



Pontificia Universidad Católica del Ecuador

Sede Ibarra

ESCUELA DE GESTIÓN EN EMPRESAS TURÍSTIAS Y HOTELERAS “GESTURH”

INFORME FINAL DEL PROYECTO

TEMA:

“RESCATE DEL MORTIÑO COMO FRUTA ANCESTRAL DE LA PROVINCIA DE
IMBABURA EN LA APLICACIÓN DE COCTELES”

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS GASTRONÓMICAS

LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN:

C. G. 1: IDENTIDAD GASTRONÓMICA

AUTOR: GIOVANNY ISRAEL ANTAMBA CADENA

ASESORA: Msc. PATRICIA SALTOS

IBARRA, ENERO – 2020

Ibarra, 13 de Enero 2020

Msc. Patricia Saltos

ASESORA

CERTIFICA:

Haber revisado el presente informe final de investigación, el mismo que se ajusta a las normas vigentes en la Escuela de Gestión de empresas Turísticas y Hoteleras (GESTURH), de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra (PUCESI); en consecuencia, autorizo su presentación para los fines legales pertinentes.

(f.) 

Msc. Patricia Saltos G.

C.C.: 1002683017

PÁGINA DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

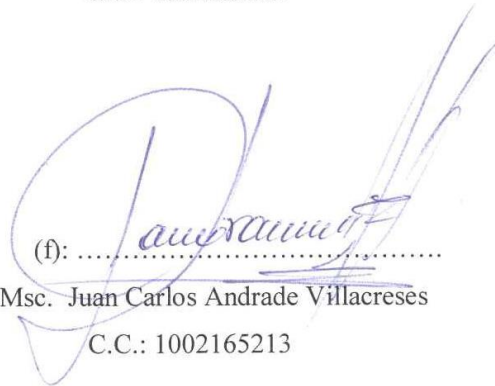
El jurado examinador, aprueba el presente informe de investigación en nombre de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra (PUCESI):



(f):

Msc. Silvia Patricia Saltos Gordillo

C.C.: 1002683017



(f):

Msc. Juan Carlos Andrade Villacreses

C.C.: 1002165213



(f):

Msc. Ronny Kleber Soriano Olvera

C.C.: 0923906747

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS

Yo Giovanni Israel Antamba Cadena, declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 165 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, que manifiesta textualmente: “Se reconoce facultad de los autores y demás titulares de derechos de disponer de sus derechos o autorizar las utilidades de sus obras o prestaciones, a título gratuito u oneroso, según las condiciones que determinen. Esta facultad podrá ejercerse mediante licencias libres, abiertas y otros modelos alternativos de licenciamiento o la renuncia”.

Ibarra, 13 de Enero 2020

f): 

Giovanni Israel Antamba Cadena

C.C.: 1003596333

AUTORÍA

Yo, Giovanni Israel Antamba Cadena, portador de la cédula de ciudadanía N° 1003596333, declaro que la presente investigación es de total responsabilidad del autor, y eximo expresamente a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra de posibles reclamos o acciones legales.

f) 

Giovanni Israel Antamba Cadena

C.C.: 1003596333

DEDICATORIA

El proyecto de investigación se lo dedico a mis padres ya que han estado a mi lado en cada momento dándome las fuerzas necesarias; quienes me han enseñado con su ejemplo a rebasar todas las barreras que la vida nos presenta, a entender que no hay nada imposible y que sólo hay que esmerarse para lograr las metas que nos planteamos.

A mis hermanos y demás familiares que con su apoyo, amor y ejemplo me ilustraron a querer ser mejor cada día.

A la Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Ibarra y a mis profesores, que siempre me transmitieron sus conocimientos y me educaron para ser no solo un buen profesional sino también una excelente persona llena de valores y principios éticos.

Giovanny Israel Antamba Cadena

AGRADECIMIENTO

Al culminar este proyecto quiero agradecerle a Dios por ser el pilar fundamental de mi vida.

A mis padres y hermanos que me han dado fuerzas y ánimo para luchar siempre por mis metas.

A la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra y sus autoridades por haberme brindado la oportunidad de crecer profesionalmente.

Mi más sincero agradecimiento a la Msc. Patricia Saltos por su aporte y participación activa en el desarrollo de este proyecto de investigación.

Giovanny Israel Antamba Cadena

ÍNDICE DE CONTENIDOS

PORTADA.....	i
CERTIFICACIÓN DE LA ASESORA.....	ii
PÁGINA DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL	iii
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS	iv
AUTORÍA.....	v
DEDICATORIA.....	vi
AGRADECIMIENTO	vii
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	viii
ÍNDICE DE FIGURAS	xii
ÍNDICE DE TABLAS	xiii
1. RESUMEN Y PALABRAS CLAVE.....	14
2. ABSTRACT AND KEYWORDS.....	15
3. INTRODUCCIÓN.....	16
4. ESTADO DEL ARTE	18
4.1. GASTRONOMÍA	18
4.2. GASTRONOMÍA ECUATORIANA	19
4.3. PRODUCTOS GASTRONÓMICOS ECUATORIANOS	19
4.4. MORTIÑO	20
4.4.1. Nombre científico	21
4.4.2. Descripción y Características de la Planta	21

4.4.3.	Exigencias climáticas	21
4.4.4.	Cultivos	21
4.4.5.	Usos	22
4.5.	CULTURA	23
4.6.	IDENTIDAD CULTURAL	23
4.7.	COSTUMBRES	24
4.8.	TRADICIONES	24
4.9.	IMBABURA	25
4.10.	BEBIDAS	25
4.11.	TIPOS DE BEBIDAS	26
4.11.1.	Bebidas no alcohólicas	26
4.11.2.	Bebidas alcohólicas	28
4.11.3.	Bebidas tradicionales	29
4.12.	EL BAR	29
4.13.	EL BARTENDER	30
4.14.	COCTELERÍA	31
4.15.	COCTEL	31
4.15.1.	Métodos de elaboración	32
4.15.2.	Tipos de los cocteles	32
4.15.3.	Clasificación por su volumen	33
4.16.	RECETA	33

4.17.	RECETA ESTÁNDAR	34
5.	MATERIALES Y MÉTODOS	34
5.1.	ANTECEDENTES.....	34
5.2.	OBJETIVOS DIAGNÓSTICOS	35
5.3.	VARIABLES DIAGNÓSTICAS.....	35
5.4.	INDICADORES.....	36
5.5.	MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA.....	36
5.6.	MÉTODOS	38
5.6.1.	Población o universo	38
5.6.2.	Determinación de la muestra	38
5.6.3.	Instrumentos.....	39
5.7.	TABULACIÓN Y ANÁLISIS.....	40
5.7.1.	Encuesta a la población económicamente activa de la provincia de Imbabura.....	40
5.7.2.	Entrevista realizada a los propietarios de bares	48
6.	RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	54
6.1.	MATRIZ FODA.....	54
6.2.	ESTRATEGIAS FA FO DO DA	55
6.3.	LOCALIZACIÓN	56
6.3.1.	Macro localización	56
6.3.2.	Micro localización	57

6.4.	OBJETIVO DE LA PROPUESTA	57
6.5.	RECETARIO DE COCTELES.....	58
6.6.	RECETAS ESTANDAR.....	70
6.7.	ANÁLISIS DE IMPACTOS	81
6.7.1.	Impacto Social	82
6.7.2.	Impacto Cultural	83
6.7.3.	Impacto Ambiental	84
6.7.4.	Impacto Económico	85
6.8.	IMPACTO GENERAL	86
7.	CONCLUSIONES	87
8.	RECOMENDACIONES	88
9.	REFERENCIAS BILIOGRÁFICAS	89
10.	ANEXOS	92
	Anexo 1. Plan de Proyecto de Investigación	92
	Anexo 2. Modelo de Encuesta	101
	Anexo 3. Entrevista dirigida a los propietarios de bares	103
	Anexo 4. Fotografías	104

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Fruta ancestral "Mortíño"	40
Figura 2. Ha probado cocteles con mortíño	41
Figura 3. Le gustaría conocer cocteles con mortíño	42
Figura 4. Aceptación de los cocteles	43
Figura 5. Recetario de cocteles	44
Figura 6. Identificación de los habitantes con las bebidas.....	45
Figura 7. ¿Es mejor consumir lo nuestro?	46
Figura 8. Cocteles como aperitivo cultural	47
Figura 9. Ecuador, Imbabura	56
Figura 10. Ibarra	57

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Matriz de relación Diagnóstica.....	37
Tabla 2. Test Coctel N°1.....	50
Tabla 3. Test Coctel N°2.....	51
Tabla 4. Test Coctel N°3.....	51
Tabla 5. Test Coctel N° 4.....	51
Tabla 6. Test Coctel N° 5.....	51
Tabla 7. Test Coctel N° 6.....	52
Tabla 8. Test Coctel N°7.....	52
Tabla 9. Test Coctel N° 8.....	52
Tabla 10. Test Coctel N° 9.....	53
Tabla 11. Test Coctel N° 10.....	53
Tabla 12. Test Coctel N° 11.....	53
Tabla 13. Matriz FODA.....	54
Tabla 14. Estrategias FODA.....	55

1. RESUMEN Y PALABRAS CLAVE

Se desarrolla la investigación documental que permite sentar las bases teóricas y científicas del mortiño como fruta ancestral de Imbabura a través de un marco teórico.

La ingeniería del proyecto está basada en la elaboración de cocteles a base de mortiño, prevaleciendo la propia identidad, además, crear nuevos sabores para mejorar su aceptación y consumo.

Tomando en cuenta que en la ciudad de Ibarra no existen empresas que oferten este tipo de cocteles. Se realizará una investigación documental que permitirá sentar las bases teóricas y científicas del mortiño como fruta ancestral.

Se efectuará un diagnóstico en cuanto a la situación actual del mortiño, su taxonomía, descripción y característica, exigencia climática, cultivos y usos.

Se creará un recetario con cocteles a base de mortiño y otros licores que servirá de guía para futuras investigaciones.

Finalmente se presenta un análisis técnico de los impactos sociales, culturales ambientales y económicos que genere la propuesta.

PALABRAS CLAVE. – Gastronomía, Coctelería, Mortiño, Creación, Ecuador.

2. ABSTRACT AND KEYWORDS

Documentary research is developed that allows the theoretical and scientific basis of mortiño to be laid as an ancestral fruit of Imbabura through a theoretical framework.

The engineering of the project is based on the elaboration of cocktails based on mortiño, the identity prevailing, in addition, creating new flavors to improve its acceptance and consumption.

Taking into account that in the city of Ibarra there are no companies that offer this type of cocktails. A documentary investigation will be carried out that will allow the theoretical and scientific basis of mortiño to be laid as an ancestral fruit.

A diagnosis will be made as to the current situation of the mortiño, its taxonomy, description and characteristic, climatic requirement, crops and uses.

A recipe book will be created with cocktails based on mortiño and other liquors that will serve as a guide for future research.

Finally, a technical analysis of the social, cultural, environmental and economic impacts generated by the proposal is presented.

KEYWORDS. – Gastronomy, Cocktails, Mortiño, Creation, Ecuador.

3. INTRODUCCIÓN

El presente proyecto se lo realiza para buscar la forma de satisfacer a los consumidores, precisar la idea general de la creación de los cocteles tradicionales y de analizar factores implicados en la elaboración de una bebida funcional a base de mortiño y otros componentes (jarabe, leche, crema, etc.) en Ecuador. Poniendo en valor el mortiño como fruta ancestral de Imbabura a través de la elaboración de un recetario.

La innovación es también parte de este proyecto, ya que, a través de la mixología mostrará cuál es la combinación entre fruta y alcohol que se puede dar a conocer en un coctel, facilitando esta información a futuras generaciones.

Considerando la diversidad agrícola en el Ecuador, es conveniente pensar en crear un producto que permita la utilización de diferentes ingredientes para elaboraciones cocteleras, como en este caso el mortiño en la elaboración de cocteles para ser consumidos; es un paso importante para el desarrollo agroindustrial y económico del país.

Tomando en cuenta que en la ciudad de Ibarra no existen establecimientos que ofrezcan de este tipo de cocteles en cuanto a la fruta se refiere, es una ventaja, ya que, la competencia se maneja por medio de comercializaciones desde otros lugares del país y no de manera directa.

Este proyecto tiene como fin, proporcionar un licor de moderación a un costo accesible y en una nueva variedad, ayudando con el rescate de la identidad cultural y favoreciendo a los pequeños productores del mortiño.

OBJETIVO GENERAL

- Elaboración de cocteles mediante el rescate del mortiño como fruta ancestral de la provincia de Imbabura

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Desarrollar la investigación documental que permita sentar las bases teóricas y científicas del mortiño como fruta ancestral de Imbabura a través de un marco teórico.
- Diagnosticar el entorno en cuanto a la situación del mortiño, su taxonomía, descripción y característica, exigencia climática, cultivos y usos.
- Elaborar un recetario con preparaciones a base de mortiño y otros licores base que servirá de guía para futuras investigaciones.
- Realizar un análisis técnico de los impactos que genere la propuesta en los ámbitos: social, cultural, ambiental y económico.

VARIABLE INDEPENDIENTE

Se tiene como variable independiente (VI) el Mortiño, puesto que, es la que representa la cantidad que se modifica en un experimento. El valor de la inconstante se fija libre y previamente.

Y es a partir de esta cuando se genera la variable dependiente.

VARIABLE DEPENDIENTE

Como variable dependiente (VD) se tiene el recetario de cocteles porque es aquel que se logra modificar dependiendo del Mortiño (VI), sus propiedades organolépticas, la cantidad de producción en ese mes, etc.

4. ESTADO DEL ARTE

4.1.GASTRONOMÍA

La Gastronomía surge con la necesidad del ser humano por sobrevivir y alimentarse y empieza con la caza, posteriormente con el descubrimiento del fuego es ahí donde comienza la evolución del hombre y su civilización.

Al referirse a la gastronomía (Alva, 2012, pág. 6) indica que “La Gastronomía es el estudio de la relación entre cultura y alimento. A menudo se piensa erróneamente que el término gastronomía únicamente tiene relación con el arte de cocinar y los platillos alrededor de una mesa”.

Mientras que (Castellví, 2010, pág. 8) afirma que “La palabra gastronomía (del griego gaster, “vientre” o “estómago” y nomos “distribuir”, “gobernar” o “arreglar”) significa simplemente, en el mundo de los amantes de la buena mesa, el arte del buen comer. El Diccionario de la Real Academia Española de la Lengua (2001) nos da dos acepciones o definiciones que son:

- 1) Arte de preparar una buena comida.
- 2) Afición a comer regaladamente.”

