



Universidad del Azuay

Facultad de Filosofía y Ciencias Humanas

Carrera de Turismo

Propuesta de una guía de mixología para prestadores
de servicios de alimentos y bebidas para la ciudad de
Piñas, provincia de El Oro

Autora:

Ángela Viviana Jaramillo Freire

Directores:

Mgst. Santiago José Malo Ottati

Cuenca – Ecuador

Año

2026

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mi familia, quienes han sido el motor de mi vida y la razón por la que hoy puedo cumplir este sueño. Gracias por su amor infinito, por su paciencia en cada etapa y por no soltar mi mano incluso en los momentos más difíciles. Este logro no es solo mío, es de todos ustedes, porque cada paso que di estuvo acompañado de su apoyo y confianza.

De manera muy especial, dedico esta tesis a mi mami, Alexandra Freire, y a mi abuelita, Cecilia Sánchez. Ustedes han sido mi refugio, mi inspiración y mi mayor fortaleza. Gracias por cada palabra de aliento, por cada sacrificio silencioso y por creer en mí incluso cuando yo misma dudaba. Su amor ha sido la luz que ha guiado mi camino y la fuerza que me impulsó a seguir adelante sin rendirme.

Este logro lleva su nombre en cada página, porque sin ustedes, nada de esto habría sido posible. Todo lo que soy y lo que he alcanzado es también gracias a ustedes. Con todo mi amor, este trabajo es para ustedes.

AGRADECIMIENTO

Agradezco profundamente a mi universidad por abrirme las puertas al conocimiento y brindarme la oportunidad de formarme profesionalmente.

A mis profesores, por su dedicación, enseñanza y guía a lo largo de este proceso académico, quienes contribuyeron significativamente a mi crecimiento personal y profesional.

A mi familia, por ser mi soporte incondicional, por creer en mí incluso cuando yo dudaba, y por acompañarme en cada etapa de este camino.

Finalmente, agradezco a todas las personas que, de una u otra manera, formaron parte de este proceso y me ayudaron a cumplir este gran sueño: culminar esta etapa y alcanzar mi meta de graduarme.

RESUMEN:

La limitada diversificación de bebidas afecta la competitividad turística en Piñas. Investigaciones previas demostraron que la identidad cultural se fortalece mediante la innovación. El objetivo principal de la presente investigación fue elaborar una guía de mixología dirigida a prestadores de servicios locales. Se aplicó una metodología cualitativa distribuida en cinco fases, incluyendo revisiones bibliográficas, encuestas digitales y validación presencial. Los resultados indicaron que el 60% de administradores actualiza su menú anualmente. Por su parte, el 41.2% de consumidores ingiere cócteles varias veces por semana, el 91.2% manifestó interés en bebidas personalizadas y el 83.3% consideró muy atractivo el uso de productos autóctonos. Tras la socialización de la guía se encontró que en los locales se prefiere privilegiar el volumen sobre la estética de las bebidas. Por lo tanto, la guía sirve como un instrumento para profesionalizar la oferta y potenciar el patrimonio territorial.

Palabras clave: ingredientes autóctonos, coctelería de autor, guía técnica, identidad local, mixología, Piñas.

ABSTRACT:

Limited innovation in beverage offerings adversely impacts the tourism competitiveness of Piñas. Existing studies indicate that cultural identity is reinforced through innovative practices. The primary objective of this study was to develop a mixology guide designed for local service providers. A qualitative methodology was employed, structured across five phases: literature review, digital surveys, and in-person validation (through a focus group). Findings revealed that 60% of managers update their menus annually. Furthermore, 41,2% of consumers reported consuming cocktails several times per week, 91,2% expressed interest in personalized beverages, and 83,3% indicated a strong preference for local ingredients. Following the presentation of the guide, it was observed that establishments prioritize quantity over the aesthetic quality of beverages. Consequently, the guide serves as a resource for professionalizing beverage offerings and promoting regional heritage.

Keywords: local ingredients, signature cocktails, technical guide, local identity, mixology, Piñas.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA	I
AGRADECIMIENTO	II
RESUMEN:	III
ABSTRACT:	IV
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1	3
1. MARCO TEÓRICO Y MARCO LEGAL	3
1.1 Definición de coctelería	3
1.1 Evolución histórica	3
1.2 El papel del bartender en la industria turística y gastronómica	4
1.3.1 Funciones del bartender	4
1.4 Técnicas de mixología y uso de herramientas	5
1.4.1 Técnicas de mixología	6
1.4.2 Uso de las herramientas	7
1.5 Marco Legal	8
1.5.1 Ley Orgánica para el Fortalecimiento de las Actividades Turísticas y Fomento del Empleo.	8
1.5.2 Ley de Turismo	9
1.5.3 Reglamento de alimentos y bebidas	11
1.6. Localización	13
1.6.1 Ubicación Geográfica	13
1.6.2 Clima	13
1.6.3 Principales actividades económicas	14
1.6.3.1 Agricultura	14
1.6.3.2 Ganadería y actividad pecuaria	14

1.6.3.3 Comercio	14
1.6.3.4 Minería	14
Turismo	15
1.7 Estado del arte	15
CAPÍTULO 2	18
2. TURISMO EN PIÑAS	18
2.1. Características productivas de Piñas	18
2.2. Gastronomía local.....	18
2.3 Contexto turístico	19
2.3.1 Atractivos Turísticos de Piñas	20
2.3.2 Desarrollo de restaurantes y bares.....	22
2.4 Justificación territorial.....	25
2.5 Referentes gastronómicos del Ecuador.....	26
2.5.1 Productos autóctonos del Ecuador	26
2.5.2 Valor cultural de los productos regionales	27
CAPÍTULO 3	28
3. METODOLOGÍA.....	28
3.1 Participantes.....	28
3.2 Instrumentos	29
3.3 Procedimiento	30
CAPÍTULO 4	32
4. RESULTADOS	32
CAPÍTULO 5	50
5. PROCESO DE SOCIALIZACIÓN	50
5.1 Introducción y justificación de la socialización	55
5.2 Metodología.....	56
5.3 Presentación del diseño de la guía.....	56

5.4. Recepción y retroalimentación del sector operativo	56
5.5 Conclusión del proceso de socialización	59
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	60
CONCLUSIONES	60
RECOMENDACIONES	61
REFERENCIAS.....	62

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. LOFATE	8
Figura 2. Artículos relacionados.....	9
Figura 3. Artículos relacionados reglamento de alimentos y bebidas	11
Figura 4. Piñas y sus parroquias.....	13
Figura 5. Seco de gallina criolla	18
Figura 6. Tigrillo	19
Figura 7. Mocollo	19
Figura 8. Cerro "Pata Grande".....	20
Figura 9. Especie Perico de Orcés.....	21
Figura 10. Cascada La Florida.....	21
Figura 11. Logo Ananas	22
Figura 12. Logo de Beber sin sed.....	23
Figura 13. Logo de Mulano	23
Figura 14. Logo de Montañita	24
Figura 15. Logo de Julieta	24
Figura 16. Tipo de establecimiento administrado	32
Figura 17. Tiempo de funcionamiento de los negocios.....	33
Figura 18. Disponibilidad de personal especializado	33
Figura 19. Formación profesional en el área de bebidas	34
Figura 20. Ejecución de capacitaciones internas	34
Figura 21. Frecuencia de las capacitaciones del personal	35
Figura 22. Periodicidad en la actualización de la carta	35
Figura 23. Fuentes de obtención de recetas para cócteles	36
Figura 24. Uso de ingredientes locales o autóctonos	36
Figura 25. Relevancia de las bebidas como complemento gastronómico	37
Figura 26. Implementación de maridajes en el establecimiento.....	37
Figura 27. Frecuencia de retorno de los clientes	38
Figura 28. Estrategias utilizadas para la retención de clientes	38
Figura 29. Innovación en bebidas como incentivo de fidelización	39
Figura 30. Recepción de premios o reconocimientos.....	39
Figura 31. Importancia de la visibilidad gastronómica	40
Figura 32. Disposición para invertir en capacitación	40
Figura 33. Beneficios esperados por la innovación de bebidas.....	41

Figura 34. Rango de edad de los consumidores	42
Figura 35. Distribución por género	42
Figura 36. Ocupación de los participantes	43
Figura 37. Nivel de ingreso mensual aproximado.....	43
Figura 38. Frecuencia de consumo de bebidas preparadas.....	44
Figura 39. Compañía habitual durante el consumo de bebidas	44
Figura 40. Establecimientos preferidos para consumir cócteles	45
Figura 41. Gasto económico aproximado por visita.....	45
Figura 42. Preferencia de perfiles de sabores	46
Figura 43. Interés por ingredientes locales específicos	46
Figura 44. Nivel atractivo de la coctelería con ingredientes locales	47
Figura 45. Interés en la personalización de bebidas	48
Figura 46. Disposición de pago adicional	48

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Herramientas de la mixología.....	7
---	---

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Encuestas realizada a restaurantes y bares.....	66
Anexo 2. Encuesta al público	74

INTRODUCCIÓN

La industria turística y gastronómica a nivel global ha experimentado una transformación significativa, donde el consumidor ya no solo busca el consumo de productos, sino experiencias sensoriales e identitarias completa. En este escenario, la oferta de bebidas ha tenido una evolución ya que de ser un componente secundario se ha convertido en un eje estratégico de diferenciación denominado mixología, que se define como el estudio profesional y refinado de bebidas que busca un equilibrio armonioso entre sabores, texturas y aromas (González, 2021).

Para la ciudad de Piñas, en la provincia de El Oro, el desarrollo de una cultura coctelera de vanguardia representa una oportunidad estratégica para dinamizar la vida nocturna y diversificar su oferta turística, posicionándose como un destino moderno con identidad territorial.

La necesidad de profesionalizar el sector se sustenta en investigaciones previas que se enfocan en la importancia de la coctelería como herramienta de innovación y preservación cultural. Autores como Párraga y Nueza (2020) mencionan que la coctelería tradicional en Ecuador debe servir como inspiración para procesos de experimentación que fomenten el descubrimiento de nuevas combinaciones sin perder la identidad cultural. De igual manera, Castro (2024) sostiene que la coctelería moderna debe basarse en principios técnicos que permitan crear bebidas armoniosas donde se resalte la esencia de los ingredientes. La formación del personal es un elemento fundamental; Becerra et al. (2019) indican que el fortalecimiento de las competencias operativas contribuye directamente a elevar la calidad del servicio bajo estándares internacionales. En Piñas, la ausencia de guías especializadas ha limitado la capacidad de los establecimientos para ofrecer propuestas de valor que atraigan a un público conocedor, justificando la creación de un recurso técnico adaptado al contexto local.

A pesar del crecimiento de la industria gastronómica en el cantón piñas, se identificó la carencia importante en la estandarización y especialización de la coctelería entre los prestadores de servicios. Esta situación se observó en una oferta inconsistente, poco innovadora y carente de protocolos técnicos, limitando a la competitividad de los establecimientos. El vacío de conocimiento se centró en la falta de herramientas que vinculen las técnicas de mixología contemporánea con los productos autóctonos del país. Asimismo, existe un desaprovechamiento de ingredientes locales con alto potencial

sensorial, situación que impactó negativamente en la identidad de la oferta y en la eficiencia operativa de los negocios, dificultando la creación de una identidad propia.

Es frente a esta problemática, que la investigación se planteó como objetivo general elaborar una guía de mixología dirigida a los prestadores de servicios de alimentos y bebidas en la ciudad de Piñas, con el fin de proporcionar las herramientas necesarias para elevar la calidad de su oferta y poner en valor el recurso gastronómico local.

La investigación se sustentó en un enfoque cualitativo organizado en cinco fases: la primera que consistió en una revisión bibliográfica y fundamentación teórica para establecer las bases de la mixología, sus técnicas y el contexto gastronómico actual. En la segunda fase, se crearon dos encuestas en la herramienta Google Forms, la una dirigida a los administradores sobre capacitación y limitaciones operativas y, el segundo a los consumidores centrado en las preferencias y aceptación de ingredientes autóctonos.

La tercera fase que fue la recolección de datos implicó la aplicación de las encuestas a los locales seleccionados previamente y a 96 consumidores bajo un muestreo accidental. Durante la cuarta fase se procesaron y analizaron los resultados en Microsoft Excel Mediante estadística descriptiva, generando gráficos que permitieron contrastar la realidad operativa de los negocios con las experiencias de los clientes. Para finalizar, en la quinta fase, se diseñó la guía integrando técnicas contemporáneas con el uso de insumos de alto valor patrimonial como la chicha de jora, el guarapo, el agua de pítimas y el maíz tostado.

La presente investigación se organizó en cinco capítulos que desarrollan el proceso investigativo: el primer capítulo estableció el sustento teórico y el estado del arte sobre la coctelería y el rol del bartender; el segundo describió la metodología y las cinco fases aplicadas para alcanzar los objetivos; el tercero analizó los resultados de las encuestas demostrando la necesidad de superar la prioridad comercial del volumen por sobre la estética; el cuarto presentó la propuesta técnica de la guía con recetas de autor que integran ingredientes tradicionales; el quinto capítulo se centró en el proceso de socialización y validación presencial de la guía mediante un grupo focal, que confirmó la viabilidad operativa de la propuesta en la ciudad de piña. Y, finalmente se estructuraron las conclusiones y recomendaciones para futuras investigaciones.

CAPÍTULO 1

1. MARCO TEÓRICO Y MARCO LEGAL

1.1 Definición de coctelería

La coctelería es la mezcla de bebidas alcohólicas y no alcohólicas que resulta en una nueva bebida con un sabor propio y distintivo (Párraga y Vinueza, 2020). Asimismo Castro (2024) señala que la coctelería moderna se basa en una serie de principios que todo bartender profesional debe comprender para crear cócteles equilibrados, armoniosos y que resalten la esencia de los ingredientes utilizados. Es importante la calidad de los ingredientes, como alcoholes y licores artesanales, para realzar los matices de sabores y aromas en la preparación final.

1.1 Evolución histórica

Desde el nacimiento de las civilizaciones como la griega, la china y egipcia se registra evidencia de la preparación de vino y otras bebidas alcohólicas desde el 700 a.C, que eran parte de rituales y celebraciones. Sin embargo, en el siglo X, los árabes descubrieron la destilación mediante el alambique, que revolucionaria la producción de bebidas alcohólicas. En la Europa Medieval, Arnaldo de Vilanova exploró y aplicó este tipo de destilación con fines medicinales, sentando las bases para la elaboración de licores más complejos (Párraga y Vinueza, 2020b).

En cuanto al coctel, su primera referencia escrita es de 1806 en el periódico “The Blance and Columbian Repository” en donde se describe que es una bebida estimulante compuesta por diversos licores, azúcar, agua y amargos. A finales del siglo XIX ya se utilizaba esta palabra para referirse a cualquier mezcla hecha con una coctelera o un vaso mezclador y servida sin hielo, finalmente en 1920, se convirtió en el término que conocemos hasta hoy, es decir, mezcla de al menos dos bebidas (Dupont, 2022).

De acuerdo con Sesmero (2010), dos eventos históricos impulsaron a la coctelería: el primero la Exposición Internacional de París de 1900, que permitió difundir la cultura del coctel en Europa, y segundo la Ley Seca en EE.UU comprendida entre 1920-1933 que prohibió el alcohol, pero incentivó a la mezcla de bebidas de baja calidad con ingredientes dulces o carbonatados para ocultar su sabor y fomentar la creatividad. Durante la Segunda Guerra Mundial la coctelería sufrió un retroceso, pero resurgió en las décadas del 60 y 70 para consolidarse como un elemento indispensable en

establecimientos hoteleros de calidad, de manera que el coctel pasó a convertirse en un símbolo de socialización, ocio y recuperación, asociado a momentos de encuentro y disfrute.

1.2 El papel del bartender en la industria turística y gastronómica

El pionero de esta profesión fue Jerry Thomas, quien empezó su carrera en New Heaven, Connecticut, y quien a los 21 años fundó el legendario bar “Saloon” en New York. En 1862 publicó el libro “The Bartender Guide or How to mix drinks”, considerado como el primer libro de recopilación de recetas de cocteles. Esta obra fue fundamental para profesionalizar el oficio ya que documentó fórmulas populares del siglo XIX y sus propias recetas, incluyendo el Blue Blazer, el primer coctel flambeado de la historia (Fundación Universitaria San Mateo, 2019).

A partir de esta profesionalización, la figura del bartender ha evolucionado hasta entenderse como la persona que posee licencia para servir bebidas detrás de un bar a clientes que pagan por el producto y por los servicios ofrecidos, además, se encarga de mezclar y servir bebidas, que pueden contener alcohol como cerveza, vino, licor y cócteles (Naranjo, 2020). Con respecto a su formación y actualización profesional Sarmiento (2019) señala que deben tener un amplio conocimiento en la elaboración de cócteles, las bebidas y sus funciones, así como ser buenos anfitriones, vendedores, controladores de costos, y tener habilidades de administración.

1.3.1 Funciones del bartender

El bartender es una pieza clave en el funcionamiento de un restaurante ya que además de preparar y servir bebidas tiene una amplia variedad de responsabilidades que contribuyen a garantizar la satisfacción del cliente y el éxito del negocio. Entre las funciones y responsabilidades se encuentran:

- Mezclar y servir bebidas
- Interacción y servicio al cliente
- Mantener el bar y las áreas de trabajo limpias y organizadas.
- Conocer y seguir las leyes y regulaciones en relación con el servicio de bebidas alcohólicas.
- El procesamiento de los pagos (Martín, 2023).

Por lo tanto, su importancia en la industria turística y gastronómica va más allá de la preparación de las bebidas, pues como se observa tiene varias funciones que en conjunto le otorgan la capacidad de transformar este proceso en una experiencia sensorial y social completa.

1.4 Técnicas de mixología y uso de herramientas

La mixología se define como una manera refinada de referirse al estudio profesional en la preparación de cócteles. Se destaca que la mixología se diferencia de la coctelería en su enfoque más especializado y detallado en la creación de bebidas, aplicando todos los conceptos necesarios y las técnicas pertinentes, asemejándose al término de chef dentro de una cocina, pero enfocado en la preparación de cócteles y bebidas de manera especializada (Carrillo, 2020). Por ello, Castro y Ellis (2021) mencionan que la mixología implica experimentar y aprender sobre la base de un cóctel, incluyendo su origen, elaboración, sabores, texturas, colores, densidades y aromas, con la idea de emplear bebidas de calidad, frutas frescas y hierbas mezcladas al momento del consumo.

Además, dentro de la mixología tradicional se encuentran la molecular y la conceptual, que se enfocan en analizar tanto el origen de los ingredientes como la forma de combinarlos adecuadamente, con el fin de lograr un balance entre los sabores y texturas. De acuerdo con Gaspar (2019) la mixología molecular se enfoca en añadir sabores y texturas novedosas a las bebidas tradicionales, con el objetivo de mejorar la experiencia del consumidor. Ingredientes como cloruro de calcio, nitrógeno líquido, alginato, espesantes y gelificantes son utilizados en la mixología molecular para crear productos innovadores como esferas de chocolate, caviars de limón y jengibre, humos de vainilla, helados instantáneos de maracuyá y mango, espaguetis de flores y espumas de piña colada, entre otros. Y, es esencial contar con conocimientos en química y gastronomía para aplicar técnicas de mixología molecular, ya que se busca combinar sabores que generen una experiencia gustativa placentera.

