



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN
SECRETARÍA DE FACULTAD

Av. Los Chacakis y Río Guaytabamba (Campus Huachi) / Teléfono (03) 2 990-261/Casilla 134

Ambato-Ecuador

Ambato 26 octubre 2020

RES- N°. FCHE-CD-2832-2020

Señores

MG. DANIEL SÁNCHEZ

MG. FERNANDA VITERI

MG. DIEGO MELO

MG. MARÍA JOSÉ MAYORGA

MG. YADIRA PROAÑO

DOCENTES

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACION

Presente

Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación, en sesión ordinaria realizada el 26 octubre 2020, en atención a los informes de estudio y calificación del Trabajo de Grado de Licenciatura, sobre el tema: **"LA MIXOLOGIA Y LAS EMOCIONES: CASO DE ESTUDIO FRUTOS ANDINOS"**, propuesto por el SR. **CARRILLO ZURITA JOEL XAVIER** ex estudiante de la carrera de Turismo y Hotelería modalidad presencial, promoción ABRIL – SEPTIEMBRE 2020 resuelve:

APROBAR LOS INFORMES DE ESTUDIO Y CALIFICACIÓN DEL TRABAJO FINAL DE GRADO, PRESENTADOS POR: **MG. FERNANDA VITERI Y MG. DIEGO MELO** COMO MIEMBROS DEL TRIBUNAL CALIFICADOR DEL TRABAJO FINAL DE GRADO CON EL TEMA **"LA MIXOLOGIA Y LAS EMOCIONES. CASO DE ESTUDIO FRUTOS ANDINOS"**, PROPUESTO POR EL EX ESTUDIANTE ANTES MENCIONADO; EN TAL VIRTUD SE SEÑALA EL DÍA **VIERNES 06 DE NOVIEMBRE DEL 2020, A PARTIR DE LAS 09H00**, COMO FECHA Y HORA PARA LA DEFENSA ORAL, ACTO SOLEMNE QUE SE LLEVARÁ A CABO POR MEDIO DE LA APLICACIÓN ZOOM, PARA LO CUAL DEBERÁ CONECTARSE AL CORREO ELECTRONICO QUE SE ENVIARÁ A SU CORREO INSTITUCIONAL, EN CONFORMIDAD A LO ESTABLECIDO EN LA NORMATIVA TRANSITORIA PARA LA EJECUCIÓN DEL PROCESO DE TITULACIÓN, DURANTE EL PERÍODO ACADÉMICO ABRIL –SEPTIEMBRE 2020, MIENTRAS DURE EL ESTADO DE EMERGENCIA SANITARIA (RESOLUCIÓN: 0789-CU-P-2020).

ACTUARÁ COMO PRESIDENTE DEL TRIBUNAL EL LCDO. MG. DANIEL SÁNCHEZ DELEGADO DEL SEÑOR DECANO DE LA FACULTAD, Y COMO PROFESORES SUPLENTE LA MG. MARÍA JOSÉ MAYORGA Y MG. YADIRA PROAÑO.

Atentamente,



SEGUNDO VICTOR
HERNANDEZ DEL
SALTO

Segundo Victor Hernandez del Salto

PRESIDENTE

CC: **SR. CARRILLO ZURITA JOEL XAVIER**
SECRETARÍA CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA PRESENCIAL
ARCHIVO NUMERICO CONSEJO DIRECTIVO
CARPETA: GRADOS POR TESIS

VHS/SES

INFORMACION PARA ELABORACIÓN DEL ACTA. FECHA DESIGNACION DEL TRIBUNAL DE ESTUDIO Y CALIFICACIÓN TRABAJO DE INVESTIGACIÓN: RES-FCHE-CD- 2832-2020 DEL 26 OCTUBRE DEL 2020, DIRECTOR MG. FRANCISCO TORRES CALIFICACIÓN PROMEDIO DEL TRABAJO ESCRITO DE INVESTIGACIÓN: (10.0 – 9.5/10)



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

**FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA
EDUCACIÓN**

CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA

MODALIDAD: PRESENCIAL

**Informe final del Trabajo de Graduación o Titulación previo a la obtención del
Título de Licenciado en Turismo y Hotelería**

TEMA:

**“LA MIXOLOGÍA Y LAS EMOCIONES.CASO
DE ESTUDIO FRUTOS ANDINOS”**

AUTOR: Joel Xavier Carrillo Zurita

TUTOR: Lcdo. Francisco Torres Oñate, Mg.

Ambato-Ecuador

2020

APROBACIÓN DEL TUTOR DE TRABAJO DE GRADUACIÓN O TITULACIÓN

Yo, Mg. Francisco Torres Oñate con C.I. 1803318169 en mi calidad de Tutor del Trabajo de Graduación o Titulación, sobre el tema **“LA MIXOLOGÍA Y LAS EMOCIONES. CASO DE ESTUDIO FRUTOS ANDINOS”** desarrollado por el egresado Joel Xavier Carrillo Zurita, considero que el mencionado informe investigado, reúne los requisitos técnicos, científicos y reglamentarios, por lo autorizo la presentación de los mismos ante el organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por parte de la Comisión calificadora designada por el H Consejo directivo.

CAMILO
FRANCISCO
TORRES ONATE

Firmado digitalmente
por CAMILO FRANCISCO
TORRES ONATE
Fecha: 2020.07.21
22:30:53 -05'00'

.....

Lcdo. Francisco Torres Oñate, Mg.
C.I. 1803318169

TRABAJO DE GRADUACIÓN O TITULACIÓN

AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Dejo constancia que el presente informe es el resultado de la investigación del autor, quien, basado en la experiencia profesional, en los estudios realizados durante la carrera, revisión bibliográfica y de campo, ha llegado a las conclusiones y recomendaciones descritas en la investigación. Las ideas, opciones y comentarios específicos en este informe, son de exclusiva responsabilidad del autor.



.....

AUTOR

C.I. 180439516-6

JOEL XAVIER CARRILLO ZURITA

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

El tribunal de receptor del Trabajo de Investigación presidido por el Doctor Segundo Víctor Hernández del Salto, Magister e integrado por Mg. Diego Melo y Mg. Fernanda Viteri; designados por la Unidad Académica de Titulación de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato, para receptor el Trabajo de Investigación con el tema: “LA MIXOLOGIA Y LAS EMOCIONES .CASO DE ESTUDIO FRUTOS ANDINOS”, elaborado y presentado por la Sr. Carrillo Zurita Joel Xavier, para optar por el Grado Académico de Licenciada en Turismo y Hotelería; una vez escuchada la defensa oral del Trabajo de Investigación el Tribunal aprueba y remite el trabajo para uso y custodia en las bibliotecas de la UTA.



.....
Ing. Diego Fernando Melo Fiallos, Mg.



Firmado electrónicamente por:
**MARIA
FERNANDA
VITERI TORO**

.....
Lic. Mg. María Fernanda Viteri Toro

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Cedo los derechos en línea patrimonial del presente trabajo final de grado o titulación sobre el tema La Mixología y las Emociones. Caso de estudio Frutos andinos autorizo su reproducción total o parte de ella, siempre que esté dentro de las regulaciones de la Universidad Técnica de Ambato, respetando mis derechos de autor y no se utilice con fines de lucro.



.....

AUTOR

C.I. 180439516-6

JOEL XAVIER CARRILLO ZURITA

DEDICATORIA

El proceso de la consiguiente tesis se la dedico a mi familia en general ya que cada uno me ha ayudado en parte en mi formación, pero de manera especial le agradezco a mi abuelita que supo ser siempre ese motor que me motivo a seguir adelante, de igual manera a mi madre y a mi tía que son las bases de mi formación personal.

AGRADECIMIENTO

Me permito:

Agradecer a mi abuela materna que hasta ahora es la motivación en mi vida para lograr grandes proezas.

Agradezco a mis familiares cercanos como mi Abuelo, Madre, Padrastro, tía materna, tío político que siempre y a su manera me ayudaron a progresar.

A mis compañeros de clase que con ellos se ha formado una amistad que ha ayudado al progreso de la carrera hasta su cúspide, en especial a mi grupo de amigos cercano.

Agradezco a la Universidad Técnica de Ambato, y a la carrera de turismo y hotelería y sus profesores que me formaron como un profesional capacitado.

Asigno un especial agradecimiento a mi tutor de tesis Lcdo. Francisco Torres Oñate, Mg., ya que ha sido una guía esencial no solo en el desarrollo de esta tesis sino a lo largo de la carrera emprendida.

Este trabajo está vinculado al proyecto de investigación "LABORATORIO DE COCINA TECNOEMOCIONAL Y DE LOS SENTIDOS CASO DE ESTUDIO PATRIMONIO ALIMENTARIO ECUATORIANO"

Joel Xavier Carrillo Zurita

Tabla de contenido

APROBACIÓN DEL TUTOR DE TRABAJO DE GRADUACIÓN O TITULACIÓN	iii
TRABAJO DE GRADUACIÓN O TITULACIÓN	iv
AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN	iv
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR	v
DEDICATORIA	vii
AGRADECIMIENTO	viii
Índice de Tablas	x
Índice de ilustraciones	xi
RESUMEN EJECUTIVO.....	xii
CAPITULO I	13
MARTCO TEÓRICO.....	13
1.1. Antecedentes investigativos.....	13
1.2. Objetivos	16
CAPITULO II	23
METODOLOGÍA	23
2.1 Materiales	23
2.2 Métodos	25
CAPITULO III	27
3.1 Análisis y discusión de resultados	27
3.2. Verificación de hipótesis	43
CAPITULO IV	46
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	46
4.1. Conclusiones	46
4.2. Recomendaciones	47
Bibliografía	49
ANEXOS.....	51

Índice de Tablas

Tabla 1 División de materiales y utensilios en la elaboración de cocteles	24
Tabla 2 Recursos a utilizar en la investigación	24

Índice de ilustraciones

Ilustración 1: Cristalería para coctelería	19
Ilustración 2 Categoría aceptabilidad	32
Ilustración 3 Categoría sabor.....	33
Ilustración 4 Categoría aroma	34
Ilustración 5 Categoría textura	35
Ilustración 6 Categoría cuerpo y presentación.....	36
Ilustración 7 Emocionesdel coctel obispo tomatoso	37
Ilustración 8 Emocionesdel coctel caipilula	38
Ilustración 9 Emocionesdelcoctel marianita	39
Ilustración 10 Emocionesdel coctel sex on the andes	40
Ilustración 11 Emocionesdel coctel ronsada.....	41
Ilustración 12 Emociones en General.....	42
Ilustración 13 Prueba de Friedman de las Emociones obtenidas por el consumo de cocteles.....	43
Ilustración 14 Prueba de Friedman de dos vías de varianza por rangos de muestras relacionadas	45

RESUMEN EJECUTIVO

TEMA: “LA MIXOLOGIA Y LAS EMOCIONES. CASO DE ESTUDIO FRUTOS ANDINOS”

AUTOR: Carrillo Zurita Joel Xavier

TUTOR: Lic. Mg. Camilo Francisco Torres Oñate

El actual proyecto de investigación se realizó mediante una investigación de campo con la participación de distintos tipos de participantes con conocimientos en distintas áreas relacionadas con el tema principal y con el objetivo de crear y disolver tanto un producto tangible como un folleto ilustrado sobre mixología y su derivado como la coctelería elaborada con frutos andinos y como la de descifrar las emociones obtenidas que derivan del consumo de alcohol, con esto conseguir que los cocteles realizados se puedan conocer a nivel tanto como nacional e internacional.