El origen de la gastronomía está relacionado con la vida del hombre; la gastronomía satisface una la necesidad que tiene el ser humano de alimentarse y es ahí en donde después del descubrimiento del fuego aparece la ganadería y los primeros cultivos de cebada, trigo, vid, etc.

4.2.GASTRONOMÍA ECUATORIANA

La cultura gastronómica ecuatoriana tiene diversas maneras de preparar alimentos y bebidas, ya que, se ve beneficiada por las aportaciones de las cuatro regiones naturales que componen el país, costa, sierra, oriente y región insular.

La gastronomía de Ecuador es rica, abundante y llena de sabor, además de variada, destacando la diversidad de ingredientes en una alta calidad, con los que se elaboran sus platos, entre los que se encuentran los pescados y mariscos, las carnes de cordero, cerdo, vaca y pavo, las papas, maíz, frutas y verduras. En la cocina ecuatoriana se utiliza mucho las especias como el ají, cilantro, perejil, canela, entre otros, dando así un excelente sabor a sus platos. (Balladares, 2011, p. 28)

Si bien es cierto, el Ecuador es un país pequeño, pero posee una gran variedad de productos, debido a su ubicación geográfica y la biodiversidad que existe en él, lo que hace del Ecuador un país con riqueza culinaria única por la fertilidad de la tierra.

4.3.PRODUCTOS GASTRONÓMICOS ECUATORIANOS

Las cuatro principales regiones que existen en el Ecuador contribuyen en su gastronomía, ya que, gracias a ellas existe diversidad de productos gastronómicos tanto en flora como en fauna. La comida ecuatoriana es conocida dentro del país como “comida criolla” al ser una fusión de ingredientes españoles con autóctonos de los ámbitos hispanohablantes.

(Ministerio de Turismo, 2013) Afirma que “la herencia tanto indígena como europea ha cimentado un sincretismo que se centra en la sazón y creatividad constantemente renovada a través de las nuevas generaciones de cocineros y comensales”.

(Noren, 2016) Asegura que “Entre la comida Ecuatoriana se encuentran platos reconocidos como: el ceviche, el bollo, la fanesca, el sancocho de pescado etc. Por otro lado, la zona tropical del Ecuador es muy rica en sus distintas variedades de frutas: naranjillas, guanábana,

granadilla, pitahaya etc. Todos estos productos son distribuidos entre las distintas regiones, es por eso que los mejores platos se encuentran alrededor de todo el Ecuador.”

La diversidad de climas, así como la variedad de especies y los productos europeos hacen de la gastronomía ecuatoriana una mezcla de sabores intensos, llamativos y exquisitos para el paladar. Dentro de los productos gastronómicos ecuatorianos tenemos en la región sierra arvejas, mote, melloco, chocho y maíz. En la costa mariscos como pescado, camarones, cangrejo, calamar, pulpo. En la amazonia existe una gastronomía exótica como el mono, tortuga, el gusano de chonta, serpientes y hormigas. Y por último la región insular en donde se consume productos del mar como en la costa ecuatoriana sopa marinera, bacalao, canchalahua (molusco endémico).

4.4.MORTIÑO

El mortiño es una fruta ancestral del Ecuador, refrescante y de sabor ácido, crece en climas fríos y es considerada silvestre proveniente de los páramos ecuatorianos, tiene un alto contenido de vitamina B1 y C, entre otros componentes como el calcio que ayuda a fortalecer el sistema óseo. Los médicos recomiendan consumir media taza de mortiño diaria.

(Pablo Santamaría, 2012) Dicen que “El mortiño es un arbusto silvestre endémico de Ecuador y Colombia. Posee una baya de agradable sabor, frutos de especies emparentadas al él, eran consumidos desde antes de la Conquista, elevándola a fruta ceremonial. Tradición que se ha derivado a la celebración del Día de los Difuntos en Ecuador. Su propiedad relevante es poseer gran cantidad de polifenoles asistida por el contenido de azúcares, fibra, lípidos, minerales y vitaminas, proantocianidinas, antocianinas, flavonoides se los utiliza como colorantes alimentarios.”

4.4.1. Nombre científico

“*Vaccinium floribundum*, ERICACEAE. Otros nombres Mortiño, uva de los Andes, uva de monte, manzanilla de cerro”. (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2016)

El nombre científico de la fruta es de suma importancia porque se trata de un lenguaje utilizado en todo el mundo para evitar ambigüedades o nombres vulgares.

4.4.2. Descripción y Características de la Planta

Es una planta de gran tamaño y se la encuentra en los páramos ecuatorianos, es por esta razón que las personas no se han dedicado a la domesticación de la misma y también porque solamente se utiliza el mortiño una vez al año en la preparación de la colada morada.

(WebMaster, 2007) Afirma que “Es un arbusto silvestre de hasta 3.5 metros de altura y 5.0 de diámetro, usualmente muy ramificado, de copa cilíndrica. El fruto es una baya redonda y carnosa de color morado oscuro al madurar y sus semillas son numerosas y pequeñas.”

4.4.3. Exigencias climáticas

El mortiño es un arbusto que crece únicamente en los páramos.

El mortiño crece en la Sierra, en todas sus provincias, sobre todo en las zonas altas y frías: Carchi, Imbabura, Pichincha, Cotopaxi, Tungurahua, Bolívar, Chimborazo, Cañar, Azuay, Loja. Aunque puede crecer desde menor altitud, se ha relegado esta planta al rango de entre 3.400 y 4.500 msnm, donde da mejores frutos. (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2016, pág. 1)

4.4.4. Cultivos

Durante las épocas de cultivos las personas más cercanas a los páramos ecuatorianos aprovechan para obtener la mayor cantidad de este fruto que es muy cotizado para la

preparación de la colada morada, una receta creada en el país para celebrar el “Día de los Difuntos.

Según (WebMaster, 2007) “El mortiño florece dos veces al año, de febrero a mayo y de agosto a noviembre”.

4.4.5. Usos

Al poseer un alto contenido de calcio, fosforo, fibra y vitaminas, el mortiño tiene algunos usos en diferentes campos como son la medicina, la gastronomía y ornamental.

USO ORNAMENTAL. El mortiño es un arbusto ideal para fines ornamentales por las características de sus hojas, brillantes, lisas, de color granate y rosado cuando jóvenes.

Las ramas y follajes son usados en floristerías y en elaboración de silletas. (WebMaster, 2007)

USO MEDICINAL. El consumo crudo de los frutos de mortiño ayuda a restablecer los niveles normales de azúcar en la sangre en personas con problemas de hipoglicemia y diabetes. También sirve para problemas digestivos. (WebMaster, 2007)

USO ALIMENTICIO. El mortiño se puede consumir crudo directamente como fruta, es rico en antioxidantes, contiene un alto contenido de vitamina C y vitaminas del complejo B, potasio, calcio, fósforo y magnesio; proteínas, fibra y un alto contenido de agua. (WebMaster, 2007)

MORTIÑO GOURMET. Su fruta se puede usar para la elaboración de ricas recetas de jugos, mermeladas, dulces, flanes, tortas, helados y vinos. Tiene una gran ventaja, se puede refrigerar sin que se alteren sus características organolépticas y nutricionales. (WebMaster, 2007)

El mortiño posee características muy importantes en el ámbito medicinal, se le atribuye propiedades para prevenir múltiples patologías cardiovasculares, diabetes, artritis y

pákinson lo que lo cataloga como un gran producto de exportación. En la gastronomía se ha utilizado en la elaboración de vinos, mermeladas y salsas.

4.5.CULTURA

La cultura tiene como finalidad proporcionar la adaptación de las personas en el entorno en el que viven con acuerdos y asuntos de interés colectivo.

El concepto de cultura ha variado a lo largo de la historia. En su origen etimológico, la palabra cultura proviene del latín *cultus* que significa “cultivo” o "cultivado". Este término es el participio pasado de la palabra *colere* que significa 'cultivar'. (Ávila, 2019)

Cultura se refiere al conjunto de bienes materiales y espirituales de un grupo social transmitido de generación en generación a fin de orientar las prácticas individuales y colectivas. Incluye lengua, procesos, modos de vida, costumbres, tradiciones, hábitos, valores, patrones, herramientas y conocimiento. (Imaginario, 2019)

Por lo tanto, las personas representan una visión del mundo como respuesta a la realidad que viven, por eso se puede decir que no existe grupo social falto de cultura.

4.6.IDENTIDAD CULTURAL

La identidad cultural está basada en las costumbres y tradiciones que tiene un grupo social que funcionan como elemento para relacionar a las personas. Las costumbres y tradiciones que tiene el Ecuador hacen posible que cada etnia situada en un territorio tenga su propia identidad cultural.

Según (Villafañe, 1993) “la identidad es a la organización lo que la personalidad al individuo, pues las personas desde su nacimiento desempeñan papeles y se incorporan a espacios físicos y simbólicos que los ayudan a conformarla en interrelación con el entorno.”

Saber a dónde se pertenece hace parte de un grupo social en el cuál abarca todas las creencias e ideales que se tiene.

4.7.COSTUMBRES

En el mundo existen “buenas costumbres” y “malas costumbres” en algunos casos las leyes tratan de modificar las conductas que suponen una mala costumbre, pero es ahí donde entra la sociedad para constituir una fuente de derecho.

Según (Julián Pérez, 2011) afirma que “Una costumbre es un modo habitual de obrar que se establece por la repetición de los mismos actos o por tradición. Se trata, por lo tanto, de un hábito.”

Para los integrantes de una comunidad la costumbre es una práctica social que va de generación en generación, ayudando de esta manera con la adaptación de un individuo a un grupo social.

4.8.TRADICIONES

Una de las herencias que dejaron los antepasados son las tradiciones; un tema muy antiguo se podría decir que apareció desde que el hombre está en la tierra, es toda costumbre o forma de expresión que se practica dentro de una comunidad.

Tradición es una palabra procedente del vocablo latín *traditio*, y éste a su vez del verbo *tradere*, que significa entregar o transmitir. La tradición es la transmisión de costumbres, comportamientos, recuerdos, símbolos, creencias, leyendas, para las personas de una comunidad, y lo que es transmitido se convierte en parte de la cultura. (Significados.com, 2019)

Según (Reyes, 2014, pág. 62) “Las tradiciones son costumbres, ritos, usos sociales, ideas, valores, normas de conducta, históricamente formados y que se transmiten de generación a

generación; elementos del legado sociocultural que durante largo tiempo se mantienen en la sociedad o en distintos grupos sociales.”

Todas las personas viven alrededor de sus costumbres y tradiciones sean estas de carácter musical, deportivas, culturales o religiosas. Cuidando de esta manera el conjunto de bienes culturales que se les ha sido heredado.

4.9.IMBABURA

Denominada principalmente como la “Provincia de los Lagos”, por la cantidad de lagos que posee dentro de su territorio, conocida también por sus contrastes poblacionales y sus zonas climáticas: cálida y seca.

La Provincia de Imbabura está situada en el norte del país, en la zona geográfica conocida como región sierra, principalmente sobre la hoya de Chota en el este y en los flancos externos de la cordillera occidental en el oeste. Su capital administrativa es la ciudad de Ibarra, la cual además es su urbe más grande y poblada. Ocupa un territorio de unos 4.599 km², siendo la décima octava provincia del país por extensión. Limita al norte con Carchi, al sur con Pichincha, por el occidente con Esmeraldas y al este con Sucumbíos.

(Larrea, 2011, pág. 11)

4.10. BEBIDAS

Siendo su principal objetivo calmar la sed, las bebidas de cualquier tipo son indispensables tanto para rehidratarse como para eventos sociales y personales (comidas, celebraciones, reuniones, fiestas, etc.)

Las bebidas son alimentos de contenido energético variable, que al momento de consumirse se presentan siempre en forma líquida, acuosa o pastosa. Por su naturaleza y propiedades fundamentales tales como el aporte de energía y el calmar la sed, son fácilmente aprovechables por nuestro organismo en cantidades considerables. (Alvarez C. A., 2009)

Cabe mencionar que las bebidas pueden ser naturales o artificiales, en cualquiera de los dos casos es utilizada para reponer los líquidos que pierde el ser humano. Aunque en el caso del alcohol éste deshidrata el cuerpo si es consumido en exceso.

4.11. TIPOS DE BEBIDAS

Es la clasificación que se da a las bebidas las cuales el bartender debe conocer muy bien para poder prepararlas e incluso poder recomendar a los clientes.

Los tipos de bebidas es efecto de las costumbres y modismos sociales, que en ocasiones han impuesto la tipología de las mismas, de forma sectaria en cada evento, siendo apreciable parámetros de consumo en estos, ejemplo en una fiesta de niños se consumen bebidas no alcohólicas, caso contrario en una despedida de soltero. (Francisco García Ortiz, 2004, pág. 31)

4.11.1. Bebidas no alcohólicas

Se entiende por no alcohólicas aquellas bebidas que no poseen o no han sido añadidas ningún tipo de grado alcohólico ya sea en su proceso de transformación o su proceso natural.

Se clasifican en:

- **Agua**

Bebida sin color, olor o sabor que garantiza al ser humano la supervivencia y calamar la sed, su consumo diario ronda entre los 2,5 litros por persona.

El ser humano está constituido hasta un 70% de agua en su cuerpo, por lo que es imprescindible consumirla para la supervivencia. Es un componente crucial en los procesos metabólicos del organismo, donde actúa como disolvente. Para evitar desórdenes, el cuerpo necesita alrededor de dos a tres litros diarios de agua; la cantidad exacta variará en función

del nivel de actividad, la temperatura, la humedad y otros factores. (Enciclopedia de Clasificaciones, 2017)

El agua es una bebida que ayuda con la salud de la piel y tejidos óseos y musculares, sin embargo, esta bebida no aporta calorías. Ayuda a la eliminación de toxinas y aporta sales y oligoelementos que el cuerpo necesita.

- **Gaseosas**

Son bebidas efervescentes generalmente sin alcohol que se sirven frías, en la coctelería normalmente se utilizan para rebajar una bebida alcohólica.

Bebidas transparentes e incoloras, preparadas con agua potable y anhídrido carbónico, con la eventual adición de ácido cítrico. Al cabo de un tiempo se les agregaron saborizantes, y de ahí nacieron las diversas bebidas gaseosas a las que se añadió azúcar. (Francisco García Ortiz, 2004, pág. 57)

Las bebidas contienen azúcar, agua, saborizantes artificiales, ácidos como el fosfórico, cítrico, málico, tartárico, cafeína, colorantes, endulcorantes, dióxido de carbono, conservadores, entre otros. El agua es el principal elemento de la bebida, por lo que es primordial el tratamiento de la misma, normalmente es mediante osmosis inversa, filtración, ozonificación o diferentes tipos de tratamiento para agua purificada. (Globalstd, 2018)

El agua es el líquido más efectivo para calmar la sed, para muchas personas resulta sosa, es por eso que durante años se ha buscado brebajes un poco más agradables al paladar como los son las gaseosas.