Con relación a la mixología conceptual, se considera que esta tiene como objetivo investigar, analizar y entender todos los aspectos relacionados con un cóctel, ya que cada ingrediente y los materiales utilizados en su preparación son fundamentales para lograr el resultado deseado. Cada componente cumple una función específica en la bebida, y sin ellos, el cóctel podría no alcanzar la calidad esperada. A través de la mixología

conceptual, es posible profundizar en el estudio de la composición de los ingredientes, así como descubrir cómo mejorar o combinar sabores y texturas, con el fin de crear una bebida que sea agradable tanto en sabor como en textura (González, 2021).

1.4.1 Técnicas de mixología

Por otro lado, dentro de las principales técnicas de mixología se pueden mencionar las siguientes:

- **Stirring:** en esta técnica se mezclan los ingredientes con una cuchara de agitación antes de colarlos en otro vaso. Es particularmente importante para bebidas con líquidos transparentes, como los licores, ya que permite minimizar la dilución y mantener la pureza de los sabores.
- **Shaking:** mediante una coctelera se mezclan los ingredientes uniformemente, se considera ideal para bebidas mixtas que contienen crema o jugo de frutas.
- **Licuada:** es una opción ideal cuando se combinan frutas u otros alimentos sólidos con las bebidas. Además, es una técnica eficiente para preparar grandes cantidades de bebidas, facilitando su elaboración de manera rápida y uniforme.
- **Layering:** esta técnica consiste en verter lentamente cada ingrediente sobre el dorso de una cuchara en un vaso pequeño de lados rectos. Se utiliza para preparar bebidas en las que los ingredientes tienen diferentes colores y sabores, como los jarabes, logrando capas visualmente atractivas y una combinación de sabores diferenciada
- **Construcción:** Esta técnica se emplea al verter los ingredientes uno por uno directamente en el vaso, para luego mezclar la bebida. Se "construye" el cóctel agregando cada ingrediente de manera individual, permitiendo una integración gradual de los sabores.
- **Machacado:** Para liberar al máximo el sabor y aroma de frutas, hojas y especias, se utiliza un mazo y un mortero, lo que permite extraer sus esencias de manera efectiva. Este proceso intensifica los sabores naturales y mejora la calidad del cóctel al potenciar sus ingredientes frescos (Superior de Gastronomía, 2023).

1.4.2 Uso de las herramientas

Como ya se mencionó, la mixología implica el uso de un conjunto especializado de herramientas que permiten la ejecución precisa, creativa y técnica de cada preparación. Dentro de las principales herramientas se encuentran:

Tabla 1.

Herramientas de la mixología

Categoría	Herramienta	Descripción
Mezcla y preparación	Coctelera (shaker)	Este instrumento sirve para agitar, enfriar y homogenizar los ingredientes de diferentes densidades.
	Vaso mezclador	Permite mezclar ingredientes con densidades similares, sin agitación energética.
	Vaso de servicio	Es el recipiente en el que se sirve el coctel final y es diferente según el tipo de bebida.
	Licuada	Sirve para triturar y emulsionar cocteles congelados.
Medición y control	Jigger (medidor)	Permite dosificar con precisión líquidos y garantizar su consistencia.
	Pour test	Permite practicar y controlar el vertido por conteo.
Filtración y acabado	Colador (strainer)	Ayuda a separar sólidos de líquidos para textura limpia.
	Vaso mezclador	Se usa para la técnica de refrescado y permite enfriar sin agitar con fuerza.
Técnicas modernas	Máquina sous vide	Es empleada para realizar infusiones o cocciones al vacío o temperatura controlada.

Fuente: Adaptado de: Blanco y Figueroa (2021).

Estas herramientas son elementos esenciales del oficio que combina arte, disciplina y método, cuyo dominio permite aplicar técnicas como agitar, refrescar, construir, machacar y licuar.

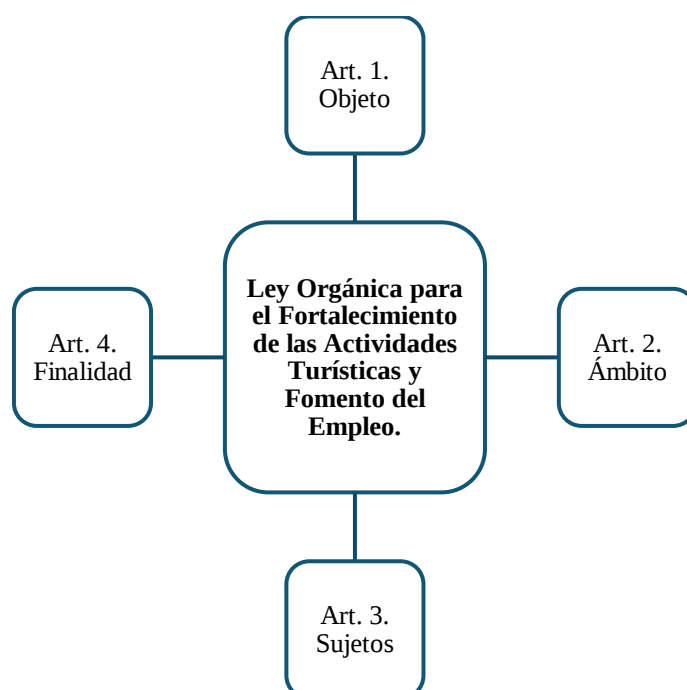
1.5 Marco Legal

En el ordenamiento jurídico ecuatoriano se encuentran tres normativas que rigen el tema de esta investigación, La Ley de Turismo, la Ley Orgánica para el Fortalecimiento de las Actividades Turísticas y Fomento del Empleo y finalmente, el Reglamento de Alimento y Bebidas de las que se realiza un análisis de los artículos correspondientes a continuación:

1.5.1 Ley Orgánica para el Fortalecimiento de las Actividades Turísticas y Fomento del Empleo.

Figura 1.

LOFATE



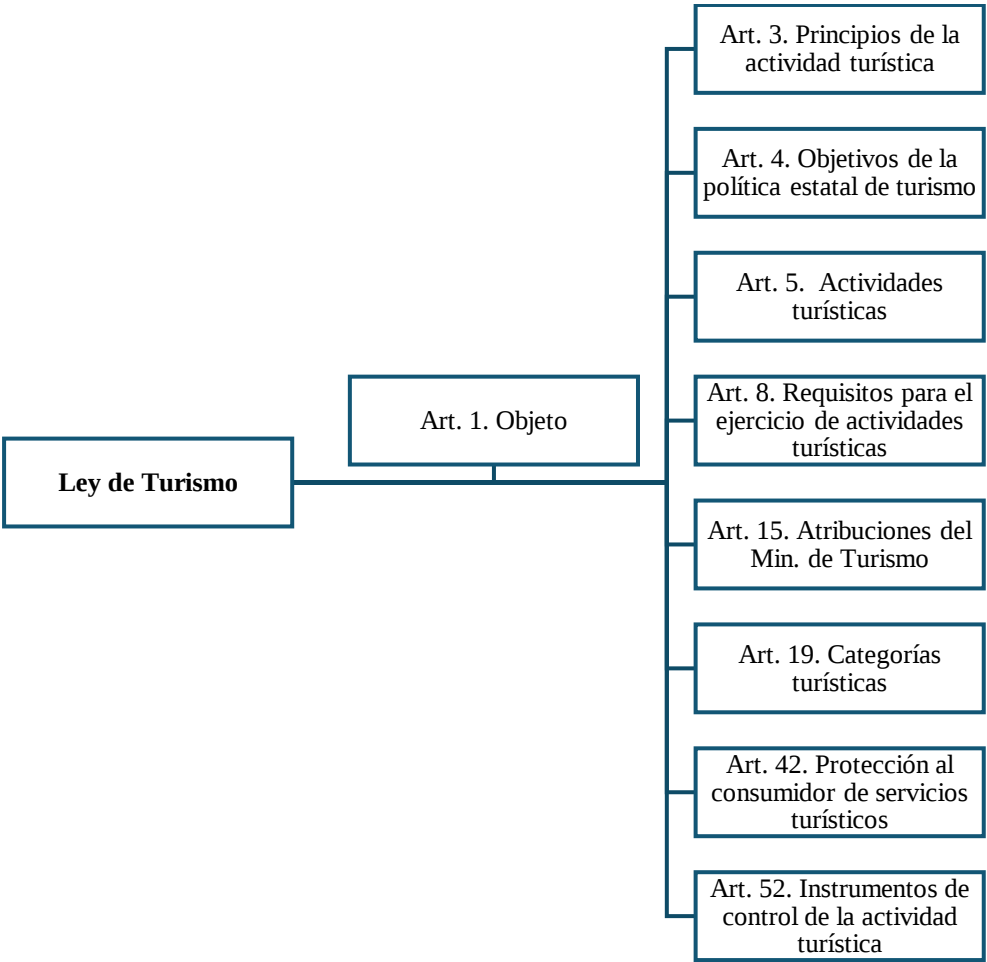
Basado en: LOFATE (2024).

Esta ley promulgada en marzo de (2024) en su art. 1 menciona que busca el fomento inmediato y fortalecimiento de las actividades relacionadas con el turismo. Mientras que en el art. 2 señala que sus disposiciones se aplicarán tanto a lo público como a lo privado y en todo el territorio nacional. En el art. 4 se encuentra su finalidad, la misma que es la reactivación del sector turístico a través de medidas tributarias y económicas. Es de carácter reformativo porque en el capítulo I constan las Reformas a la Ley de Turismo, en donde se sustituyen, agregan y amplían varios artículos que se tratan en el siguiente apartado.

1.5.2 Ley de Turismo

Figura 2.

Artículos relacionados



Basado en: Ley de Turismo (2024).

Publicada en (2001) y reformada en 2024, esta ley que regula, promueve y desarrolla las actividades turísticas a nivel nacional, de conformidad con el art. 1, tiene como objeto determinar el marco legal para la promoción desarrollo y regulación del sector turístico, así como establecer los derechos y obligaciones de los prestadores de servicios turísticos dentro de los que se encuentran los servicios de alimentos y bebidas.

En este contexto, el art. 5 reconoce de manera expresa a los servicios de alimentos, bebidas y entretenimiento como una actividad turística formal, legitimando normativamente la implementación de pautas orientadas a mejorar la calidad los mismos, como es el caso de la mixología. La elaboración de la guía que se plantea en esta investigación se vincula directamente con esta disposición, al constituirse como un

instrumento técnico que fortalece la prestación del servicio y contribuye a elevar el nivel de profesionalización del sector.

Por otro lado, se encuentra el art. 3 que establece como principios de la actividad turística el mejoramiento de los servicios y la conservación de recursos culturales, aspectos relacionados con la propuesta investigativa, al promover prácticas de mixología que incorporen estándares de calidad, identidad local y valor cultural, en pro del fortalecimiento de la experiencia del consumidor y la imagen turística del cantón Piñas. De la misma manera el art. 4 indica que el objetivo de la política estatal la promoción de la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen la actividad turística, reforzando la idea de diseñar una guía orientada como herramienta de formación y actualización para los prestadores de servicios de alimentos y bebidas.

En cuanto al art. 8, este dispone que el ejercicio de las actividades turísticas de estar sujeta a normas técnicas y de calidad, es decir, que debe contar con lineamientos claros y estandarizados para la preparación y presentación de bebidas, en especial en establecimientos que forman parte de la oferta turística local. En concordancia se encuentra el art. 19 que faculta al Min. De Turismo a establecer categorías oficiales y normas de calidad para las actividades turísticas, centradas en la calidad del servicio de alimentos y bebidas como un factor que determina la categorización y competitividad de los establecimientos.

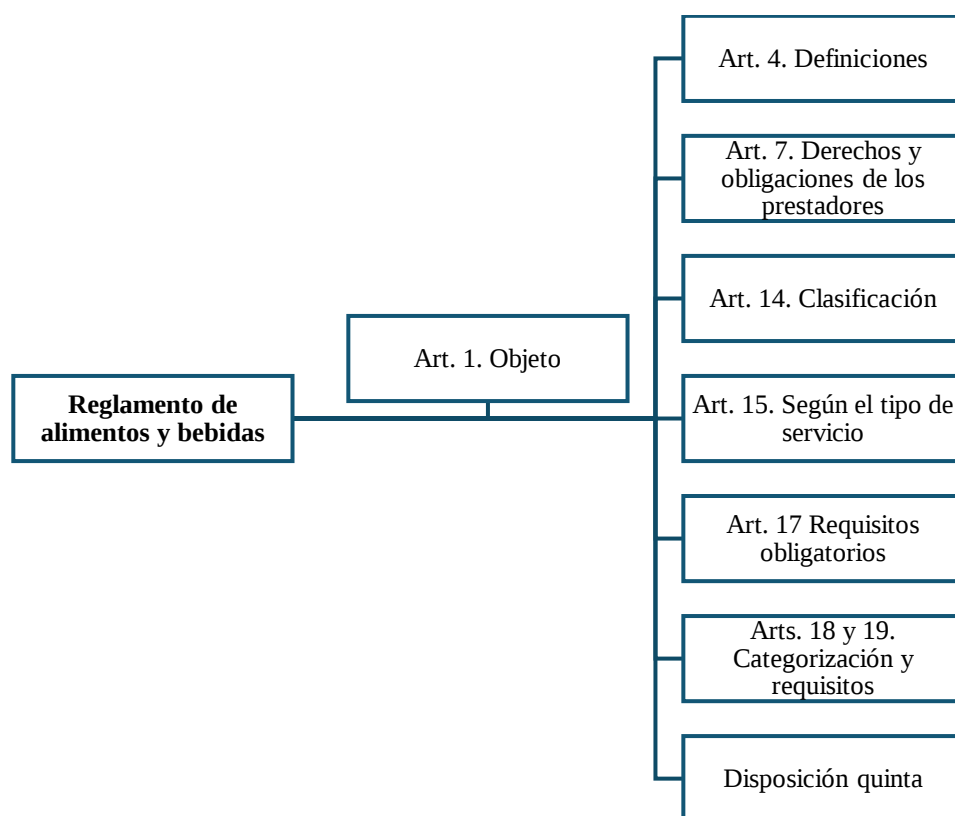
El art. 42 garantiza la protección de los derechos de los consumidores de los servicios turísticos, es decir que los prestadores deben ofrecer servicios adecuados y seguros de calidad, por lo tanto, una guía como la propuesta contribuye a minimizar las deficiencias en la atención, estandarizar procesos y asegurar una experiencia satisfactoria para los usuarios. Por último, el art. 52 contempla los mecanismos de control y sanción frente al incumplimiento de normas de calidad, reforzando la importancia de implementar herramientas preventivas que orienten a los prestadores a cumplir con la normativa vigente.

De manera que la guía de mixología se respalda en el marco legal ecuatoriano, porque se alinea con los principios, objetivos y disposiciones de la ley de Turismo, y se constituye como una iniciativa viable que aporta al fortalecimiento de la calidad del servicio, la capacitación de los prestadores y el desarrollo turístico local de la ciudad de Piñas.

1.5.3 Reglamento de alimentos y bebidas

Figura 3.

Artículos relacionados reglamento de alimentos y bebidas



Basado en: Reglamento de Alimentos y Bebidas (2018).

El Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas (2018), expedido mediante el Acuerdo Ministerial No. 053 del Min. Turismo, establece en el art. 1, las bases para la regulación, clasificación, control y mejora de la calidad en la prestación de los servicios gastronómicos y bebidas a nivel nacional, siendo un marco legal que legitima el diseño de herramientas técnicas orientadas al fortalecimiento del servicio, como es el caso de una guía especializada de mixología.

En el art. 4 establece definiciones fundamentales para la investigación, como son: barra entendida como el área en donde se expenden y sirven las bebidas, establecimiento turístico de alimentos y bebidas, y el concepto de manipulación de alimentos que es el conjunto de operaciones que comprenden la preparación, presentación y servicio de alimentos y bebidas a los consumidores. Definiciones que permiten vincular de manera directa la actividad de la mixología con la normativa turística vigente, aplicando criterios técnicos, higiénicos y de calidad en la elaboración de bebidas.

Por otro lado, el art. 7 establece los derechos y obligaciones de los prestadores de servicios de alimentos y bebidas, centrándose en la responsabilidad de cumplir con los lineamientos sanitarios, mantener la limpieza y desinfección de la vajilla y cristalería, garantizar la capacitación del personal y ofrecer información clara y veraz a los consumidores. Estos aspectos refuerzan la pertinencia de la guía propuesta puesto que orienta a los prestadores en la correcta preparación de bebidas, uso adecuado de insumos, aplicación de buenas prácticas y el fortalecimiento de la calidad del servicio, en línea con las normativas.

En cuanto al art. 14, que clasifica a los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas e identifica a los bares y restaurantes como los principales espacios en donde se expenden bebidas alcohólicas y no alcohólicas, permitiendo definir de manera clara a los destinatarios de la propuesta, ya que la guía de mixología está dirigida en específico a estos establecimientos, con el objetivo de contribuir a la mejora de su oferta de bebidas y al fortalecimiento de su competitividad dentro del sector gastronómico de Piñas.

El art. 15 se centra en la obligación de informar el tipo de servicio que brindan los establecimientos, así como la importancia del menú como un instrumento de comunicación y venta de alimentos y bebidas, para estandarizar preparaciones, diversificar la oferta y mejorar la experiencia de los consumidores, en concordancia con las normas.

En el art. 17 se establecen los requisitos obligatorios que deben cumplir los establecimientos de alimentos y bebidas que se relaciona con buenas prácticas, higiene y condiciones mínimas para su funcionamiento, los mismos que justifican la incorporación de procedimientos técnicos y sanitarios dentro de la guía de mixología que están orientados a garantizar la inocuidad, calidad y presentación adecuada de las bebidas que se ofrecen a los consumidores.

Para concluir, se encuentran los arts. 18 y 19 que regulan el proceso de categorización de los establecimientos turísticos, vinculando la calidad del servicio con el cumplimiento de estándares establecidos por la normativa en cuestión. Por tal, la propuesta se proyecta como una herramienta de apoyo para el mejoramiento continuo del servicio de bebidas para contribuir al cumplimiento de los criterios de calidad exigidos y al fortalecimiento del sector de los alimentos en la ciudad de Piñas que estén en armonía con la normativa vigente de la que se ha hablado en este capítulo.

1.6. Localización

1.6.1 Ubicación Geográfica

La provincia de El Oro se ubica al suroccidente del Ecuador, limitando al norte con Guayas y Azuay, al sur con Loja y Perú, al este con Azuay y Loja. Su capital es la ciudad de Machala. Tiene 714.592 habitantes según el Censo de Población y Vivienda realizado por Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) en 2022.

Por su parte, Piñas se encuentra limitada por los cantones: Balsas, Marcabelí, Arenillas, Atahualpa, Santa Rosa, Portovelo en la provincia de El Oro y por Chaguarpamba y Paltas en la provincia de Loja, su altura es de aproximadamente 2459 msnm y una superficie de 616.60 km². Según el INEC para 2022 su población era de 29.406 habitantes es decir el 4.12% del total de El Oro. La mayor concentración de la población se encuentra en la cabecera cantonal que es Piñas ya que alberga a 20.479 habitantes lo que equivale al 69.64% del total del cantón por lo que se observa densidad poblacional en el área urbana (Gad de Piñas, 2024).