El proyecto recata la información obtenido de los distintos profesionales que han trabajado en la rama de la coctelería y las nuevas tendencias presentes hoy en día, y dicha información ayudara a la creación de nuevas combinaciones que nazcan de la imaginación de los apasionados por esta rama de la gastronomía, y resulta en una manera exitosa de promocionar la variedad frutal que tienen la región andina para ser expuesta a consumidores extranjeros.

Se elaboró estándares cognitivos y emocionales que ayudaron a detallar no solamente la apreciación de los participantes de la investigación sino también las emociones previamente y durante la investigación de campo. La finalidad del proyecto deriva en la necesidad de descifrar un campo poco estudiado como las emociones y como herramienta la mixología y con la incorporación de frutos andinos que son poco explotados comercialmente y que es un campo que hoy en día toma más fuerza en su desarrollo y que mediante este ayuda a la expresión más abierta de las emociones percibidas.

CAPITULO I

MARTCO TEÓRICO

1.1. Antecedentes investigativos

Para la revisión final del trabajo y su proceso se realizará bibliográficamente y será ordenado acorde a las definiciones más recientes y comprensibles de acuerdo a las variables; asimismo las definiciones resultantes de la investigación serán de manera empírica que beneficiara el desarrollo del proyecto.

La mixología es el estudio de la coctelería y la investigación titulada “**LA MIXOLOGÍA Y SU IMPACTO EN EL DESARROLLO DEL TURISMO**”, en la cual se examina la elaboración y producción de coctelería, que constituye una vivencia única para el consumidor, consiguiendo que la degustación llegue a su máxima manifestación de sabores, por lo cual determina un proceso de conocimiento y creatividad conjugando el perfecto servicio de esta (Mena, 2015).

Para comenzar definiremos el sitio en donde comenzó la distribución de estas bebidas y que rememora en la investigación titulada “ **COCTELERÍA** ”, los bares aparecen durante la edad media, donde aparecen sitios destinados a vender vinos y bebidas espirituosas, que en ese momento fueron llamados “tabernas”, la creación en sí de las cantinas surge en la capital Francesa, París durante el año 1680 donde fue por primera vez permitida su legal distribución, ya que únicamente se vendía para ser llevada a casa, y el 1700 en Inglaterra se toma el nombre de bar, siendo donde el cliente consume su bebida en una barra asutada en el mostrador (VALENCIA, 2019).

Por consiguiente la preparación de estas bebidas ya en una categoría comercial y profesional se llamó coctelería y en el estudio titulado “**GUÍA MIXOLÓGICA DE LAS BEBIDAS TRADICIONALES PARA EL TURISMO**”, en la cual define a la

coctelería como el arte de los bartenders al crear nuevas bebidas , el más destacado podemos decir que es el Martini como uno de los primeros en crearse y llamado “el rey de los cocteles”, siendo base de la coctelería los distintos destilados como el whisky, el brandy , el ron , la ginebra entre otras ,siendo el trabajo de los bartenders enmascarar o dulcificar el sabor de estos licores , mezclándolos con aguas gasificadas y combinados con jugos de frutas frescas (Santiago, 2017).

La definición de la palabra coctel según el libro titulado "**Coctelería y Enología**", procede de un término inglés cocktail que significa cola de gallo , que lo podemos puntualizar que es el mix o combinación de bebidas alcohólicas o no alcohólicas , ayudando a que el trabajo de camarero resalte y abriendo nuevas posibilidades de trabajo y volviéndose una de las principales características de los locales que ofrecen este servicio de este tipo de bebidas y uno de los principales oficios de la industria de alimentos y bebidas (Gallego, 2006).

También podemos destacar las nuevas tendencias de Mixología que hoy en día se desarrollan como la de la Mixología molecular que en la investigación titulada "**ANÁLISIS DEL USO DE LA COCTELERÍA MOLECULAR EN EL BULEVAR DEL DISTRITO DE BARRANCO, LIMA, PERÚ, 2018** “, nos refiere que es un término reciente que se ha tomado como una forma nueva y más refinada de mezclar cocteles , no siendo de agrado para barmans más tradicionales ,siendo técnicas y habilidades más sofisticadas (Figueroa, 2018).

Con las nuevas tecnologías que hoy en día se están renovando, esto ha facilitado el conocimiento de diversas técnicas y materiales de comunicación en el estudio titulado "**M-learning como herramienta de apoyo en la difusión de la comida tradicional: estudio de caso Ambato**" que nos habla de la aplicación de nuevas tecnologías para el desarrollo culinario de un sector en específico, facilitando el conocimiento a los posibles cliente (Páez-Quinde C, 2020)

Para el desarrollo de la segunda variable conoceremos que las emociones provienen del mismo lugar en donde se procesan las sensaciones placenteras del entorno y en la sección del siguiente libro **“De neuronas , emociones y motivaciones”**, nos muestra que estas sensaciones como la de sentirse libre en la naturaleza , el placer de degustar un chocolate , e incluso la embriaguez de probar una droga , de la misma manera el goce del enamorarse que libera a nuestros neurotransmisores y difumina la dopamina por todo nuestro cuerpo es provocando los estados emocionales (Pasantes, 2018).

Podemos definir de la misma manera que las emociones se catalogan como fenómenos mentales que se presentan en el ser humano, en el estudio titulado **“Sobre las emociones”** muestra que estos fenómenos mentales pueden ayudar a descifrar anomalías existentes en la mente humana, ayudándonos al trazar un mapa mental sobre una escala establecida, se podrá catalogar y poder dar solución a estos fenómenos mentales (Wollheim, 1999).

El término ‘emoción’ según la investigación **“Antropología de las emociones: conceptos y tendencias”** se emplea para hacer alusión a esas dinámicas que pueden determinarse en algo verdaderamente significativo, a los distintos eventos o comportamientos que una persona o grupo de personas pueden llevar a cabo y determinadamente en el contexto cultural y social (Bourdin, 2016).

En el libro **“Inteligencia emocional”** nos menciona que es necesario tener emociones y aceptar cada una de ellas como se presentan, y en los momentos que oportunamente se pueden desplegar, sin dejar de estar al tanto del límite de las mismas, logrando con ello que dichas emociones sean saludables y ayuden de forma constructiva para el mejor desarrollo de cada persona (Arraval, 2017).

Se catalogan a las emociones como reacciones complicadas en la que conyugan trabajando al mismo tiempo el cuerpo y la mente, provocando así tres variaciones de respuestas , el primero un estado de la mente subjetivo el sentirse bien o mal , el segundo es un envión que se puede dimitir abiertamente o no como evitar un evento o el llanto , y

finalmente las modificaciones físicas o respuestas corporales como la sudoración , ritmo cardiaco entre otros .estas variaciones se muestran objetivamente ante estímulos según la investigación titulada “**Desarrolla tu inteligencia emocional**” (Fernandez & Ramos, 2016).

1.2. Objetivos

1.2 .1. Coctel

Con la creación de nuevas bebidas y formas de prepararlas eso se denominaría coctelería y siendo que el producto final es el coctel, y en la investigación titulada“ **Cocteles y bebidas de diseño**” nos menciona claramente que la palabra coctel se definirá como: la preparación de una bebida, con distintas proporciones alcohólicas que se toman de distintas bebidas espirituales, así como otro tipo de ingredientes como jugos ,frutas, frutos secos ,salsas, especias entre otras , resultando una nueva y exquisita bebida que contendrá todos estos sabores combinados (Aquino, 2015) .

1.2.1.1 Partes del coctel

- **Base:** Siendo la parte principal de la preparación, conteniendo la mayor graduación alcohólica del coctel, su sabor predominara en la bebida, no tanto indispensable en ciertas preparaciones.
- **Modificador:** Son los ingredientes que, combinados con el componente alcohólico, disminuyen su intensidad en algunos casos con bebidas de menor intensidad o elementos líquidos o solidos que combinados conforman la bebida final.
- **Decoración:** Aquellos elementos que el barman prepara desde su creatividad sea con flores, hojas, cascaras de fruta que sirven para dar un toque creativo a la preparación final y que son agradables en la apreciación del comensal.

1.2.2 Clasificación de cocteles

Los cocteles se derivan según la manera de consumo y el tiempo que dura por lo cual tomaremos en cuenta las sensaciones que provocan, esto deriva en tragos cortos y largos, siendo los tragos cortos aquellos cocteles aperitivos y livianos que antes de una comida resalta los sabores del mismo, y los tragos largos que son cocteles refrescantes que contienen más alcohol, jugo de frutas y fragancias más fuerte, esta clasificación se nos muestra en la investigación llamada “**Diseño, producción y comercialización de un sistema para consumo de cocteles en casa**” (Duran, 2012).