- **Bebidas Calientes**

Desde los tiempos más remotos y en todas las civilizaciones el hombre ha tratado de elaborar distintas bebidas que se complementarán con la incolora, insabora e insípida “agua”.

Los objetivos buscados han sido diversos dependiendo de la bebida en cuestión.

- Estimulantes (café, té,)
- Energéticas (chocolate, mate)
- Relajantes (manzanilla, tila)

(Francisco García Ortiz, 2004, pág. 37)

4.11.2. Bebidas alcohólicas

El consumo de bebidas alcohólicas ha ido creciendo, convirtiéndose en un elemento fundamental en las relaciones sociales.

En la antigüedad y antes de conocerse el proceso de destilación, las bebidas alcohólicas eran el resultado de una fermentación simple. El descubrimiento de este proceso se debió seguramente a la casualidad, cuando alguien dejó olvidadas durante algún tiempo algunas frutas en un recipiente. Las bebidas alcohólicas más antiguas que se conocen son la cerveza y el vino. (Francisco García Ortiz, 2004, pág. 61)

Las bebidas alcohólicas pueden obtenerse de dos formas:

- **Por fermentación:** Estas se obtienen por la fermentación de los azúcares contenidos en diferentes tipos de frutas, raíces o granos de plantas que se convierten en alcohol. La cerveza, el vino, la chicha y el guarapo son un ejemplo de estas bebidas.
- **Por destilación:** Se obtienen por la vaporización parcial de un líquido y la condensación de los vapores formados para separarlos. Son un ejemplo de estas bebidas el aguardiente, el ron, el whisky, el vodka y el tequila. También entran en esta categoría las combinaciones de éstas con otras bebidas alcohólicas o no alcohólicas como los cocteles. (Francisco García Ortiz, 2004, págs. 64, 69)

4.11.3. Bebidas tradicionales

Las bebidas tradicionales forman parte de la identidad cultural de cada pueblo o ciudad. Estas bebidas no son únicamente líquidas, ya que, en el Ecuador se utilizan distintos ingredientes para su preparación como harinas o granos.

Las bebidas tradicionales son aquellas preparaciones líquidas que son parte de la expresión cultural de un pueblo que ha logrado construir una identidad. Estas bebidas parten de la necesidad humana de ingerir líquidos junto con la creatividad de los pueblos que la complementan con otros ingredientes que por lo general han sido parte de una evolución gastronómica, en la que después consta incluso el valor alcohólico debido a la fermentación, incorporando a estas bebidas como festivas o para rituales por su efecto de embriaguez.

La clasificación más amplia que se les puede dar es:

- Bebidas frescas
- Bebidas por fermentación
- Coladas
- Destilados y macerados
- Infusiones
- Come y bebes
- Bebidas mixtas

(Cocina Local Ecuador, 2017)

4.12. EL BAR

El bar o el interior del bar se han convertido en la parte más importante del establecimiento, ya que es ahí donde el barman o bartender se dedica a la preparación y expendio de las bebidas que los clientes soliciten.

Según (Gallegos, 2001) dice que “El Bar es un lugar, ambiente o establecimiento de recreación espiritual dedicada al expendio y servicio de bebidas alcohólicas y no alcohólicas, así como otros productos con fines lucrativos o comerciales”.

El término bar deriva del anglicismo “Barra”. Mueble que, en sus inicios, cumplía la misión delimitatoria del espacio reservado para el desarrollo de la labor del barman; y el área dedicada a los “gazantes resecos” que acudían al bar con la intención de encontrar algún remanso de paz entre el murmullo de la concurrencia, donde apagar ardores sentimentales o desengaños amorosos. (Francisco García Ortiz, 2004, pág. 3)

Los bares abundan allí donde existe mucha circulación de gente, ya que esto les favorece para obtener potenciales clientes, es el hogar de los cocteles donde las personas se juntan para tomar sus bebidas preferidas.

4.13. EL BARTENDER

Es la persona encargada de controlar, organizar y dirigir tanto el servicio, el “mise en place”, y la recogida de la barra y espacios de trabajo.

Persona que combina y sirve bebidas alcohólicas solicitadas por los clientes en un Bar, restaurante u otro local, que registra el consumo, organiza, limpia y cuida la barra o mostrador donde se acomodan los clientes, controla la existencia de los insumos alcohólicos y solicita su reposición. (Alvarez C. , 2013, pág. 1)

El significado de término contiene controversia en distintos lugares; en inglés se usa *bartender* (*tendero del bar*) para designar a cualquier persona detrás de la barra del bar, pero en algunas zonas del Reino Unido, han comenzado a sustituir la palabra por *barstaff* (*personal de la barra*). (Cárdenas, 2012)

El bartender debe tener amplios conocimientos en la elaboración de cocteles y se lo puede encontrar en bares, discotecas, restaurantes, etc.

4.14. COCTELERÍA

El arte de la coctelería consiste en elaborar una bebida nueva con aroma y sabor propio, a través de una composición adecuada de diferentes ingredientes.

Según (Ricardo, 2011) define “La coctelería es el estudio de la relación entre las bebidas, las frutas, las flores, las hierbas, los helados y cualquier otro ingrediente comestible que pueda ser transformado en líquido, por distintos métodos de preparación”.

Existen muchas personas que simplemente les gustaría disfrutar de un coctel refrescante y sabroso pero sobre todo sin alcohol, la coctelería también ofrece este tipo de bebidas para aquellos clientes.

4.15. COCTEL

Existe una gran variedad de cocteles que permite consumirlos a cualquier hora del día, ya que unos se toma como aperitivo o digestivo y otros como trago por la noche. Presentando infinidad de sabores y texturas.

Un cóctel o coctel es una preparación a base de una mezcla de diferentes bebidas en diferentes proporciones, que contiene por lo general unos o más tipos de bebidas alcohólicas junto a otros ingredientes, generalmente jugos, frutas, salsas, miel, leche o crema, especias, etc. (Portillo, 2011, pág. 1)

Existen bebidas derivadas de la coctelería que consiste básicamente en preparaciones sin alcohol, una opción para quienes quieren sencillamente refrescarse.

4.15.1. Métodos de elaboración

Para la elaboración de los cocteles existen muchos elementos, entre los principales están la coctelera, vaso mezclador, cristalería y maquinaria

(Alvarez C. A., 2009) Dice que “La división más clara se centra en si se sirven secos o alargados (con agua u otro líquido), de esta forma se tiene los "softdrinks" o los "longdrinks".

- a) **Directo:** Cuando los ingredientes se mezclan directamente dentro del vaso, copa o shot.
- b) **Refrescado:** Con la finalidad de enfriar el vaso o la copa, se colocan los hielos en el mismo y se mezclan los ingredientes en una coctelera con un removedor.
- c) **Batido:** Preparación tradicional en coctelera.
- d) **Licuada:** Consiste en preparar el coctel en la licuadora.
- e) **Frozen:** Estos tragos son preparados en una licuadora con hielo picado para que los mismos tomen una consistencia parecida a la de un helado.
- f) **Flambeado:** Son los tragos que en su preparación se prenden fuego, por ejemplo: la cucaracha.

4.15.2. Tipos de los cocteles

La categorización más habitual establece las clases según la medida, temperatura, ingredientes del coctel.

- a) **Cócteles aperitivos:** Cocteles compuestos de frutas que se caractericen por ser cítricas. Estos cócteles deben ser cortos y poco dulces.
- b) **Cócteles digestivos:** Sus fórmulas están compuestas por sabores dulces y son cortos. La principal función de estos cócteles es que facilitan la digestión de los alimentos.
- c) **Cócteles reconstituyentes:** Son aquellos que contienen elementos nutritivos como puede ser salsa de tomate.
- d) **Cócteles de media tarde:** Son aquellos que se sirven entre horas.

- e) **Cócteles refrescantes:** Generalmente son aquellos que emplean zumos de frutas sin contenido alcohólico alguno.

(Alvarez C. A., 2009)

4.15.3. Clasificación por su volumen

La clasificación por su volumen se refiere a la capacidad de líquido que abarca el coctel, puede ser medido en mililitros u onzas. Se clasifican en:

- Coctel corto Volumen de 7-10 cl. (70-100ml.)
- Coctel mediano Volumen de 11-20 cl. (110-200 ml.)
- Coctel largo Volumen de 21-30 cl. (210-300 ml.)

El Coctel o Trago Corto es comúnmente subdividido en:

Coctel pre-dinner, o Aperitivo

Coctel after-dinner o Digestivo

(Alvarez C. A., 2009)

4.16. RECETA

La receta es utilizada por todos los establecimientos gastronómicos principalmente para mantener los productos terminados siempre con el mismo estándar de calidad garantizando al cliente su sabor, aroma y textura. Al instante previo de la preparación de los alimentos se necesita una guía que sea de ayuda para ver si se está yendo por buen camino.

Según (Julián Pérez Porto, 2014) “Es el libro que recopila diversas recetas de cocina. Estas recetas consisten en la descripción de los pasos a seguir para preparar una comida, incluyendo también los ingredientes que se necesitan.”

Exposición más o menos detallada de los componentes, cualidades y fórmulas de preparación de un guiso.

La receta no es una camisa de fuerza a la cual se debe regir, la receta debe estar presente para cuando se olvide algún paso importante a seguir y ver las recomendaciones que nos brinda. Las cantidades y tipos de alimentos están detallados en la receta, lo cual hace más fácil el trabajo a la hora de la compra de los productos.

4.17. RECETA ESTÁNDAR

La receta estándar contiene todos los elementos, tiempos y técnicas utilizadas para la preparación de un platillo en concreto.

La receta estándar es una matriz o formato que reúne los datos necesarios para la preparación de un alimento, platillo, bebida, etcétera; en esta se detallan las cantidades, medidas, características de cada uno de los ingredientes así como la preparación total. Es importante mencionar que la receta estándar puede incluir además, el costo unitario de cada ingrediente y el costo total de la preparación de la receta. No debemos olvidar que el costo total de preparación es parte del valor total comercial. (ESPE, 2013)

La receta estándar debe ser empleada en todos los establecimientos de expendio de comida para mantener siempre el mismo sabor cada vez que se prepara un plato.

5. MATERIALES Y MÉTODOS

5.1. ANTECEDENTES

Previo al desarrollo de la propuesta, fue imprescindible hacer una investigación de campo con el fin de diagnosticar sobre el conocimiento científico y elaboración del tema.

Con la finalidad de conocer si la aceptación de los nuevos cocteles a base de mortiño es positiva se realizará encuestas a la población económicamente activa de la provincia de Imbabura.

Por otro lado las entrevistas se realizarán a los propietarios de bares para saber si estos estarían dispuestos a implementar en su carta los nuevos cocteles.

Mediante un recetario dar a conocer a las personas los cocteles a base de mortiño, los ingredientes autóctonos de cada catón de la provincia de Imbabura y los licores base utilizados en las distintas preparaciones, así como también costos de los productos, utensilios y preparación de cada coctel.

5.2.OBJETIVOS DIAGNÓSTICOS

Con la finalidad de obtener mejores resultados en la base de investigación de campo se ha establecido los siguientes objetivos diagnósticos.

- Identificar las características de los cocteles elaborados a base de Mortiño.
- A través de un recetario dar a conocer los ingredientes autóctonos, los licores base utilizados para la preparación de los cocteles.
- Con el rescate del mortiño y la creación de cocteles a base de la fruta, establecer el uso y la aceptación de la misma.

5.3.VARIABLES DIAGNÓSTICAS

Cada objetivo antes mencionado persigue captar la información de una variable diagnostica, por lo tanto, se ha determinado una variable para cada objetivo planteado.

VARIABLE N° 1.- Producto

VARIABLE N° 2.- Cultura

VARIABLE N° 3.- Aprobación

5.4.INDICADORES

Para poder captar la información de cada variable se ha optado por descomponer cada una de estas en elementos denominados indicadores. Estos elementos aportan la información requerida y la vez determinan la técnica de investigación científica a utilizarse para cada indicador.

VARIABLE N° 1.- Producto

INDICADORES.- Conocimientos de la fruta ancestral “Mortiño”, cocteles elaborados a base de Mortiño.

VARIABLE N° 2.- Cultura

INDICADORES.- Identificación con la gastronomía y las bebidas ecuatorianas, tomar los nuevos cocteles como aperitivo cultural, consumir lo nuestro.

VARIABLE N° 3.- Aprobación

INDICADORES.- Aceptación del producto, recetario de cocteles a base de Mortiño.

5.5.MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

Los objetivos variables e indicadores planteados anteriormente se los han relacionado horizontalmente en la siguiente matriz, además se ha planteado con las encuestas que se aplicará y con la respectiva fuente de información. De esta manera se vivencia el proceso técnico y científico que se ha utilizado en el desarrollo de este diagnóstico.

Tabla 1. Matriz de relación Diagnóstica

OBJETIVO DIAGNÓSTICO	VARIABLE	INDICADOR	TÉCNICA	FUENTE DE INFORMACIÓN
Identificar las características del producto a ofrecer	Producto	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento de la fruta ancestral “Mortiño” • Cocteles elaborados con Mortiño 	Encuesta Entrevista	Habitantes de la provincia de Imbabura
Fortalecer la identidad cultural de la provincia de Imbabura	Cultura	<ul style="list-style-type: none"> • Identificación con la gastronomía y las bebidas ecuatorianas. • Tomar los nuevos cocteles como aperitivo cultural. • Consumir lo nuestro. 	Encuesta Entrevista	Habitantes de la provincia de Imbabura
Establecer la aceptación y el uso del Mortiño	Aprobación	<ul style="list-style-type: none"> • Aceptación de los cocteles • Recetario de cocteles 	Encuesta Entrevista	Habitantes de la provincia de Imbabura

Elaborado por: Giovanni Antamba

5.6.MÉTODOS

A continuación, se detalla varios componentes que hacen referencia a la operatividad técnica de esta investigación de campo.

5.6.1. Población o universo

Tomando en cuenta que la población del presente diagnóstico es el conjunto total de unidades de investigación a las cuales haré referencia para este proyecto, para lo que serán válidas en las diferentes conclusiones que obtenga, es así que he tomado en cuenta la Provincia de Imbabura de la siguiente manera:

UNIVERSO 1: Para la Oferta

Población económicamente Activa: 251.519 habitantes.