Figura 4.

Piñas y sus parroquias



Nota: Tomado de conagopare.gob.ec (2024).

1.6.2 Clima

La característica climática Piñas es que tiene dos tipos de climas principales: tropical megatérmico seco que se encuentra en zonas bajas con temperaturas medias de entre 22 a 26 °C y precipitaciones de entre los 500 y 1.000 mm al año; y el ecuatorial mesotérmico semi-húmedo que predomina en los valles a mayor altitud con temperaturas

medias de entre 12 y 20 °C y precipitaciones que varían entre los 500 y 2.000 mm. La temperatura media anual del cantón es aproximadamente de 22° y varía según la altitud por lo que se observa una tendencia a cambios en la precipitación y temperatura debido al cambio climático y un potencial aumento en eventos de lluvias intensas y sequías en el futuro.

Por lo tanto, con esta diversidad climática existe una oportunidad estratégica para el diseño de una guía de mixología adaptada al contexto territorial, para que la diversificación de la oferta de bebidas según las características ambientales del cantón se expanda.

1.6.3 Principales actividades económicas

Las principales actividades económicas del cantón se centran en la agricultura, ganadería, silvicultura y la pesca.

1.6.3.1 Agricultura

La agricultura tiene un porcentaje del 13,17% en ocupación y un aporte importante al Valor Agregado Bruto (VAB) del 19%. Está basada en la siembra de cultivos como cítricos, café, cacao, caña de azúcar, maíz y maní con superficies y volúmenes específicos con esfuerzos por fortalecer esto último a través del proyecto de Desarrollo Cafetalero que ha producido cerca de 20.000 plántulas de café con el fin de incentivar la producción a nivel local.

1.6.3.2 Ganadería y actividad pecuaria

A pesar de que no se cuentan con datos oficiales del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) los GAD parroquiales señalan que en Piedras existen aproximadamente 300 cabezas de ganado vacuno y 2600 unidades de aves, de igual manera en Moromoro existen siete granjas porcinas y avícolas, ya que esta actividad se desarrolla con fines de leche y carne para generar ingresos a las familias.

1.6.3.3 Comercio

Es la actividad a la que más se dedican los pobladores con mayor contribución al VAB, aproximadamente el 17,76% de la fuerza laboral trabaja en la misma, por lo que se considera que es dinámico y comprende diferentes sectores en varias parroquias.

1.6.3.4 Minería

En particular en Piñas existen actividades mineras importantes que se centren en concesiones de pequeña escala y permisos de minería artesanal tal vez del caso que existen concesiones que abarcan 1,036 ha y en otros cantones como Piedras, Saracay y Capiro que dan un total de 11 concesiones y 48 permisos para la actividad de la minería artesanal.

Turismo

Existen diversos recursos natural-turísticos como la Reserva Ecológica Buenaventura, la montaña de Capiro y Moromoro, el Cerro la Piedra, el Cerro la Cruz, entre otros atractivos como termas y balnearios. Así como también establecimientos incluyendo hoteles, restaurantes, cafeterías, bares, discotecas y parques de atracción.

1.7 Estado del arte

En este apartado se tratan estudios relacionados al tema de esta investigación, para tener un precedente acerca de lo que ya se ha realizado y poder acoplar ideas o innovar con la propuesta.

En la tesis desarrollada por Zambrano (2018) se presenta una propuesta para la creación de una línea de cócteles a base de currincho, basado en su valor cultural social y económico en la comunidad de Junín Manabí. La investigación se enfoca en rescatar los sabores tradicionales del Ecuador mediante la experimentación, estandarización y validación de recetas para promover el consumo de los productos autóctonos y fortalecer la identidad regional en bebidas alcohólicas. La investigación también contempla aspectos que se relacionan con el proceso de producción normativas legales y la importancia del destilado para la economía local enfocado en el potencial como insumo en mixología y coctelería artesanal.

El aporte de esta tesis a la presente investigación se relaciona con la utilización de ingredientes tradicionales como el currincho en la coctelería, el desarrollo de recetas estandarizadas y la integración de productos regionales para potenciar la oferta en servicios de alimentos y bebidas. Se menciona también la importancia de la formación y la implementación de guías para prestadores facilitando el uso adecuado de insumos de autóctonos en la preparación de cocteles y promoviendo la innovación en la mixología local, aspectos fundamentales para elaborar una guía dirigida a prestadores de servicios en Piñas, El Oro.

Asimismo, se encuentra la investigación realizada por Peñafiel (2022), que presenta una propuesta innovadora de la versión de cócteles de autor basados en bebidas tradicionales de la sierra ecuatoriana, mediante técnicas de coctelería clásica y molecular para promover la diversificación y valorización de las bebidas patrimoniales. Este enfoque se centra en el rescate y modernización de las bebidas tradicionales a través de procesos creativos y técnicos que adaptan los ingredientes autóctonos a la mixología contemporánea, para potenciar su sabor, presentación y aceptación en el mercado. Este trabajo también se centra en la necesidad de diseñar recetarios y técnicas específicas para elaboración de estos cócteles y promover el consumo en locales y estableciendo un vínculo entre patrimonio cultural y exigencia gastronómica.

Se relaciona con la investigación porque puede servir como base para el desarrollo de la guía, la misma que puede incorporar ingredientes y técnicas similares de rescate y modernización, para que los prestadores de servicios ofrezcan cócteles innovadores enfocados en la identidad cultural de la región. Por lo tanto, proporciona un marco teórico conceptual para fortalecer la oferta gastronómica en Piñas y promover el uso de insumos autóctonos y técnicas de mixología que diferencien a los establecimientos de la zona.

Por último, en la investigación desarrollada por Serrano (2025) se incorporan ingredientes autóctonos ecuatorianos como el ovo, el taxo y el capulí en la creación de cócteles de autor. Con un enfoque mixto se desarrollaron seis cócteles utilizando técnicas innovadoras como maceración e infusionado, y se hizo una evaluación sensorial con expertos y consumidores para determinar su aceptación, con lo que se obtuvo que los ingredientes autóctonos aportan perfiles aromáticos únicos y enriquecen la oferta en la mixología, lo cual permite una valoración de insumos locales y fortalecer la identidad cultural ecuatoriana en la coctelería moderna.

La propuesta de una guía de mixología para prestadores de servicios de alimentos en Piñas, provincia de El Oro, puede aprovechar la estrategia de incorporar ingredientes autóctonos propios de esa región, para promover la identidad local y diferenciar la oferta. La experiencia en la creación y evaluación de cocteles con ingredientes autóctonos del Ecuador puede ser una base para establecer técnicas, recetas y criterios sensoriales adaptados a los insumos y sabores de Piñas.

Los estudios citados representan un marco sólido para el desarrollo de la guía que se propone en la presente investigación y también sirven como ejemplo de las técnicas que se pueden implementar.

CAPÍTULO 2

2. TURISMO EN PIÑAS

2.1. Características productivas de Piñas

En este cantón la producción agrícola relevante se basa en café, cacao, banano, frutas tropicales como guanábana, cítricos, maracuyá y plátano. Asimismo, productos propios de la zona como el café zarumeño y la panela son ingredientes que dan paso a la innovación en mixología con cócteles infusionados, jarabes de frutas locales o licores de cacao que pueden ser ideales para los bares locales (Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2025).

Por otro lado, y en la línea de la innovación bebidas emblemáticas como la chicha de piña que consiste en fermentar las cáscaras de la fruta, añadir panela, canela y clavo de olor, junto con el jugo de badea, la leche dormida y coladas de frutas, se consumen en fiestas y diariamente, razón por la cual pueden ser elementos útiles para la preparación de cocteles (Ochoa et al., 2017).

2.2. Gastronomía local

La tradición de Piñas se basa en la elaboración de panes, postres y otros platos de mayor elaboración como el seco de gallina criolla cuyo principal ingrediente son aves criadas de manera natural y alimentadas con maíz (Rogel, 2018).

Figura 5.

Seco de gallina criolla



Nota: Tomado de El Universo

Otro de los platos estrella del cantón es el tigrillo que se prepara con plátano verde cocido y molido y se le añade huevo y queso. Lo recomendable es que se acompañe de un buen café filtrado para el desayuno o café de la tarde (Rogel, 2018).

Figura 6.

Tigrillo



Nota: Tomado de Primicias (Gabriela Jiménez)

El mocollo es un plato que se disfruta en todos los hogares de Piñas, su preparación consiste en plátano verde cocido machacado al que se le añade maní molido y sal, acompañado de huevo frito y queso que se consume generalmente en el desayuno (Ordóñez et al., 2019).

Figura 7.

Mocollo



Nota: Tomado de Kwa (YouTube)

2.3 Contexto turístico

Piñas es conocida como la “Ciudad Orquídea de los Andes” y su desarrollo turístico se produjo a finales de los años 90, impulsado por las actividades como el comercio, los recursos naturales, entre otros. El patrimonio arquitectónico colonial que posee en su centro urbano constituye un valor histórico y cultural importante junto con sus orquídeareos, festividades culturales y religiosas que atraen a los turistas nacionales y extranjeros (Cabrera, 2015).

2.3.1 Atractivos Turísticos de Piñas

La página especializada en turismo GoRaymi reseña que los principales lugares turísticos por descubrir son los siguientes:

Orquideario Doña Sara Jaramillo

Con un área de aproximadamente 1500m², posee alrededor de 200 especies de orquídeas, mismas que se reproducen en los mismos árboles presentes en la huerta, entre las especies más llamativas se encuentran: brassia, oncidium, Góngora, entre otras.

Mirador Ecológico Cerro “Pata Grande”

Ubicado en la Av. San José Alto en el lado sur de Piñas, y con una altura de aproximadamente 1400 msnm desde este sitio se puede apreciar toda la ciudad y en Semana Santa se convierte en un centro de adoración cristiana católica pues recibe a las procesiones que se realizan propias de las fechas (Gad de Piñas, 2024)

Figura 8.

Cerro "Pata Grande"



Nota: Tomado de Municipio de Piñas (Facebook) (2020)

Reserva Buenaventura

Ubicada al noreste de Piñas, en el sector de Selva Alegre, fue creada en 1999 por la Fundación de Conservación “Jocoto” para preservar a la especie Perico de Orcés, en este lugar los turistas conectan con la naturaleza ya en su extensión se encuentran varias especies protegidas tanto de flora como de fauna (Gad de Piñas, 2024).

Figura 9.

Especie Perico de Orcés



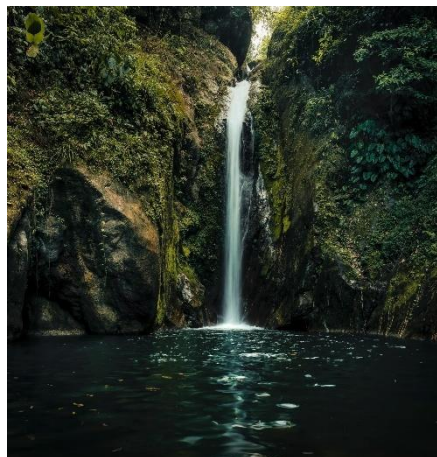
Nota: Tomado de BirdTrips Ecuador (2020)

Cascada natural La Florida

Se ubica en la parroquia Piedras rodeada de dos hectáreas de vegetación y alimentada por aguas cristalinas, ofrece a los turistas un espectáculo interesante. Entre las especies que habitan este lugar se encuentran, colibríes, armadillos, saínos entre otros y así mismo una variedad de frutas tropicales como naranja, aguacate, guayaba (Moreno y Claudete, 2022).

Figura 10.

Cascada La Florida



Nota: Tomado de Facebook Municipio de Piñas (2024)

2.3.2 Desarrollo de restaurantes y bares

El desarrollo de este sector en la provincia de El Oro ha dado un impulso para el sector turístico y económico, enfocado en centros comerciales y certificaciones sanitarias. Para el 2019 la provincia tenía alrededor de 591 establecimientos de alimentos y bebidas, aportando así al 29% nacional de hoteles y restaurantes (Marín et al., 2021).

De acuerdo con el reporte de Calificación de Restaurantes emitido por la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA) en los cantones Machala y Arenillas existen cientos de locales como KFC, Wings Express, y Sam resto bar en zonas como Gran plaza y Paseo Shopping, indicando que existe expansión en los centros urbanos y comerciales. La apertura constante de nuevos lugares como stake houses y pizzerías en el 2025 integra la gastronomía al turismo innovando con estrategias de marketing para atraer a los visitantes (ARCSA, 2025).

Por otro lado, este sector genera empleo directo e indirecto con cerca de 1.900 millones de dólares hasta el año 2019 y la provincia participa de manera activa a través de la diversificación de fast food, bares, lounges y restaurantes temáticos basados en estrategias de difusión en redes sociales que se alinean a planes nacionales de turismo sostenible (Ordóñez et al., 2019).

Para fines de esta investigación se tomaron en cuenta los siguientes establecimientos:

Ananas Club

Figura 11.

Logo Ananas



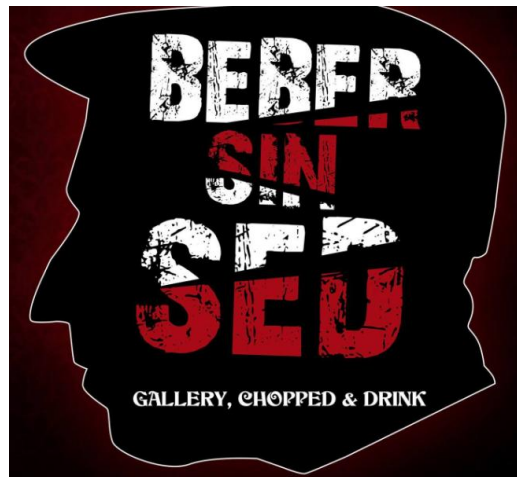
Nota: Tomado de la página de Instagram (2025)

Ubicado entre las calles Bolívar y Juan León Mera, este lugar se caracteriza por ofrecer música en vivo y promociones especiales en sus bebidas características como son las micheladas, mojitos y cuba libre. Además, cuenta con gran variedad de cervezas tanto nacionales como importadas.

Bar-discoteca “Beber sin sed”

Figura 12.

Logo de Beber sin sed



Nota: Tomado de la página de Facebook (2022)

Se ubica en la Av. La Independencia, sector Recinto Ferial, vía a la Costa. Se caracteriza por presentaciones de artistas y música en vivo y su diversidad de bebidas como cocteles y mojitos. Es uno de los lugares preferidos por propios y visitantes del cantón.

Mulano Coffe Shop

Figura 13.

Logo de Mulano



Nota: Tomado de la página de Facebook (2025)

Fundada en 2022 por Eli Romero, es considerada como la primera cafetería de especialidad de El Oro. Actualmente, se encuentra en el puesto 48 del The World's 100 Best Coffee Shops, esto gracias su experiencia para organizar los campeonatos nacionales de baristas, preparadores y catadores y sobre todo por incluir en sus menús los mejores cafés del país. Redacción Primicias (en prensa) (2026).

Montañita Coffe Lounge & Bar

Figura 14.

Logo de Montañita



Nota: Tomado de la página de Facebook (2025)

Se encuentra en la ciudadela La Merced, y ofrece una variedad de entradas, platos fuertes elaborados con los mejores ingredientes de la zona. En cuanto a bebidas cuenta con diferentes tipos de cervezas y coctelería propia de la casa.

Julieta-Books & Café

Figura 15.

Logo de Julieta



Nota: Tomado de la página de Facebook (2024)

Ubicada en la Juan León Mera y Av. Loja, es considerada como la primera cafetería librería de la parte alta de El Oro, tal como lo reseñan en sus redes sociales. Su menú se caracteriza por ofrecer platos basados en la gastronomía local y otras variedades para toda la familia.

Los establecimientos previamente mencionados se escogieron debido a la accesibilidad de los administradores o propietarios para colaborar con la investigación, situación que se justificará más adelante en la metodología.

2.4 Justificación territorial

El cantón Piñas posee unas características territoriales especiales que influyen de manera directa en la dinámica del sector gastronómico y de servicios de alimentos y bebidas, configurando de tal manera un escenario propicio para el diseño e implementación de una guía técnica de museología adaptada a su contexto local. Su ubicación, la concentración poblacional en la cabecera cantonal y la diversificación de actividades económicas demuestran una estructura socioeconómica con predominio del comercio y servicios, situación que favorece a la consolidación de establecimientos gastronómicos orientados al consumo local como al turístico.

Acerca de la cuestión climática la coexistencia de los dos pisos térmicos pone de manifiesto variaciones importantes en temperatura y régimen de precipitaciones, es decir que estas condiciones influyen en los patrones de consumo de bebidas debido a que en contextos de mayor temperatura se incrementa la demanda de preparaciones refrescantes frutales y con menor graduación alcohólica, mientras que en entornos más frescos se pueden incorporar bebidas de mayor cuerpo, perfil sensorial estructurado o incluso elaboraciones calientes. Por lo tanto, la diversidad climática del cantón se convierte en un factor determinante para la planificación de la oferta de bebidas, sustentando la pertinencia de una guía de mixología contextualizada territorialmente.

Con relación a la agricultura los productos como el café, el cacao, los cítricos la caña de azúcar, maracuyá, guanábana y plátano generan un potencial significativo para la innovación en coctelería a través de la incorporación de insumos locales en procesos de maceración infusión fermentación y elaboración de jarabes artesanales. Sumado a esto las bebidas tradicionales como la chicha de piña y preparaciones de bases de panela son un patrimonio alimentario que puede revalorizarse a través de propuestas de mixología con identidad territorial para contribuir a la diferenciación del destino gastronómico.

2.5 Referentes gastronómicos del Ecuador

La gastronomía ecuatoriana se caracteriza por su diversidad y riqueza, como producto de la confluencia de regiones naturales que albergan una amplia variedad de productos autóctonos e ingredientes locales la misma que define la identidad culinaria del país y sustenta un valioso patrimonio cultural asociado a los productos regionales.

2.5.1 Productos autóctonos del Ecuador

Los productos autóctonos son aquellos originarios y propios de una región específica, es decir, son naturales del lugar y no han sido introducidos por otras culturas o países. Estos productos tienen un alto valor en sus comunidades porque se encuentra en estado natural, son saludables y tienen un alto valor nutricional además de representar la identidad cultural de cada región se emplean en diversas formas de preparación culinaria.

Con el transcurrir del tiempo, el uso y la preeminencia de estos productos ha disminuido debido a la influencia de la cocina moderna, las importaciones y los productos procesados, que han desplazado a los recursos naturales y tradicionales del país. A pesar de ello todavía son fundamentales para mantener la cultura gastronómica auténtica y promover una alimentación saludable basada en recursos naturales propios del Ecuador (Ahmed, 2018).

