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
\$ 6,00	Kg		Macerado de aguardiente granadilla	0,088	0,880	Kg	\$ 0,53	\$ 5,28
\$ 3,00	Kg		Zumo de limón	0,044	0,440	ML	\$ 0,13	\$ 1,32
\$ 3,00	Kg		Sirope simple	0,044	0,440	Kg	\$ 0,13	\$ 1,32
\$ 1,00	Kg		Sprite	Cn	Cn	ML	Cn	Cn
\$ 2,50	Kg		Hielo	Cn	Cn	Kl	Cn	Cn
\$ 1,00	Kg		Decoración	1	10,0	U	\$ 0,05	\$ 0,50
\$ 1,00	Kg		Servillete	1	10,0	Kg	\$ 0,05	\$ 0,50
\$ 1,00	L		Sorbete	1	10,0	Kg	\$ 0,05	\$ 0,50
<b>Subtotal de Costo</b>							<b>\$ 0,94</b>	<b>\$ 9,42</b>
5% CONDIMENTOS							0,05	0,47
5% DESPERDICIOS							0,05	0,47
<b>Costo (materia prima) MP</b>							<b>\$ 1,04</b>	<b>\$ 10,36</b>
30% (mano de directa)MOD							0,31	3,11
30% (costos generales de fab)CGF							0,31	3,11
<b>COSTO TOTAL</b>							<b>\$ 1,66</b>	<b>\$ 16,58</b>
30% UTILIDAD							0,50	4,97
<b>PRECIO</b>							<b>\$ 2,16</b>	<b>\$ 21,55</b>
IVA 14%							0,30	3,02
SERVICIO 10%							0,22	2,16
<b>PVP</b>							<b>\$ 2,67</b>	<b>\$ 26,73</b>