UNIVERSO 2: Para la Demanda

Bares y discotecas que se encuentra inscritas actualmente en el catastro de la provincia: 37 establecimientos.

5.6.2. Determinación de la muestra

Con el objeto de optimizar tiempo y recursos se ha creído convenientes aplicar las encuestas en una muestra representativa de los universos aplicados en el numeral anterior; por lo tanto, se ha aplicado la siguiente fórmula matemática para determinar el número de encuestas a determinarse:

$$n = \frac{N \cdot d^2 \cdot z^2}{(N-1) E^2 + d^2 \cdot z^2}$$

Simbología:

n	=	Tamaño de la muestra
d ²	=	Varianza (0.25)
z	=	Nivel de confianza (1.96)
E	=	Error máximo admisible del tamaño de la muestra (0.09) o 9%
N	=	Población o Universo

Obteniéndose las siguientes unidades

$$n = \frac{251.519 * (0.25) * (1,96)^2}{(251.519 - 1) * (0.09)^2 + (0.25) * (1,96)^2}$$

n = 383 unidades

El número de encuestas a realizar son 383 según el resultado de la fórmula de la estadística.

5.6.3. Instrumentos

Encuesta

La encuesta a las personas económicamente activas de la provincia de Imbabura validadas por la Ing. Patricia Saltos, fue realizada en el mes de Julio del 2019, y con una excelente organización para mayor validez en la obtención de información.

Entrevista

Es un diálogo que se establece entre dos personas en el que una de ellas propone una serie de preguntas a la otra a partir de un guion previo. Se realiza con el fin de que el público pueda conocer la información de su persona, de su experiencia o conocimientos. (Lázpita, 2010)

La entrevista fue realizada a los propietarios de los establecimientos de la provincia de Imbabura validada por la Msc. Patricia Saltos, fue realizada en el mes de septiembre del 2019, para saber el grado de aceptación de los cocteles por parte de propietarios de bares.

5.7.TABULACIÓN Y ANÁLISIS

Se presenta un análisis de la información captada a través de las diferentes técnicas de investigación; previo al análisis, en el caso de las encuestas por cada una de las preguntas se plantea una figura de porcentajes y análisis.

En el caso de las entrevistas, luego de una transcripción de las respuestas a cada pregunta, se realiza un análisis global de cada entrevista Se realizará la tabulación y análisis de la información receptada

5.7.1. Encuesta a la población económicamente activa de la provincia de Imbabura

Pregunta 1.- ¿Conoce Ud. ¿La fruta ancestral “Mortiño”?

Figura 1. Fruta ancestral "Mortiño"



Fuente: Encuesta dirigida a la población económicamente activa
Elaborado por: Giovanni Antamba.

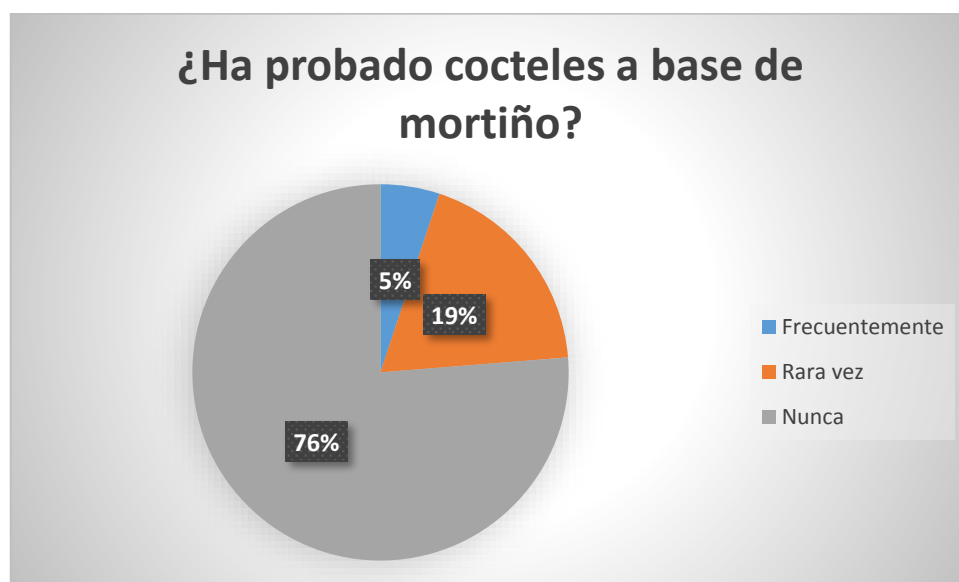
Análisis

El mortiño es una planta endémica que crece específicamente en los páramos andinos, florece únicamente dos veces al año y tiene diferentes usos desde ornamental, medicinal y alimenticio, sin embargo, a través de los años no ha sido aprovechado de la mejor manera por la sociedad. Se desconoce las propiedades y características nutritivas de este fruto silvestre, que pueden incluirse en una dieta diaria.

Cabe recalcar que esta fruta es uno de los principales ingredientes utilizado por los ecuatorianos para la elaboración de la exquisita colada morada, en la celebración Católica denominada “Día de los Difuntos”, como símbolo de identidad cultural y gastronómica de la provincia de Imbabura.

Pregunta 2.- ¿Ha probado alguna variedad de coctel elaborado a base de Mortiño?

Figura 2. Ha probado cocteles con mortiño



Fuente: Encuesta dirigida a la población económicamente activa

Elaborado por: Giovanni Antamba.

Análisis

En la actualidad, los profesionales dedicados a la gastronomía proponen el rescate de productos endémicos, a través de recetas innovadoras en donde incluyen este tipo de ingredientes. En la coctelería la combinación de sabores y aromas juegan un papel importante a la hora de preparar y presentar un coctel.

Es por eso que el mortiño al ser una fruta exótica, con taninos fuertes y color intenso cumple con las características para elaborar una gran variedad de platos y bebidas gourmet agradables al paladar del comensal.

Pregunta 3.- ¿Le gustaría conocer los cocteles elaborados a base de Mortiño?

Figura 3. Le gustaría conocer cocteles con mortiño



Fuente: Encuesta dirigida a la población económicamente activa

Elaborado por: Giovanni Antamba.

Análisis

Un bartender debe crear, elaborar e innovar con nuevas recetas, pudiendo incluir el mortiño en estas preparaciones, ya que a los clientes les gusta probar cosas nuevas y siempre están abiertos a nuevas experiencias.

La coctelería en la provincia de Imbabura no es muy creativa por lo que los comensales tiene que consumir lo habitual, sin embargo una mezcla de lo tradicional con lo nuevo, será muy atractivo para los consumidores.

Al saber que el mortiño es una de las frutas ancestrales menos utilizadas, las personas tienen una gran aceptación por conocer cocteles elaborados a base de esta fruta, ya sea por rescatar la cultura o por simple curiosidad.

Pregunta 4.- ¿Cree Ud. ¿Que tendría aceptación estos cocteles para su comercialización?

Figura 4. Aceptación de los cocteles



Fuente: Encuesta dirigida a la población económicamente activa

Elaborado por: Giovanni Antamba.

Análisis

El sector de la coctelería permite elaborar una composición armónica de diferentes bebidas que pueden ser disfrutadas por una gran cantidad de comensales, pudiendo ser un negocio rentable para las personas dedicadas a esta rama, que sepan aprovechar de nuevos productos como el mortiño.

Cada país busca diferenciarse por su gastronomía o coctelería, sin embargo, Ecuador no tiene un coctel emblemático reconocido en todo el mundo. , empezando primero con la aceptación local que como podemos observar es muy elevada por la población.

Pregunta 5.- ¿Desearía tener a su alcance un recetario de cocteles a base de este fruto?

Figura 5. Recetario de cocteles



Fuente: Encuesta dirigida a la población económicamente activa

Elaborado por: Giovanni Antamba.

Análisis

Con el fin de mantener la cultura gastronómica viva, se crean escritos en donde se plasman recetas que son herencia de los antepasados. Estos escritos forman parte de la identidad y patrimonio alimentario de cada uno de los pueblos.

Al pasar de los años se han ido adaptando a diferentes cambios de acuerdo a la globalización, modernizando así las distintas preparaciones que incluyen la utilización de utensilios, equipos tecnológicos e ingredientes para obtener nuevos sabores, aromas, texturas y estándares con lo que se da paso a la creación de nuevas recetas, volviéndose indispensables dentro de una cocina de hogar, bares, discotecas y hasta los grandes restaurantes del mundo.

Pregunta 6.- ¿Cree Ud. Que los habitantes de la provincia de Imbabura están identificados con nuestra cultura, no solo con la gastronomía sino con bebidas?

Figura 6. Identificación de los habitantes con las bebidas



Fuente: Encuesta dirigida a la población económicamente activa

Elaborado por: Giovanni Antamba.

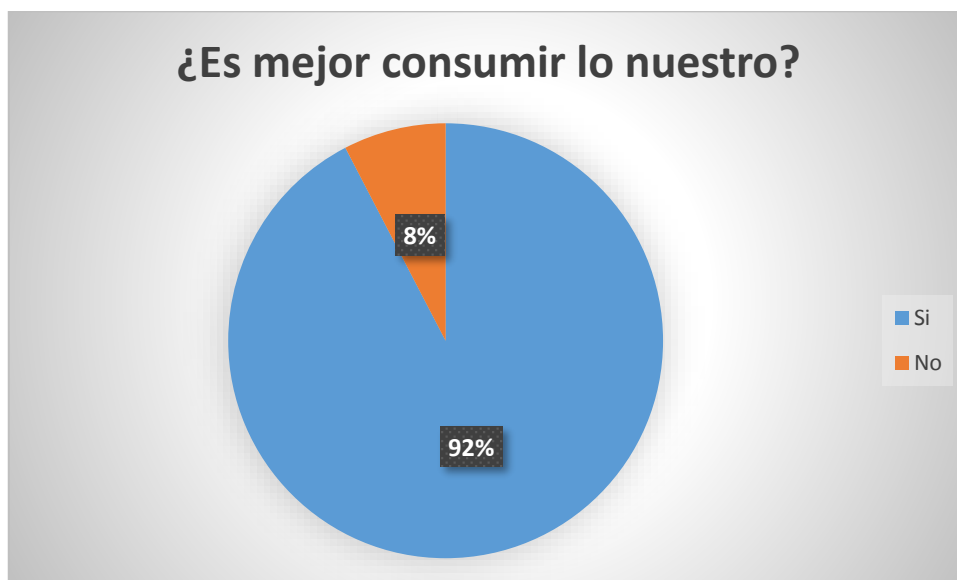
Análisis

La identidad gastronómica de cada uno de los pueblos ha ido perdiendo valor a través de los años; la falta de tiempo e interés en preparar tanto alimentos como bebidas autóctonas ha sido reemplazada por la comida rápida, congelada y en conservas; en cuanto a las bebidas por saborizantes artificiales, aditivos y preservantes.

Es un tema de interés que las personas se sientan identificadas con sus productos y el rescate de los mismos con los que pueden dar valor agregado a las preparaciones gastronómicas y cocteleras, sobre todo en la provincia de Imbabura la misma que tiene una riqueza única en cuanto a bebidas como chichas, coladas y productos para elaborarlas.

Pregunta 7.- ¿Estaría de acuerdo que sería mejor consumir lo nuestro antes que licores importados?

Figura 7. ¿Es mejor consumir lo nuestro?



Fuente: Encuesta dirigida a la población económicamente activa

Elaborado por: Giovanni Antamba.

Análisis

En el Ecuador se ha potencializado la marca “Consumir lo nuestro”, que ha servido de base para dar valor a lo que el país produce, siendo este uno de los puntos más importantes para concientizar, motivar y cautivar a las personas en el consumo de productos propios. Con ello se logra que los consumidores prefieran productos locales mas no importados.

En la coctelería ecuatoriana hacen falta potencializar las bebidas de cada provincia. En Imbabura existen un sinnúmero de bebidas como chicha de jora, chicha del yamor, etc, que son preparadas y consumidas en ciertas temporadas del año, mismas que ayudarían en la elaboración de cocteles a base de mortiño.

Pregunta 8.- ¿Consumiría Ud. Estos cocteles de una manera prudente como aperitivo cultural para identificarnos como provincia?

Figura 8. Cocteles como aperitivo cultural



Fuente: Encuesta dirigida a la población económicamente activa

Elaborado por: Giovanni Antamba.

Análisis

En la actualidad la gente piensa que el consumo de alcohol se limita a reuniones familiares, fiestas o discotecas, pero lo que se busca es consumirlos como un aperitivo cultural, como un maridaje o como un digestivo. Consumir bebidas alcohólicas elaboradas con productos autóctonos de la provincia de Imbabura sirve para rescatar la identidad cultural y agrícola de la región.

5.7.2. Entrevista realizada a los propietarios de bares

Simbología	Nombre	Lugar
A	Marisol Cadena	Gin Tonic
B	Ramiro Játiva	Bull's
C	Kerlly Rodríguez	Boire
D	Jorge Silva	El Mero Mex

Elaborado por: Giovanni Antamba.

P1.- ¿Cuentan con personal capacitado para atender el bar y preparar cocteles?

Respuestas

A: El establecimiento si cuenta con personal capacitado tanto para atender el bar como la preparación de los cocteles

B: Sí, tengo bartenders con capacitación teórico-práctico para la atención del cliente

C: Todo el personal que se encuentra detrás de la barra está 100% capacitado para preparar y atender a los clientes.

D: Por el momento no.

P2.- ¿Estaría ud. Dispuesta/o a ampliar su carta de cocteles?

A: Sí, ya que así subirían las ganancias de mi negocio.

B: Sí, porque he visto que a las personas del gusta mucho consumir cocteles y siempre preguntan por algo distinto.

C: Sí, ya que eso se reflejaría en las ganancias del bar.

D: Claro, porque de esa manera tendría más oferta para cubrir la demanda de los cocteles, lo que implica más ganancia para mi local.

P3.- ¿Cuenta con una amplia variedad de licores e insumos para elaborar cocteles?

A: Sí, como propietaria estoy en el deber de abastecer totalmente a la barra para la preparación de las distintas bebidas que ofrezco en mi local

B: Sí, en el local cuento con muchos licores nacionales como internacionales para preparar los cocteles ofertados en la carta.

C: Sí, cuento con muchos licores, algunos son del país y otros son exportados.

D: Sí, tengo todo tipo de destilados. Fermentados. etc, para elaborar los distintos cocteles

P4.- ¿Conocen cuales ingredientes son los más representativos de cada cantón de la provincia de Imbabura?

A: En realidad desconozco cuales son los ingredientes que representen a cada cantón, ya que en el bar tengo una carta establecida para los cocteles.