En esta investigación se han tomado en cuenta los siguientes productos:

- **Chicha de jora:** se la considera una bebida ancestral que se elabora principalmente a base de maíz fermentado, específicamente de una variedad llamada jora, y que para su preparación hay que germinar el maíz, cocerlo y fermentarlo, lo que le confiere características rituales y gastronómicas. Es una fuente nutritiva, energética baja en azúcar (Azanza y Chacón, 2018).
- **Guarapo:** es una bebida que se extrae directamente de la caña de azúcar a través de un proceso de molienda con máquinas llamadas trapiches. Es una bebida refrescante y energética debido a su alto contenido de miel y azúcares. Luego de algunos días puede fermentar y alcanzar cierto grado de alcohol, modificando sus características organolépticas como sabor y color (Gutiérrez y Pulla, 2017).
- **Agua de pítimas:** es una bebida que se elabora en el Convento del Carmen de la Asunción en Cuenca, por las religiosas que viven en el lugar. Es una infusión que contiene pétalos de rosas y claveles, valeriana, cedrón hierba luisa entre otras y se

le atribuyen propiedades medicinales. Se vende al público en general, desde hace más de 70 años (Ministerio de Turismo, 2021).

- **Chulpi:** es conocido en todo el mundo por su sabor especial y tamaño, cuando se lo consume tierno es conocido como cacha. Proviene principalmente de los valles de la Sierra y se lo consume principalmente tostado como acompañante de las comidas o aperitivo (INEC, 2012)

2.5.2 Valor cultural de los productos regionales

De acuerdo con Acosta (2017), los productos regionales poseen un valor cultural que va más allá de la dimensión económica, pues constituyen expresiones vivas de conocimientos, prácticas tradiciones y simbolismos arraigados en las identidades territoriales y comunitarias. Cada producto es el reflejo de las particularidades de su espacio geográfico, en los que se encuentran los hábitos alimenticios, costumbres y memorias históricas que se han transmitido generacionalmente. Este valor simbólico se convierte en un elemento clave para la preservación de la identidad local frente a procesos de homogeneización cultural derivados de la globalización.

La valorización de estos productos se ha impulsado a través de diversas estrategias como certificaciones de origen, inventarios patrimoniales y ferias gastronómicas, como mecanismos que además de contribuir a su protección y difusión, también los reivindican como un recurso estratégico para el turismo cultural y el desarrollo sostenible. A través de este reconocimiento se pueden diferenciar los destinos turísticos de ecuatorianos, generando oportunidades económicas sustentables al tiempo que se fortalece el patrimonio cultural e inmaterial (Rodríguez et al., 2025).

CAPÍTULO 3

3. METODOLOGÍA

Esta investigación se realizó bajo el enfoque cuantitativo, que se caracteriza por la recolección y análisis de datos numéricos para describir, explicar y predecir fenómenos a partir de la medición de variables (Hernández-Sampieri et al., 2014). Relacionado con la investigación este enfoque permitió analizar la situación actual del sector alimenticio y bebidas en la ciudad de Piñas, en específico lo que tiene que ver con la preparación de bebidas y el nivel de conocimiento sobre bebidas autóctonas del Ecuador.

En cuanto al alcance del estudio, es de tipo descriptivo, porque se centra en especificar las características, propiedades y perfiles de un grupo o fenómeno determinado, sin que sea necesario establecer relaciones entre variables (Martínez y González, 2023). En este sentido, la investigación se orienta a caracterizar las condiciones actuales del personal encargado de la preparación de bebidas en bares y resto bares identificando aspectos como el nivel de capacitación prácticas utilizadas y principales limitaciones dentro del sector.

Acerca del diseño de investigación, se empleó el diseño no experimental de tipo transversal, ya que no se manipularon las variables de estudio y los datos se recolectaron en un único momento del tiempo (Zurita et al., 2018). Con este tipo de diseño se analizaron los fenómenos en su contexto natural, observando la realidad tal y como ocurre.

3.1 Participantes

La investigación se desarrolló en el cantón Piñas, provincia de El Oro, considerando como población de estudio a los establecimientos de alimentos y bebidas, en específico bares, cafés y hoteles que ofertan en sus menús bebidas preparadas. Para obtener una visión integral del sector se contó con dos grupos de participantes diferenciados:

- **Administradores y Gerentes:** La muestra se conformó por cinco establecimientos, distribuidos de la siguiente manera: dos cafeterías, dos bares-discotecas y un hotel. Cabe mencionar que, en cada uno de los casos, la persona que proporcionó la información fue el gerente o administrador del establecimiento, debido a su conocimiento sobre la gestión operativa y el desempeño del personal.

- **Consumidores:** Se integró un grupo de 96 clientes y usuarios de los establecimientos mencionados. Este grupo permitió identificar las preferencias de consumo, el nivel de aceptación de nuevos ingredientes y la percepción sobre la identidad gastronómica local.

En esta investigación se utilizó la muestra no probabilística en la que la selección de los casos no depende del azar sino de decisiones del investigador y se realiza mediante criterios específicos y no necesariamente todos los elementos tienen la misma probabilidad de ser elegidos. Dentro de esta modalidad, se aplicaron dos tipos de muestreo:

- El muestreo por conveniencia que permite seleccionar los casos accesibles que aceptan incluirse en el estudio basándose en la facilidad de acceso y proximidad de los objetos para el investigador (Otzen y Manterola, 2017). El mismo resulta pertinente en investigaciones de alcance descriptivo donde se busca obtener información específica del contexto que estudia.
- El muestreo accidental o incidental: aplicado al grupo de consumidores, donde la muestra se conformó por 96 individuos que estuvieron disponibles y aceptaron participar voluntariamente durante el periodo de recolección de datos.

3.2 Instrumentos

En cuanto al instrumento utilizado se aplicó una encuesta, que consiste en un procedimiento sistemático ampliamente usado en las investigaciones cualitativas para obtener información directamente de los participantes sobre temas específicos (Katz et al., 2019). Y, como instrumento se utilizó el cuestionario estructurado, diseñado para responder a los objetivos de la investigación y aplicado a través de la plataforma Google Forms.

Para esta investigación se desarrollaron dos instrumentos diferenciados:

- **Cuestionario dirigido a administradores y gerentes:** Este instrumento se estructuró con un total de 18 preguntas, entre cerradas y semiabiertas. Su diseño permitió recolectar datos técnicos y operativos para diagnosticar la situación actual de los establecimientos de alimentos y bebidas en la ciudad de Piñas. Con estas interrogantes se midieron las siguientes variables:
 - Nivel de capacitación del personal en mixología.

- Tipos de bebidas preparadas con mayor frecuencia.
- Nivel de conocimiento sobre bebidas autóctonas del Ecuador.
- Percepción sobre la incorporación de bebidas tradicionales en la oferta comercial.
- Principales limitaciones técnicas y operativas en la preparación de bebidas.
- Necesidades de formación y actualización sobre el uso de insumos locales.
- **Cuestionario dirigido a consumidores:** Este segundo instrumento constó de 14 preguntas cerradas, enfocadas en identificar la demanda y el comportamiento del mercado. El objetivo principal fue conocer la percepción de los clientes respecto a la mixología de autor, evaluando su nivel de aceptación, preferencias de sabor y disposición hacia el consumo de bebidas alcohólicas que incorporen ingredientes autóctonos de la región.

Ambos instrumentos se validaron en función de los objetivos de la investigación, garantizando la obtención de información clara, pertinente y específica para el diagnóstico integral del sector en el cantón Piñas.

3.3 Procedimiento

La presente investigación se desarrolló en las fases que se detallan a continuación:

Fase 1: Revisión bibliográfica

En esta fase se recopiló y analizó la información teórica relacionada con la mixología, bebidas autóctonas del Ecuador y su aplicación en el sector de la gastronomía, además del marco legal turístico ecuatoriano, para tener un sustento sólido para el marco teórico del estudio.

Fase 2: Diseño del instrumento

Con base en la información teórica y los objetivos de la investigación, se diseñaron dos cuestionarios estructurados y digitalizados utilizando la herramienta ofimática Google Forms.

El primer instrumento, dirigido a los gerentes y administradores de los establecimientos, constó de 18 preguntas orientadas a evaluar el nivel de capacitación del

personal, las prácticas utilizadas, la oferta actual de bebidas y las principales limitaciones operativas del sector.

El segundo instrumento, dirigido a los consumidores, se estructuró con 14 preguntas diseñadas específicamente para conocer su percepción, nivel de aceptación y preferencias respecto a la oferta de bebidas alcohólicas elaboradas con ingredientes autóctonos.

Fase 3: Recolección de datos

Se procedió con la aplicación digital de las encuestas. Para el grupo de administradores, se gestionó el acceso a los cinco establecimientos seleccionados en la ciudad de Piñas. Para el grupo de consumidores, se distribuyó el instrumento de forma masiva hasta obtener la participación de 96 usuarios bajo un muestreo accidental, garantizando en todo momento la voluntariedad y el anonimato de los participantes.

Fase 4: Procesamiento y análisis de resultados

Los datos recolectados se exportaron desde Google Forms hacia el software Microsoft Excel. Se realizó un análisis estadístico descriptivo para tabular las respuestas y generar gráficos de frecuencia (barras y pasteles). Este procesamiento permitió contrastar la realidad operativa de los locales con las expectativas de consumo de los clientes, facilitando la detección de necesidades críticas.

Fase 5: Elaboración de la propuesta técnica

Finalmente, con base en los resultados del diagnóstico y la fundamentación teórica, se procedió al diseño de la "Guía de mixología para prestadores de servicios de alimentos para la ciudad de Piñas". En esta etapa se integraron técnicas de mixología contemporánea con el uso de ingredientes autóctonos representativos de la identidad gastronómica de todo el Ecuador, específicamente: chicha de jora, guarapo, agua de pítimas y maíz tostado. Es importante precisar que, si bien la propuesta se aplica en el cantón Piñas, estos insumos fueron seleccionados por su valor patrimonial a nivel nacional, permitiendo diversificar la oferta local con productos de amplia trayectoria en la cultura culinaria del país.

CAPÍTULO 4

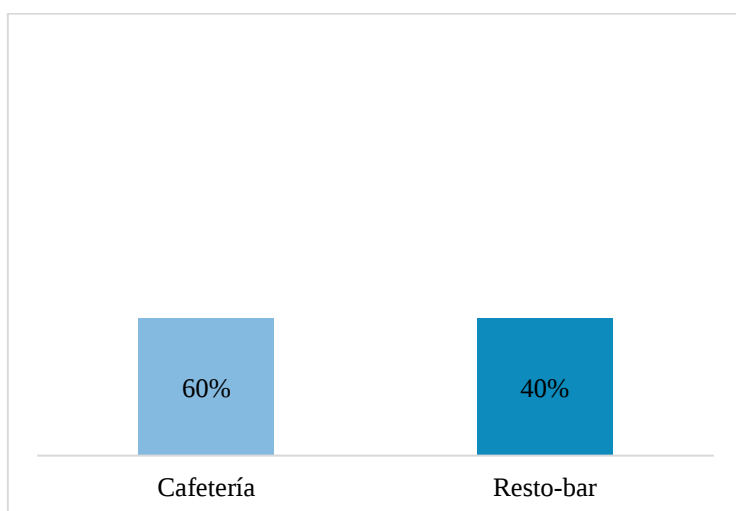
4. RESULTADOS

En primer lugar, se encuentran los resultados obtenidos de la encuesta aplicada a los administradores o gerentes de los lugares previamente establecidos. Dichos resultados son:

1. ¿Qué tipo de establecimiento administra?

Figura 16.

Tipo de establecimiento administrado

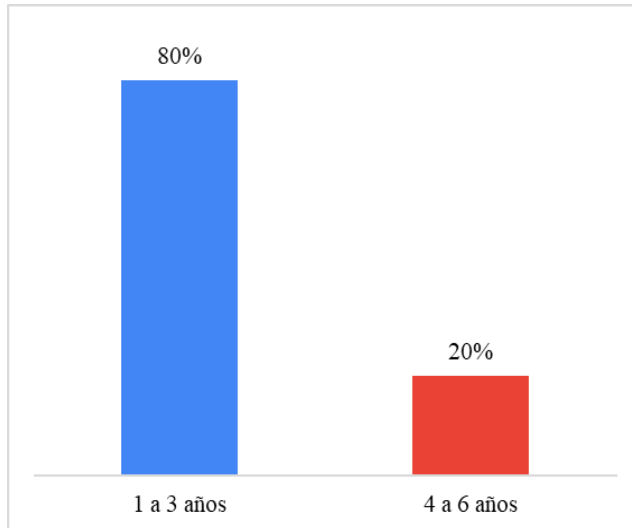


La proporción de cafeterías administradas por los encuestados fue moderadamente superior a la de los resto-bares.

2. ¿Cuántos años lleva en funcionamiento?

Figura 17.

Tiempo de funcionamiento de los negocios

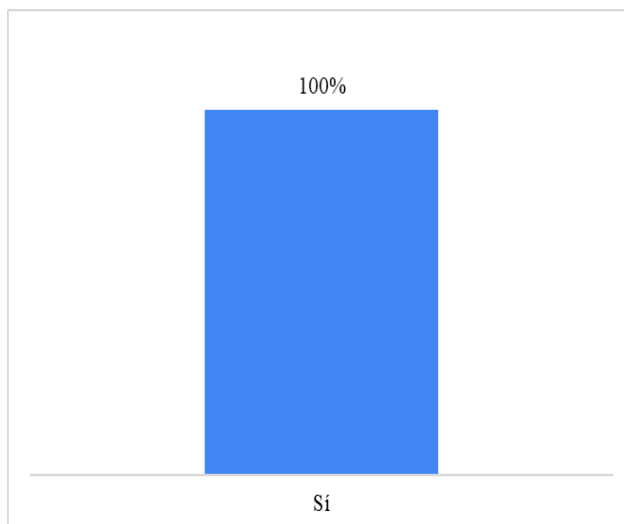


La gran mayoría de los establecimientos reportó tener entre uno y tres años de operación, superando con amplitud a aquellos con mayor antigüedad en el mercado.

3. ¿Cuenta su establecimiento con personal especializado en gastronomía o mixología?

Figura 18.

Disponibilidad de personal especializado

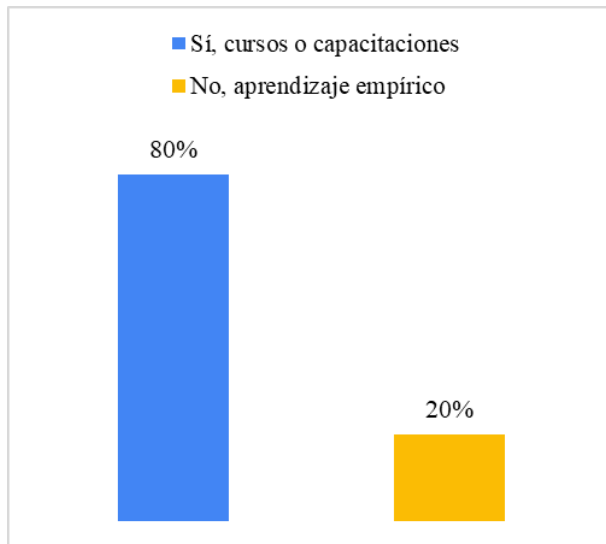


La totalidad de los encuestados afirmó contar con personal especializado en gastronomía o mixología en sus locales.

4. ¿Los bartenders o encargados del área de bebidas tienen formación profesional?

Figura 19.

Formación profesional en el área de bebidas

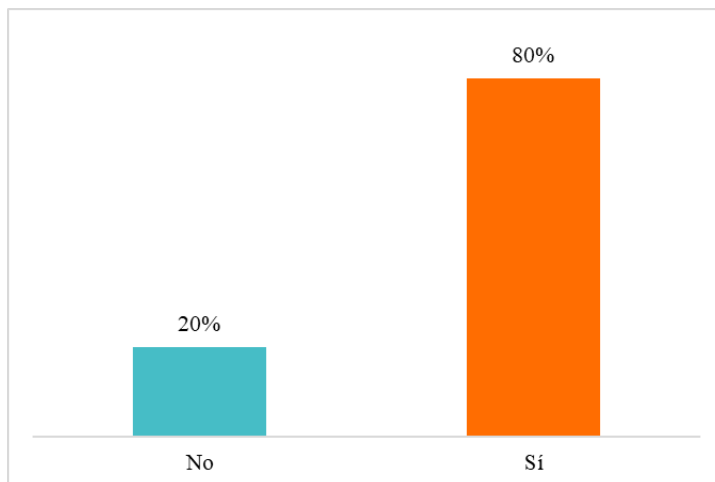


La instrucción formal del personal mediante cursos predominó ampliamente sobre la combinación de esta con el aprendizaje empírico.

5. ¿Su empresa realiza capacitaciones para el personal del área de bebidas?

Figura 20.

Ejecución de capacitaciones internas

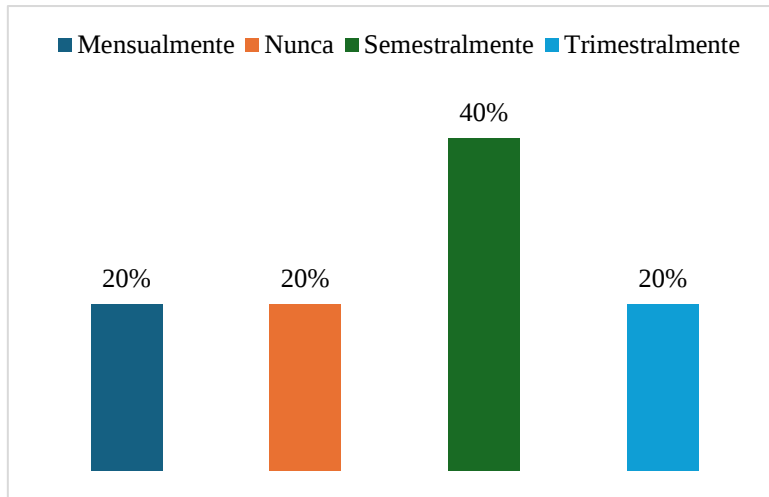


Una amplia mayoría de los administradores indicó que sus empresas brindaron capacitaciones internas para el área de bebidas.

6. ¿Con qué frecuencia reciben capacitaciones?

Figura 21.

Frecuencia de las capacitaciones del personal

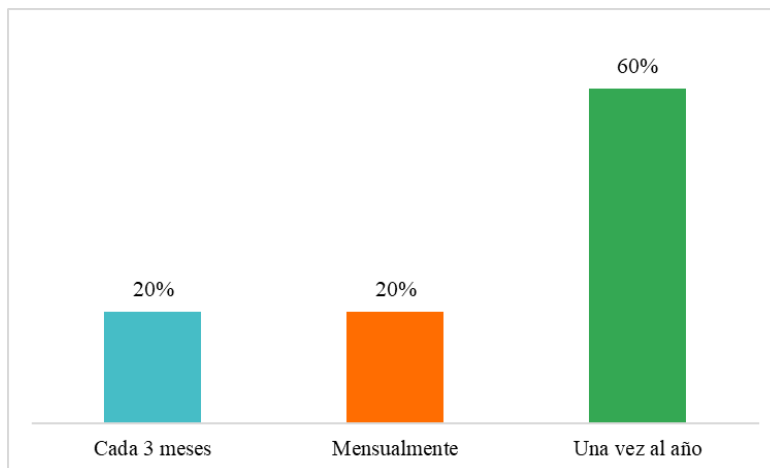


La periodicidad semestral de las capacitaciones destacó como la tendencia principal, seguida por proporciones minoritarias y equitativas entre periodos más cortos y la ausencia total de instrucción.