1.2.2.1 Clasificación de cocteles por su función

- **Los aperitivos:** Son aquellas preparaciones un poco dulces y secas que su primordial sabor debe ser el de las frutas cítricas que contienen como el kiwi, la naranja, la piña, el limón, provocando la apertura del apetito del cliente.
- **Los digestivos:** son bebidas más dulces y cortas que ayudan al cliente con la digestión de los comestibles y por lo general son elaborados con siropes de frutas más dulces, o también con cremas que aumentan su sabor suave.
- **Los tragos largos y refrescantes:** se preparan, ya sean secos o dulces y en su preparación intervienen jugos de frutas y gaseosas que eliminan casi por completo el sabor alcohólico de las preparaciones, perfectas para reuniones sociales.

1.2.3 Material de coctelería

En la creación de la coctelería necesitamos materiales y equipamiento necesario que facilita la preparación, esto se detalla la investigación que trata sobre “**Elaboración del manual de operaciones, para el área de coctelería del laboratorio de servicios de la carrera de ingeniería en ecoturismo de la universidad técnica de Cotopaxi**”, que destaca entre las más comunes esta los vasos medidores o dosificadores que sirven para

medir la cantidad de líquido que se va a utilizar, los cuchillos son de manera esencial el instrumento para la creación de garnitura, la cuchara mezcladora o bailarina sirve para mezclar perfectamente todos los ingredientes utilizados, dichos materiales se crearon la parra de las necesidades del bar (Ángel Acosta, 2013).

- **Coctelera:** es un instrumento indispensable para la preparación de aquellas bebidas que necesitan fusionarse entre sí y solo es posible con ella, entre las cocteleras más conocidas tenemos la tipo Boston, americana que se compone de un vaso de vidrio y uno metálico y la Europea que su cuerpo está compuesta por tres partes: el vaso, el cubre vaso que incluye pequeños agujeros que sirven de colador y el cubre boca o tapón que sirve para serrar perfectamente la coctelera, estos materiales por lo general están hechos de acero inoxidable, bronce o plata.
- **Vaso mezclador:** se caracteriza por ser un vaso de cristal cuya capacidad es de medio a un litro, el cual se utiliza al preparar cocteles que no necesitan una mezcla muy fuerte, la cual se realiza con la bailarina cuya función es revolver los componentes y enfriarlos por el movimiento con el hielo y al final se incorpora el colador de gusano para evitar el escape de cualquier basura que no contenga el coctel principal.
- **Copas de mediada:** sirven para incorporar la cantidad correcta de cualquier ingrediente al coctel, y ayudan a graduar la cantidad de consumo de una botella permitiendo establecer una cantidad adecuada a cada coctel adecuado permitiendo la correcta dosificación de cada ingrediente.

1.2.3.2Cristalería

Para la preparación de estas bebidas se utiliza cristalería ya establecida en preparaciones anteriores y que son de mayor uso en el mundo de los cocteles, y según el estudio titulado “**Coctelería y enología**” donde describe que entre la cristalería más comunes esta la copa de cóctel que se utiliza en cocteles famosos como Martini, manhattan entre otros que se debe tomar por la base para la presentación al cliente, otro tipo de vaso es

el highball o tumbler que se utiliza para bebidas como el whisky , ron , ginebra, entre otros , gracias a su forma de boca ancha que facilita su creación (Gallego, 2006).

Ilustración 1: Cristalería para coctelería



 EMCEBAR

Fuente: Encebar

Autor: Carrillo, J. (2020)

El diseño de un menú o carta de cocteles es una herramienta esencial, para cualquier establecimiento que comercialice este producto, esto representa la imagen de la institución y la forma de atraer al cliente nos refiérela investigación” **Diseño de procesos de servicio en restauración**” (Alcantara, 2017). Ayudando en el neuromarketing y en la investigación titulada “**Bebidas**” nos dice que el diseño y variedad que presenta la carta de cocteles, sean con alcohol o sin él, complaciendo la demanda en precios y formatos de los comensales (Romero, 2013).

La elaboración de una carta de cocteles será el resultado de la presente investigación, que ayudara a conocer cuál es la influencia entre la injusta de los cocteles y el estado sentimental de los comensales que consumen este producto.

1.2.4 Coctelería clásica

La coctelería clásica se caracterizó por unir dos sentidos no solo el gusto si no la vista que permitió que le cliente viva ya no solamente el consumir el alcohol si no también vivir una experiencia diferente. Este tipo de coctelería se destacó no porque sus principales cocteles hayan pasado de moda si no que sirven como base para la invención de nuevos cocteles, conservando su elegancia al momento de presentar el coctel ante el cliente (Mones, 2019).

1.2.4.1 Mixología

Podemos detallar en pocas palabras que la Mixología a diferencia de la coctelería, es una manera más refinada de referirse al estudio profesional en la preparación de cocteles, aplicando todos los conceptos necesarios y las técnicas pertinentes asemejándose al termino de chef dentro de una cocina, pero en su campo de acción en la preparación de cocteles y bebidas de manera especializada (Pal, 2019).

Gracias a la Mixología y durante esta investigación podremos estructurar cocteles considerados clásico por la IBA (International bartender association) como lo son el Margarita Sex on the beach etc., entre otros y con la incorporación de frutos andinos se conservará su sabor habitual con el toque del sabor de las frutas de los Andes.

1.2.5 Frutos andinos

En la investigación **titulada “Determinación de la influencia de las zonas de producción sobre el contenido de componentes bioactivos y la capacidad antioxidante de cinco frutas andinas ”** nos refiere que la zona geográfica y los variados climas que existen en la zona andina en el Ecuador permiten que las condiciones sean propicias para su cultivo, gracias a que las plantaciones se encuentran ubicadas en los

valles bajos siendo esta una ubicación favorecida para su producción, en Ecuador gracias a estas ventajas naturales los productos producidos son de mejor calidad y siendo más atractivos para su exportación hacia países extranjeros ya que en estos lugares son considerados como productos exóticos (Poveda, 2014).

Entre las frutas que destacan en esta producción y van a ser utilizadas durante el proceso de investigación en conjunto con la elaboración de los cocteles tenemos:

- Tomate de árbol
- Naranja
- Maracuyá
- Durazno abridor
- Fresa

1.2.6 Las emociones

Las investigaciones principalmente se han enfocado en descubrir el porqué de las emociones negativas como la tristeza , el miedo la ira y en el libro titulada **“Educación emocional”** no refiere que hoy en día este tipo de investigaciones se han ido actualizando para enfocarse en emociones que busquen la felicidad del humano y que por lo general se logran cuando la persona llega a cumplir sus objetivos , y estas se pueden incrementar logrando creare espacios adecuados en los que se desarrollen ,ayudando a mejor los vínculos que la sociedad establece como en el contexto laboral, relaciones íntimas , los de recreación entre otros (Bisquerra, 2011).

Por lo cual podemos decir que el consumo de bebidas alcohólicas no influyen directamente en el estado emocional de una persona en sí , pero puede cambiar para influenciar dicho estado de buena o mala manera , cambiando drásticamente el resultado después del consumo limitado o radical de las bebidas con contenido alcohólico ,

podemos decir que al consumir un coctel dependiendo el estado de ánimo en el que nos encontremos, influenciara aumentando el nivel del estado de ánimo en el que nos encontremos .

Las emociones se pueden clasificar en 6 tipos que derivan en variaciones que comprenden el estado emocional de las personas, estas se clasifican en miedo, sorpresa, aversión, ira, alegría, tristeza.

- **Tristeza:** es un sentimiento que produce soledad, pesimismo, y pena.
- **Ira:** en esta emoción se muestra rabia, furia, enojo, irritabilidad.
- **Alegría:** es la más común y buscada aquí sentimos una sensación de bienestar, euforia, gratificación, diversión y seguridad.
- **Sorpresa:** esta emoción puede ser muy fugaz, es una aproximación cognitiva para descifrar que sucede.
- **Miedo:** antelación ante un posible riesgo o amenaza que puede producir incertidumbre, ansiedad, inseguridad.
- **Aversión:** es una emoción que en el momento de sentirla tratamos de alejarnos o no volverla a sentir ya que nos produce asco y disgusto.

CAPITULO II

METODOLOGÍA

En este capítulo se trata sobre las técnicas que se utilizaran durante todo el desarrollo de proyecto que permitirán que el tema principal no se desvíe de su idea importante y ayudara a minimizar y puntualizar los objetivos de la investigación y recoge la información necesaria para comprender y desarrollar el tema a tratar, también detalla los instrumentos idóneos para la realización del trabajo.

2.1 Materiales

Instrumento de evaluación organoléptica

Por medio de esta herramienta se midió la apreciación sensorial de las personas encuestadas con el coctel señalado, con la ayuda de las siguientes condiciones: me gusta mucho, me gusta, indiferente, me disgusta, me disgusta mucho.

Con base en las consiguientes tipologías organolépticas: color, sabor, aroma, textura y cuerpo.

Esto servirá para estar al tanto de la percepción de las personas encuestadas frente a los distintos cocteles presentados, tabulando su resolución ante la degustación.

Instrumento de medición sensorial

Esta herramienta de comprobación sensorial se direcciono a la reacción anímica de las personas encuestadas al degustar los distintos cocteles clásicos preparados con frutos andinos y cuál es su apreciación emocional ante cada preparación, descifrando la capacidad de influencia frente el consumo de bebidas alcohólicas y el cambio en su estado emocional.

Materiales y recursos para la preparación de los cocteles

Tabla 1 *División de materiales y utensilios en la elaboración de cocteles*

EQUIPOS Y UTENSILIOS DE COCINA	Licuadaora Congelador Cristalería Batería de cocina Utensilios de cocina Equipo de coctelería
MATERIA PRIMA	Frutas Bebidas alcohólicas y no alcohólicas Garnitura Guarnición

Fuente: Carrillo, J. (2020)

Autor: Carrillo, J. (2020)

Tabla 2 *Recursos a utilizar en la investigación*

RECURSOS	DETALLE	VALOR
Institucionales	Bibliográfica Digital Laboratorio de gastronomía	
Tecnológicos	Computador Internet Impresora	600,00 180,00 20,00
Materiales	Cuaderno Esfero Equipo de coctelería Cristalería Hojas de papel bond	2,00 0,45 100,00 50,00 10,00
Económico	Ingredientes	100,00
Humanos	Estudiante Tutor de tesis Comensales	
TOTAL		1.062,45

Fuente: Carrillo, J. (2020)

Autor: Carrillo, J. (2020)

Técnicas e Instrumentos

Fichaje	Fichas de análisis sensorial Con la ayuda de esta ficha podremos detallar los atributos de color, sabor, aroma, textura y cuerpo en base a una escala hedónica de 5 puntos Fichas de análisis de emociones Con los niveles de emociones antes mencionados se descifrá cuál es la sensación más común.
Observación	Notas de campo Mediante estas notas se detallarán los pasos a seguir en la preparación de los cocteles y los materiales que se irán utilizando en la conformación final del coctel principal. Grabaciones y fotografías Con estos instrumentos iremos documentando los pasos e instrumentos necesarios para la conformación del producto final.