INSTITUTO TECNOLÓGICO  
SUDAMERICANO  
*Hacemos gente de talento!*

# COSTO DE FABRICACIÓN

NOMBRE DE RECETA

Tormenta

PAX: 10

MATERIA PRIMA

COSTO

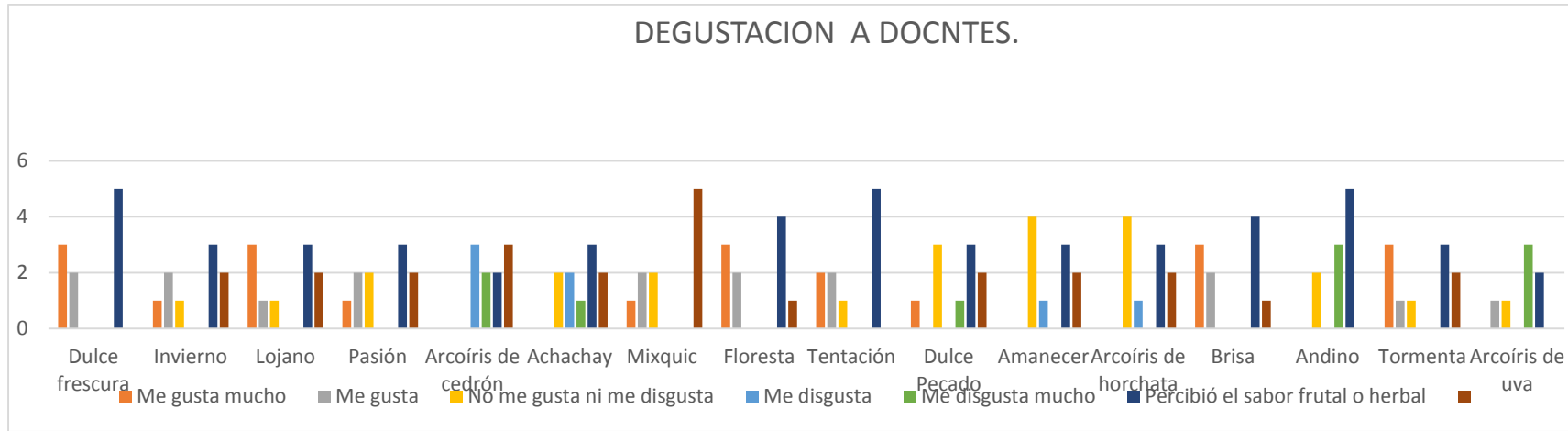


Tabla 39 Costo de fabricación arcoíris de uva

PRECIO MP		UNIDAD	INGREDIENTE	CANTIDAD POR PAX	CANTIDAD TOTAL	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
<b>NOMBRE DE RECETA</b>								
<b>Arcoiris de uva</b>							<b>PAX:</b>	<b>10</b>
<b>MATERIA PRIMA</b>							<b>COSTO</b>	
\$ 8,00	Kg	Granadina	0,044	0,440	Kg	\$ 0,35	\$ 3,52	
\$ 2,50	Kg	Hielo	Cn	Cn	Kl	Cn	Cn	
\$ 1,00	Kg	Jugo de naranja	Cn	Cn	Ml	Cn	Cn	
\$ 6,00	Kg	Macerado de aguardiente de uva	0,044	0,440	Kg	\$ 0,26	\$ 2,64	
\$ 3,00	Kg	Sirope simple	0,044	0,440	U	\$ 0,05	\$ 0,50	
\$ 1,00	Kg	Decoración	1	10,0	Kg	\$ 0,05	\$ 0,50	
\$ 1,00	Kg	Servilleta	1	10,0	Kg	\$ 0,05	\$ 0,50	
<b>Subtotal de Costo</b>							<b>\$ 0,77</b>	<b>\$ 7,66</b>
5% CONDIMENTOS							0,04	0,38
5% DESPERDICIOS							0,04	0,38
<b>Costo (materia prima) MP</b>							<b>\$ 0,84</b>	<b>\$ 8,43</b>
30% (mano de directa)MOD							0,25	2,53
30% (costos generales de fab)CGF							0,25	2,53
<b>COSTO TOTAL</b>							<b>\$ 1,35</b>	<b>\$ 13,48</b>
30% UTILIDAD							0,40	4,04
<b>PRECIO</b>							<b>\$ 1,75</b>	<b>\$ 17,53</b>
IVA 14%							0,25	2,45
SERVICIO 10%							0,18	1,75
<b>PVP</b>							<b>\$ 2,17</b>	<b>\$ 21,73</b>







**Grafica 21** Evaluación sensorial escala hedónica  
**Autor:** Eriko Sarango

## **Análisis**

Luego de analizar los datos que se refleja en la escala hedónica de las elaboraciones que se presentó a los docentes de la carrera de gastronomía se determinó un gusto mayoritario por ocho cocteles, tomando en cuenta que se mantuvo las características organolépticas tales como sabor, color olor de las cuales son Dulce frescura, Mixquic, floresta, tentación, amanecer, arcoíris de horchata, brisa, y andino estas son las bebidas que se tomaran en cuenta para la implementación de la coctelería de “Cubic bar”, con respecto al resto de las bebidas como sugerencia u observaciones obtenidas por los panelistas mencionan que se debe rectificar el azúcar ya que su sabor es muy alto además de ello controlar las cantidades de los demás ingredientes que se utilizó en cada coctel con el fin de no perder el aroma y sabor frutal del macerado.

## 10.6 Guía gastronómica



Grafica 22: Guía gastronómica  
Fuente: Erikc Sarango

Dentro del proyecto se presenta una guía práctica que tiene como objetivo el aprovechamiento de frutas y hierbas aromáticas con base de bebidas alcohólicas locales con el fin de aprovechar materias primas locales y aplicarla en el área de coctelería, con la finalidad de promover e innovar con nuevas técnicas de macerados y de preparación de los. Es por ello que la finalidad de aportar en el desarrollo de coctelería y fomentar una alta gama de productos finales que se ha elaborado en la presente guía donde aplicando nuevas técnicas, jugando con colores sabores y olores propios de los macerados que se ha elaborado.



## 11 CONCLUSIONES

➤ Se puede concluir que la información recabada tanto de las encuestas a la población económicamente activa, así como de las entrevistas a docentes y profesionales de la coctelería fue de gran importancia para la investigación, puesto que aportó significativamente para ampliar el tema y conocer más acerca de la propuesta planteada.

➤ Se concluyó además que existen frutas y hierbas aromáticas que fácilmente se pueden elaborar macerados, lo cual beneficia mejorando sus características organolépticas, esto gracias a la evaluación sensorial que la realizó un personal calificado para ello, lo cual permitió realizar correctivos para brindar un producto apto para el consumo y aceptable por la ciudadanía.

➤ Se desarrollo una línea de cocteles utilizando fresa, uva, granadilla, naranjilla mientas que de hierbas aromáticas se utilizó menta, hierba buena, cedrón y horchata que aportaron un buen sabor combinado con su trago base de vodka, aguardiente y cantaclaro que agregando algunos otros ingredientes se obtuvo un producto final agradable para el paladar de los panelistas.

## 12 RECOMENDACIONES

- Se recomienda tomar en cuenta que la materia prima a ser empleada esta fresca y sea de buena calidad, con el único fin de obtener un producto final con características organolépticas de excelente calidad.
  
- El tipo de alcohol que se empleará como solvente debe tener como mínimo 55° de alcohol, para que así pueda extraer todo el sabor de la planta o esencia que se agregue.
  
- Se recomienda tener presente que la información recabada sea confiable, solo así se logrará sustentar el presente proyecto con bases y fundamentos.