7. ¿Cada cuánto tiempo actualizan o innovan su carta de bebidas?

Figura 22.

Periodicidad en la actualización de la carta

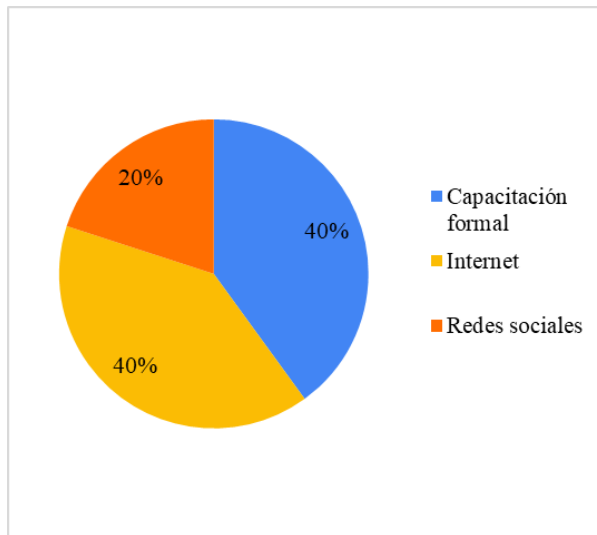


La renovación anual de la carta de bebidas constituyó la práctica mayoritaria, situándose por encima de las actualizaciones trimestrales o mensuales.

8. ¿De dónde obtiene normalmente las recetas de cócteles que ofrece su establecimiento?

Figura 23.

Fuentes de obtención de recetas para cócteles

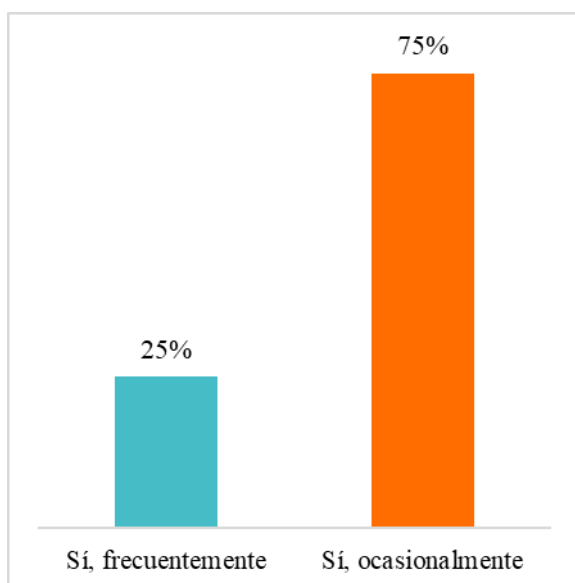


El origen de las recetas se dividió de forma equitativa entre la búsqueda en internet y la capacitación formal, relegando a las redes sociales a una fuente de consulta minoritaria.

9. ¿Utilizan ingredientes locales o productos autóctonos en sus bebidas?

Figura 24.

Uso de ingredientes locales o autóctonos

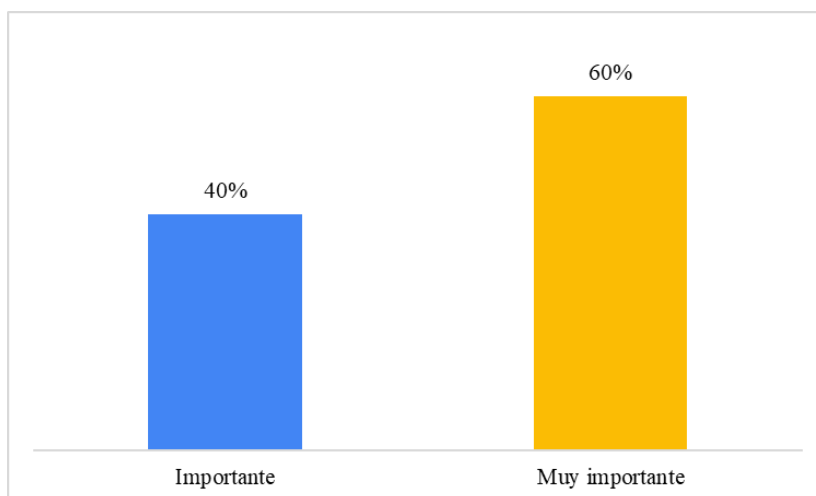


El uso ocasional de ingredientes locales dentro de las preparaciones superó de manera significativa a su incorporación frecuente.

10. ¿Considera importante que las bebidas complementen la experiencia gastronómica del cliente?

Figura 25.

Relevancia de las bebidas como complemento gastronómico

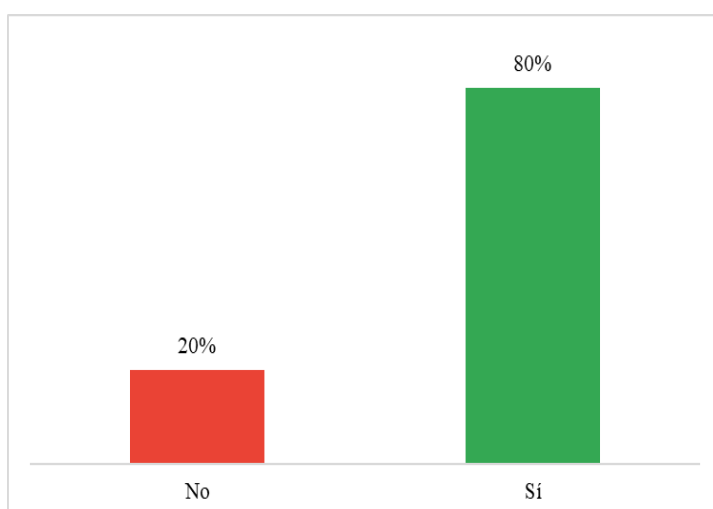


Todos los participantes valoraron positivamente la complementariedad de las bebidas; sin embargo, la consideración de este aspecto como "muy importante" fue superior a la de "importante".

11. ¿Ha implementado maridajes entre bebidas y platos en su establecimiento?

Figura 26.

Implementación de maridajes en el establecimiento

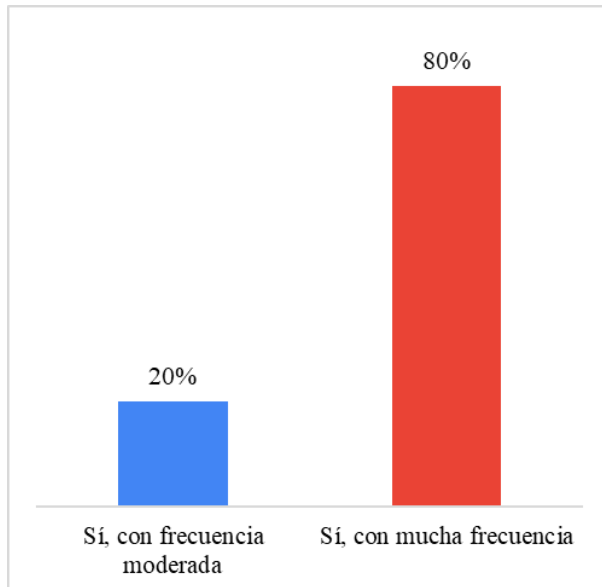


La aplicación práctica de maridajes entre platos y bebidas fue reportada por una amplia mayoría de los negocios.

12. ¿Considera que los clientes regresan frecuentemente a su establecimiento?

Figura 27.

Frecuencia de retorno de los clientes

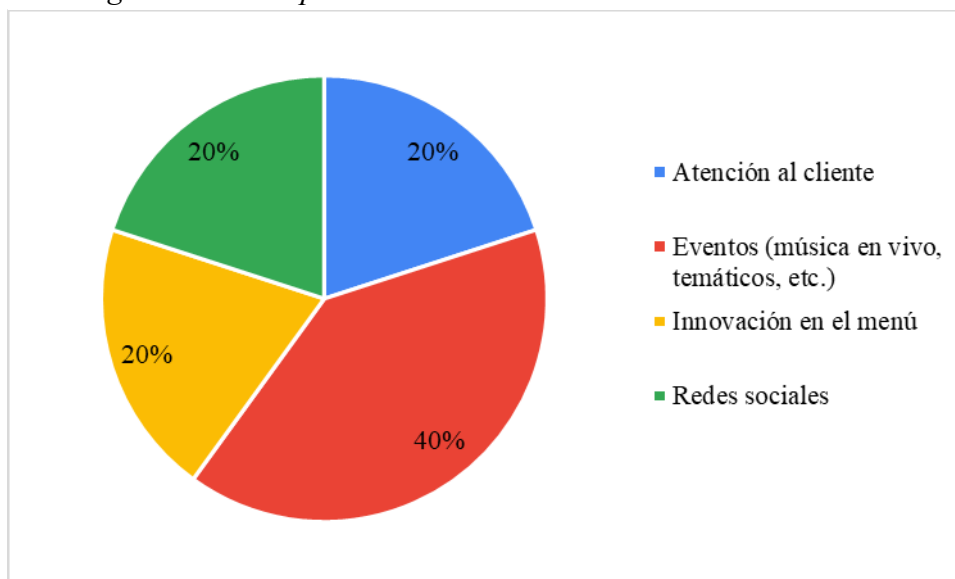


La percepción de un retorno de clientes muy frecuente dominó notablemente sobre las observaciones de un retorno moderado.

13. ¿Qué estrategias utiliza para fomentar que los clientes regresen?

Figura 28.

Estrategias utilizadas para la retención de clientes

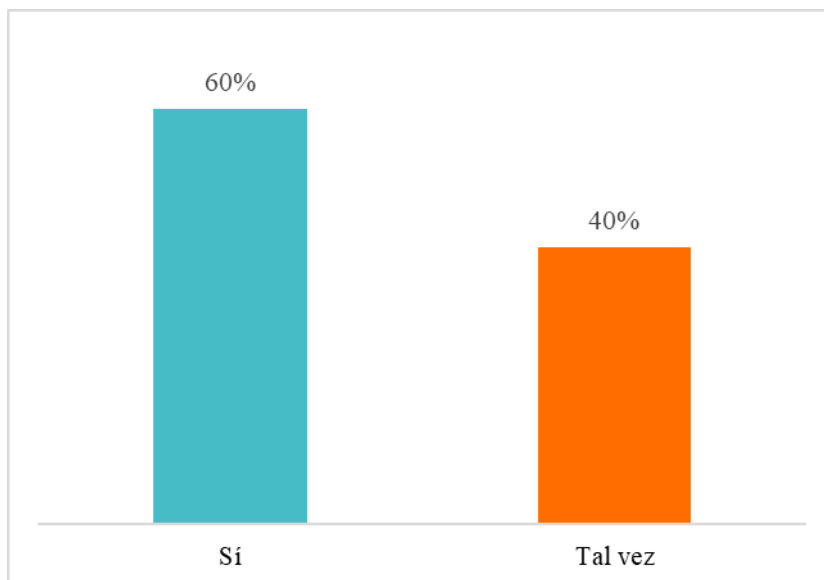


La organización de eventos artísticos o temáticos se posicionó como la táctica principal de retención, superando al resto de estrategias individuales como la atención al cliente o la innovación del menú.

14. ¿Cree que innovar en el menú de bebidas podría incentivar la fidelización de clientes?

Figura 29.

Innovación en bebidas como incentivo de fidelización

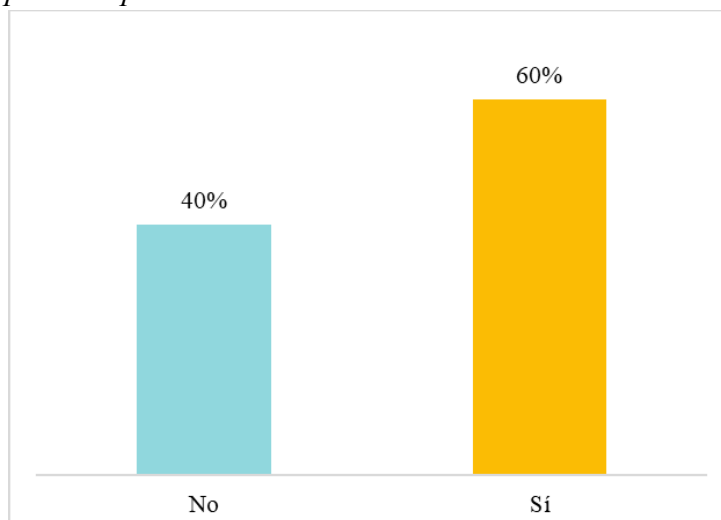


La certeza de que la innovación del menú sirvió como un incentivo directo de fidelización fue superior a la percepción de esta estrategia como una mera posibilidad.

15. ¿Su establecimiento ha recibido premios, certificaciones o reconocimientos?

Figura 30.

Recepción de premios o reconocimientos

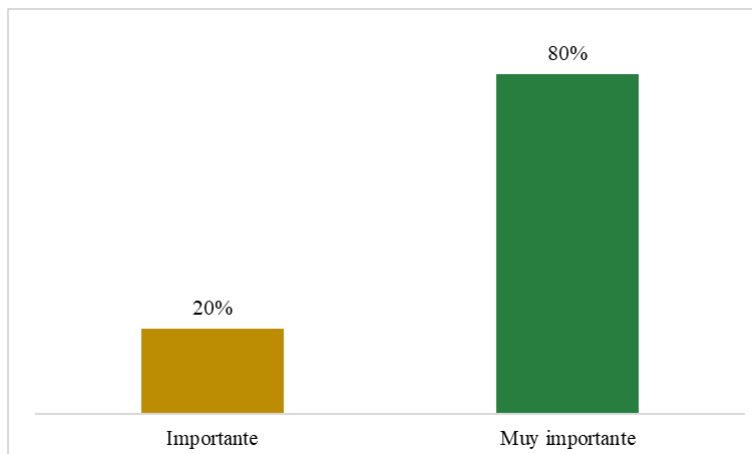


La cantidad de establecimientos que reportaron la obtención previa de reconocimientos o certificaciones fue levemente superior a la de aquellos sin galardones.

16. ¿Considera importante que su negocio tenga mayor visibilidad o reconocimiento gastronómico?

Figura 31.

Importancia de la visibilidad gastronómica

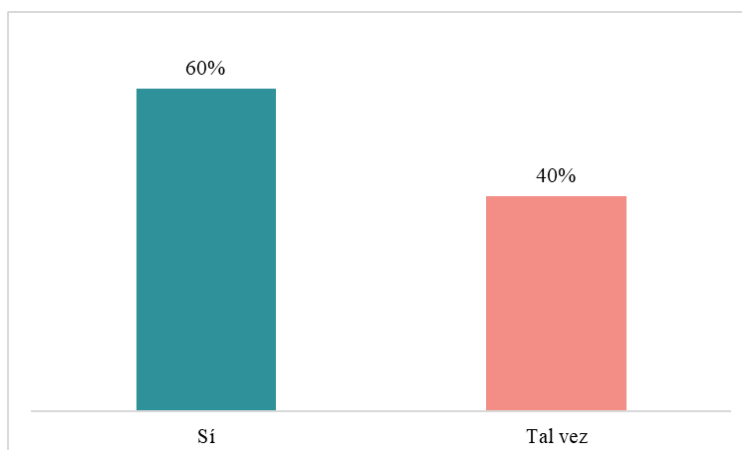


La búsqueda de una mayor visibilidad y reconocimiento comercial se consideró como un factor sumamente importante por la vasta mayoría de la muestra.

17. ¿Estaría dispuesto a invertir en capacitación para mejorar la oferta de bebidas en su establecimiento?

Figura 32.

Disposición para invertir en capacitación

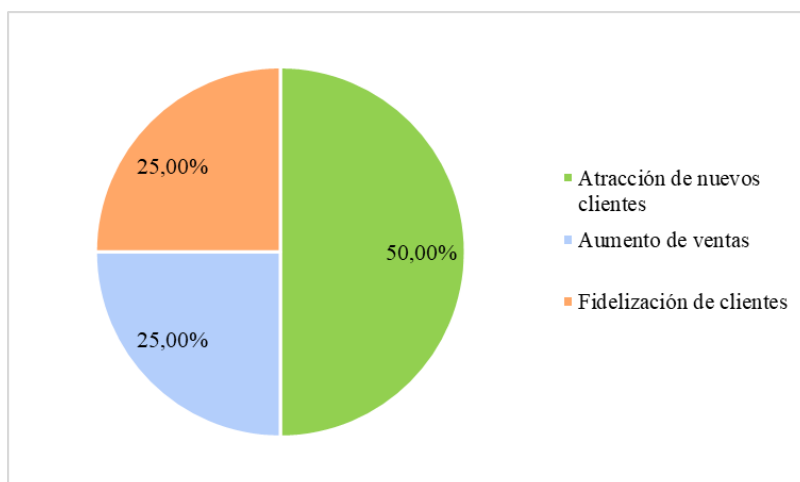


La intención afirmativa de invertir capital para mejorar la oferta de bebidas predominó sobre la actitud dubitativa de los administradores.

18. ¿Qué beneficios cree que podría generar la innovación en bebidas dentro de su negocio?

Figura 33.

Beneficios esperados por la innovación de bebidas



La expectativa de atraer nueva clientela constituyó el beneficio principal esperado, superando al incremento de ventas y a la retención de clientes actuales.

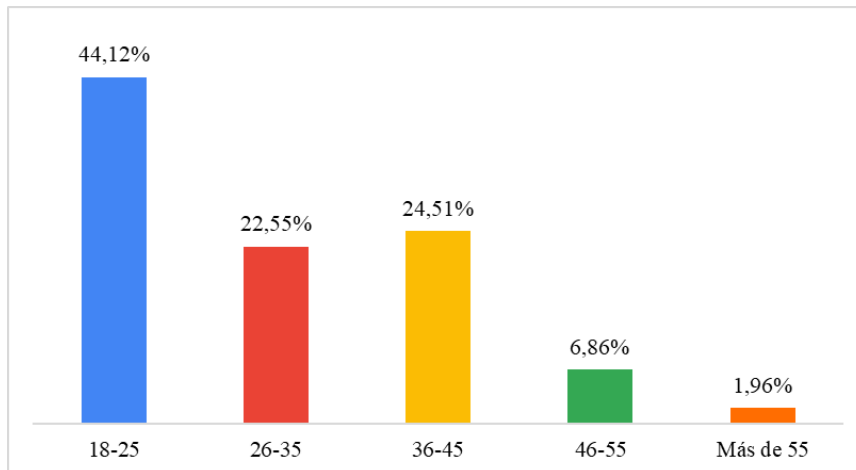
Con estos resultados se observó que el sector joven y profesionalizado reconoció la importancia de las bebidas en la experiencia gastronómica a través de la contratación de personal especializado y la implementación constante de maridajes. Sin embargo, se detectó una brecha entre sus aspiraciones comerciales y sus prácticas operativas ya que, si bien consideraron vital innovación para ganar visibilidad y atraer nuevos clientes, mantuvieron acciones conservadoras como la renovación únicamente anual de sus cartas y el uso minoritario de ingredientes locales.