2.2 Métodos

Metodología

La metodología de investigación utilizada durante esta investigación fue experimental, en la cual se realizaron cocteles clásicos como la margarita, la caipiriña entre otros, con la incorporación de frutos andinos que en su inclusión resalta el sabor de dichos cocteles antes mencionados, siendo un motivo para destacar la producción frutal de la zona andina del Ecuador, y con esta catalogar las emociones producidas posterior al consumo de estas preparaciones.

Tipo

En el presente trabajo se manejó la investigación explicativo-exploratoria, en primer lugar, se quiso descifrar que combinaciones se podrían lograr al preparar cocteles clásicos, incluyendo como ingrediente extra una fruta común en los andes Ecuatorianos, para posteriormente conocer cuáles son las emociones percibidas después del consumo de estas bebidas.

Modalidad

La modalidad empleada durante la investigación se dio de dos maneras, la primera de manera bibliográfica que permitió conocer investigaciones anteriores sobre un tema similar y que sirvieron como fundamento para la obtención de información pertinente , y la segunda manera fue de campo ya que se preparó cocteles ya establecidos como clásicos por la IBA con la incorporación de frutas típicas de la zona andina , que permitió la degustación de los comensales , y por derivación el criterio de cada uno recogido mediante una ficha organoléptica.

Población

La población empleada para esta investigación de campo está asociada a personas que tienen algún conocimiento sobre la cultura gastronómica y en especial a la preparación y degustación de cocteles , y de igual manera se tuvo la participación de personas no entrenadas en esta área , para que con esto exista un contraste de criterios , dicha población está comprendida entre edades de 20 a 30 años de edad que son personas que se encuentran dentro de la edad promedio de consumo alcohólico en la sociedad actual

CAPITULO III

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1 Análisis y discusión de resultados

Objetivo: Categorizar el nivel de conocimientos obtenidos a varias personas a través de sus años de trabajo en distintas áreas relacionadas al tema de investigación ,y de personas que no tiene a fin a esta área pero que han consumido algún tipo de bebida alcohólica, entre los participantes destacan estudiantes de la Universidad Técnica de Ambato de las carrera de turismo y hotelería y de la carrera de ingeniería en alimentos , y con la ayuda de gráficos se representara los resultados obtenidos en las encuestas que apoyara la idea de investigación con eficacia y claridad.

Descripción de cocteles

Coctel numero 1



Autor: Carrillo, J. (2020)

Descripción

Nombre: obispo tomatoso

Detalle: coctel clásico compuesto de su base alcohólica por vino y su fruta andina el tomate de árbol.

Coctel número 2



Autor: Carrillo, J. (2020)

Descripción

Nombre: Caipilula

Detalle: coctel clásico compuesto de su base alcohólica por agua ardiente y su fruta andina la naranjilla.

Coctel número 3



Autor: Carrillo, J. (2020)

Descripción

Nombre: Marianita

Detalle: coctel clásico compuesto de su base alcohólica por tequila y su fruta andina el maracuyá.

Coctel número 4



Autor: Carrillo, J. (2020)

Descripción

Nombre: sex on the andes

Detalle: coctel clásico compuesto de su base alcohólica por vodka y su fruta andina el durazno abridor.

Coctel número 5



Autor: Carrillo, J. (2020)

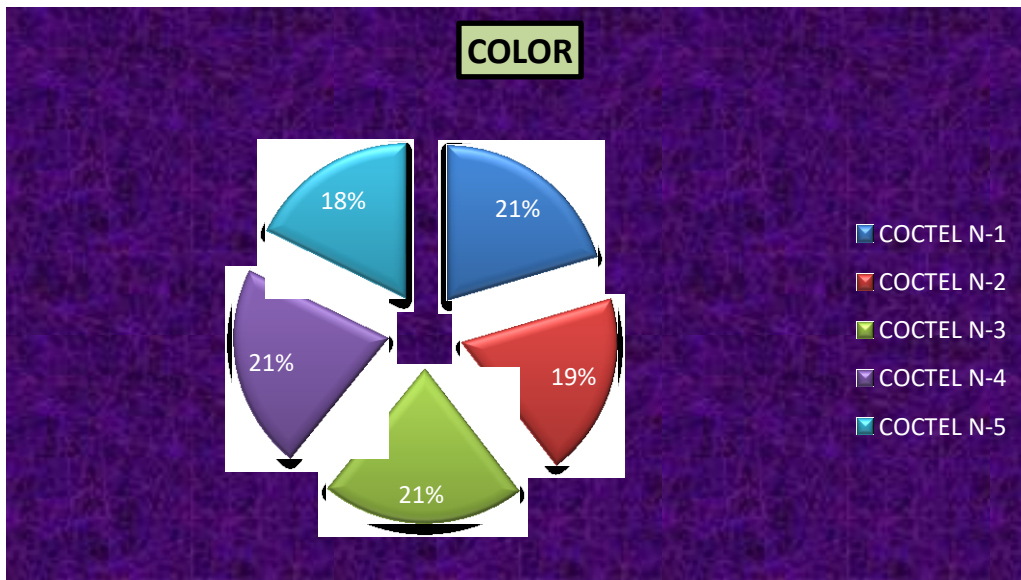
Descripción

Nombre: Ronsada

Detalle: coctel clásico compuesto de su base alcohólica por ron blanco y su fruta andina la fresa.

3.1.1. Parámetro de Aceptabilidad

Ilustración 2 Categoría aceptabilidad



Fuente: distintos estudiantes de la Universidad Técnica de Ambato

Elaborado por: Carrillo J. (2020)

Análisis

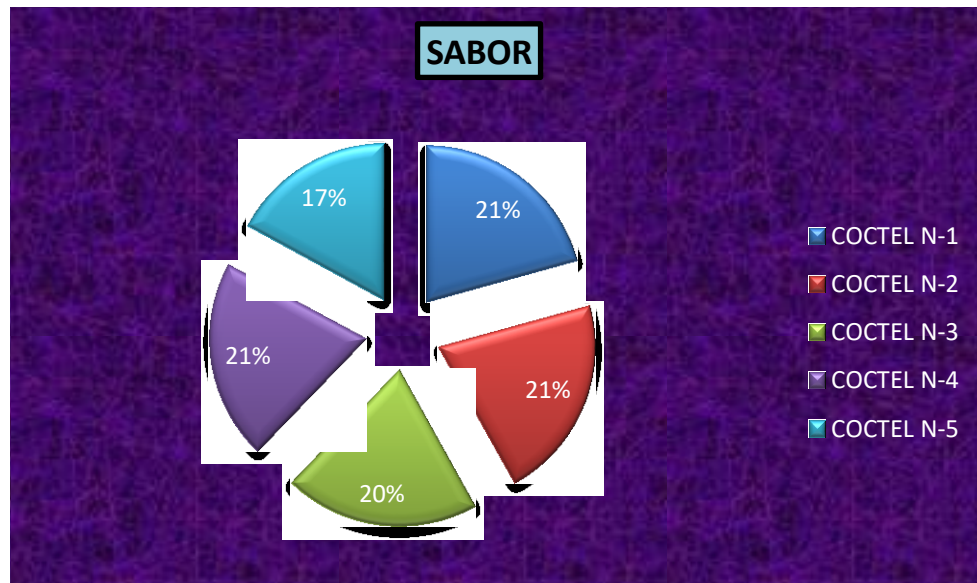
Del total de 10 personas encuestadas que equivale al 100 % a los cuales se aplicó el fichaje sensorial dio como resultado que el 21% corresponde al coctel N-1, 19% al coctel N-2, el 21% al coctel N-3, el 21% al coctel N-4, el 18% al coctel N-5.

Interpretación

A lo referente con la categoría color aplicado a los participantes del estudio experimental y con la apreciación de 2 personas con experiencia en el área de elaboración de productos nos demuestra que el coctel N-1, N-3 y N-4 entran en las categorías superiores con un 21%, en cambio el coctel N-2 y N-5 entran en las categorías inferiores con un 19% y 18% respectivamente.

3.1.2. Parámetro de sabor

Ilustración 3 Categoría sabor



Fuente: distintos estudiantes de la Universidad Técnica de Ambato

Elaborado por: Carrillo J. (2020)

Análisis

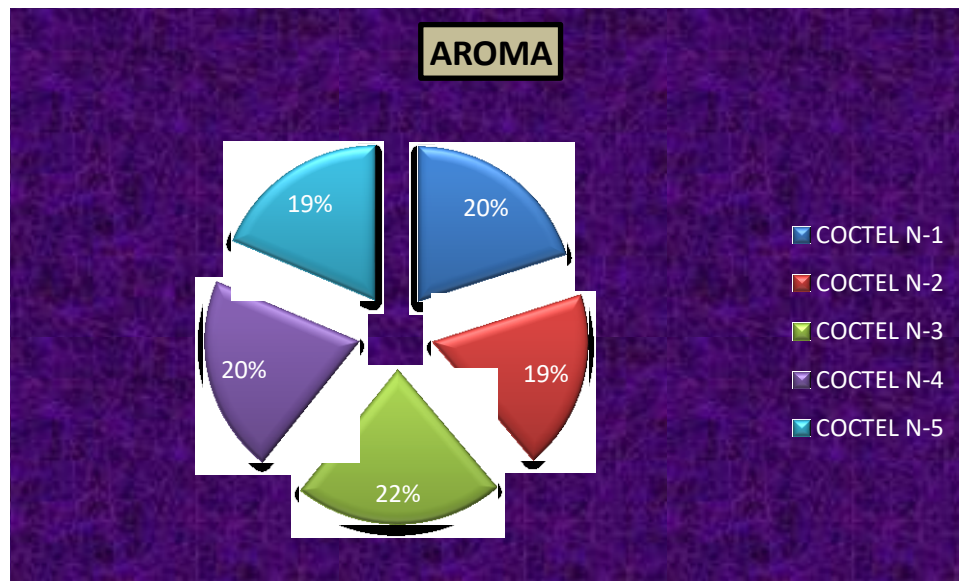
Del total de 10 personas encuestadas que equivale al 100 % a los cuales se aplicó el fichaje sensorial dio como resultado que el 21% corresponde al coctel N-1, 21% al coctel N-2, el 20% al coctel N-3, el 21% al coctel N-4, el 17% al coctel N-5.