### 13 BIBLIOGRAFÍA.

Alonso, I. (03 de 04 de 2019). *Web consultas* . Obtenido de

<https://www.webconsultas.com/belleza-y-bienestar/plantas-medicinales/la-menta-frescor-y-salud-10109>

CAMERONI, G. (19 de 04 de 2016). Obtenido de

[http://www.alimentosargentinos.gob.ar/contenido/sectores/aromaticas/publicaciones/Hiervas\\_2012\\_06Jun.pdf](http://www.alimentosargentinos.gob.ar/contenido/sectores/aromaticas/publicaciones/Hiervas_2012_06Jun.pdf)

cañitas, a. (22 de 05 de 2020). *facebook* . Obtenido de

[https://www.facebook.com/Alamore%C3%B1o-Aguardiente--110707994098406/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/Alamore%C3%B1o-Aguardiente--110707994098406/?ref=page_internal)

Carrion., M. (12 de 03 de 2016). *Frumen* . Obtenido de <https://www.frumen.com/que-es-macerar/>

Cedeno, A. (25 de 02 de 2015). Obtenido de <https://arianacedeno.weebly.com/>

*comseptodefincion* . (18 de 09 de 2021). Obtenido de

<https://conceptodefinicion.de/maceracion/>

Covarrubias, M. (18 de 01 de 2021). *cooking depot* . Obtenido de

[https://blog.cookingdepot.com/la-nueva-tendencia-de-bebidas?hs\\_amp=true](https://blog.cookingdepot.com/la-nueva-tendencia-de-bebidas?hs_amp=true)

diariolahora. (14 de 06 de 2018). *diario la hora*. Obtenido de

<https://lahora.com.ec/noticia/1102163735/la-parroquia-lojana-yangana-le-apuesta-por-la-granadilla->

*El Telegrafo*. (27 de 04 de 2013). Obtenido de

<https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/regional/1/cultivo-de-fresas-sostiene-la-economia-de-parroquia>

- Frutas y Hortalizas* . (2021). Obtenido de <https://www.frutas-hortalizas.com/Frutas/Presentacion-Fresa.html>
- Garcia, g. (27 de 04 de 2021). *ace of clubs* . Obtenido de <https://www.facebook.com/watch/?v=1462258317453464>
- Gastronomia&CIA*. (05 de 09 de 2014).
- HERRERA, L. (28 de 08 de 2019). *universidad estatal de Quevedo*. Obtenido de <https://repositorio.uteq.edu.ec/bitstream/43000/4117/1/T-UTEQ-121.pdf>
- ILELSA. (15 de 04 de 2016). *ILELSA SHOP*. Obtenido de <http://tienda.ilelsa.com/cantaclaro.php>
- INEN, N. (2015). *INEN ECUADOR* . Obtenido de [https://www.normalizacion.gob.ec/buzon/normas/nte\\_inen\\_1837.pdf](https://www.normalizacion.gob.ec/buzon/normas/nte_inen_1837.pdf)
- la Sureñita*. (2018). Obtenido de <https://lasurenita.com.ec/que-es-la-horchata/>
- López, M. (25 de 11 de 2015). *el Comidista* . Obtenido de [https://elcomidista.elpais.com/elcomidista/2015/11/20/articulo/1448033568\\_782279.html](https://elcomidista.elpais.com/elcomidista/2015/11/20/articulo/1448033568_782279.html)
- Naresh, k. (07 de 02 de 2016). *QUESTIONPRO*. Obtenido de <https://www.questionpro.com/es/una-encuesta.html>
- Navor, A. (08 de 05 de 2020). *El Universal*. Obtenido de <https://www.eluniversal.com.mx/menu/que-es-el-cedron-o-hierbaluisa-y-cuales-son-sus-beneficios>
- Novara, L. (17 de 05 de 2015). *Ecured*. Obtenido de [https://www.ecured.cu/Granadilla\\_\(fruta\)](https://www.ecured.cu/Granadilla_(fruta))
- Perez, J. (24 de 10 de 2009). *definiciones* . Obtenido de <https://definicion.de/fruta/>
- Pérez, J. (10 de 02 de 2018). *Definicion* . Obtenido de <https://definicion.de/licor/>

- PRADO, J. (16 de 02 de 2021). *BLOG DE PRL*. Obtenido de <https://blogs.imf-formacion.com/blog/prevencion-riesgos-laborales/actualidad-laboral/la-observacion-como-tecnica-de-recogida-de-datos-para-evaluaciones-psicosociales/>
- RAFINO, M. (24 de 09 de 2020). *CONCEPTO*. Obtenido de <https://concepto.de/entrevista/>
- Rodriguez, H. (01 de 05 de 2021). *crehana*. Obtenido de <https://www.crehana.com/ec/blog/estilo-vida/que-es-la-cocteleria/>
- Saez, P. (14 de 07 de 2017). Obtenido de <https://hardwarecosmetica.wordpress.com/tag/macerado-en-caliente/>
- Zanin, T. (06 de 2021). Obtenido de <https://www.tuasaude.com/es/hierbabuena/>

## 14 ANEXOS.

### 14.1 Presupuesto

PRESUPUESTO		
Aporte del investigador		
Erikc Fernando Sarango		
Ribera		
RECURSOS MATERIALES		
Detalle	Valor unitario	Valor total
Material de oficina	\$30.00	\$30.00
Impresiones	\$0.05	\$40.00
Borradores del proyecto	\$20.00	\$44.00
Proceso de titulación	\$834.00	\$834.00
Trasporte	\$0.030	\$60.00
Internet	\$30.00	\$30.00
imprevistos	\$50.00	\$50.00
Materia prima	\$100.00	\$100.00
Valor total	\$1,064	\$1.118

## 14.2 Cronograma.

**CRONOGRAMA DE PROCESO DE TITULACIÓN MEDIANTE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN DE FIN DE CARRERA  
OCTUBRE 2021 a ABRIL 2022**



Todos los procesos deben guiarse en el Manual de Titulación del ITSS.