B: No, nunca he preguntado o investigado para saber ese dato.

C: No he investigado cuales son esos ingredientes, aunque tampoco se, si alguno de esos insumos sirva para los cocteles que tengo.

D: Sí, conozco los ingredientes más representativos tanto para la gastronomía como para los cocteles.

P5.- ¿Estaría dispuesto a crear nuevos cocteles con ingredientes distintos como el mortuño?

A: Sí, siempre y cuando exista un estudio de mercado previo para saber si las nuevas creaciones tiene o no aceptación por parte de los clientes.

B: Si la aceptación de esos cocteles nuevos está al mismo nivel que los cocteles clásicos, estaría dispuesto a crearlos.

C: No sé si las nuevas creaciones tendrán tanta aceptación como los cocteles ya conocidos.

Sí, pero con un poco de miedo.

D: Claro que sí, ya que sería un producto llamativo para las personas y se colaboraría con los pequeños productores de la fruta además de darle otro uso al mortiño a parte de la colada morada que es lo tradicional.

Análisis de las entrevistas

Existen aspectos muy importantes para la atención adecuada dentro de una barra, y uno de ellos es que tengan el personal lo suficientemente capacitado para brindar un buen servicio, todos los establecimientos entrevistados aseguraron tener el personal adecuado y capacitado.

Los dueños de los establecimientos visitados estarían dispuestos a ampliar su carta de cocteles así como también a utilizar ingredientes inusuales como el mortiño.

Han sabido manifestar que cuentan con una gran variedad de cocteles tanto nacionales como internacionales para la preparación de las bebidas, pero, que no tienen conocimiento de ingredientes autóctonos de la provincia para incorporar a sus preparaciones.

Por último los dueños tienen un mismo propósito, sacar ventajas económicas con la venta de cocteles nuevos preparados a base de mortiño; no tendrían ningún problema en implementarlos siempre y cuando exista un estudio de mercado previo para asegurarse de que el producto nuevo dará los resultados que ellos esperan.

Test de degustación (P6)

Tabla 2. Test Coctel N°1

Sabor		Qhali Kay
Amargo	A	Vodka
Ácido	B	Jugo de mortiño
Ácido	C	Jugo de uvilla
Ácido	D	Azúcar líquida

Tabla 3. Test Coctel N°2

Sabor	
Esponjoso	A
Espumoso	B
Espumoso	C
Espumoso	D

Chachim

Ron blanco
Jugo de mortiño
Jugo de naranjilla
Azúcar líquida
Clara de huevo

Tabla 4. Test Coctel N°3

Sabor	
Dulce	A
Dulce	B
Dulce	C
Dulce	D

Árido

Licor de durazno
Jugo de mortiño
Jugo de mandarina
Azúcar líquida
Crema de ron

Tabla 5. Test Coctel N° 4

Sabor	
Amargo	A
Ácido	B
Ácido	C
Astringente	D

Puntada tras puntada

Vodka
Jugo de mortiño
Jugo de tomate de árbol
Azúcar líquida

Tabla 6. Test Coctel N° 5

Sabor	
Ácido	A
Ácido	B
Ácido	C
Ácido	D

Ukyana

Ron blanco
Jugo de mortiño
Jugo de limón
Azúcar líquida
Jugo de frutilla

Tabla 7. Test Coctel N° 6

Sabor	
Dulce/suave	A
Muy dulce	B
Suave	C
Dulce	D

Ibarreño

Licor de durazno

Jugo de mortiño

Jugo de mora

Azúcar líquida

Crema batida

Chocolate rallado

Tabla 8. Test Coctel N°7

Sabor	
Aromático	A
Suave	B
Dulce	C
Aromático/dulce	D

Obelisco

Trópico seco

Jugo de mortiño

Zumo de ovo

Azúcar líquida

Esencia de vainilla

Tabla 9. Test Coctel N° 8

Sabor	
Aromático/ácido	A
Ácido	B
Ácido	C
Aromático/ácido	D

Textil

Pájaro azul

Jugo de mortiño

Zumo de piña

Azúcar líquida

Hierba buena

Tabla 10. Test Coctel N° 9

Sabor	
Ácido	A
Muy ácido	B
Ácido	C
Ácido	D

Danzante
Cantaclaro
Jugo de mortiño
Zumo de manzana verde
Azúcar líquida
Zumo de lima

Tabla 11. Test Coctel N° 10

Sabor	
Fuerte	A
Fuerte	B
Fuerte	C
Fuerte	D

Antamba
Aguardiente de caña
Jugo de mortiño
Zumo de tuna
Zumo de taxo
Humo líquido

Tabla 12. Test Coctel N° 11

Sabor	
Cre moso	A
Cre moso	B
Cre moso/suave	C
Cre moso	D

Peguche
Zhumir
Jugo de mortiño
Licor de cacao
Azúcar líquida
Crema de leche

Como dato importante se tiene que el coctel de mayor aceptación es el número 2 “Chachim”.

6. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

6.1.MATRIZ FODA

La matriz FODA está planteada en el análisis interno que se obtiene de las entrevistas efectuadas a los propietarios de bares respecto a su oferta coctelera. Y el análisis externo cuya información proviene de las encuestas realizadas a la población económicamente activa de la provincia de Imbabura que a su vez son los principales consumidores de estos establecimientos.

Tabla 13. Matriz FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">• F1. Excelente capacidad práctica para preparar cocteles por parte de los propietarios y bartenders.• F2. Aceptación por parte de los propietarios para ampliar su carta de cocteles.• F3. Amplia variedad de licores e ingredientes autóctonos para múltiples elaboraciones.	<ul style="list-style-type: none">• O1. Gran aceptación por parte de las personas para la comercialización de nuevos cocteles.• O2. Apoyo de las personas para que se consuma lo nuestro como aperitivo cultural.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">• D1. Falta de conocimiento acerca de ingredientes que representen a los distintos cantones de la provincia de Imbabura.• D2. Miedo a la creación de nuevos cocteles con ingredientes inusuales.	<ul style="list-style-type: none">• A1. Falta de identificación de las personas con las bebidas ancestrales.

Fuente: Entrevista a propietarios de bares y encuesta dirigida a la población económicamente activa
Elaborado por: Giovanni Antamba.

6.2. ESTRATEGIAS FA FO DO DA

Tabla 14. Estrategias FODA

<p>Fortaleza y Amenaza (FA)</p> <p>Se cruzó F3 con A1:</p> <p>A pesar de tener amplia variedad de licores e insumos autóctonos las personas no se sienten identificadas con las bebidas ancestrales del país.</p>
<p>Fortaleza y Oportunidad (FO)</p> <p>Se cruzó F2, F3 con O1 y O2</p> <p>El hecho de que los propietarios de bares estén abiertos a nuevas propuestas de cocteles y tengan tanto licores como insumos autóctonos, hace que, las personas estén de acuerdo con la comercialización de nuevos cocteles y apoyen a consumir lo nuestro antes que licores exportados</p>
<p>Debilidad y Oportunidad (DO)</p> <p>Se cruzó D1, D2, con O1 y O2</p> <p>La capacitación del personal sobre mixología favorecerá a las personas que apoyan y aceptan la comercialización de nuevos cocteles como aperitivos culturales.</p>
<p>Debilidad y Amenaza (DA)</p> <p>Se cruzó D1, D2 con A1</p> <p>La falta de conocimiento y el miedo a la creación de nuevas mezclas, hacen que, las personas se sientan menos identificadas con las bebidas autóctonas del país.</p>

Fuente: Matriz FODA

Elaborado por: Giovanni Antamba.

6.3.LOCALIZACIÓN

Se analizará la localización del lugar adecuado y el tiempo oportuno tomando en cuenta la factibilidad para la creación de los cocteles a base de mortiño.

El estudio y análisis de la localización del proyecto es muy útil para determinar el éxito o fracaso del negocio, la decisión de dónde ubicar el proyecto no solo considera criterios económicos, sino también estratégicos.

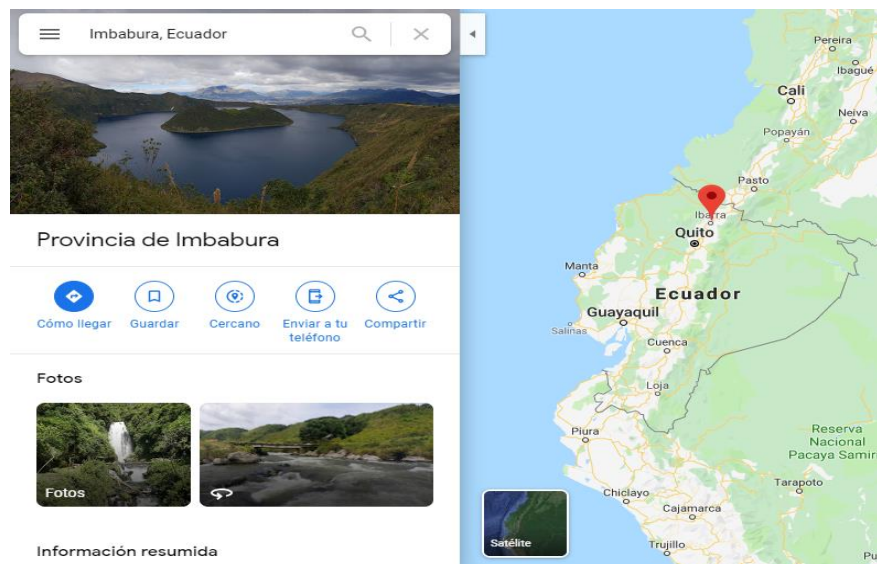
6.3.1. Macro localización

País: Ecuador

Región: Sierra

Provincia: Imbabura

Figura 9. Ecuador, Imbabura



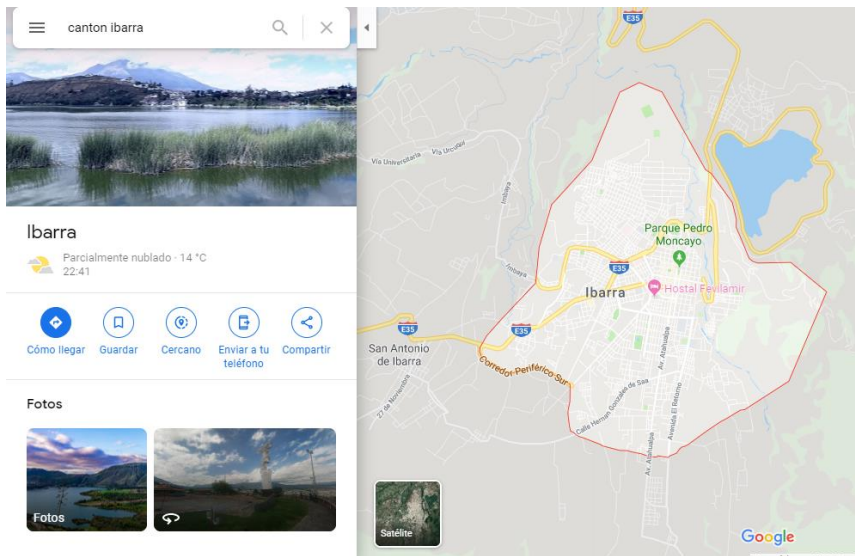
Fuente: Google Maps.

Elaborado por: Giovanni Antamba.

6.3.2. Micro localización

Ciudad: Ibarra

Figura 10. Ibarra



Fuente: Google Maps

Elaborado por: Giovanni Antamba.

6.4.OBJETIVO DE LA PROPUESTA

Mediante un recetario dar a conocer los nuevos cocteles creados a base de mortiño, así como también las distintas frutas utilizadas para su preparación las cuales son representativas de la provincia de Imbabura, ingredientes, tipo de cristalería utilizada, utensilios, preparación, calorías, fotografía y nombre de cada coctel.

6.5.RECETARIO DE COCTELES

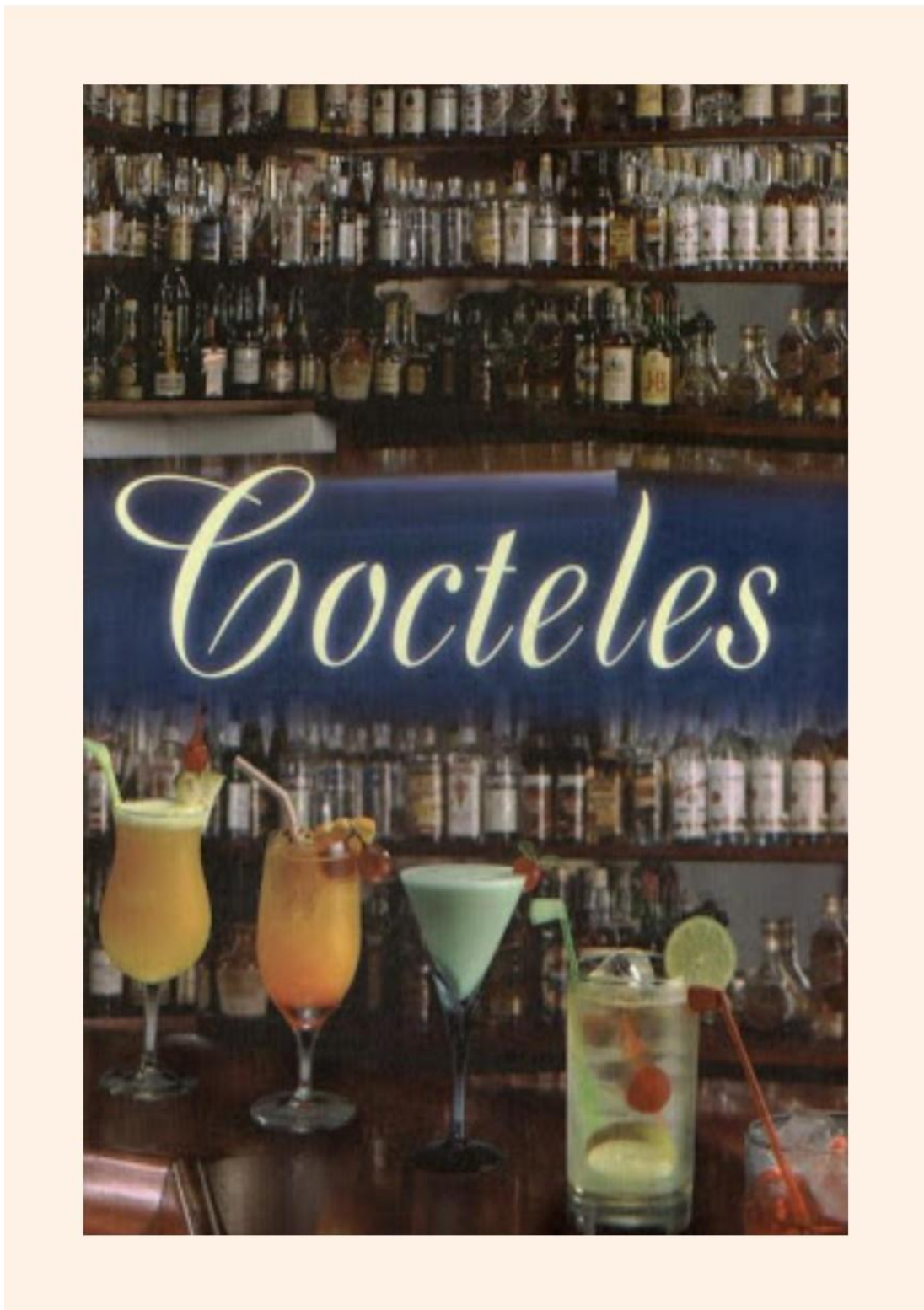


Figura 11. Portada de recetario

QHALI KAY

148 cal.