Interpretación

A lo referente con la categoría sabor aplicado a los participantes del estudio experimental y con una mejor comprensión de 2 personas estudiadas en el área de pintura y aplicación de colores nos demuestra que el coctel N-1, N-2 y N-4 entran en las categorías superiores con un 21%, en cambio el coctel N-3 y N-5 entran en las categorías inferiores con un 20% y 17% respectivamente.

3.1.3. Parámetro de aroma

Ilustración 4 *Categoría aroma*



Fuente: distintos estudiantes de la Universidad Técnica de Ambato

Elaborado por: Carrillo J. (2020)

Análisis

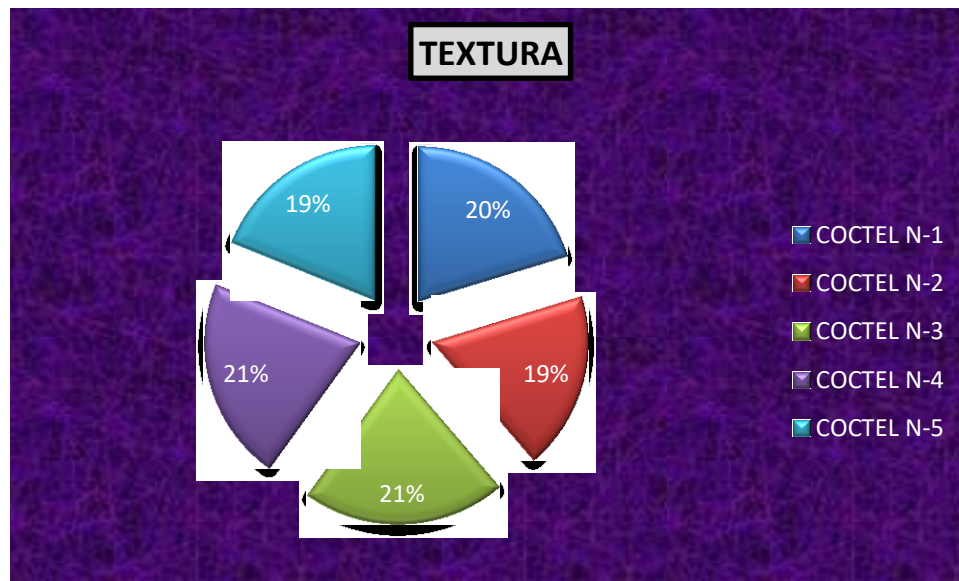
Del total de 10 personas encuestadas que equivale al 100 % a los cuales se aplicó el fichaje sensorial dio como resultado que el 21% corresponde al coctel N-1, 19% al coctel N-2, el 22% al coctel N-3, el 20% al coctel N-4, el 19% al coctel N-5.

Interpretación

A lo referente con la categoría aroma aplicado a los participantes del estudio experimental y con 2 personas estudiadas en el área gastronómica nos demuestra que el coctel N-3 con el 22% y el coctel N-1 y el coctel N-4 con el 20% entran en las categorías superiores, en cambio el coctel N-3 y N-5 entran en las categorías inferiores con un 19%.

3.1.4. Parámetro de textura

Ilustración 5 Categoría textura



Fuente: distintos estudiantes de la Universidad Técnica de Ambato

Elaborado por: Carrillo J. (2020)

Análisis

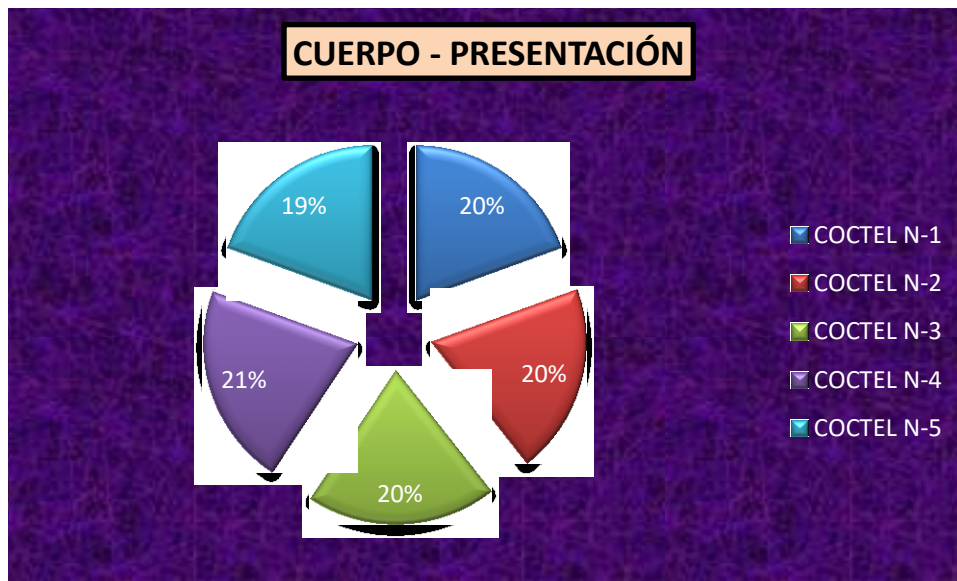
Del total de 10 personas encuestadas que equivale al 100 % a los cuales se aplicó el fichaje sensorial dio como resultado que el 20% corresponde al coctel N-1, 19% al coctel N-2, el 21% al coctel N-3, el 21% al coctel N-4, el 19% al coctel N-5.

Interpretación

A lo referente con la categoría textura aplicado a los participantes del estudio experimental la ayuda de 2 expertos en la preparación de cocteles nos demuestra que el coctel N-3 y N-4 con un 21% y el coctel N-1 con el 20% entran en las categorías superiores, en cambio el coctel N-2 y N-5 entran en las categorías inferiores con un 19%.

3.1.5. Parámetro de cuerpo y presentación

Ilustración 6 Categoría cuerpo y presentación



Fuente: distintos estudiantes de la Universidad Técnica de Ambato

Elaborado por: Carrillo J. (2020)

Análisis

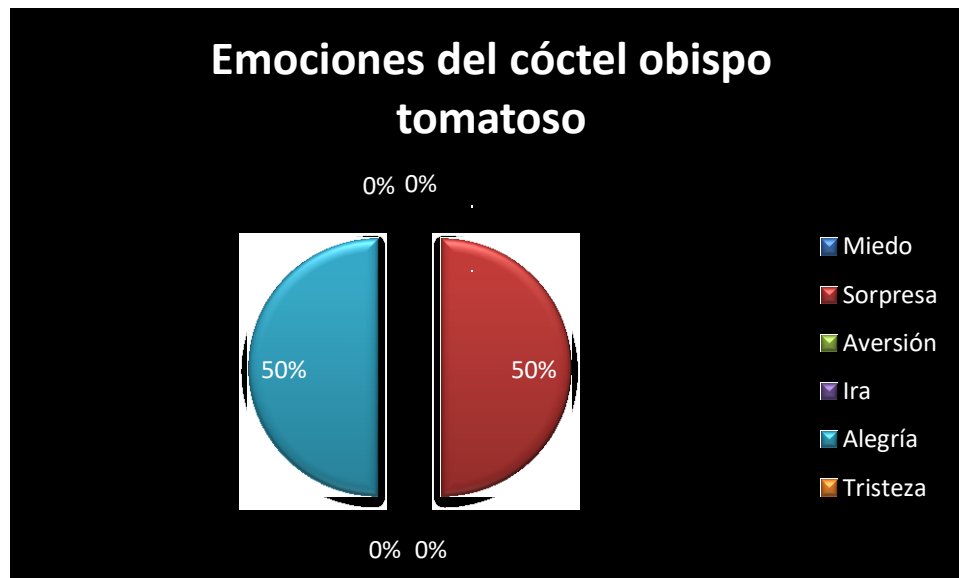
Del total de 10 personas encuestadas que equivale al 100 % a los cuales se aplicó el fichaje sensorial dio como resultado que el 20% corresponde al coctel N-1, 20% al coctel N-2, el 20% al coctel N-3, el 21% al coctel N-4, el 19% al coctel N-5.

Interpretación

A lo referente con la categoría cuerpo y presentación aplicado a los participantes del estudio experimental y con 2 participantes estudiados en el área de ingeniería en alimento nos demuestra que el coctel N-4 con un 21% y el coctel N-1, N-2 y N-3 con el 20% cada uno, entran en las categorías superiores, en cambio el coctel N-5 entra en la categoría inferior con un 19%.