A continuación, se presentan los resultados de la encuesta sobre las preferencias de consumo, el nivel de aceptación de nuevos ingredientes y la percepción sobre la identidad gastronómica local.

1. Edad

Figura 34.

Rango de edad de los consumidores

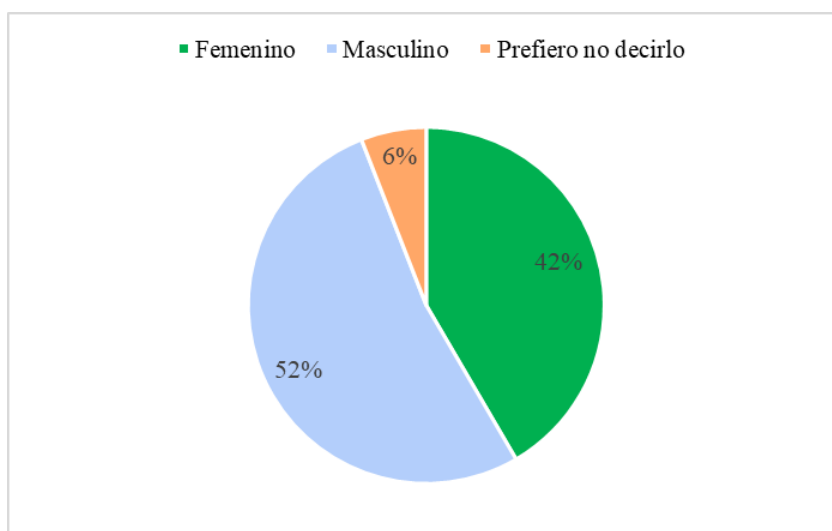


El porcentaje de usuarios entre 18 y 25 años fue notablemente superior al estado de grupos etarios, seguido por el segmento de 36 a 45 años, relegando a las poblaciones de mayor edad a una participación minoritaria.

2. Género

Figura 35.

Distribución por género

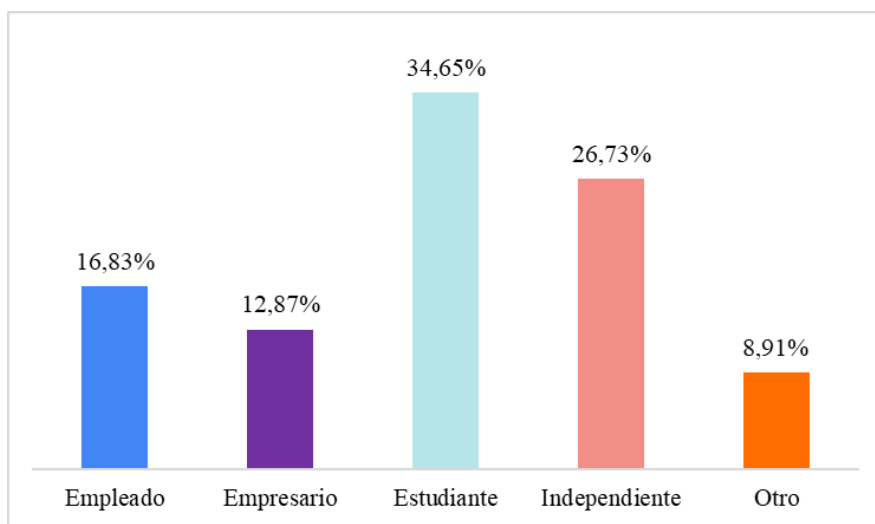


El porcentaje de consumidores masculinos fue ligeramente superior al femenino, mientras que una reducida fracción de la muestra optó por no indicar su género.

3. Ocupación

Figura 36.

Ocupación de los participantes

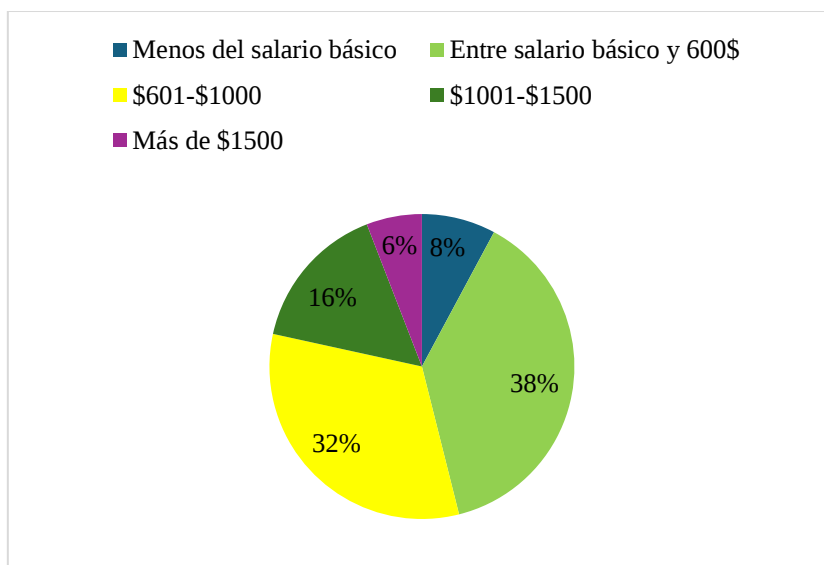


El grupo de estudiantes es el segmento predominante, superando a los trabajadores independientes, a los empleados formales y a los empresarios.

4. Ingreso mensual aproximado

Figura 37.

Nivel de ingreso mensual aproximado

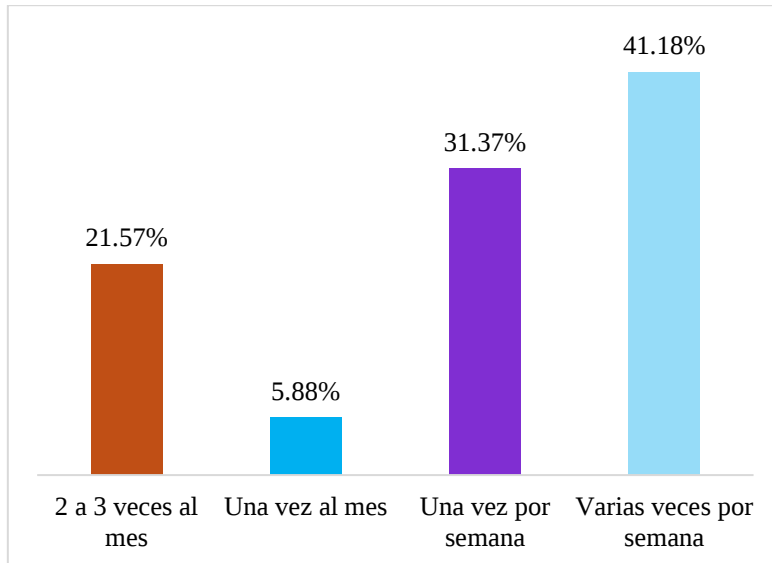


En su mayoría los encuestados reportaron ingresos comprendidos entre el salario básico y los 600 USD, seguida estrechamente por el rango de 600 a 1000 USD, situándose por encima de las categorías con ingresos superiores.

5. ¿Con qué frecuencia consume cócteles o bebidas preparadas?

Figura 38.

Frecuencia de consumo de bebidas preparadas

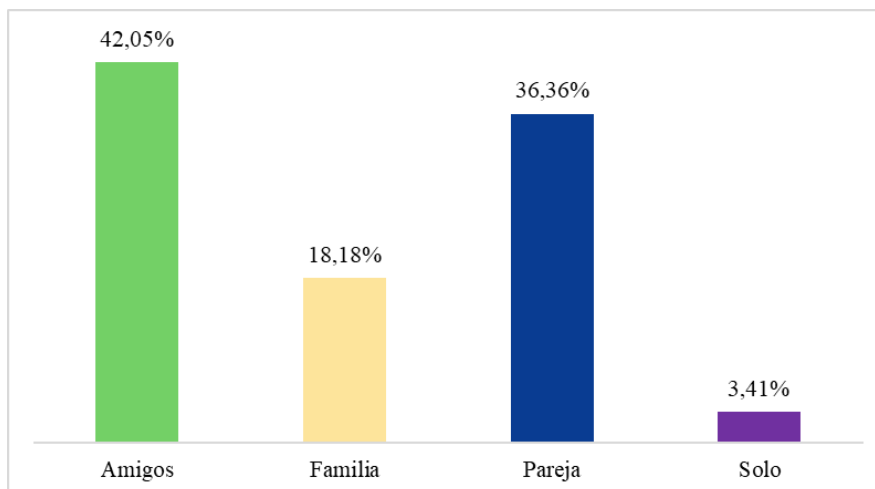


El consumo de cocteles varias veces por semana se convirtió en la práctica mayoritaria de la muestra, superando al consumo semanal y mensual.

6. ¿Con quién suele consumir bebidas en bares o restaurantes?

Figura 39.

Compañía habitual durante el consumo de bebidas

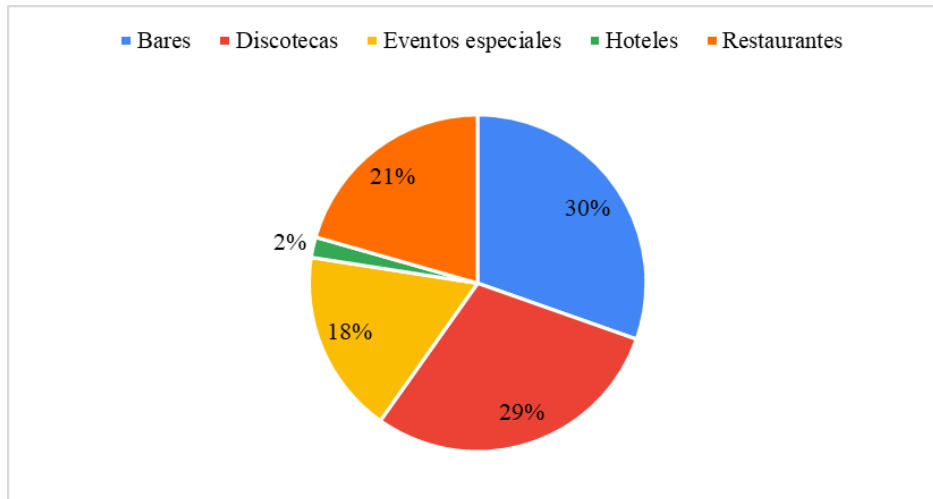


La asistencia a establecimientos en compañía de amigos resultó levemente superior a la asistencia en pareja, dejando el consumo con familiares o de forma individual en posiciones minoritarias.

7. ¿En qué tipo de lugar suele consumir cócteles?

Figura 40.

Establecimientos preferidos para consumir cócteles

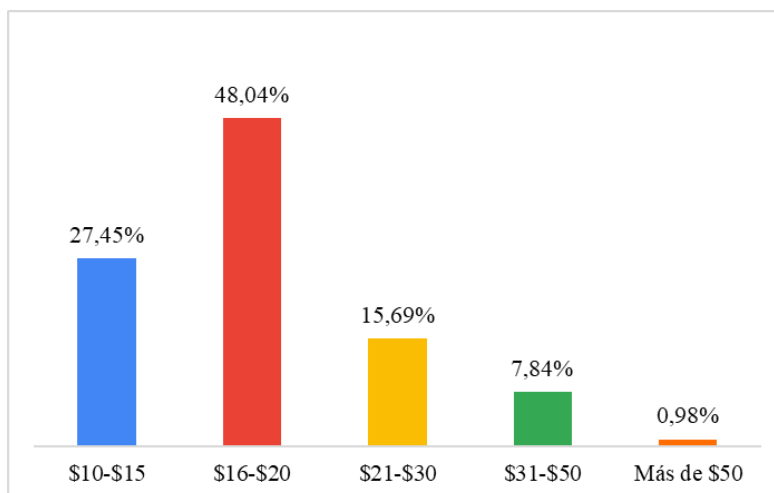


La preferencia por los bares y las discotecas aglomeró la mayor parte de las elecciones de manera casi equitativa, ubicándose por encima del consumo en restaurantes y en eventos especiales.

8. Aproximadamente, ¿cuánto gasta cada vez que visita un restaurante o bar?

Figura 41.

Gasto económico aproximado por visita

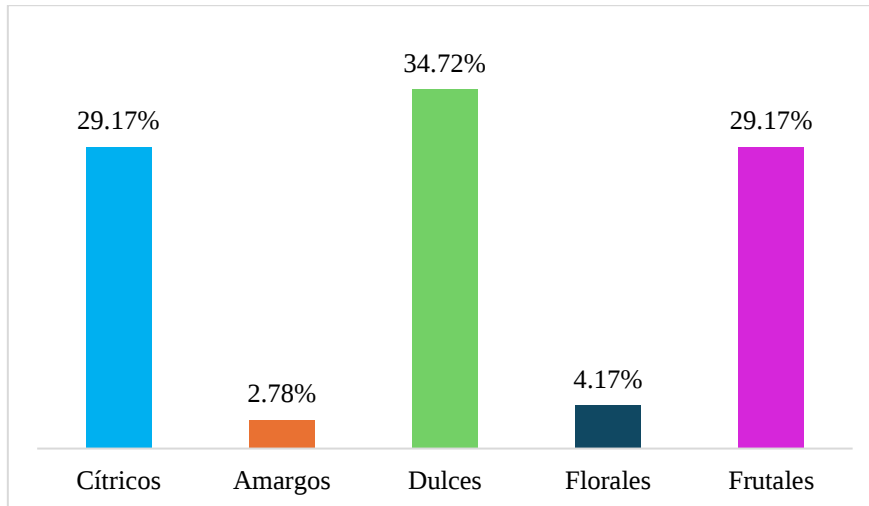


El desembolso económico de 16 a 20 USD por visita, pero dominó de forma significativa sobre el resto de las categorías seguido por un gasto más conservador de 10 a 15 US.

9. ¿Qué tipo de sabores prefiere en bebidas o cócteles?

Figura 42.

Preferencia de perfiles de sabores

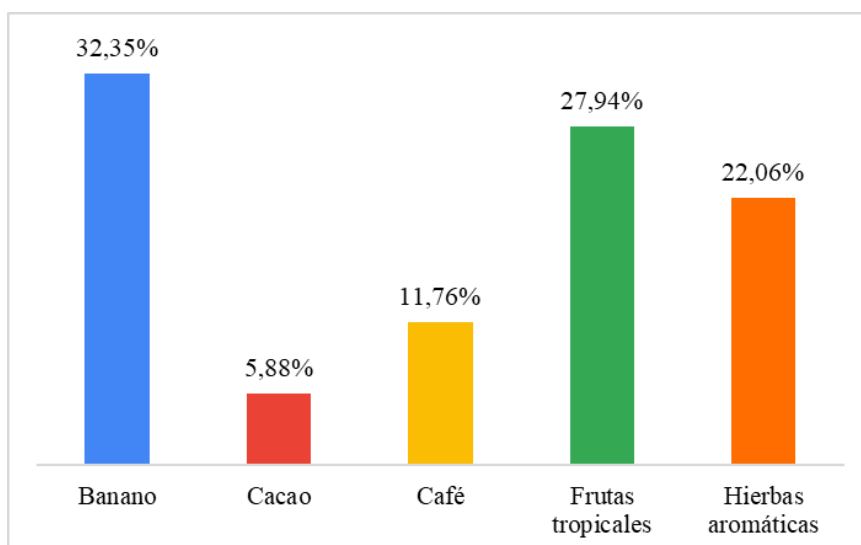


La preferencia de los usuarios hacia las bebidas dulces predominó ligeramente sobre los cítricos y los frutales.

10. ¿Cuáles de estos ingredientes locales le gustaría encontrar en un cóctel?

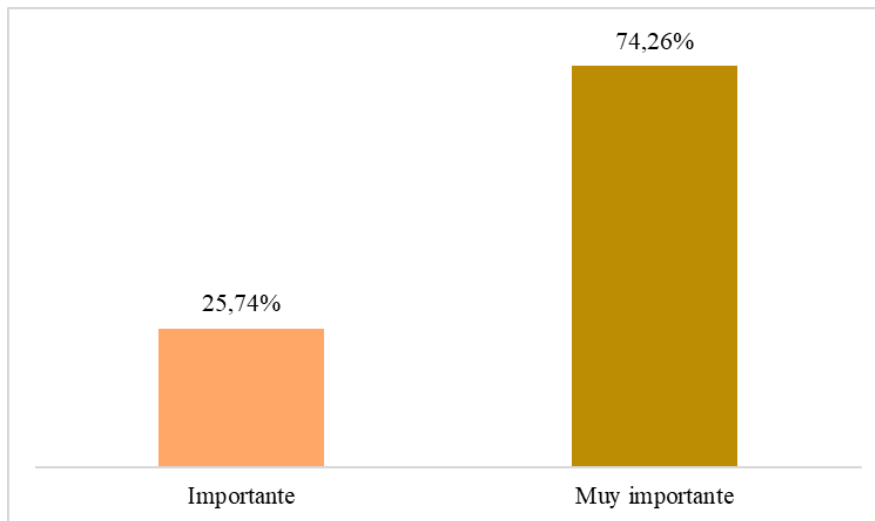
Figura 43.

Interés por ingredientes locales específicos



El deseo de encontrar banano y frutas tropicales dentro de las preparaciones dominó las elecciones de los consumidores, superando el interés por las hierbas aromáticas y el café.

11. ¿Qué tan importante considera la presentación estética de un cóctel?

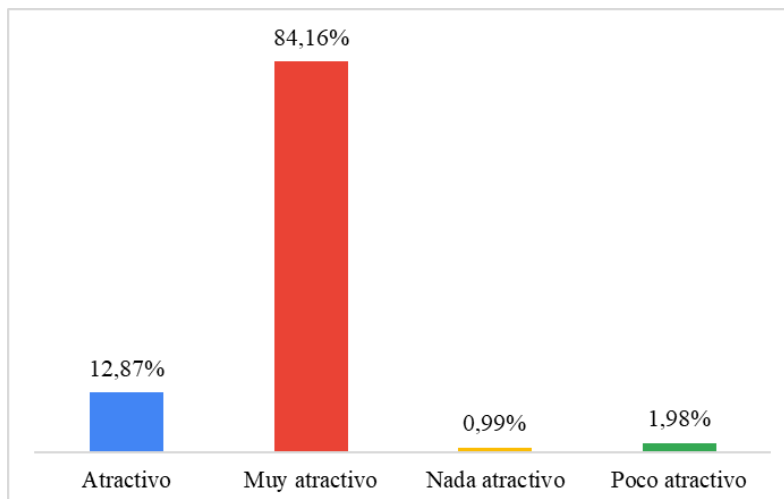


Una amplia mayoría de los encuestados consideró la presentación visual del cóctel como un atributo muy importante, relegando la valoración de simplemente "importante" a una fracción menor.

12. ¿Qué tan atractivo le resulta probar cócteles elaborados con ingredientes locales?

Figura 44.