INSTITUTO TECNOLÓGICO  
**SUDAMERICANO**

SEMANA	FECHA	ACTIVIDAD
Primera	Lunes 04 al 09/10/2021	Directores de titulación Les orientarán en las líneas de investigación del Instituto y les inducirán sobre los problemas que se pretenden solucionar con la investigación (proyecto de investigación de fin de carrera).
Segunda	Lunes 11 al 16/10	Refuerzo en problema a trabajar en base a las líneas de investigación
Tercera	Lunes 18 al 23/10	Identificación del problema
Cuarta	Lunes 25 al 30/10	Planteamiento del tema
Quinta	Lunes 01 al 06/11	Elaboración de justificación Aunque haya feriado, el estudiante trabaja en lo que le corresponde.
Sexta	Lunes 08 al 13	Planteamiento de objetivo general y objetivos específicos
Séptima	Lunes 15 al 20/11	Elaboración del marco institucional y marco teórico.
Octava	Lunes 22 al 27/11	
Novena	Lunes 29/11 al 04/12	Elaboración del diseño metodológico: Metodologías y técnicas a ser utilizadas en la investigación.
Décima	Lunes 06 al 11/12	Determinación de la muestra, recursos, y bibliografía. Para determinar la muestra cooperará con ustedes el Ing. Fernando Pesantez. Los tutores deben recordar con anticipación el tema al Rectorado.
Décima primera	Sábado 18/12	Presentación del proyecto ante el Vicerrectorado con la petición para su aprobación en su orden: Carátula, problema, tema, justificación, objetivos: general y específicos, marco institucional, marco teórico, metodología, recursos, cronograma y bibliografía. La presentación la hace en un solo grupo el tutor del grupo. Se los debe dejar en Secretaría del ITSS.
Décima segunda Décima tercera Décima cuarta	Lunes 20/12 al 08/01/2022	Mientras se aprueban los temas, los directores y estudiantes deben continuar el proceso dado que los temas atienden a líneas de investigación determinadas con anticipación. Investigación de campo: Diseño y aplicación de encuesta y/o entrevista, observaciones de campo. Tabulación y elaboración de gráficas, análisis cuantitativo y cualitativo
Décima quinta	Lunes 10 al 15/01/2022	Desarrollo de investigación y propuesta de acción
Décima sexta	Lunes 17 al 22/01	Desarrollo de investigación y propuesta de acción
Décima séptima	Lunes 24 al 29/01	Desarrollo de investigación y propuesta de acción
Décima octava	Lunes 31/01 al 05/02	Desarrollo de investigación y propuesta de acción
Décima novena	Lunes 07 al 12/02	Desarrollo de investigación y propuesta de acción
Vigésima	Lunes 14 al 19/02	Desarrollo de investigación y propuesta de acción
Vigésima primera	Lunes 21 al 26/02	Desarrollo de investigación y propuesta de acción
Vigésima segunda	Lunes 28/02 al 05/03	Desarrollo de investigación y propuesta de acción
Vigésima tercera	Lunes 07 al 12/03	Desarrollo de investigación y propuesta de acción

**Matriz:** Loja, Miguel Ríofrío 156-26 entre Sucre y Bolívar

Telf. Secretaría: (07) - 2587258 ext.11 - 098 784 3185 Telf. Dpto de Marketing: (07) - 2587210 - 096 801 5134  
www.tecnologicosudamericano.edu.ec  /institutosudamericano-loja  @istsloja

## OBSERVACIONES:

- Proyecto de Investigación de fin de carrera:
  - Tiene ya horarios establecidos por el Instituto y así mismo se han designado los Directores para cada carrera y horario.
  - La asistencia a las tutorías para elaborar el proyecto de investigación de fin de carrera por parte del estudiante investigador será de por lo menos el 75% que determina la LOES para la aprobación de cualquier asignatura.
  - Las fechas para revisión de borradores de proyectos de investigación de fin de carrera y entrega de documentos finales empastados; así como su defensa pública y demás procesos se notificarán a su debido momento por parte de Secretaría.
- Exámenes complexivos:
  - Los estudiantes que rendirán exámenes complexivos deben estar pendientes de la fecha de retiro de los temarios; su retiro es obligatorio y de forma individual puesto que en dicho momento procederá con la firma del documento que le habilita para rendir el examen complexivo.
  - Las fechas para retiro constan en este cronograma.
  - La siguiente aclaratoria se dirige a los estudiantes que obtendrán su titulación mediante los EXÁMENES DE GRADO COMPLEXIVOS: el Reglamento de Titulación ISTS en base a la disposición general décima séptima del Reglamento Académico expedido por el CES con fecha 17 de diciembre del 2014; cita "en caso de que un estudiante no apruebe el examen complexivo, tendrá derecho a rendir por una sola vez un examen complexivo de gracia".