3.1.6. Parámetro de emociones

Ilustración 7



Fuente: distintos estudiantes de la Universidad Técnica de Ambato

Elaborado por: Carrillo J. (2020)

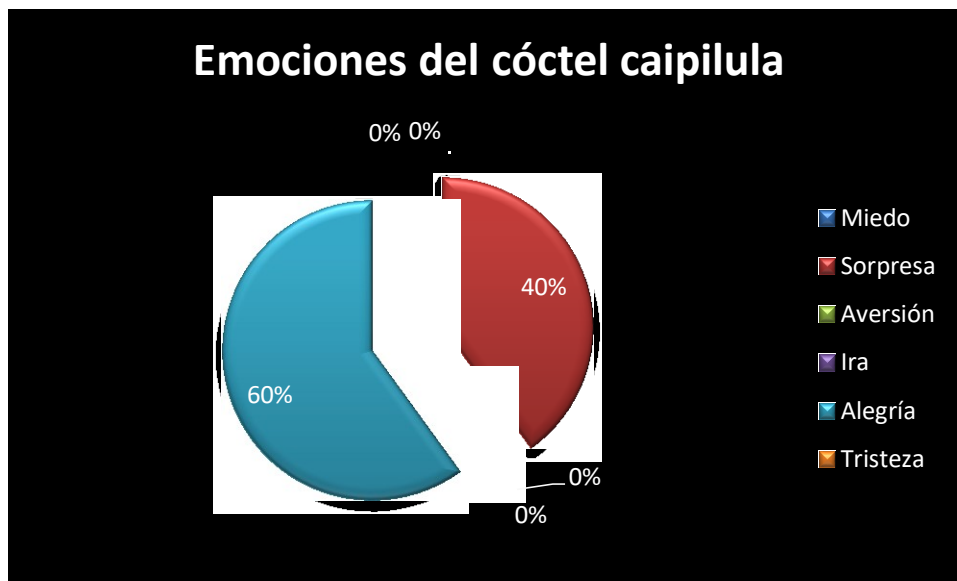
Análisis

Del total de 10 personas encuestadas que equivale al 100 % a los cuales se aplicó el fichaje emocional dio como resultado que el 50% sintieron sorpresa, mientras que el otro 50% sintieron alegría.

Interpretación

A lo referente con el cóctel obispo tomatoso aplicado a los participantes del estudio experimental y con personas entendidas en el tema psicológico se pudo apreciar que la mitad de los participantes pudieron sentir la emoción de alegría y la otra parte sintió la emoción de sorpresa, evidenciando que el resto de emociones quedaron fuera de esta degustación.

Ilustración 8



Fuente: distintos estudiantes de la Universidad Técnica de Ambato

Elaborado por: Carrillo J. (2020)

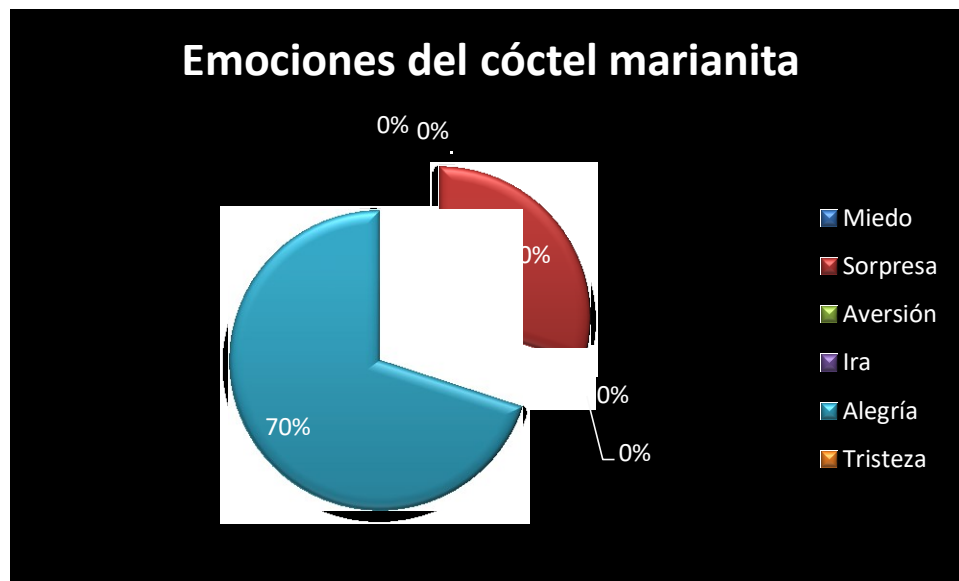
Análisis

Del total de 10 personas encuestadas que equivale al 100 % a los cuales se aplicó el fichaje emocional dio como resultado que el 40% sintieron sorpresa, mientras que el otro 60% sintieron alegría.

Interpretación

A lo referente con el cóctel caipilula degustado por los participantes del estudio experimental y con personas entendidas en el tema psicológico se pudo apreciar que de las 10 personas, 6 de los participantes pudieron sentir la emoción de alegría y que 4 sintieron la emoción de sorpresa.

Ilustración 9



Fuente: distintos estudiantes de la Universidad Técnica de Ambato

Elaborado por: Carrillo J. (2020)

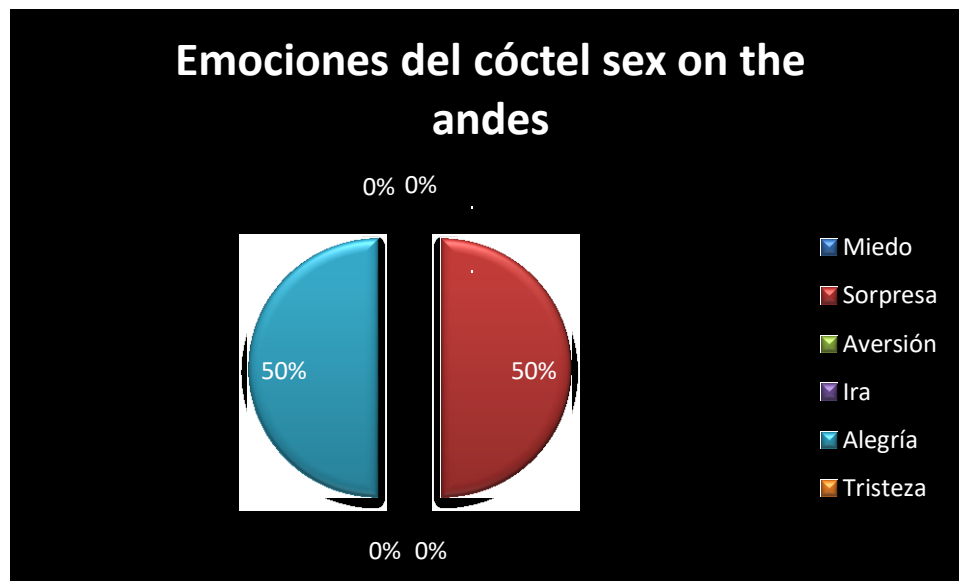
Análisis

Del total de 10 personas encuestadas que equivale al 100 % a los cuales se aplicó el fichaje emocional dio como resultado que el 70% sintieron sorpresa, mientras que el otro 30% sintieron alegría.

Interpretación

A lo referente con el cóctel marianita degustado por los participantes del estudio experimental y con personas entendidas en el tema psicológico se pudo apreciar que de las 10 personas, 7 de los participantes pudieron sentir la emoción de alegría y que 3 sintieron la emoción de sorpresa.

Ilustración 10



Fuente: distintos estudiantes de la Universidad Técnica de Ambato

Elaborado por: Carrillo J. (2020)

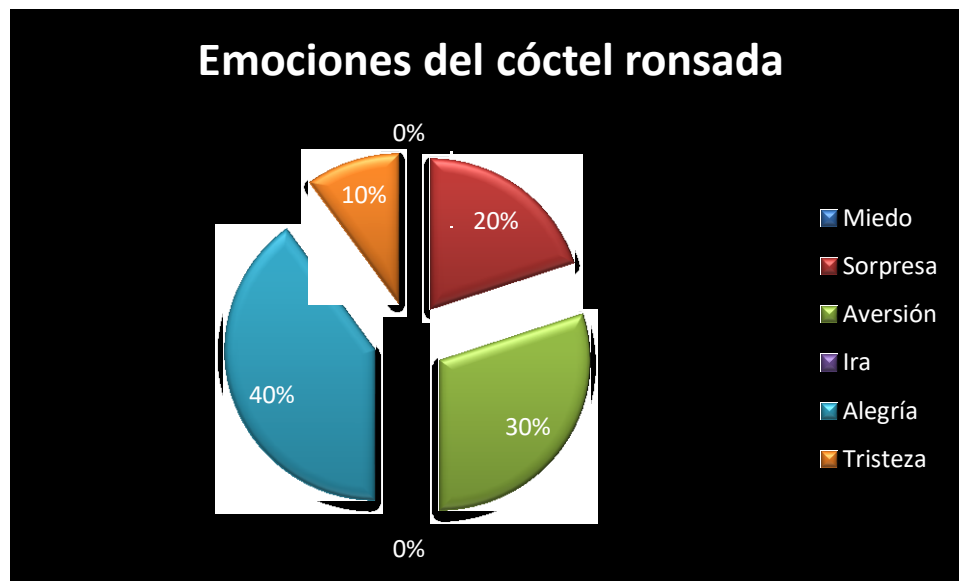
Análisis

Del total de 10 personas encuestadas que equivale al 100 % a los cuales se aplicó el fichaje emocional dio como resultado que el 50% sintieron sorpresa, mientras que el otro 50% sintieron alegría.

Interpretación

A lo referente con el cóctel sex on the andes degustado por los participantes del estudio experimental y con personas entendidas en el tema psicológico se pudo apreciar que de las 10 personas, 5 de los participantes pudieron sentir la emoción de alegría y que 5 sintieron la emoción de sorpresa.

Ilustración 11



Fuente: distintos estudiantes de la Universidad Técnica de Ambato

Elaborado por: Carrillo J. (2020)

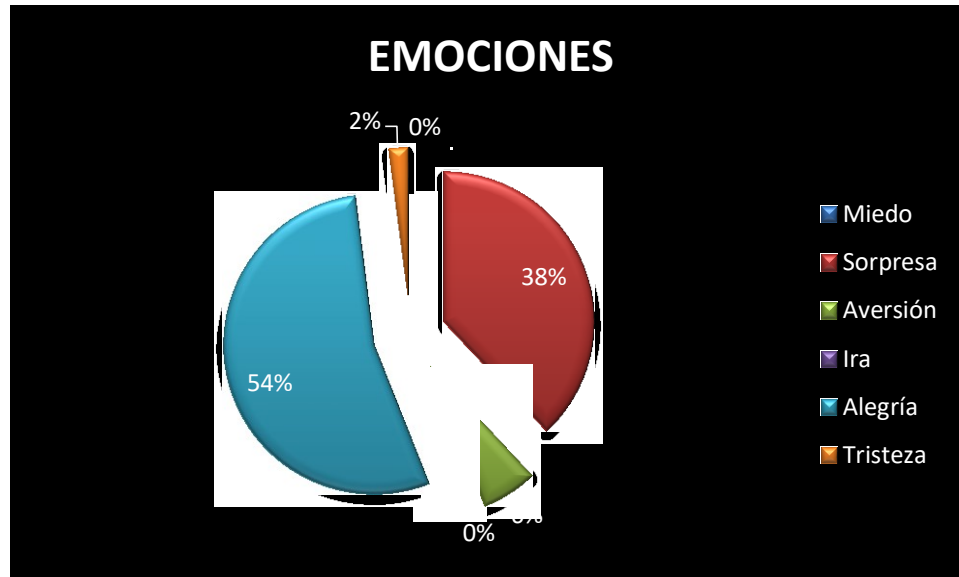
Análisis

Del total de 10 personas encuestadas que equivale al 100 % a los cuales se aplicó el fichaje emocional dio como resultado que el 40% sintieron alegría, que el 30% sintieron aversión, que el 20% sintieron sorpresa, y que el 10% sintieron tristeza.