INGREDIENTES

Vodka
Jugo de Mortiño
Jugo de uvilla
Azúcar líquida

CRISTALERÍA

Hibhball

UTENSILIOS

Coctelera
Colador de gusanillo
Hielera
Jigger



PREPARACIÓN

Llenar la coctelera con cubos de hielo.

Verte 30 ml de vodka, 30 ml de jugo de uvilla, 70 ml de jugo de mortiño y 25 ml de azúcar líquida.

Agitar bien y colar.

Servir

Figura 12. Coctel Qhali Kay

Elaborado por: Giovanni Antamba.

CHACHIM

170 cal.

INGREDIENTES

Ron Blanco
Jugo de Mortiño
Jugo de naranjilla
Azúcar líquida
Clara de huevo

CRISTALERÍA

Copa baja

UTENSILIOS

Coctelera
Colador de gusanillo
Hielera
Jigger



PREPARACIÓN

Servir en la coctelera 30 ml de clara de huevo, 30 ml de ron blanco, 30 ml de jugo de moriño, 30 ml de jugo de naranjilla y 30 ml de azúcar líquida.

Colocar hielo a la coctelera, agitar y luego colar en otro vaso coctelero, separando el líquido del hielo.

Volver a agitar la coctelera 5 veces y abrir la tapa para airear y cerrarla para volver a agitar durante 5 segundos.

Por segunda vez abrir la coctelera para airear y volver a agitar 5 segundos más.

Servir en copa baja

Figura 13. Coctel Chachim

Elaborado por: Giovanni Antamba.

ÁRIDO

170 cal.

INGREDIENTES

Licor de durazno
Jugo de mortiño
Jugo de mandarina
Azúcar líquida
Crema de ron

CRISTALERÍA

Shot

UTENSILIOS

Coctelera
Colador de gusanillo
Hielera
Jigger



PREPARACIÓN

Llenar la coctelera con cubos de hielo.

Verte 30 ml de licor de durazno, 30 ml de jugo de mandarina, 70 ml de jugo de mortiño y 15 ml de azúcar líquida.

Agitar bien y colar.

Servir.

Figura 14. Coctel Árido

Elaborado por: Giovanni Antamba.

PUNTADA TRAS PUNTADA

167 cal.

INGREDIENTES

Vodka
Jugo de mortiño
Jugo de tomate de árbol
Azúcar líquida

CRISTALERÍA

Copa tallada

UTENSILIOS

Coctelera
Colador de gusanillo
Hielera
Jigger



PREPARACIÓN

En la coctelera con hielo poner 30 ml de vodka, 70 ml de jugo de mortiño, 15 ml de jugo de tomate de árbol y 30 ml de azúcar líquida.

Agitar bien la mezcla.

Servir el coctel.

Figura 15. Coctel Puntada tras puntada

Elaborado por: Giovanni Antamba.

UKYANA

1767 cal.

INGREDIENTES

Ron blanco
Jugo de mortiño
Jugo de limón
Azúcar líquida
Jugo de frutilla

CRISTALERÍA

Copa margarita

UTENSILIOS

Licuada
Cuchara coctelera
Pala para hielo
Jigger



PREPARACIÓN

En la licuadora con cubos de hielo poner 45ml de ron blanco, 30 ml de jugo de mortiño, 10 ml de jugo de limón, y 30 ml de jugo de frutilla.

Licuar durante 1 minuto.

Servir en una copa tipo margarita.

Servir.

Figura 16. Coctel Ukyana

Elaborado por: Giovanni Antamba.

IBARREÑITO

170 cal.

INGREDIENTES

Licor de durazno
Jugo de mortiño
Jugo de limón
Azúcar líquida
Jugo de frutilla

CRISTALERÍA

Highball

UTENSILIOS

Coctelera
Colador de gusanillo
Hielera
Jigger



PREPARACIÓN

Poner directamente en el vaso hielos, 30 ml de licor de durazno, 30 ml de jugo de mortiño, 30 ml de jugo de mora y 30 ml de azúcar líquida.

Decorar con crema batida.

Poner chocolate rallado.

Servir.

Figura 17. Coctel Ibarreño

Elaborado por: Giovanni Antamba.

OBELISCO

150 cal.

INGREDIENTES

Trópico seco
Jugo de mortiño
Zumo de ovo
Azúcar líquida
Esencia de vainilla

CRISTALERÍA

Vaso largo

UTENSILIOS

Coctelera
Colador de gusanillo
Hielera
Jigger



PREPARACIÓN

Poner en la coctelera 30 ml de trópico seco, 30 ml de jugo de mortiño, 20 ml de zumo de ovo, 1 dash de esencia de vainilla y azúcar líquida.

Llenar el vaso largo de cubor de hielo.

Verter la mezcla de la coctelera en el vaso utilizando el colador de gusanillo.

Servir

Figura 18. Coctel Obelisco

Elaborado por: Giovanni Antamba.

TEXTIL

150 cal.

INGREDIENTES

Pájaro azul
Jugo de mortiño
Zumo de piña
Azúcar líquida
Hierba buena

CRISTALERÍA

Copa champagne

UTENSILIOS

Coctelera
Colador de gusanillo
Hielera
Jigger



PREPARACIÓN

Directamente en la copa machacar la hierba buena, 25 ml de zumo de piña y 30 ml de azúcar líquida.

Incorporar 15 ml de pájaro azul y llenar la copa de cubos de hielo.

Rellenar la copa con jugo de mortiño.

Servir.

Figura 19. Coctel Textil

Elaborado por: Giovanni Antamba.

DANZANTE

175 cal.

INGREDIENTES

Cantaclaro
Jugo de mortiño
Zumo de manzana
verde
Azúcar líquida
Zumo de lima

CRISTALERÍA

Copa baja

UTENSILIOS

Coctelera
Colador de gusanillo
Hielera
Jigger



PREPARACIÓN

En la coctelera con hielos poner 15 ml de cantaclaro, 30 ml de jugo de mortiño, 25 ml de zumo de manzana verde, 5 ml de zumo de lima y 30 ml de azúcar líquida.

Agitar bien para mezclar y enfriar el coctel.

Servir en una copa baja utilizando el colador de gusanillo.

Figura 20. Coctel Danzante

Elaborado por: Giovanni Antamba.

ANTAMBA

175 cal.

INGREDIENTES

Aguardiente de caña
Jugo de Mortiño
Zumo de tuna
Azúcar líquida
Zumo de taxo
Humo líquido

CRISTALERÍA

Copa alta

UTENSILIOS

Coctelera
Colador de gusanillo
Hielera
Jigger
Cuchara coctelera
Removedor



PREPARACIÓN

En una coctelera con hielo poner 15 ml de aguardiente de caña, 30 ml de jugo de mortiño, 30 ml de zumo de tuna, 10 ml de zumo de taxo.

Agitar la coctelera durante 10 segundos o hasta que la coctelera esté totalmente fría.

Verter la mezcla en una copa lata utilizando el colador de gusanillo.

Colocar una gota de humo líquido y remover.

Servir.

Figura 21. Coctel Antamba

Elaborado por: Giovanni Antamba.

PEGUCHE

140 cal.

INGREDIENTES

Zhumir
Jugo de Mortiño
Licor de cacao
Azúcar líquida
Crema de leche

CRISTALERÍA

Highball

UTENSILIOS

Coctelera
Colador de gusanillo
Hielera
Jigger
Cuchara coctelera



PREPARACIÓN

En una coctelera con hielo poner 25 ml de zhumir, 30 ml de jugo de mortiño, 20 ml de licor de cacao, 15 ml de crema de leche y 15 ml de azúcar líquida.

Agitar la coctelera para mezclar bien todos los ingredientes y que el coctel se enfríe por completo.

Pasar por un colador de gusanillo.

Servir.

Figura 22. Coctel Peguche

Elaborado por: Giovanni Antamba

6.6.RECETAS ESTANDAR



**ESCUELA DE GESTIÓN EN
EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS "GESTURH"**

CODIGO: GREC002

CARRERA:

Hotelería

Gastronomía

RECETA N°1

NOMBRE DEL COCTEL: QHALI KAY

No-PAX: 1

CANTIDAD	Unidad de Medida		Costo Uni.	Costo Total	FOTO
30	ml	Vodka	\$ 0,27	\$ 0,27	
70	ml	Jugo de mortiño	\$ 0,28	\$ 0,28	
25	ml	Azúcar líquida	\$ 0,06	\$ 0,06	
30	ml	Jugo de uvilla	\$ 0,12	\$ 0,12	
c/n	c/n	Cubos de hielo	\$ -	\$ -	
			COSTO TOTAL:	0,73	
			COSTO PORCIÓN:	0,73	

PROCEDIMIENTO

1. Llenar la coctelera con cubos de hielo.
2. Verter 30 ml de vodka, 30ml de jugo de uvilla, 70 ml de jugo de mortiño y 25 ml de azúcar líquida.
3. Agitar bien y colar para servir.
4. Decorar con una uvilla fresca

ÁREA
FRÍA CALIENTE

TIEMPO PREPARACIÓN (segundos)
5 15 20 30 45 60

GRADO DE DIFICULTAD: Baja Media Alta

INSTRUMENTACIÓN

Coctelera
Colador de gusanillo
Vaso "Highball"
Pala para hielo
Jigger


NOMBRE DEL DOCENTE: Msc. Patricia Saltos

NOMBRE DEL ALUMNO: Giovanni Antamba

RECETA N°2

NOMBRE DEL COCTEL: CHACHIM

No-PAX: 1

CANTIDAD	Unidad de Medida		Costo Uni.	Costo Total	FOTO
30	ml	Ron blanco	\$ 0,28	\$ 0,28	
30	ml	Jugo de mortiño	\$ 0,12	\$ 0,12	
30	ml	Clara de huevo	\$ 0,15	\$ 0,15	
30	ml	Jugo de naranjilla	\$ 0,13	\$ 0,13	
30	ml	Azúcar Líquida	\$ 0,07	\$ 0,07	
c/n	c/n	Cubos de hielo	\$ -	\$ -	
			COSTO TOTAL:	0,75	
			COSTO PORCIÓN:	0,75	

PROCEDIMIENTO

1. Servir en la coctelera 30 ml de clara de huevo, 30 ml de ron blanco, 30 ml de jugo de moriño, 30 ml de jugo de naranjilla y 30 ml de azúcar líquida.
2. Colocar hielo a la coctelera, agitar y luego colar en otro vaso coctelero, separando el líquido del hielo.
3. Volver a agitar la coctelera 5 veces y abrir la tapa para airear y cerrarla para volver a agitar durante 5 segundos.
4. Por segunda vez abrir la coctelera para airear y volver a agitar 5 segundos más.
5. Servir en copa baja

ÁREA
FRÍA CALIENTE

TIEMPO PREPARACIÓN (segundos)
5 15 20 30 45 60

GRADO DE DIFICULTAD: Baja Media Alta


INSTRUMENTACIÓN

Copa baja	
Hielera	
Coctelera	
Jigger	
Colador de gusanillo	
NOMBRE DEL DOCENTE: Msc. Patricia Saltos	NOMBRE DEL ALUMNO: Giovanni Antamba

RECETA N°4

NOMBRE DEL COCTEL: PUNTADA TRAS PUNTADA

No-PAX: 1

CANTIDAD	Unidad de Medida		Costo Uni.	Costo Total	FOTO
30	ml	Vodka	\$ 0,27	\$ 0,27	
70	ml	Jugo de mortiño	\$ 0,28	\$ 0,28	
15	ml	Jugo de tomate de árbol	\$ 0,06	\$ 0,06	
30	ml	Azúcar líquida	\$ 0,07	\$ 0,07	
c/n	c/n	Hielo frapé	\$ -	\$ -	
			COSTO TOTAL:	0,68	
			COSTO PORCIÓN:	0,68	

PROCEDIMIENTO

1. En la coctelera con hielos poner 30 ml de vodka, 70 ml de jugo de mortiño, 15 ml de jugo de tomate de árbol y 30 ml de azúcar líquida.
2. Agitar muy bien la mezcla.
3. En una copa tallada poner hielo frapé y servir el coctel.