## FECHAS DE PAGO DE FINANCIAMIENTO INSTITUCIONAL PARA PROCESO DE TITULACIÓN:

PRIMER PAGO: Hasta el viernes 05 de noviembre del 2021

SEGUNDO PAGO: Hasta el domingo 05 de diciembre del 2021

TERCER PAGO: Hasta el miércoles 05 de enero del 2022

## NOTA:

El pago del proceso de titulación en las fechas antes señaladas por parte del estudiante investigador será considerado como requisito para entregar el certificado de aptitud para todo trámite institucional. En el caso de que el estudiante se retire del proceso de titulación, perderá cualquier pago realizado.

Atentamente,

  
 Ing. Ana Marcela Cordero, Mgs.  
 RECTORA ITSS

  
 Ing. Patricio Villamarín, Mgs.  
 VICERRECTOR ITSS



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO SUDAMERICANO**  
**CRONOGRAMA GENERAL DE PROCESO DE TITULACIÓN**  
**OCTUBRE 2021 a ABRIL 2022**



FECHA	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
Lunes 04/10/2021	Envío de oficio institucional socializando los procesos a seleccionar para proceso de titulación, con documentos adjuntos.	SECRETARÍA GENERAL ¡Hacemos gente de talento!
Martes 05 y 06/10	Presentación física en Secretaría General o envío de solicitudes vía correo a ( <a href="mailto:secretaria@tecnologicosudamericano.edu.ec">secretaria@tecnologicosudamericano.edu.ec</a> ) para selección del proceso de titulación por parte de los estudiantes del periodo extraordinario; en hoja valorada de la institución. Importante: Si dos estudiantes optan por ejecutar juntos el proyecto de investigación de fin de carrera, la petición se la hace en una sola hoja y con firmas conjuntas. En la petición deben indicar el proceso de titulación que van a seguir: proyecto de investigación de fin de carrera o examen complejo de grado.	Estudiantes
Jueves 07/10	Revisión de solicitudes e informe a Rectorado y Vicerrectorado para los fines correspondientes, con copia a Directores de Titulación.	Secretaría General ISTS
Lunes 04 al 09/11	Instruirán a los estudiantes investigadores sobre Reglamento Especial de titulación y les orientarán en los detalles de los dos procesos entre los cuales deben elegir para titularse. Les orientarán en las líneas de investigación del Instituto y les inducirán sobre los problemas que se pretenden solucionar con la investigación (proyecto de investigación de fin de carrera).	Directores de Titulación
Lunes 11/10	Inicio de tutorías para estudiantes que obtendrán su titulación mediante proyecto de investigación de fin de carrera; en el horario asignado por el Instituto.	Tutores de proceso de proyecto de fin de carrera
Lunes 11/10 al lunes 08/12	Elaboración de: temarios, bloque de preguntas con sus respuestas por parte de los equipos de docentes para el examen complejo de fin de carrera.	Vicerrectorado Equipos de docentes de examen complejo
Viernes 12 y 13/11	Entrega de temarios a los estudiantes que obtendrán su titulación mediante examen complejo.	Vicerrectorado Financiero
Sábado 18 de diciembre del 2021 de 08h30 a 11h30	Presentación del proyecto de investigación de fin de carrera ante el Vicerrectorado con la petición para su aprobación en su orden: Carátula, problema, tema, justificación, objetivos: general y específicos, marco institucional, marco teórico, metodología, recursos, cronograma y bibliografía. La presentación la hace en un solo grupo el Director de Titulación.	Directores de proyectos de investigación Estudiantes investigadores
Lunes 07 al 12 de marzo/2022	Recepción de exámenes complejos de fin de carrera	Vicerrectorado Coordinadores de Carrera Equipo de docentes Estudiantes
Sábado 09 y 11 de abril/2022	Entrega de borradores de proyectos de investigación de fin de carrera	Directores de Tesis Estudiantes

**Matriz:** Loja, Miguel Riofrío 156-26 entre Sucre y Bolívar

**Telf. Secretaría:** (07) - 2587258 ext.11 - 098 784 3185 **Telf. Dpto de Marketing:** (07) - 2587210 - 096 801 5134

www.tecnologicosudamericano.edu.ec  /institutosudamericano-loja  @istsloja

## OBSERVACIONES:

- Proyecto de Investigación de fin de carrera:
  - Tiene ya horarios establecidos por el Instituto y así mismo se han designado los Directores para cada carrera y horario.
  - La asistencia a las tutorías para elaborar el proyecto de investigación de fin de carrera por parte del estudiante investigador será de por lo menos el 75% que determina la LOES para la aprobación de cualquier asignatura.
  - Las fechas para revisión de borradores de proyectos de investigación de fin de carrera y entrega de documentos finales empastados; así como su defensa pública y demás procesos se notificarán a su debido momento por parte de Secretaría.
- Exámenes complexivos:
  - Los estudiantes que rendirán exámenes complexivos deben estar pendientes de la fecha de retiro de los temarios; su retiro es obligatorio y de forma individual puesto que en dicho momento procederá con la firma del documento que le habilita para rendir el examen complexivo.
  - Las fechas para retiro constan en este cronograma.
  - La siguiente aclaratoria se dirige a los estudiantes que obtendrán su titulación mediante los EXÁMENES DE GRADO COMPLEXIVOS: el Reglamento de Titulación ISTS en base a la disposición general décima séptima del Reglamento Académico expedido por el CES con fecha 17 de diciembre del 2014; cita "en caso de que un estudiante no apruebe el examen complexivo, tendrá derecho a rendir por una sola vez un examen complexivo de gracia".