Interpretación

A lo referente con el cóctel ronsada degustado por los participantes del estudio experimental y con personas entendidas en el tema psicológico se pudo apreciar que de las 10 personas, 4 de los participantes pudieron sentir la emoción de alegría, 3 sintieron la emoción aversión, 2 la emoción de sorpresa y que 1 sintió la emoción de tristeza.

Ilustración 12 Emociones en General



Fuente: distintos estudiantes de la Universidad Técnica de Ambato

Elaborado por: Carrillo J. (2020)

Análisis

Del total de 10 personas encuestadas que equivale al 100 % a los cuales se aplicó el fichaje emocional dio como resultado que el 54% corresponde a la emoción de alegría, 38% a la emoción de sorpresa, el 6% a la emoción de Aversión, el 2% a la emoción de tristeza , el 0% a las emociones de miedo e ira.

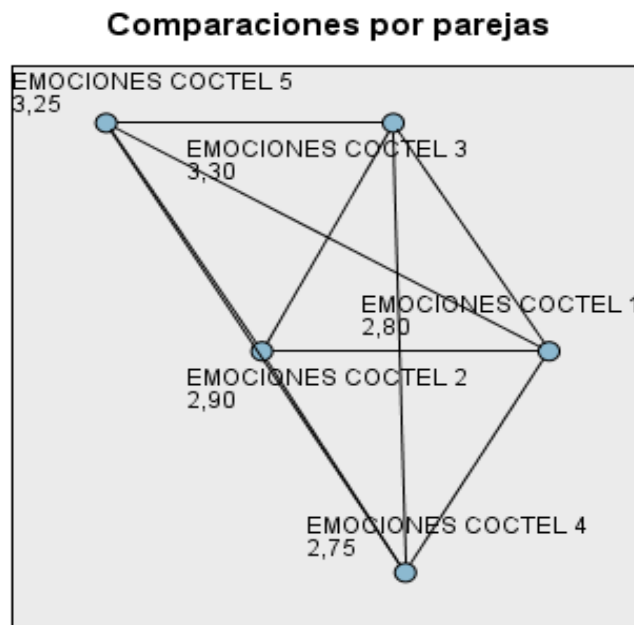
Interpretación

A lo referente con la categoría emocional aplicado a los participantes del estudio experimental encontrándose en un rango de edad considerado con un carácter ya estructurado nos demuestra que el 54% de los encuestados sintió miedo y el 38% sintió sorpresa, encontrándose entre las categorías más aceptables, mientras que con un 6% que corresponde a la emoción de aversión y 2 % a la emoción tristeza de manera intermedia y con un 0% a las emociones de miedo e ira siendo descartadas por los participantes.

3.2. Verificación de hipótesis

Mediante las encuestas efectuadas a 10 participantes entre entrenados y no entrenados sobre coctelería ,se efectuó la verificación de hipótesis y mediante los datos ingresados al programa estadístico SPSS , el cual permite examinar y acceder a información ; y de igual manera se manejó la prueba de Friedman que es una prueba no paramétrica que consiste en ordenar datos por filas o bloques siendo remplazados por su respectivo orden y al ordenarlos podemos considerar en la existencias de datos similares.

Ilustración 13 Prueba de Friedman de las Emociones obtenidas por el consumo de cocteles



Cada nodo muestra el rango de media de muestras.

Muestra1-Muestra2	Prueba estadística	Error típico	Desv. Prueba estadística	Sig.	Sig. ady.
EMOCIONES COCTEL 4- EMOCIONES COCTEL 1	,050	,250	,200	,841	1,000
EMOCIONES COCTEL 4- EMOCIONES COCTEL 2	,150	,250	,600	,549	1,000
EMOCIONES COCTEL 4- EMOCIONES COCTEL 5	-,500	,250	-2,000	,046	,455
EMOCIONES COCTEL 4- EMOCIONES COCTEL 3	,550	,250	2,200	,028	,278
EMOCIONES COCTEL 1- EMOCIONES COCTEL 2	-,100	,250	-,400	,689	1,000
EMOCIONES COCTEL 1- EMOCIONES COCTEL 5	-,450	,250	-1,800	,072	,719
EMOCIONES COCTEL 1- EMOCIONES COCTEL 3	-,500	,250	-2,000	,046	,455
EMOCIONES COCTEL 2- EMOCIONES COCTEL 5	-,350	,250	-1,400	,162	1,000
EMOCIONES COCTEL 2- EMOCIONES COCTEL 3	-,400	,250	-1,600	,110	1,000
EMOCIONES COCTEL 5- EMOCIONES COCTEL 3	,050	,250	,200	,841	1,000

Cada fila prueba la hipótesis nula que las distribuciones de la Muestra 1 y la Muestra 2 son las mismas.
Se muestran las significancias asintóticas (pruebas de 2 caras). El nivel de significancia es ,05.

Formula estadística de Friedman

$$F = \frac{12}{nk(k+1)} \sum_{j=1}^k R_j^2 - 3n(k+1)$$

En el consecuente cuadro estadístico se realizó la prueba de Friedman que consiste en que las emociones obtenidas por los cocteles son las mismas y se rechaza la hipótesis nula.

Ilustración 14 Prueba de Friedman de dos vías de varianza por rangos de muestras relacionadas

Resumen de prueba de hipótesis

	Hipótesis nula	Test	Sig.	Decisión
1	Las distribuciones de EMOCIONES COCTEL 1, EMOCIONES COCTEL 2, EMOCIONES COCTEL 3, EMOCIONES COCTEL 4 and EMOCIONES COCTEL 5 son las mismas.	Análisis de dos vías de Friedman de varianza por rangos de muestras relacionadas	,016	Rechazar la hipótesis nula.

Se muestran las significancias asintóticas. El nivel de significancia es ,05.

Fuente: Programa estadístico SPSS

Autor: Carrillo, J. (2020).

Gracias a esta prueba de Friedman se ha aprobado la hipótesis alternativa y se ha rechazado la hipótesis nula, asimismo podemos decir que el nivel de significancia es menor a 0,05 por consiguiente se rechaza las hipótesis nula y se determina que existen suficientes datos para denotar que la mixología SI se relaciona con las emociones.

CAPITULO IV

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. Conclusiones

- En el primer objetivo de la investigación se identificó las principales características de la micología clásica, en esto radica la utilización de recetas ya establecidas y la utilización de instrumentos necesarios para la preparación de cocteles , y que incluso se siguen utilizando hoy en días dichos instrumentos , entro los que destacan tenemos las variadas clases de cocteleras , las bailarinas ,los giggers, los distintos tipos de coladores, los maceradores , las pinzas de hielo entre otros , sin olvidar la cristalería que es la presentación de la bebida y que ya tiene su estándar establecido con cada preparación. Mientras que la mixología molecular es una tendencia que hoy en día ha ido tomando fuerza, junto a la gastronomía del mismo tipo, aquí se puede destacar la utilización de variadas técnicas y químicos como el alguna, el calcic, el agar agar entre otros que se utilizan para obtener nuevos productos como las espumas, las esferificaciones, los comprimidos entre otras nuevos estilos en consumación de productos.
- El Ecuador tiene una variedad frutal que destaca entre otros países y gracias a su ubicación geográfica que le permite contener varios ecosistemas en distintas regiones ha permitido la producción de distintas especies frutales , en este caso se ha tomado en cuenta la utilización de distintas frutas típicas y de mayor utilización en la zona andina del Ecuador como lo son la fresa , el maracuyá , el durazno abridor , el tomate de árbol y la naranjilla cuyas propiedades brindan un sabor exótico dentro de la preparación de los cocteles.

- Mediante el consumo de las distintas preparaciones de cocteles, se pudo observar que al principio existió un comportamiento más estable y un criterio más estricto del comensal que reflejaba una emoción de sorpresa ante lo consumido, y durante el consumo ya progresivo de las bebidas se iba denotando un cambio en su estado emocional , esto siendo influido por el ambiente y situación de la persona , en algunos provocando alegría y en otros tristeza y aversión ,comprobando con esto que el consumo de bebidas alcohólicas si afectan directamente al estado emocional de una persona.
- Como producto final se elaboró el diseño de un folleto ilustrativo en donde podemos encontrar detalladamente la preparación de cocteles clásicos paso a paso, incluido la información de los ingredientes necesarios para su elaboración y con la incorporación de frutos andinos y además información emocional que puede causar de cada uno, dicho folleto servirá de guía para aquellas personas que quieran preparar cocteles especiales dentro de compromisos especiales o solamente entre amigos.

4.2. Recomendaciones

Es necesario el estudio más a fondo de la Mixología en general, tanto clásica como molecular y estudia más a fondo en la realización de nuevas tendencias de consumo y ante las nuevas circunstancias que se presenten con cada época ir tomando nuevas modalidades de venta, ya que esta área de producción es una de las que cada año toma más fuerza y la demanda de nuevos productos y nuevas experiencias está vigente y cada día más activa en todas partes del mundo.

La explotación de nuestros recursos naturales es necesaria ya que hoy en día el consumo de comida o alimentos naturales por salud está más activa a nivel mundial , por lo cual se recomendaría que para siguientes investigaciones se realice un estudio más a fondo de la variedad frutal que presenta o solo la zona andina del Ecuador , sino también de todo la región ya que existe un sinnúmero

de especies frutales que gracias a los microclimas que posee nuestro país, lo hace óptimo para su producción y para el mercado internacional es muy atractivo la variedad mencionada anteriormente.