Nivel atractivo de la coctelería con ingredientes locales

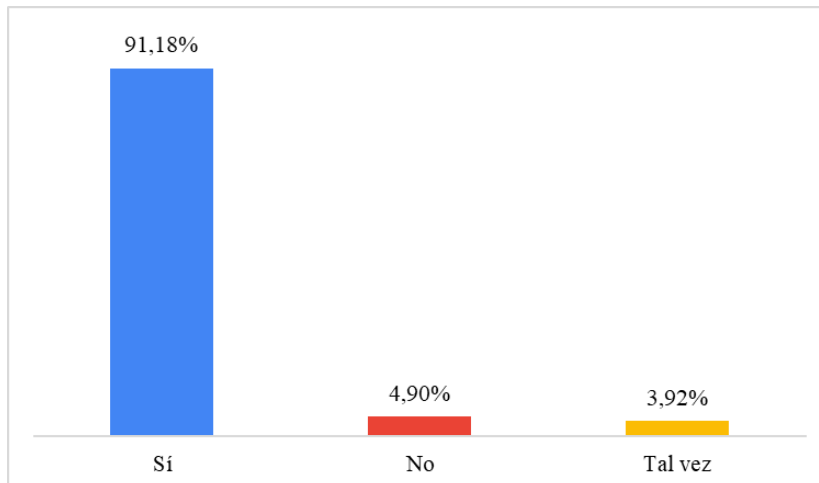


La percepción de los cócteles elaborados con insumos autóctonos como una alternativa "muy atractiva" dominó ampliamente las respuestas, por encima de las valoraciones moderadas o negativas.

13. ¿Le interesaría probar bebidas personalizadas según sus gustos?

Figura 45.

Interés en la personalización de bebidas

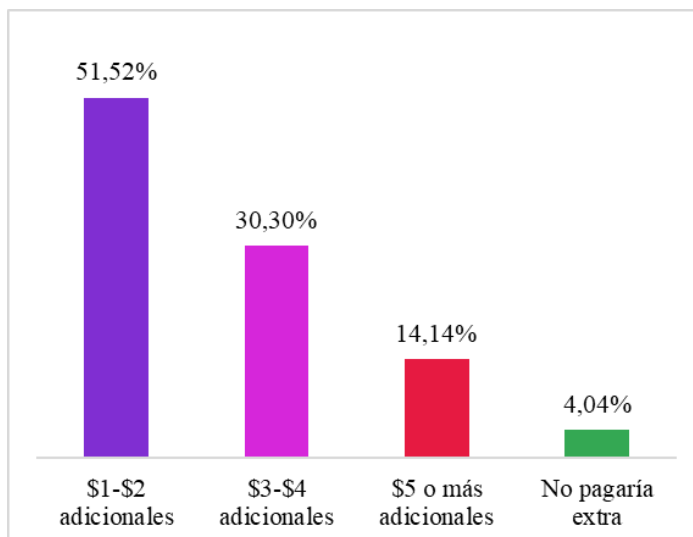


El interés afirmativo por probar bebidas adaptadas a gustos individuales abarcó a la casi totalidad de la muestra, superando de manera contundente a la negativa o a la duda.

14. Si un cóctel utiliza ingredientes autóctonos de la región y una preparación innovadora, ¿cuánto extra estaría dispuesto a pagar?

Figura 46.

Disposición de pago adicional



En su mayoría los usuarios afirmaron que pagaría un excedente económico de uno a 2 USD más por bebidas innovadoras con ingredientes locales, superando a quienes indicaron montos mayores y a la minoría que rechazó asumir un costo extra.

Con estos hallazgos se demostró la existencia de un mercado consumidor joven de asistencia frecuente y altamente receptivo a la innovación que valoró significativamente la presentación estética y mostró una clara disposición a pagar un valor adicional por bebidas que incorporen ingredientes autóctonos. Situación con la que se fundamenta y justifica de manera plena la pertinencia de diseñar una guía de mixología que se perfila como una herramienta estratégica indispensable para el sector.

CAPÍTULO 5

5. PROCESO DE SOCIALIZACIÓN

En el presente capítulo se encuentra la guía que se socializó con los prestadores de servicios de alimentos a través de un taller en el que se realizó lo siguiente:

Figura 47.

Guía de mixología



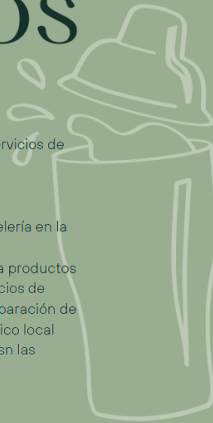
Objetivos

Objetivo Principal:

Elaborar una guía de mixología dirigida a prestadores de servicios de alimentos y bebidas

Objetivos Específicos:

- Analizar de manera contextual la realización de la coctelería en la ciudad de Piñas.
- Desarrollar una guía de coctelería y mixología en base a productos autóctonos que proporcione a los prestadores de servicios de alimentos y bebidas información detallada sobre la preparación de cocteles para la puesta en valor del recurso gastronómico local
- Ejecutar una capacitación piloto donde se implementen las directrices de la guía de mixología desarrollada



La coctelería es la mezcla de bebidas alcohólicas y no alcohólicas que resulta en una nueva bebida con un sabor propio y distintivo (Párraga y Vinueza, 2020). Asimismo Castro (2024) señala que la coctelería moderna se basa en una serie de principios que todo bartender profesional debe comprender para crear cócteles equilibrados, armoniosos y que resalten la esencia de los ingredientes utilizados.

Introducción

¿Qué es la Mixología?

Se destaca que la mixología se diferencia de la coctelería en su enfoque más especializado y detallado en la creación de bebidas, aplicando todos los conceptos necesarios y las técnicas pertinentes, asemejándose al término de chef dentro de una cocina, pero enfocado en la preparación de cócteles y bebidas de manera especializada (Carrillo, 2020).

Por ello, Castro y Ellis (2021) mencionan que la mixología implica experimentar y aprender sobre la base de un cóctel, incluyendo su origen, elaboración, sabores, texturas, colores, densidades y aromas, con la idea de emplear bebidas de calidad, frutas frescas y hierbas mezcladas al momento del consumo.

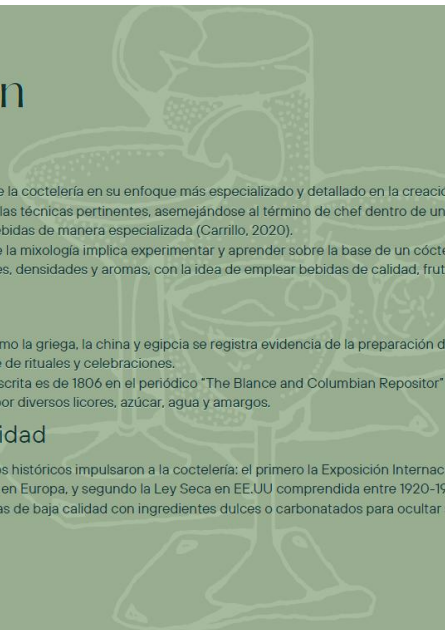
Historia breve

Desde el nacimiento de las civilizaciones como la griega, la china y egipcia se registra evidencia de la preparación de vino y otras bebidas alcohólicas desde el 700 a.C, que eran parte de rituales y celebraciones.

En cuanto al coctel, su primera referencia escrita es de 1806 en el periódico "The Blance and Columbian Repositor" en donde se describe que es una bebida estimulante compuesta por diversos licores, azúcar, agua y amargos.

Importancia de la creatividad

De acuerdo con Sesmero (2010), dos eventos históricos impulsaron a la coctelería: el primero la Exposición Internacional de París de 1900, que permitió se difundiera la cultura del coctel en Europa, y segundo la Ley Seca en EE.UU comprendida entre 1920-1933 que prohibió el alcohol, pero incentivó a la mezcla de bebidas de baja calidad con ingredientes dulces o carbonatados para ocultar su sabor y fomentar la creatividad.



Herramientas y estación de trabajo



HERRAMIENTAS FUNDAMENTALES (EL ARSENAL)

- COCTELERAS (SHAKERS)
- JIGGER (MEDIDOR):
- VASO MEZCLADOR Y CUCHARA DE BAR (BAILARINA)
- MACERADOR (MUDDLER)
- COLADORES (STRAINERS)
- CUCHILLO DE BAR Y PELADOR



Ingredientes locales

En este cantón la producción agrícola relevante se basa en café cacao banano frutas tropicales como guanábana, cítricos, maracuyá y plátano. Asimismo, productos propios de la zona como el café zarumeño y la panela son ingredientes que dan paso a la innovación en mixología con cócteles infusionados, jarabes de frutas locales o licores de cacao que pueden ser ideales para los bares locales (Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2025).





1.– Amanecer andino

Ingredientes:

2 oz Chicha de jora
2 oz Ron añejo
1 oz Sirop de Jamaica
½ Jugo de limón

Preparación:

En un vaso previamente preparado, se colocan cubos de hielo que aportan frescura y equilibrio a la mezcla. A continuación, se incorporan dos onzas de chicha de jora junto con dos onzas de ron añejo, logrando una base aromática y con carácter. Seguidamente, se añade media onza de jugo de limón, que aporta un toque cítrico y realza los sabores. Finalmente, con ayuda de una ballarina, se vierte cuidadosamente el sirope de Jamaica, permitiendo que descienda lentamente para crear un elegante efecto degradé, donde los colores se separan de forma sutil, dando como resultado una presentación visualmente atractiva y sofisticada.

2.– Caña viva

Ingredientes:

2 oz gin
2 oz guarapo
hojas de Albahaca o hierbabuena
Jugo de limón
Soda – guitig

Preparación:

En una elegante copa balloon, previamente enfriada con hielo para asegurar una temperatura óptima, se incorporan dos onzas de gin junto con dos onzas de guarapo, creando una base fresca y ligeramente dulce. A continuación, se añaden delicadamente hojas de albahaca o hierbabuena, previamente golpeadas para liberar sus aceites esenciales y potenciar su aroma. Se integra un dash de jugo de limón que aporta un sutil toque cítrico y equilibrante. Finalmente, se completa la preparación rellenando con soda o guitig, según la intensidad deseada, hasta llenar la copa, logrando un cóctel refrescante, aromático y de carácter versátil.





3.– Nativo

Ingredientes:

1 ½ vodka con chulpi
1 oz jugo de naranja
½ miel o sirop simple
Aromatizar con canela

Preparación:

Este cóctel parte de una técnica previa de maceración, en la que el vodka se infundiona con chulpi, permitiendo que absorba sus notas tostadas y características. Para lograr un perfil más limpio y equilibrado, el chulpi se lava previamente, eliminando el exceso de sal y grasa, evitando así una sensación pesada en boca. En la preparación, se incorpora una onza y media de este vodka infusionado, junto con una onza de jugo de naranja que aporta frescura y un matiz cítrico. Se añade media onza de miel o sirope simple para equilibrar los sabores, y finalmente, se aromatiza con canela, aportando un toque cálido y envolvente que realza la complejidad del cóctel.

4.– Tomebamba

Ingredientes:

2 oz gin
agua de pitimas
1 oz jugo de limón
½ miel

Preparación:

En una copa baloon previamente enfriada con abundante hielo, se inicia la preparación incorporando dos onzas de gin, seguidas de una onza de jugo de limón que aporta frescura y vivacidad. A continuación, se añade miel de abeja, mezclando cuidadosamente hasta lograr su completa disolución e integración con los demás ingredientes. Una vez equilibrada la base, se rellena la copa con agua de pitimas, aportando un matiz delicado y exótico. Finalmente, se decora con flores o con los elementos aromáticos disponibles— permitiendo que el gin capture y resalte sus aceites esenciales, dando como resultado un cóctel fragante, fresco y visualmente encantador.





5.1 Introducción y justificación de la socialización

Al concluir la fase de diseño de la guía se procedió a la etapa de socialización, proceso que constituyó como una instancia de validación externa, cuyo objetivo fue verificar la aplicabilidad técnica la viabilidad de los ingredientes y la relevancia conceptual de la propuesta dentro del entorno operativo real. La interacción directa con los actores del sector de alimentos y bebidas permitió legitimar el uso de insumos tradicionales de ecuatorianos en coctelería contemporánea.

5.2 Metodología

La socialización se ejecutó de forma presencial el día 20 de abril a las 14:00, en las instalaciones del restaurante Montañita. La convocatoria se realizó previamente a través del envío de invitaciones digitales vía WhatsApp a los establecimientos seleccionados durante la fase de diagnóstico. El grupo de asistentes se conformó principalmente por el personal operativo de primera línea, específicamente bartenders y meseros locales, quienes son los encargados directos de la preparación y venta de las bebidas.

5.3 Presentación del diseño de la guía

Durante la reunión, se presentó la estructura del manual y se expuso la fundamentación técnica para el uso de utensilios profesionales básicos (cernidor de gusanillo, cernidor de malla, bailarina, jigger y *mixing glass*). Posteriormente, se socializaron las cuatro preparaciones insignia de la guía, las cuales reinterpretan sabores ancestrales ecuatorianos bajo conceptos de mixología moderna:

- **Amanecer Andino:** es una propuesta fresca y cítrica basada en la chicha de jora y ron añejo, complementada con sirope de jamaica en técnica de degrade, rindiendo homenaje a la cordillera.
- **Caña viva:** es un coctel con sabores dulces y tropicales que rescata el guarapo (jugo de caña fresco o fermentado), equilibrado con gin y albahaca con toques cítricos.
- **Nativo:** es una bebida cálida y aromática que aplica la técnica de maceración de vodka con maíz chulpi tostado, aportando un sabor cotidiano de la sierra ecuatoriana.
- **Tomebamba:** es un tributo a la tradición cuencana, de perfil floral y elegante, que utiliza el agua de pítimas, en armonía con gin y miel.

5.4. Recepción y retroalimentación del sector operativo

Luego de la exposición de los conceptos y preparaciones, los asistentes manifestaron sus apreciaciones profesionales:

Pertenencia conceptual y versatilidad: los asistentes coincidieron en que la guía demostró estar bien estructurada y fuertemente centrada en el concepto real de la mixología. Además, valoraron de manera positiva la demostración de que, a partir de un

formato de cóctel tradicional, se pueden lograr múltiples preparaciones innovadoras utilizando ingredientes autóctonos que son accesibles con lo cual se democratiza la alta coctelería.

Figura 48.

Exposición de la guía



Valor narrativo para el servicio al cliente: los asistentes mencionaron que el uso de ingredientes con alta carga cultural como en el agua de pítimas o la chicha de jora son una excelente herramienta de narrativa comercial. Debido a que, en una degustación, explicar el origen de la bebida al comensal mejora significativamente la experiencia en la mesa y justifica el valor del producto.

Figura 49.

Intercambio de opiniones con los asistentes



Rentabilidad y accesibilidad a los insumos: los bartenders observaron que la sustitución de ciertos licores o siropes importados por elementos autóctonos como el

guarapo o la miel, además de rescatar la identidad, representan una ventaja económica, porque son ingredientes accesibles y menos costosos.

Figura 50.

Explicación de ingredientes



Viabilidad operativa en la barra: con relación a las técnicas presentadas, los asistentes consideraron que los métodos son aplicables a la realidad de un servicio de alto volumen. Técnicas como la maceración previa les resultaron atractivas, ya que, a pesar de requerir un trabajo de preparación anticipada, acortan los tiempos de ejecución y despacho durante las horas de mayor afluencia de clientes.

Figura 51.

Ejecución de técnicas



Limitaciones: por otro lado, identificaron también que existe una barrera administrativa para una posible implementación del proyecto, debido a que consideran que los administradores y gerentes de los locales no suelen priorizar la presentación

estética ni el concepto de las bebidas, sino que privilegian la cantidad de las bebidas por encima de la calidad visual.

Figura 52.

Cierre de la socialización



5.5 Conclusión del proceso de socialización

Con la aplicación del proceso de socialización se concluye que la guía propuesta es operativamente viable, altamente valorada por el personal de barra y pertinente para el rescate de los ingredientes de ecuatorianos. Sin embargo, el desafío principal para la instrucción de la mixología de autor no se centra en la falta de insumos o en la capacidad del personal, sino en la visión comercial de las gerencias. Por lo tanto, se determinó que la guía no sólo servirá como un recetario técnico, sino que deberá funcionar como una herramienta para capacitar paulatinamente tanto a los administradores, como al público general, demostrando que las bebidas con concepto y de alta calidad estética representan una ventaja competitiva y comercial superior al simple modelo de venta por volumen.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

Con el análisis contextual se concluye que el sector de alimentos y bebidas en la ciudad de Piñas posee personal con formación técnica, pero mantiene una oferta de coctelería conservadora y poco innovadora. Con los resultados se observó que el 60% de los establecimientos de actualiza su carta solo una vez al año con lo que se concluye que hay un estancamiento en la propuesta comercial frente a un mercado del 91.2% de los consumidores quienes manifestaron interés en bebidas personalizadas y de autor.

Con el desarrollo de la guía técnica se obtuvo una herramienta completa que integra técnicas de mixología contemporánea con el rescate de insumos de alto valor patrimonial como la chicha de jora, el guarapo, el agua de pítimas y el maíz chulpi. Dicha propuesta proporciona protocolos estandarizados que facilitan la puesta en valor del recurso gastronómico local, para transformar ingredientes tradicionales en productos de alta gama con identidad territorial.

El proceso de socialización y validación presencial confirmó la alta aplicabilidad y utilidad percibida de la guía por parte de los asistentes del grupo focal. En el taller se identificaron citaciones como que a pesar de que existe capacidad técnica y entusiasmo en los bartenders, la principal barrera para la innovación es la visión administrativa que prioriza el volumen de ventas sobre la calidad estética, por lo que es evidente la necesidad de un cambio en la gestión comercial del sector.

Finalmente se concluye que la microbiología actúa como un eje transformador importante para vincular la riqueza de los productos autóctonos con las exigencias del mercado turístico y contemporáneo en la ciudad de piñas. La integración de ingredientes tradicionales bajo protocolos profesionales además de responder al alto interés de los consumidores por la personalización de sus bebidas dota a los establecimientos de una ventaja competitiva basada en identidad territorial y la excelencia estética. Por lo tanto, la adopción de esta propuesta es fundamental para el sector ya que trascendería los modelos tradicionales orientados exclusivamente al volumen de venta y se lograría un posicionamiento comercial sólido. Dónde el valor narrativo y el prestigio de los insumos autóctonos se convierta en los pilares fundamentales de la experiencia gastronómica del cantón.

RECOMENDACIONES

Se recomienda a los administradores y propietarios de los establecimientos de piñas adoptar la guía propuesta en esta investigación de manera progresiva. Para que se pueda medir la rentabilidad individual de cada uno de los cocteles propuestos, acostumar al cliente habitual y facilitar la adaptación operativa del personal en la barra, canalizando de forma segura el interés del 83,3% de los consumidores por probar productos autóctonos.

Se recomienda también implementar programas de capacitación continua que involucren tanto al personal de barra como a las gerencias, la misma que no se debe limitar únicamente a la ejecución de recetas, sino que debe incluir áreas de costeo de bebidas y presentación. Si el bartender conoce el origen cultural de los ingredientes como el agua de pítimas o la chicha de jora, se justificará el valor del producto ante los clientes.

Es necesario que se fortalezcan alianzas estratégicas y de trato directo con los productores agrícolas de la zona para establecer acuerdos de comercio justo para el abastecimiento de insumos necesarios para la preparación de los cocteles. Con esto los negocios proyectarán una imagen de responsabilidad social y serán promotores activos del desarrollo económico del cantón.