## FECHAS DE PAGO DE FINANCIAMIENTO INSTITUCIONAL PARA PROCESO DE TITULACIÓN:

PRIMER PAGO: Hasta el viernes 05 de noviembre del 2021

SEGUNDO PAGO: Hasta el domingo 05 de diciembre del 2021

TERCER PAGO: Hasta el miércoles 05 de enero del 2022

## NOTA:

El pago del proceso de titulación en las fechas antes señaladas por parte del estudiante investigador será considerado como requisito para entregar el certificado de aptitud para todo trámite institucional. En el caso de que el estudiante se retire del proceso de titulación, perderá cualquier pago realizado.

Atentamente,



Ing. Ana Marcela Cordero, Mgs.  
RECTORA ITSS




Ing. Patricio Villamarín, Mgs.  
VICERRECTOR ITSS

### 14.3 Certificados varios.

#### 14.3.1 Certificado de aprobación del tema.



#### VICERRECTORADO ACADÉMICO

Loja, 30 de Marzo del 2022  
Of. N° 8 -VDIN-ISTS-2022

Sr.(ita). SARANGO RIBERA ERIK FERNANDO  
**ESTUDIANTE DE LA CARRERA DE TECNOLOGÍA SUPERIOR EN GASTRONOMIA**

Ciudad

De mi consideración:

Por medio de la presente me dirijo a ustedes para comunicarles que una vez revisado el anteproyecto de investigación de fin de carrera de su autoría titulado **MACERACIÓN DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS CON FRUTAS Y HIERBAS AROMÁTICAS PARA POTENCIALIZAR MATERIAS PRIMAS LOCALES EN LA COCTELERÍA DE "CUBIC BAR", LOJA 2022.**, el mismo cumple con los lineamientos establecidos por la institución; por lo que se autoriza su realización y puesta en marcha, para lo cual se nombra como director de su proyecto de fin de carrera (el/la) Lic. SAUL ANDRES BOLAGAY LARREA.

Particular que le hago conocer para los fines pertinentes.

Atentamente,



Ing. Germán Patricio Villamarín Coronel Mgs.  
VICERRECTOR DE DESARROLLO E INNOVACION DEL ISTS





### 14.3.2 Certificado del director de carrera



16 de diciembre del 2021

Mgtr. Daniel Fernando Ochoa Torres  
GERENTE DE CUBIC

En su despacho:

Reciba un cordial y atento saludo con el deseo máximo de éxitos en las funciones que usted muy acertadamente realiza, en especial por parte del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano, del Tlgo, Carlos Valdivieso en calidad de Coordinador de la carrera de Gastronomía, la presente es para solicitarle de la manera más comedida, a su distinguida persona, le permita desarrollar el proyecto de fin de carrera del estudiante Erike Fernando Sarango Ribera con cédula de Identidad 1105124372 con el tema: **“MACERACIÓN DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS CON FRUTAS Y HIERBAS AROMÁTICAS PARA POTENCIALIZAR MATERIAS PRIMAS LOCALES EN LA COCTELERÍA DE “CUBIC BAR”, LOJA 2022.”**Misma que será de aportación para su prestigiosa institución.

En espera de consideración ante lo mencionado, le extendemos nuestro agradecimiento por la oportunidad brindada.

Atentamente:



Tlgo. Carlos Valdivieso  
COORDINADOR DE LA CARRERA

### 14.3.3 Certificado de autorización de la empresa



Loja, 14 de diciembre del 2021

#### AUTORIZACION

Yo **Daniel Fernando Ochoa Torres** con CI. 1105882425, Gerente de CUBIC certifico al Sr. **Sarango Ribera Erikc Fernando** con CI: 1105124372, estudiante de la carrera de gastronomía del INSTITUTO TECNOLOGICO SUPERIOR SUDAMERICANO se acepta la solicitud para la implementación de su proyecto de grado final con el tema **“MACERACIÓN DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS CON FRUTAS Y HIERBAS AROMÁTICAS PARA POTENCIALIZAR MATERIAS PRIMAS LOCALES EN LA COCTELERÍA DE “CUBIC BAR”, LOJA 2022.”**

Por la favorable atención que se de al presente, agradezco y suscribo.