ÁREA

FRÍA CALIENTE

TIEMPO PREPARACIÓN (segundos)

5 15 20 30 45 60

GRADO DE DIFICULTAD:

Baja

Media

Alta

INSTRUMENTACIÓN

Copa tallada

Hielera

Coctelera

Jigger

Colador

NOMBRE DEL DOCENTE: Msc. Patricia Saltos

NOMBRE DEL ALUMNO: Giovanni Antamba

RECETA N°5

NOMBRE DEL COCTEL: UKYANA

No-PAX: 1

CANTIDAD	Unidad de Medida		Costo Uni.	Costo Total	FOTO
45	ml	Ron blanco	\$ 0,42	\$ 0,42	
30	ml	jugo de mortiño	\$ 0,12	\$ 0,12	
10	ml	Jugo de limón	\$ 0,03	\$ 0,03	
30	ml	Jugo de frutilla	\$ 0,12	\$ 0,12	
c/n	c/n	Cubos de hielo	\$ -	\$ -	
			COSTO TOTAL:	0,69	
			COSTO PORCIÓN:	0,69	

PROCEDIMIENTO

1. En la licuadora poner todos los ingredientes
2. Licuar durante 2 minutos.
3. Servir en una copa tipo margarita
4. Decorar con una hoja de menta y una frutilla

ÁREA

FRÍA CALIENTE

TIEMPO PREPARACIÓN (segundos)

5 15 20 30 45 60

GRADO DE DIFICULTAD: Baja Media Alta

INSTRUMENTACIÓN

- Copa margarita
- Cuchara coctelera
- Pinza para hielo
- Puntilla
- Jigger


NOMBRE DEL DOCENTE: Ing. Patricia Saltos

NOMBRE DEL ALUMNO: Giovanni Antamba

RECETA N° 7

NOMBRE DEL COCTEL: OBELISCO

No-PAX: 1

CANTIDAD	Unidad de Medida		Costo Uni.	Costo Total	FOTO
30	ml	Tropico Seco	\$ 0,17	\$ 0,17	
30	ml	Jugo de mortiño	\$ 0,28	\$ 0,28	
20	ml	Zumo de ovo	\$ 0,15	\$ 0,15	
0,6	ml	Esencia de vainilla	\$ 0,02	\$ 0,02	
30	ml	Azúcar Líquida	\$ 0,06	\$ 0,06	
c/n	c/n	Cubos de hielo	\$ -	\$ -	
			COSTO TOTAL:	0,68	
			COSTO PORCIÓN:	0,68	

PROCEDIMIENTO

1. Poner en la coctelera 30 ml de tropico seco, 30 ml de jugo de mortiño, 20 ml zumo de ovo, 1 dash de esencia de vainilla y el azúcar líquida.
2. Llenar el vaso largo con cubos de hielo.
3. Verter la mezcla de la coctelera
4. Servir

ÁREA

FRÍA CALIENTE

TIEMPO PREPARACIÓN (segundos)

5 15 20 30 45 60

GRADO DE DIFICULTAD: Baja Media Alta

INSTRUMENTACIÓN

Coctelera
Colador de gusanillo
Cuchara coctelera
Vaso largo
Jigger

NOMBRE DEL DOCENTE: Mcs. Patricia Saltos

NOMBRE DEL ALUMNO: Giovanni Antamba

CARRERA:


Hotelería

Gastronomía

RECETA N°8

NOMBRE DEL COCTEL: TEXTIL

No-PAX: 1

CANTIDAD	Unidad de Medida		Costo Uni.	Costo Total	FOTO
15	ml	Pájaro Azul	\$ 0,27	\$ 0,27	
30	ml	Jugo de mortiño	\$ 0,28	\$ 0,28	
25	ml	Zumo de piña	\$ 0,13	\$ 0,13	
10	u	Hierba buena	\$ 0,02	\$ 0,02	
30	ml	Azúcar líquida	\$ 0,06	\$ 0,06	
c/n	c/n	Cubos de hielo	\$ -	\$ -	
			COSTO TOTAL:	0,76	
			COSTO PORCIÓN:	0,76	

PROCEDIMIENTO

1. Machacar directamente en la copa la hierba buena, 25 ml de zumo de piña y 30 ml de azúcar líquida.
2. Incorporar 15ml de pájaro azul y llenar la copa con cubos de hielo
3. Rellenar la copa con jugo de mortiño.
4. Servir.

ÁREA
FRÍA CALIENTE

TIEMPO PREPARACIÓN (segundos)
5 15 20 30 45 60

GRADO DE DIFICULTAD: Baja Media Alta

INSTRUMENTACIÓN

Jigger
Pala para hielo
Cuchara coctelera
Copa de champagne
Mortero

NOMBRE DEL DOCENTE: Mcs. Patricia Saltos

NOMBRE DEL ALUMNO: Giovanni Antamba

6.7. ANÁLISIS DE IMPACTOS

La investigación del proyecto se respalda en un análisis de los impactos en las diferentes áreas que genere el proyecto.

Para el análisis de impactos, se ha empleado lo siguiente:

- 3 Impacto alto negativo
- 2 Impacto medio negativo
- 1 Impacto bajo negativo
- 0 No hay Impacto
- 1 Impacto bajo positivo
- 2 Impacto medio positivo
- 3 Impacto alto positivo

Por cada área o ámbito se construye una matriz en la que horizontalmente se ubican los niveles de impacto de la tabla anterior y verticalmente se determina los indicadores o sub aspectos que caractericen al área establecida.

Luego de un análisis minucioso se establece o se asigna el nivel de impacto que corresponda a cada indicador. Cada indicador tendrá su análisis respectivo bajo la matriz.

Se realiza la sumatoria de los niveles de impacto de los indicadores

6.7.1. Impacto Social

NIVEL	-3	-2	-1	0	1	2	3
INDICADORES							
Mejora de Calidad de Vida							X
Integración de la familia						X	
Relaciones con la comunidad							X
TOTAL						2	6
							$\Sigma = 7$

$$\text{NIVEL DE IMPACTO SOCIAL} = \frac{\Sigma \text{ INDICADORES}}{3} = \frac{8}{3} = 2.6 = 3$$

NIVEL DE IMPACTO = ALTO POSITIVO

Análisis

La calidad de vida de las personas que cosechan el mortiño es baja, por lo tanto el proyecto de investigación ayudará a las diferentes comunidades involucradas para que alcancen mejores beneficios.

La integración familiar es otro punto positivo ya que la mayoría de los miembros de la familia trabajarán por un bien común como es la estabilidad familiar, mejorando su convivencia.

Se busca mejorar las relaciones entre comunidades y con la sociedad, ante todo cambiar el criterio sobre el consumismo de licores importados, así como también precautelar lo nuestro.

6.7.2. Impacto Cultural

NIVEL	-3	-2	-1	0	1	2	3
INDICADORES							
Afianzar costumbres y tradiciones						X	
Fomentación de Cultura						X	
Rescate de identidad							X
TOTAL						4	3
							$\Sigma = 7$

$$\text{NIVEL DE IMPACTO CULTURAL} = \frac{\Sigma}{\text{INDICADORES}} = \frac{7}{3} = 2.3 = 2$$

NIVEL DE IMPACTO = MEDIO POSITIVO

Análisis

Lo que busca el proyecto es principalmente reforzar las costumbres y tradiciones que paulatinamente se han ido perdiendo.

La conciencia cultural se refiere a la capacidad que tiene cada persona dentro de la sociedad para reconocerse; es así por lo que este proyecto busca formar conciencia para valorar el ser Imbabureños anteponiendo nuestra propia identidad.

Además la aplicación de este proyecto de investigación permitirá generar una mayor producción del mortiño, en donde se beneficiaran agricultores.

6.7.3. Impacto Ambiental

NIVEL	-3	-2	-1	0	1	2	3
INDICADORES							
Producir nuestros propios productos							X
Uso de insumos orgánicos					X		
Conservación del medio ambiente						X	
Prevención de enfermedades en la elaboración					X		
TOTAL					2	2	3
							$\Sigma = 7$

$$\text{NIVEL DE IMPACTO AMBIENTAL} \quad \frac{\Sigma}{\text{INDICADORES}} = \frac{7}{4} = 1.75 = 2$$

NIVEL DE IMPACTO = MEDIO POSITIVO

Análisis

Se incentivará a la utilización de insumos orgánicos y se desechará la utilización de productos tóxicos que causan enfermedades a las personas.

La conservación del medio ambiente es también un punto importante para el proyecto de investigación, ya que, de esta manera aseguramos nuestros propios productos para la creación de los cocteles

6.7.4. Impacto Económico

INDICADORES \ NIVEL	-3	-2	-1	0	1	2	3
Ganancias por producción							X
Ingresos para la comunidad						X	
Ahorro en productos						X	
TOTAL						4	3
							$\Sigma = 7$

$$\text{NIVEL DE IMPACTO ECONÓMICO} = \frac{\Sigma}{\text{INDICADORES}} = \frac{7}{3} = 2.3 = 2$$

NIVEL DE IMPACTO = MEDIO POSITIVO

Análisis

La calidad de vida de las familias productoras mejorará gracias a los ingresos económicos que generara la comercialización del mortiño para la creación de los cocteles, mismos que en la encuesta realizada tienen ya una gran aceptación.

Con la ejecución de esta propuesta se promoverá la producción y comercialización de los cocteles elaborados a base de mortiño, como un producto innovador de gran calidad además se lograría ocupar mano de obra local.

6.8.IMPACTO GENERAL

NIVEL	-3	-2	-1	0	1	2	3
INDICADORES							
Impacto Social							X
Impacto Cultural						X	
Impacto Ambiental						X	
Impacto Económico						X	
TOTAL						6	3
							$\Sigma = 9$

$$\text{NIVEL DE IMPACTO GENERAL} = \frac{\Sigma}{\text{INDICADORES}} = \frac{7}{4} = 1.75 = 2$$

NIVEL DE IMPACTO = MEDIO POSITIVO

7. CONCLUSIONES

- Los cocteles a base del mortiño es una alternativa nueva e innovadora, que aparte de ser rentable, genera beneficios para la sociedad a través de la creación de nuevas plazas de trabajo elevando así la calidad de vida de las personas que se dediquen a esta actividad.
- Al no existir información suficiente acerca de éste tema, se afirma que el proyecto de investigación servirá de ayuda en el ámbito educativo, ya que pone a disposición fundamentos científicos y estrategias innovadoras para las futuras generaciones.
- La creación del producto, elaborado en condiciones expuestas a las personas logrará rescatar la importancia de nuestros antepasados, que en base a su experiencia elaboraban una gran cantidad de cocteles con productos ancestrales, actualmente se alcanzaría gran aceptación en el mercado, siendo adquiridos por todas las personas.
- Estudiado la población de la provincia de Imbabura se puede concluir que, estos cocteles tendrán gran aceptación por su innovada idea, por su calidad, variedad y sabor, así como también se busca una identidad de origen cultural para dicha provincia.
- El enfoque principal del recetario de cocteles ancestrales elaborados a base de puntas debe ser difundido con la finalidad de alcanzar los objetivos propuestos y ante todo que las nuevas generaciones conserven costumbres y tradiciones de nuestra provincia.

8. RECOMENDACIONES

- Crear una microempresa productora y comercializadora de cocteles ancestrales a base de mortiño, que brinde al mercado un producto de calidad y variedad para satisfacer las necesidades de los consumidores en el momento oportuno.
- Buscar métodos y estrategias para poder comercializar el producto y de cierta manera reducir el consumo de productos importados, como también buscar instituciones que apoyen esta idea innovadora impulsando la creación de microempresas.
- Difundir el recetario de cocteles tanto en bares, discotecas ya que así nos aseguraremos el rescate de los productos ancestrales de la provincia para no perder la identidad cultural.
- Se recomienda tener contacto con organismos encargados de fomentar y promover la cultura de nuestros pueblos para no dejar olvidado el trabajo investigativo, el poder darle el impulso necesario para que el proyecto cumpla con las metas propuestas.

9. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alva, C. I. (2012). *Historia de la Gastronomía*. Tlalnepantla: RED TERCER MILENIO S.C. Obtenido de Aliat:
http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/economico_administrativo/Historia_de_la_gastronomia.pdf
- Alvarez, C. (21 de Diciembre de 2013). *Mailxmail*. Obtenido de Mailxmail:
<http://www.mailxmail.com/curso-montar-bar-tipos-bares-equipamiento-bebidas/bebidas-alcoholicas-aperitivos-licores>
- Alvarez, C. A. (21 de Diciembre de 2009). *mailxmail*. Obtenido de mailxmail:
<http://www.mailxmail.com/curso-montar-bar-tipos-bares-equipamiento-bebidas/coctel-propiedades-tipos-clasificacion>
- Ávila, E. (2019). Cultura. *Patrimonio Cultural de la Humanidad*, 2.
- Cárdenas, L. (15 de Julio de 2012). *Calameo*. Obtenido de Calameo:
<https://es.calameo.com/read/0017282404f01c51e3b65>
- Castellví, S. (2010). *Perlas Gastronómicas*. Barcelona: Alianza Editorial.
- Cocina Local Ecuador. (9 de Agosto de 2017). *Urko.rest*. Obtenido de Urko.rest:
<http://www.urko.rest/cocinalocalblog/bebidastradicionales>
- Enciclopedia de Clasificaciones. (4 de Septiembre de 2017). *Tipos de Bebidas*. Obtenido de Tipos de Bebidas: <https://www.tiposde.org/cotidianos/321-tipos-de-bebidas/>
- Francisco García Ortiz, M. G. (2004). *Bebidas*. Madrid: Thomson Editores Spain.
- Gallegos, J. F. (2001). *Diccionario de Hotelería*. Madrid: S.A. Ediciones Paraninfo.
- Globalstd. (21 de Abril de 2018). *GlobalStd*. Obtenido de GlobalSTD:
<https://www.globalstd.com/networks/blog/bebidas-gaseosas>

- Imaginario, A. (15 de Octubre de 2019). *Significados*. Obtenido de Significados:
<https://www.significados.com/cultura/>
- Julián Pérez Porto, A. G. (16 de Agosto de 2014). *Definición.de*. Obtenido de Definición.de: <https://definicion.de/recetario/>
- Julián Pérez, A. G. (07 de Abril de 2011). *Definicion.de*. Obtenido de Definicion.de:
<https://definicion.de/costumbres/>
- Larrea, M. (2011). *Imbabura un edén*. Ibarra: Studio 21.
- Lázpita, A. (23 de Febrero de 2010). *sites.google.com*. Obtenido de sites.google.com:
<https://sites.google.com/site/entrevistaconelexperto/-que-es-una-entrevista>
- Martín, J. C. (14 de Junio de 2005). La cultura del origen en la gastronomía. Valencia, Valencia, España.
- Ministerio de Cultura y Patrimonio. (8 de Julio de 2016). *Patrimonio Alimentario*. Obtenido de Patrimonio Alimentario:
<http://patrimonioalimentario.culturaypatrimonio.gob.ec/wiki/index.php/Morti%C3%B1o>
- Ministerio de Turismo. (9 de Enero de 2013). *Ministerio de Turismo (EC)*. Obtenido de Ministerio de Turismo (EC): <https://www.turismo.gob.ec/la-gastronomia-ecuatoriana-al-alcance-de-todos/>
- Noren, A. (18 de Octubre de 2016). *Rebecca Adventure Travel*. Obtenido de Rebecca Adventure Travel: <https://www.rebeccaadventuretravel.com/gastronomia-del-ecuador/?lang=es>
- Oscar, M. (2 de Julio de 2007). *Moverduperspectiva*. Obtenido de Moverduperspectiva:
<http://moverduperspectiva.blogspot.com/>
- Pablo Santamaría, D. C. (20 de Noviembre de 2012). *ResearchGate*. Obtenido de ResearchGate:
https://www.researchgate.net/publication/290890488_Estudio_etnobotanico_del_m

ortino_Vaccinium_floribundum_como_alimento_ancestral_y_potential_alimento_f
uncional

Portillo, H. (26 de Septiembre de 2011). *El Bartender*. Obtenido de El Bartender:

<https://www.elbartender.com/el-coctel-historia-clasificacion-y-mas/#comment-319984062>

Reyes, R. M. (2014). *El trabajo sociocultural comunitario. Fundamentos epistemológicos, metodológicos y prácticos para su realización*. Las Tunas: Editorial Académica Universitaria.