Durante la investigación realizada se obtuvo poca información sobre las emociones y que pueden causarlas por lo cual es recomendable investigar a fondo cuáles son las emociones primarias y cuáles son los detonantes para producirlas, ya que se puede comprender que existen derivaciones semejante a una sola emoción inicial como por ejemplo de la alegría puede derivar la felicidad, la alegría que terminarían siendo solo sinónimos pero en realidad tienen sus pequeñas diferencias que lo diferencian.

Con la elaboración del folleto de cocteles presentado como producto final de este proyecto de investigación se puede detallar una parte de la inmensidad de combinaciones que se pueden realizar en Mixología y las distintas emociones provocadas, por lo cual se recomendaría que para posteriores estudios se amplíe el catálogo con más productos y combinaciones que se pueden lograr mediante el ingenio de personas estudiadas en esta rama de trabajo que es la Mixología, y con ello conseguir una recopilación enorme de información y que puede ser impresa en una sola enciclopedia de cocteles.

Bibliografía

- Alcantara, G. (2017). *Diseño de procesos de servicio en restauracion* . Malaga: Iceditorial.
- Ángel Acosta, H. U. (2013). *ELABORACIÓN DEL MANUAL DE OPERACIONES, PARA EL ÁREA DE*. Latacunga.
- Aquino, C. L. (2015). Cocteles y bebidas de diseño. En C. L. Aquino. SELECTOR.
- Arraval, E. (2017). *Inteligencia Emocional*. España: Elearning S.L.
- Bisquerra, R. (2011). *Educacion Emocional*. España: DESCLÉE DE BROUWER, S.A.
- Bourdin, L. (2016). Antropología de las emociones: conceptos y tendencias. *cuiculco*.
- Duran, S. (2012). *Diseño, producción y comercialización de un sistema para consumo de cocteles en casa*. Bogota: Pontificia Universidad Javeriana.
- Fernandez, P., & Ramos, N. (2016). *Desarrolla tu inteligencia emocional*. Barcelona ,España: Kairos.
- Figuroa, A. (2018). *ANÁLISIS DEL USO DE LA COCTELERÍA MOLECULAR EN EL*. Lima-Perú.
- Gallego, G. (2006). *Cocteleria y enologia* . Ideaspropias Editorial.
- Mena, M. (2015). *“LA MIXOLOGÍA Y SU IMPACTO EN EL DESARROLLO DEL TURISMO”*. Ambato.
- Mones, M. (9 de febrero de 2019). *Cocteleria .com*. Obtenido de <https://www.cocteleria.com.mx/blog/cocteleria-clasica/#:~:text=La%20Cocteler%C3%ADa%20cl%C3%A1sica%20es%20aquella%20que%20se%20aventuro%20a%20conseguir,exigente%20hasta%20los%20menos%20interesados>.
- Páez-Quinde C, T.-O. F. (2020). M-learning como herramienta de apoyo en la difusión de la comida tradicional: estudio de caso ambato.

- Pal, R. (25 de 02 de 2019). *Voy Fijo*. Obtenido de <https://voyfijo.com/el-arte-de-la-mixologia/>
- Pasantes, H. (2018). De neuronas , emociones y motivaciones. En *la ciencia para todos* (pág. 180). Mexico.
- Poveda, M. *DETERMINACIÓN DE LA INFLUENCIA DE LAS ZONAS DE*. Universidad Técnica De Ambato, Ambato.
- Romero, R. y. (2013). *Bebidas*. Malaga: Iceditorial.
- Santiago, V. (2017). “GUÍA MIXOLÓGICA DE LAS BEBIDAS TRADICIONALES PARA EL TURISMO. Ambato.
- Sulca, D. (12 de Junio de 2020). Software Art para emprender en la cocina. (D. Sulca, Entrevistador) Ambato, Tungurahua, Ecuador.
- Valencia, J. (2019). *cocteleria*. México: Licenciatura en gastronomía.
- VALENCIA, J. (2019). *cocteleria*. México: licenciatura en gastronomía.
- Wollheim, R. (1999). Sobre las emociones. En M. libros. Madrid: Machado.

ANEXOS

Anexo 1. Ficha de evaluación Sensorial y Emocional

FICHA PARA LA EVALUACIÓN SENSORIAL

Esta ficha nos permite determinar los atributos de color, sabor, aroma, textura y cuerpo

Comensal N°.....

Nombre y Apellidos:.....

Fecha: / /

Edad: Sexo:

Instrucciones:

-Marcar con una X en el recuadro que crea conveniente

-Observar y degustar bien las muestras

-La siguiente evaluación sensorial se medirá atributos de color, sabor, aroma, textura y cuerpo en base a una escala hedónica de 5 puntos.

Escala hedónica: me gusta mucho (5); me gusta (4); indiferente (3); me disgusta (1); me disgusta mucho (1)

1. Evaluación del color:

Me gustó mucho	
Me gusto	
Indiferente	
Me disgusto	
Me disgusto mucho	

2. Evaluación de sabor:

Me gustó mucho	
Me gusto	
Indiferente	
Me disgusto	
Me disgusto mucho	

3. Evaluación de aroma

Me gustó mucho	
Me gusto	
Indiferente	
Me disgusto	
Me disgusto mucho	

4. Evaluación de textura

Me gusto mucho	
Me gusto	
Indiferente	
Me disgusto	
Me disgusto mucho	

5. Evaluación de cuerpo

Me gusto mucho	
Me gusto	
Indiferente	
Me disgusto	
Me disgusto mucho	

La degustación de estos cocteles que emoción le provocaron

- **Tristeza:** es un sentimiento que produce soledad, pesimismo, y pena.
- **Ira:** en esta emoción se muestra rabia, furia, enojo, irritabilidad.
- **Alegría:** es la más común y buscada aquí sentimos una sensación de bienestar, euforia, gratificación, diversión y seguridad.
- **Sorpresa:** esta emoción puede ser muy fugaz, es una aproximación cognitiva para descifrar que sucede.
- **Miedo:** antelación ante un posible riesgo o amenaza que puede producir incertidumbre, ansiedad, inseguridad.

- **Aversión:** es una emoción que en el momento de sentirla tratamos de alejarnos o no volverla a sentir ya que nos produce asco y disgusto.

Marque con una x la emoción obtenida según el coctel degustado

N-coctel	Tristeza	Ira	Alegría	Sorpresa	Miedo	Aversión
Coctel n-1						
Coctel n-2						
Coctel n-3						
Coctel n-4						
Coctel n-5						

Anexo 2. Fotos de las degustaciones y encuestados

Participante de la investigación de campo



Autor: Carrillo, J. (2020)

Participante de la investigación de campo



Autor: Carrillo, J. (2020)

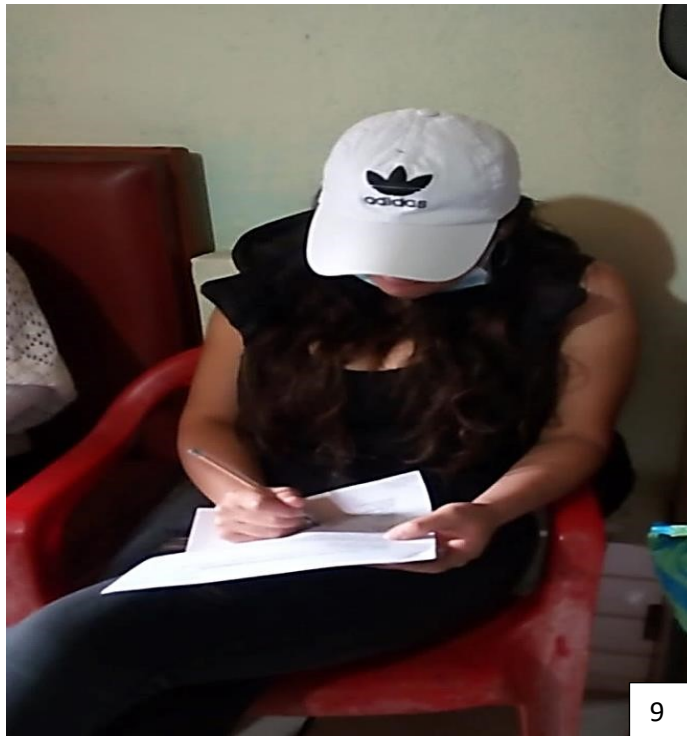
Participante de la investigación de campo



8

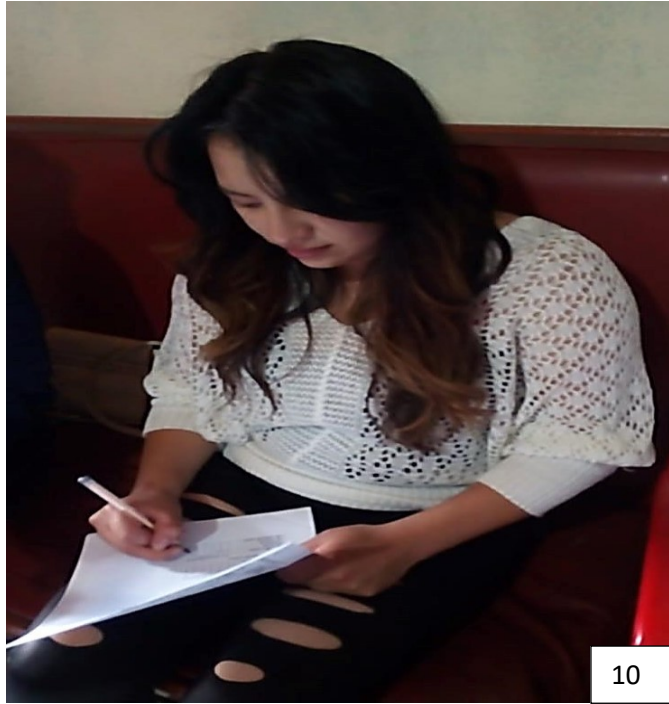
Autor: Carrillo, J. (2020)

Participante de la investigación de campo



9

Autor: Carrillo, J. (2020)



Autor: Carrillo, J. (2020)

Instrumentos e ingredientes para la preparación



Autor: Carrillo, J. (2020)

Instrumentos e ingredientes para la preparación



12

Autor: Carrillo, J. (2020)