Atentamente

Firma

Mgtr. Daniel Fernando Ochoa Torres

**GERENTE DE CUBIC**

CI:1105882425

### 14.3.4 Certificado de satisfacción de la empresa



Loja, 28 de marzo del 2022

#### CONSTANCIA DE SATISFACCION DE INVESTIGACION

##### CERTIFICA

Que el Sr. **Sarango Ribera Erikc Fernando** con CI: 1105124372, estudiante de la carrera de gastronomía del INSTITUTO TECNOLOGICO SUPERIOR SUDAMERICANO, cumplió con todos los objetivos planteados en su proyecto el cual es llevado a cabo el proyecto de fin de carrera con el tema **“MACERACIÓN DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS CON FRUTAS Y HIERBAS AROMÁTICAS PARA POTENCIALIZAR MATERIAS PRIMAS LOCALES EN LA COCTELERÍA DE “CUBIC BAR”, LOJA 2022.”**

En el desempeño de sus labores el Sr. Sarango Ribera Erikc Fernando demostró una alta capacidad de servicio, excelente desempeño en sus funciones, así como eficiente cumplimiento de sus obligaciones y por supuesto un gran compromiso para satisfacer todas nuestras necesidades

Por todo ello la actuación del Sr. Sarango, ha sido de completa satisfacción en nuestra empresa.

Atentamente

Firma  
Mgr. Daniel Fernando Ochoa Torres  
**GERENTE DE CUBIC**  
CI:1105882425

### 14.3.5 Certificación del abstract



CERTF. N° 005-RH-ISTS-2022  
Loja, 3 de Mayo de 2022

El suscrito, Lic. Ricardo Javier Herrera Morillo., **DOCENTE DEL ÁREA DE INGLÉS - CIS DEL INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO "SUDAMERICANO"**, a petición de la parte interesada y en forma legal,

**CERTIFICA:**

Que el apartado **ABSTRACT** del Proyecto de Investigación de Fin de Carrera del señor **SARANGO RIBERA ERIKC FERNANDO** estudiante en proceso de titulación periodo Octubre 2021 – Mayo 2022 de la carrera de **GASTRONOMÍA**; está correctamente traducido, luego de haber ejecutado las correcciones emitidas por mi persona; por cuanto se autoriza la presentación dentro del empastado final previo a la disertación del proyecto.

Particular que comunico en honor a la verdad para los fines académicos pertinentes.

**English is a piece of cake!**



Lic. Ricardo Javier Herrera Morillo.  
**DOCENTE DEL ÁREA DE INGLÉS ISTS - CIS**

CHECKED BY  
Lic. Ricardo Herrera  
ENGLISH TEACHER  
DATE:

#### **14.4 Modelo de entrevistas y encuestas.**

##### **Modelo de entrevista**

##### **ENTREVISTA DIRIGIDA A PROFESIONALES DE LA COCTELERIA**

Reciba un cordial saludo, la presente entrevista tiene el propósito de recabar datos, la misma que brindara información necesaria para el desarrollo del proyecto de investigación denominado. “Maceración de bebidas alcohólicas con frutas y hierbas aromáticas para potencializar materias primas locales en la coctelería de “Cubic bar”, Loja 2022.”. Por ello se solicita de la manera más comedida se digne en responder las siguientes preguntas.

##### **Preguntas**

- 1. ¿Qué trago o licor se recomienda como base para la elaboración de bebidas alcohólicas maceradas?**
  
- 2. ¿Cree usted que la elaboración de una bebida alcohólica a base de frutas y hierbas aporte en el consumo de la población?**
  
- 3. ¿Cuáles son las frutas que recomienda para la elaboración de bebidas alcohólicas maceradas?**
  
- 4. ¿En base a su experiencia, ¿cuáles son las recomendaciones que me brinda para crear cocteles basados en bebidas maceradas?**
  
- 5. ¿Cómo considera usted que evolucionaria la coctelería al momento de utilizar bebidas alcohólicas maceradas con frutas y hierbas?**

**Agradecemos de ante mano su colaboración**



## Modelo de encuesta

### 1. ¿Con qué frecuencia consume bebidas alcohólicas maceradas? \*

- 1 a 2 veces a la semana
- 3 a 4 veces a la semana
- más de 4 veces a la semana
- nunca

### 2. ¿Cuáles son las bebidas alcohólicas que están dentro de su preferencia? \*

Cerveza

- Ron
- Vodka
- Aguardiente
- Vino
- Cocteles
- Otro:

### 3. ¿Le gustaría probar cocteles a base de bebidas alcohólicas locales? \*

- Sí
- No

### 4. ¿Al momento de comprar una bebida alcohólica que es lo que más se valora? \*

- Precio
- Sabor
- Calidad
- Presentación
- Todas las anteriores

Ninguna

### 5. ¿Cuándo usted consume bebidas alcohólicas lo hace por? \*

- Compromiso social
- Gusto propio
- Por educación
- Otro:

### 6. ¿Cómo calificaría la coctelería en la ciudad de Loja? \*

- Excelente
- Buena
- Regular
- Mala

### 7. ¿Qué tipo de sabores le gustaría percibir en sus bebidas alcohólicas? \*

- Horchata
- Hierba buena
- Menta
- Cedrón
- Albahaca
- Uva
- Tomate de árbol
- Granadilla
- Fresa
- Naranjilla
- Otro:

**8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un coctel?**

- 4 a 5 dólares
- 6 a 7 dólares
- 8 a 9 dólares
- 10 dólares o mas

**9 ¿A usted le gusta consumir sus bebidas alcohólicas con?**

- Alto nivel de alcohol
- Medio nivel de alcohol
- Bajo nivel de alcohol
- Otro:

**10. ¿Cuál de las características es la que más gusta en sus bebidas alcohólicas? \***

- Dulce
- Picante
- Astringente
- Amargos
- Otro:

### Formato de evaluación sensorial

Ficha de evaluación sensorial de maceraciones a base de frutas y hierbas indicaciones: Se solicita de la manera más comedida se digne marcar con una X los atributos que cumplan las siguientes muestras con respecto a las características organolépticas.

Tipo de maceración: Frio Trago base: vodka ACE (Vilcabamba)		AV01 (Horchata)	AV09 (Horchata)	BA01 (Horchata)	BA09 (Horchata)	CC01 (Horchata)	CC09 (Horchata)
<b>OLOR</b>	Frutal						
	Herbal						
	Alcohol etílico						
<b>COLOR</b>	Colorido						
	Translucido						
	Turbio						
<b>SABOR</b>	Acido						
	Dulce						
	Vodka neutro						
<b>CONSISTENCIA</b>	Liquida						
	Viscosa						
	Grumosa						
<b>Aceptación</b>	Me gusta						
	Me disgusta						

Indique cuál de las muestras fue la que más que gustó

<b>Herbal</b>	Presencia notable de olor a hierbas o hierba aromática
<b>Frutal</b>	<b>Presencia notable de olor Frutas o Frutas</b>
<b>Colorido</b>	Presencia de Intensidad de color
<b>Translucido</b>	Bajo nivel de presencia de color
<b>Turbio</b>	color obscuro o ausencia de claridad o transparencia.
<b>Viscosa</b>	Pegajoso, glutinoso
<b>Grumosa</b>	Presencia de grumos o coágulos

### Escala hedónica

**INDICACIONES:** Se solicita de la manera más comedida se digne en marcar con una X según sea su preferencia sobre maceraciones con frutas y hierbas aromáticas con base de cantaclaro, vodka y aguardiente (alamoreño)

GRADO DE ACEPTABILIDAD	ESCALA	COCTELES														
		Maceraciones con cantaclaro					Mix	Maceraciones con vodka				Maceraciones con aguardiente (alamoreño)				
		Dulce	Invierno	Lojano	Pasión	Arcoiris de cedrón	Achacha	Mixquic	Floresta	Tentació	Dulce	Amanece	Arcoiris de	Brisa	Andino	Tormenta
Me gusta mucho	5															
Me gusta	4															
No me gusta ni me disgusta	3															
Me disgusta	2															
Me disgusta mucho	1															
Percibió el sabor frutal o herbal	Si															
	No															
Observaciones																

**14.5 Evidencias fotográficas.**

**Elaboración de los macerados**







### Primera degustación







**Segunda degustación.**







## Hoja de fabricación dulce frescura

	<b>INSTITUTO TECNOLÓGICO SUDAMERICANO</b> <small>DIRECCIÓN GENERAL DE ASISTENCIA</small>		<b>HOJA DE FABRICACIÓN</b>		
<b>NOMBRE DE LA RECETA:</b>		<b>Dulce frescura</b>			
<b>INGREDIENTES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>MISE PLACE</b>	<b>TECNICA</b>	<b>HERRAMIENTA</b>	
Macerado de cantaclaro menta	0,590 ml	embotellado con docificador	macerado	jigger	
Zumo de limón	0,440 ml	reservado	-	jigger	
Sirope simple	0,440 ml	embotellado con docificador	-	jigger	
Hielo	CN	reservado	-	-	
Decoración	10 u	reservado	-	-	
Servilleta	10 u	reservado	-	-	
<b>PROCEDIMIENTO</b>					
<p>En un vaso long drink agregar hielo, macerado de cantaclaro de menta, sirope simple, zumo de limón agua mineral, remover y finalmente agregar decoracion sorbete y servilleta</p>					
<div style="text-align: center;">  </div>					











# Hoja de fabricación Achachay

 	<b>HOJA DE FABRICACIÓN</b>			
NOMBRE DE LA RECETA:	Achachay			
INGREDIENTES	CANTIDAD	MISE PLACE	TECNICA	HERRAMIENTA
Macerado cantaclaro hierba buena	0,880	embotellado con docificador	macerado	jigger
Zumo de limón	0,440	-	-	jigger
Sirope simple	0,440	embotellado con docificador	-	jigger
Spríte	Cn	-	-	jigger
Hielo	Cn	-	-	-
Decoración	10,0	-	-	-
Servilleta	10,0	-	-	-
Sorbete	10,0	-	-	-
PROCEDIMIENTO				
<p>En un vaso long drink agregar hielo, macerado de cantaclaro de hierba buena, zumo de limón, sirope simple, completamos con spríte y finalmente removemos y agregamos decoración sorbete y servilleta</p>				

