Ricardo. (26 de Noviembre de 2011). *Coctelería*. Obtenido de Coctelería: http://ricardo-cocteleria89.blogspot.com/2011/11/concepto_26.html

Significados.com. (17 de Octubre de 2019). *Significados.com*. Obtenido de Significados.com: <https://www.significados.com/tradicion/>

Villafañe, J. (1993). *Gestión estratégica de la imagen de las empresas*. Madrid: Edición piramides S.A.

WebMaster. (2 de Febrero de 2007). *El Mundo*. Obtenido de El Mundo:

<http://www.elmundo.com/portal/pagina.general.impresion.php?idx=43944>

Wordpress. (28 de Abril de 2013). *El secreto del éxito de los bares*. Obtenido de El secreto del éxito de los bares:

<https://elsecretodelexitodelosbares.wordpress.com/2013/04/28/el-origen-de-los-bares/>

10. ANEXOS

Anexo 1. Plan de Proyecto de Investigación



Pontificia Universidad Católica del Ecuador
Sede Ibarra

ESCUELA DE GESTIÓN EN EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS
“GESTURH”

PLAN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

TEMA:

RESCATE DEL MORTIÑO COMO FRUTA ANCESTRAL DE LA PROVINCIA DE
IMBABURA EN LA APLICACIÓN DE COCTELES

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS GASTRONÓMICAS

LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN:

C.G. 1: IDENTIDAD GASTRONÓMICA

AUTOR: Giovanni Israel Antamba Cadena

IBARRA, – 2019

1. NOMBRE DEL PROYECTO

Rescate del Mortiño como fruta ancestral de la provincia de Imbabura en la aplicación de Cocteles.

2. CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA

El principal problema de los cocteles derivados a base de mortiño es que no existe una visión clara acerca de esta bebida, principalmente en las personas que están viviendo en la actualidad, por lo tanto este proyecto explica; porque a través del rescate del mortiño y creación de los cocteles garantizara conocer un producto esencialmente de nuestra provincia, incentivando cada vez más que los derivados no desaparezcan en la ciudad de Ibarra.

Por otra parte la falta de: innovación tecnológica, capacitación de pequeños productores, insuficiente oferta del producto planteado y las políticas de desarrollo con poca visión, además de la agresión propagandística para incentivar el consumo de bebidas industrializadas, que han convertido a las personas en entes facilistas y dependientes, olvidándose parcialmente del mortiño como parte fundamental de nuestra cultura.

Por otra parte la falta de: innovación tecnológica, capacitación de pequeños productores, insuficiente oferta del producto planteado y las políticas de desarrollo con poca visión, además de la agresión propagandística para incentivar el consumo de bebidas industrializadas, que han convertido a las personas en entes facilistas y dependientes, olvidándose por completo de la bebida como es el puntas como parte fundamental de nuestra cultura.

El turismo en si es considerado un pilar fundamental en la economía del país; es uno de los principales portadores de rubros e ingresos. Sin embargo, este sector no se encuentra debidamente consolidado por la falta de un empeño profesional como también de apoyo

económico tanto de empresas públicas y privadas que impulse el desarrollo sostenible y que sea un dinamizador en la economía nacional generando plazas de trabajo y de divisas para el país.

3. JUSTIFICACIÓN

Los principales problemas en nuestra sociedad es que no podemos valorar lo que verdaderamente tenemos, hacer uso de nuestros propios productos y sacar nuevas alternativas de negocio es por eso que este proyecto se justifica plenamente; porque a través del rescate y creación de cocteles a base de mortiño garantizaré que exista un estudio del producto antes mencionado para poder sacar adelante.

La investigación culinaria es también un objetivo de este proyecto ya que mostrará cuál es la combinación entre fruta y alcohol que podemos dar a conocer a través de un coctel, facilitando esta información a futuras generaciones.

Con el desarrollo o ejecución del presente proyecto habrá una serie de beneficiarios directos, los mismos que a continuación se explica o argumenta por qué serán beneficiados

BD1. Los beneficiarios directos de este proyecto serán los consumidores, ya que a través de la elaboración de nuestros cocteles podrán degustar de nuestra propia identidad, que año tras año se ha ido sembrando para que hoy pase a quedar en el olvido.

BD2. La comunidad será beneficiara ya que buscaré que exista un apoderamiento y se recupere los recuerdos de nuestros antepasados.

Además de los beneficiarios directos mencionados anteriormente existirán varios beneficiarios indirectos, es decir aquellos grupos o personas en los que influirá positivamente el hecho de que se desarrolle este proyecto.

Además de lo mencionado, es un argumento de esta justificación el hecho de que se dispone de los conocimientos teóricos – científicos necesarios para desarrollar esta investigación, del

tiempo necesario y suficiente de los recursos humanos y materiales; y de la colaboración para brindar información sobre la elaboración de los cocteles ancestrales a base de puntas, de las distintas personas de la provincia de Imbabura.

4. OBJETIVOS

4.1.OBJETIVO GENERAL

- Rescatar el Mortiño como fruta ancestral de la provincia de Imbabura añadiendo un valor agregado mediante la elaboración de cocteles.

4.2.OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Desarrollar la investigación documental que permita sentar las bases teóricas y científicas del mortiño como fruta ancestral de Imbabura a través de un marco teórico.
- Diagnosticar la situación del entorno en cuanto a la situación del mortiño, su taxonomía, estacionalidad, producción, accesibilidad, evaluación de sistemas de cosecha.
- Elaborar un recetario con preparaciones a base de mortiño y otros licores base que servirá de guía para futuras investigaciones.
- Realizar un análisis técnico de los impactos que genere la propuesta en los ámbitos: social, cultural, ambiental y económico.

5. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

- **Capítulo I : Marco Teórico**

El marco teórico es una investigación documental que estará constituido por temas referidos al fruto a tratarse (Mortiño), como, propiedades organolépticas, información nutricional, combinación con zumos, frutas y alcohol.

- **Capitulo II : Diagnóstico**

En la investigación de campo que es un diagnostico se aplicará encuestas y degustación a un universo a investigarse y de esta manera tomar una muestra para poder tabular y analizar la aceptación del nuevo producto a elaborarse, así como de la rentabilidad del mismo.

- **Capitulo III: Ingeniería del Proyecto**

En el presente proyecto se desarrollará el diseño de nuevas bebidas con el mortiño, se realizara también un recetario para que el mismo sirva de guía en la preparación de cocteles nuevos.

- **Capitulo IV: Análisis de Impactos**

En el último capítulo se realizará un análisis técnico de los impactos que genera el rescate del mortiño, pueden darse impactos sociales, culturales, ambientales y económicos muy beneficiarios tanto para las comunidades que se dedican a la venta del fruto, como a quien lo procesa para su consumo.

6. METODOLOGÍA

Al ser el presente proyecto una investigación aplicada no requiere de hipótesis a ser demostradas, ya que como se manifestó, los objetivos guiarán la investigación. Lo manifestado no hace perder el rigor científico a esta investigación de modo se utilizarán una serie de métodos, técnicas e instrumentos de investigación científica que una vez diseñados, servirán para tabular, captar y analizar la información.

6.1.MÉTODOS

- **Inductivo:** este método servirá para analizar elementos particulares y poderlos generalizar en la población o universo a investigarse en el diagnóstico, también servirá y permitirá llegar a generalizaciones sobre la base de teorías, conceptos y técnicas puntuales estudiadas.
- **Deductivo:** este método servirá para desarrollar básicamente los objetivos tres y cuatro ya que las generalidades, teorías y casos macros permitirá realizar las propuestas referidas a elaborar un recetario con preparaciones a base de mortiño y otros licores base.
- **Analítico - Sintético:** partiendo del principio que no hay análisis sin síntesis y tampoco se puede dar una síntesis sin un previo análisis este método servirá para poder construir los elementos teóricos del primer capítulo, así como para analizar la información captada con los diferentes instrumentos de investigación científica previstos en este proyecto.

6.2.TÉCNICAS

- **Encuesta:** con el objeto de optimizar tiempo y recursos se ha creído conveniente aplicar las encuestas en una muestra representativa de los universos aplicados en el numeral anterior; por lo tanto se aplicará la siguiente fórmula matemática para determinar el número de encuestas a determinarse:

$$n = \frac{N \cdot d^2 \cdot z^2}{(N-1) E^2 + d^2 \cdot z^2}$$

- **Degustación:** la degustación será aplicada a los ingenieros de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, ya que son las personas que más conocimiento tienen en cuanto a la relación de coctelería y la gastronomía.

6.3. INSTRUMENTOS

Para poder operativizar las técnicas antes mencionadas será necesario el diseño construcción de instrumentos como: encuesta, fichas de observación, y también se utilizarán instrumentos operativos como: fotografías.

7. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Actividades	Primer mes	Segundo mes	Tercer mes	Cuarto mes	Quinto mes
Tiempo					
1. Marco teórico	X				
1.1. Adquisición de la bibliografía	X				
1.2. Análisis de información	X				
1.3. Redacción	X				
2. Diagnóstico					
2.1. Diseño de instrumentos		X			
2.2. Aplicación de instrumentos		X			
2.3. Tabulación y análisis de la información		X			
3. Aplicación					
3.1. Elaboración de las recetas estándar			X		
3.3. Degustación			X		
5. Impactos					
5.1. Social				X	
5.2. Económico				X	
5.3. Cultural				X	
5.4. Turístico				X	
6. Conclusiones y recomendaciones				X	
7. Presentación del informe final					X

8. RECURSOS

Para el desarrollo de este proyecto de investigación se emplearán los siguientes recursos:

a) Humanos		
Gerente general	560	\$
Jefe de bar	460	\$
Barman	410	\$
Mesero de bar	375	\$
Subtotal	1805	\$
b) Materiales		
Licores	400	\$
Cristalería	300	\$
Decoraciones	50	\$
Papeles	10	\$
Cartas	30	\$
Fotografías	10	\$
Mesas	100	\$
Sillas	70	\$
Subtotal	970	\$
c) Otros		
Viáticos y movilización	230	\$
Refrigerios	40	\$
Servicio de internet	130	\$
Subtotal	400	\$
a + b + c	3175	\$
+ 15% de imprevistos	476.25	\$
TOTAL	3651.25	\$

Fuente: Elaboración propia

9. FINANCIAMIENTO

Los costos que demanden la realización del presente proyecto serán asumidos por el autor.

10. FUENTES DE INFORMACIÓN

Thompson Arthur, Stricland A.J. Gamble John (2008); . (2008). *Administración estratégica, Teoría y Casos*. . Mexico: 15 Ed. Mexico. MacGraw Hil.

Arboleda, G; (1998) *Proyectos*, AC Directores, Bogotá-Colombia.

Rodríguez Estrada, M. (2002). *Investigación*. México. D.F. México: Trillas.

Briones, G (2000), *Preparación y Evaluación de proyectos educativos*, Editorial Guadalupe, Bogotá- Colombia.

Posso, M. A. (2013). *Proyectos, tesis y marco lógico*. Quito, Ecuador: Noción, 2013.

Posso, Miguel;(2006) *Metodología para el trabajo de grado*, tercera edición, Ibarra-Ecuador.

Mc Daniel, C. (2011). *Mercados- Investigación y Analisis*. México: Cengage Learning.

Pazmiño Cruzatti, Iban;(1997)_*Metodología de investigación Científica*, Quito-Ecuador.

Luzuriaga, J. E. (2011). *Manual de investigación: guia para la elaboración de tesis y trabajos* . Quito, Ecuador : CODEU.

Hill Charles, Jones Gareth (2009): . (2008). *Administración estratégica*. México: 8Ed. Mexico. MacGraw Hill.

Anexo 2. Modelo de Encuesta



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE
IBARRA

Encuesta

La encuesta es referente al rescate del Mortiño como fruta ancestral de la provincia de Imbabura a base de cocteles, sus respuestas serán de tipo confidencial para asegurar la confiabilidad de la encuesta.

Instrucciones:

Marque con una X solo una opción de su mayor preferencia

a.- Género

Masculino

Femenino

b.- Su edad varía entre:

20 – 25 años

25 – 30 años

30 – o más años

1.- ¿Conoce Ud. La fruta ancestral “Mortiño”?

Si

No

2.- ¿Ha probado alguna variedad de coctel elaborado a base de Mortiño?

Frecuentemente

Rara vez

Nunca

3.- ¿Le gustaría conocer los cocteles elaborados a base de Mortiño?

Si No

4.- ¿Cree Ud. que tendría aceptación estos cocteles para su comercialización?

Si No

5.- ¿Desearía tener a su alcance un recetario de cocteles a base de este fruto?

Si No

6.- ¿Cree Ud. que los habitantes de la provincia de Imbabura están identificados, con nuestra cultura no solo con gastronomía sino con bebidas?

Todos
Pocos
Nadie

7.- ¿Estaría de acuerdo que sería mejor consumir lo nuestro antes que licores importados?

Si No

8.- ¿Consumiría Ud. Estos cocteles de una manera prudente como aperitivo cultural para identificarnos como provincia?

Frecuentemente
Rara vez
Nunca

Anexo 3. Entrevista dirigida a los propietarios de bares



**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE
IBARRA**

Entrevista

La entrevista es referente al rescate del Mortiño como fruta ancestral de la provincia de Imbabura a base de cocteles. Tiene como finalidad saber la aceptación de las nuevas creaciones.

- P1.- ¿Cuentan con personal capacitado para atender el bar y preparar cocteles?**
- P2.- ¿Estaría ud. Dispuesta/o a ampliar su carta de cocteles?**
- P3.- ¿Cuenta con una amplia variedad de licores e insumos para elaborar cocteles?**
- P4.- ¿Conocen cuales ingredientes son los más representativos de cada cantón de la provincia de Imbabura?**
- P5.- ¿Estaría dispuesto a crear nuevos cocteles con ingredientes distintos como el mortiño?**
- P6.- Test de degustación**

Anexo 4. Fotografías



Encuesta en la calle Sanchez y Cifuentes \Ibarra



Encuesta realizada en la calle Maldonado\ Ibarra



Encuesta en la calle Pedro Moncayo \Ibarra



Entrevista a la señora Kerlly Rodriguez
Propietaria de Boire



Entrevista al señor Ramiro Játiva
Propietario de Bull's



Entrevista al señor Jorge Silva
Propietario de El Mero Mex