A los prestadores de servicios se recomienda utilizar las preparaciones propuestas en la guía como una herramienta central para sus estrategias de marketing digital. Ya que al difundir preparaciones visualmente atractivas y con arraigo cultural en sus redes sociales, los establecimientos pueden captar la atención de turistas nacionales y extranjeros que buscan experiencias auténticas.

Para finalizar se propone a los establecimientos actualizar sus cartas de bebidas con más frecuencia y no solamente una vez al año. Esto se realizaría a través de dinámicas de investigación interna para crear menús de temporada, con el fin de mantener la expectativa de la clientela dinamizar las ventas y evitar que la oferta caiga en la monotonía identificada durante el diagnóstico inicial.

REFERENCIAS

- Acosta, J. (2017). La gastronomía ecuatoriana una estrategia de desarrollo turístico mediante la patrimonialización. *CONDET*, 18(15), 27–39. <https://files01.core.ac.uk/download/pdf/235204323.pdf>
- Ahmed, R. (2018). *Productos endémicos de Ecuador y su aplicación en la Gastronomía* [Tesis de Grado, Universidad de los Hemisferios]. <https://dspace.uhemisferios.edu.ec/server/api/core/bitstreams/668b7bff-1475-4cc5-8497-c8c30daf1b03/content>
- ARCSA. (2025). *Calificación de Restaurantes Coordinación Zonal 7*. <https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2026/01/REPORTE-DE-CALIFICACION-DE-RESTAURANTES-ZONA-7-2026.pdf>
- Azanza, C., & Chacón, D. (2018). *Análisis Cultural y Sensorial de la chicha de jora elaborada en la sierra norte ecuatoriana (Imbabura y Pichincha)* [Tesis de Grado, Universidad San Francisco de Quito (USFQ)]. <https://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/7335/1/138692.pdf>
- Blanco, O., & Figueroa, D. (2021). Mixología: un viaje léxico-semiótico de los cocteles. *Letras*, 64(105), 427–470. <https://share.google/GZOB9mgdnfDS3uazU>
- Cabrera, P. (2015). *El turismo sostenible como alternativa para el cantón Piñas, provincia de El Oro* [Tesis de Grado, Universidad de Cuenca]. <https://dspace-test.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/23564/1/ensayo.pdf#page=9.16>
- Carrillo, J. (2020). *La mixología y las emociones. Caso de estudio frutos andinos* [Universidad Técnica de Ambato]. [https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/31856/1/tesis con ultima resolucion.pdf](https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/31856/1/tesis%20con%20ultima%20resolucion.pdf)
- Castro, C. (2024). *Línea de cócteles inspirado en las aves residentes en las Islas Galápagos* [Pontificia Universidad Católica del Ecuador - Sede Ambato]. <https://repositorio.puce.edu.ec/server/api/core/bitstreams/db2a800e-5ca4-44ae-8fe4-1cfbe84e9b54/content>
- Castro, D., & Ellis, Y. (2021). *Proyecto de prefactibilidad para la producción de la bebida “jugo molecular” ubicado en la Parroquia Tarqui, del Cantón Guayaquil* [Universidad San Gregorio de Portoviejo]. [http://repositorio.sangregorio.edu.ec/bitstream/123456789/2216/1/CASTRO SUÁREZ Y ELLIS CARREÑO - Trabajo de titulación.pdf](http://repositorio.sangregorio.edu.ec/bitstream/123456789/2216/1/CASTRO%20SUÁREZ%20Y%20ELLIS%20CARREÑO%20-%20Trabajo%20de%20titulación.pdf)
- Dupont, E. (2022). *¿De dónde viene el cocktail?* El Aristócrata. <https://www.elaristocrata.com/entrada/de-donde-viene-el-cocktail/>
- Fundación Universitaria San Mateo. (2019). *Introducción a la coctelería*. https://moodlevirtual.sanmateovirtual.edu.co/RecursosGas/COCTELERIA/UNIDAD_UNO/ACTIVIDAD_1/RECURSO/UV_GR_DOE_COCTEL_U01_2121_UV01.pdf
- Gad de Piñas. (2024). *Actualización Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2023-2027*. <https://pinas.gob.ec/servicios/componente-territorial/>
- Gaspar, J. (2019). *La mixología conceptual y su relación con el entretenimiento en la ciudad de Huánuco* [Universidad de Huánuco]. https://repositorio.udh.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1010/T047_48768307T.pdf.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- González, M. (2021). *Mixología*. Scribd. <https://www.scribd.com/document/530478755/Mixologia>
- Gutiérrez, P., & Pulla, T. (2017). *Aplicación de técnicas de cocción en la elaboración de recetas de sal y dulce utilizando guarapo* [Tesis de Grado, Universidad de Cuenca].

- <https://rest-dspace.ucuenca.edu.ec/server/api/core/bitstreams/d500dd6b-384d-4ed6-a22b-ac2c3291b4bd/content>
- Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, C., & Bapstista-Lucio, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- INEC. (2012). *Ficha técnica de agricultura-chulpi*. https://aplicaciones2.ecuadorencifras.gob.ec/SIN/co_agricola.php?id=01122.01.01
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2025). *Resultados principales El Oro*. https://www.censoecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2024/01/Info_El-Oro.pdf
- Katz, M., Seid, G., & Abiuso, F. (2019). *La técnica de encuesta: Características y aplicaciones*. <http://metodologiadelainvestigacion.sociales.uba.ar/wp-content/uploads/sites/117/2019/03/Cuaderno-N-7-La-t%C3%A9cnica-de-encuesta.pdf>
- Ley de Turismo. (2001). Registro Oficial 309 de 19 de Abril Del 2001. <https://www.lexis.com.ec/biblioteca/ley-turismo>
- Ley Orgánica para el Fortalecimiento de las Actividades Turísticas y Fomento del Empleo. (2024). Suplemento Del Registro Oficial No. 525 de 25 de Marzo 2024. https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2024-05/LEY_ORGÁNICA_PARA_EL_FORTALECIMIENTO_DE_LAS_ACTIVIDADES_TURÍSTICAS.pdf
- Marín, I., Haro, G., & Ávalos, M. (2021). Análisis de la oferta turística-gastronómica de Ecuador y la implementación de estrategias de marketing. *Polo Del Conocimiento*, 6(8), 1–10. <https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/3015/html>
- Martín, C. (2023). *¿Qué es un bartender y cuáles son sus funciones en la industria de la coctelería?* Haddock. <https://www.haddock.app/blog/bartender>
- Martínez, F., & González, F. (2023). *Apuntes de Investigación Descriptiva y Explicativa*. Dipòsit Digital de La Universitat de Barcelona. <https://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/204620/4/IDEE-Apuntes-01.pdf>
- Ministerio de Agricultura y Ganadería. (2025). *Productores de Piñas se benefician con vivero de café*. <https://www.agricultura.gob.ec/productores-de-pinas-se-benefician-con-vivero-de-cafe/>
- Ministerio de Turismo. (2021). *Agua de Pítimas: deliciosamente refrescantes y curativas*. <https://www.turismo.gob.ec/agua-de-pitimas-deliciosamente-refrescantes-y-curativas/>
- Moreno, G., & Claudete, N. (2022). *Análisis para la promoción turística del recurso cascada La Florida, perteneciente al sitio el Carmen, parroquia Piedras*. [Tesis de Grado, Universidad Técnica de Machala]. <https://repositorio.utmachala.edu.ec/server/api/core/bitstreams/bad740b2-4f06-4aef-8b4d-887aee0d55f7/content>
- Naranjo, I. (2020). *Diseño de un plan de negocios para la creación de un centro de capacitación de bartenders en la ciudad de Quito, parroquia La Mariscal*. [Universidad Iberoamericana del Ecuador]. http://repositorio.unibe.edu.ec/bitstream/handle/123456789/315/NARANJO_AGUIRRE_IRVIN_ARTURO.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ochoa, M., Basurto, & Loayza, C. (2017). *Análisis Gastronómico del Cantón Piñas, Provincia de El Oro*. <https://redi.cedia.edu.ec/document/25774>
- Ordóñez, E., Fierro, A., & Gallegos, P. (2019). Potencial gastronómico y sinergias con al actividad turística. Caso de estudio Cantón Piñas Provincia de El Oro. *La Ciencia al Servicio de La Salud y La Nutrición*, 10, 281–291. <https://cssn.esPOCH.edu.ec/index.php/v3/article/view/89/86>

- Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *Int. J. Morphol.*, 35(1), 227–232. <https://scielo.conicyt.cl/pdf/ijmorphol/v35n1/art37.pdf>
- Párraga, Y., & Vinuesa, M. (2020a). Aporte a la innovación de la coctelería tradicional conservando la identidad cultural ecuatoriana. *Revista Científica y Tecnológica UPSE*, 7, 52–57. <http://scielo.senescyt.gob.ec/pdf/rctu/v7n2/1390-7697-rctu-7-02-00052.pdf>
- Párraga, Y., & Vinuesa, M. (2020b). Aporte a la innovación de la coctelería tradicional conservando la identidad cultural ecuatoriana. *Revista Científica y Tecnológica UPSE*, 7(2), 52–57. http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1390-76972020000200052
- Peñañiel, J. (2022). *Elaboración de cocteles de autor con base en bebidas tradicionales de la Sierra Ecuatoriana* [Tesis de grado, Universidad de Cuenca]. <https://restdspace.ucuenca.edu.ec/server/api/core/bitstreams/df6ffba2-6ef6-484c-afc4-98cdb67cf36c/content>
- Redacción Primicias (en prensa). (2026). *Mulano, la cafetería de especialidad en Piñas que entró al Top 50 de las mejores del mundo*. Primicias. <https://www.primicias.ec/entretenimiento/gastronomia/mulano-cafeteria-pinas-mejores-mundo-menu-precios-116178/>
- Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas. (2018). Registro Oficial Edición Especial 575 de 05-Oct.-2018. https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2018/11/Reglamento-de-alimentos-y-bebidas_OCTUBRE.pdf
- Rodríguez, D., Antamba, E., & Gallegos, G. (2025). Cocina patrimonial y turismo gastronómico en Ecuador: revisión sistemática de las estrategias de valorización cultural. *Revista San Gregorio*, 1(63), 1–13. <https://revista.sangregorio.edu.ec/index.php/REVISTASANGREGORIO/article/view/3653/1795>
- Rogel, G. (2018). *Guía gastronómica para la dinamización del turismo en el cantón Piñas, Provincia de El Oro, 2018* [Tesis de Grado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo]. <https://dspace.esPOCH.edu.ec:8080/server/api/core/bitstreams/70f9fc92-684b-4eeb-9c6b-b2a7b50ca7d7/content#page=30.57>
- Sarmiento, L. (2019). *Estudio de las tendencias en la coctelería para lograr innovación en los principales bares tradicionales del Centro Histórico de Lima, 2018* [Universidad San Martín de Porres]. https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/5226/SARMIENTO_CL.pdf;jsessionid=B22C23318C27989ADE2ACB936A6CE962?sequence=1
- Serrano, J. (2025). *Incorporación de tres ingredientes autóctonos del Ecuador: ovo, taxo y capulí en la mixología* [Tesis de Tecnología, Pontificia Universidad Católica del Ecuador]. <https://repositorio.puce.edu.ec/server/api/core/bitstreams/688b2848-f096-482c-898e-a0058423821d/content>
- Sesmero, J. (2010). UD1 Introducción. In *Coctelería* (pp. 7–14). Editorial Elearning.
- Superior de Gastronomía. (2023). *Más allá de las bebidas: 8 técnicas que aprendes en las clases de mixología*. Superior de Gastronomía Universidad. <https://www.sg.edu.mx/blog/tecnicas-que-aprendes-en-clases-de-mixologia>
- Zambrano, V. (2018). *Desarrollo de una línea de cocteles a base de currincho* [Tesis de grado, Universidad de las Américas]. <https://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/8919/1/UDLA-EC-TLG-2018-14.pdf>

Zurita, J., Márquez, H., Miranda, G., & Villasis, M. (2018). Estudios experimentales: diseños de investigación para la evaluación de intervenciones en la clínica. *Revista Alergia México*, 65(2), 178–186. <https://revistaalergia.mx/ojs/index.php/ram/article/view/376>

ANEXOS

Anexo 1.

Encuestas realizada a restaurantes y bares

Encuesta para restaurantes y bares

Objetivo: Identificar la situación actual
del sector de bebidas y detectar necesidades de innovación.

Sección 1. Información general del establecimiento

1. ¿Qué tipo de establecimiento administra?

☐ Resto-bar

☐ Hotel

☐ Cafetería

☐ Discoteca

☐ Otros: _____

2. ¿Cuántos años lleva en funcionamiento?

- ☐ Menos de 1 año
- ☐ 1 a 3 años
- ☐ 4 a 6 años
- ☐ 7 a 10 años
- ☐ Más de 10 años

Sección 2. Personal y capacitación

3. ¿Cuenta su establecimiento con personal especializado en gastronomía o mixología?

- ☐ Sí
- ☐ No

4. ¿Los bartenders o encargados del área de bebidas tienen formación profesional?

- ☐ Sí, formación técnica o universitaria
- ☐ Sí, cursos o capacitaciones
- ☒ No, aprendizaje empírico

5. ¿Su empresa realiza capacitaciones para el personal del área de bebidas?

- ☐ Sí
- ☐ No

6. ¿Con qué frecuencia reciben capacitaciones?

- ☐ Mensualmente
- ☐ Trimestralmente
- ☐ Semestralmente
- ☐ Anualmente

Sección 3. Innovación de bebidas

7. ¿Cada cuánto tiempo actualizan o innovan su carta de bebidas?

- ☐ Mensualmente
- ☐ Cada 3 meses
- ☐ Cada 6 meses
- ☐ Una vez al año
- ☐ Nunca

8. ¿De dónde obtiene normalmente las recetas de cócteles que ofrece su establecimiento?

- ☐ Internet
- ☐ Redes sociales
- ☐ Experiencia propia
- ☐ Capacitación formal

9. ¿Utilizan ingredientes locales o productos autóctonos en sus bebidas?

- ☐ Sí, frecuentemente
- ☐ Sí, ocasionalmente
- ☐ No, pero se ha considerado
- ☐ No se utilizan

Sección 4. Experiencia gastronómica

10. ¿Considera importante que las bebidas complementen la experiencia gastronómica del cliente?

- ☐ Muy importante
- ☐ Importante
- ☐ Poco importante
- ☐ Nada importante

11. ¿Ha implementado maridajes entre bebidas y platos en su establecimiento?

☐ Sí

☐ No

Sección 5. Recurrencia de clientes

12. ¿Considera que los clientes regresan frecuentemente a su establecimiento?

☐ Sí, con mucha frecuencia

☐ Sí, con frecuencia moderada

☐ Pocas veces

☐ No

13. ¿Qué estrategias utiliza para fomentar que los clientes regresen?

☐ Promociones

☐ Eventos (música en vivo, temáticos, etc.)

☐ Innovación en el menú

☐ Atención al cliente

☐ Redes sociales

☐ Otros (especifique)

14. ¿Cree que innovar en el menú de bebidas podría incentivar la fidelización de clientes?

☐ Sí

☐ Tal vez

☐ No

Sección 6. Reconocimiento y crecimiento

15. ¿Su establecimiento ha recibido premios, certificaciones o reconocimientos?

☐ Sí

☐ No

16. ¿Considera importante que su negocio tenga mayor visibilidad o reconocimiento gastronómico?

☐ Muy importante

☐ Importante

☐ Poco importante

☐ Nada importante

17. ¿Estaría dispuesto a invertir en capacitación para mejorar la oferta de bebidas en su establecimiento?

- ☐ Sí
- ☐ Tal vez
- ☐ No

18. ¿Qué beneficios cree que podría generar la innovación en bebidas dentro de su negocio?

- ☐ Aumento de ventas
- ☐ Fidelización de clientes
- ☐ Diferenciación del negocio
- ☐ Mejora de la imagen del establecimiento
- ☐ Atracción de nuevos clientes
- ☐ Otros (especifique)
-

Anexo 2.

Encuesta al público

Encuesta Público

La presente encuesta se realiza con fines académicos y para conocer las preferencias acerca de las bebidas en el cantón Piñas.

Sección 1. Datos generales

1. Edad

- ☐ 18-25
- ☐ 26-35
- ☐ 36-45
- ☐ 46-55
- ☐ Más de 55

2. Género

- ☐ Masculino
- ☐ Femenino
- ☐ Prefiero no decirlo

3. Ocupación

- ☐ Empleado
- ☐ Estudiante
- ☐ Independiente
- ☐ Empresario
- ☐ Otro

4. Ingreso mensual aproximado

- ☐ Menos del salario básico
 - ☐ Entre salario básico y 600\$
 - ☐ \$601-\$1000
 - ☐ \$1001-\$1500
 - ☐ Más de \$1500
-

Sección 2. Hábitos de consumo

5. ¿Con qué frecuencia consume cócteles o bebidas preparadas?

- ☐ Varias veces por semana
- ☐ Una vez por semana
- ☐ 2 a 3 veces al mes
- ☐ Una vez al mes

6. ¿Con quién suele consumir bebidas en bares o restaurantes?

- ☐ Amigos
- ☐ Pareja
- ☐ Familia
- ☐ Solo

7. ¿En qué tipo de lugar suele consumir cócteles?

- ☐ Restaurantes
- ☐ Bares
- ☐ Discotecas
- ☐ Eventos especiales
- ☐ Hoteles

Sección 3. Ticket promedio

8. Aproximadamente, ¿cuánto gasta cada vez que visita un restaurante o bar?

- ☐ \$10-\$15
- ☐ \$16-\$20
- ☐ \$21-\$30
- ☐ \$31-\$50
- ☐ Más de \$50

Sección 4. Preferencias de sabores

9. ¿Qué tipo de sabores prefiere en bebidas o cócteles?

- ☐ Frutales
- ☐ Dulces
- ☐ Cítricos
- ☐ Florales
- ☐ Amargos

10. ¿Cuáles de estos ingredientes locales le gustaría encontrar en un cóctel?

- ☐ Cacao
- ☐ Banano
- ☐ Frutas tropicales
- ☐ Hierbas aromáticas
- ☐ Café
- ☐ Otros: _____

11. ¿Qué tan importante considera la presentación estética de un cóctel?

- ☐ Muy importante
- ☐ Importante
- ☐ Poco importante
- ☐ Nada importante

12. ¿Qué tan atractivo le resulta probar cócteles elaborados con ingredientes locales?

- ☐ Muy atractivo
- ☐ Atractivo
- ☐ Poco atractivo
- ☐ Nada atractivo

13. ¿Le interesaría probar bebidas personalizadas según sus gustos?

- ☐ Sí
- ☐ No
- ☐ Tal vez

Sección 6. Disposición a pagar por valor agregado

14. Si un cóctel utiliza ingredientes autóctonos de la región y una preparación innovadora, ¿cuánto extra estaría dispuesto a pagar?

- ☐ \$1-\$2 adicionales
- ☐ \$3-\$4 adicionales
- ☐ \$5 o más adicionales
- ☐ No pagaría extra