



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 Licenciada en Turismo y Hotelería**

TEMA:

**“LA MIXOLOGÍA Y SU IMPACTO EN EL DESARROLLO DEL TURISMO
DE ENTRETENIMIENTO EN LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA.”**

AUTOR: Mena Carrasco Mónica Gabriela

TUTOR: Lcda. Mg. Herrera Lasluisa Emma Jackeline

Ambato – Ecuador

2015

APROBACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN O TITULACIÓN

CERTIFICA:

Yo, Lcda. Mg. Emma Jackeline Herrera Lasluisa con cédula de identidad 0502277031 en mi calidad de Tutor del Trabajo de Graduación o Titulación, sobre el tema “La mixología y su impacto en el desarrollo del turismo de entretenimiento en la provincia de Tungurahua.” desarrollado por la egresada Mónica Gabriela Mena Carrasco, considero que dicho Informe Investigativo, reúne los requisitos técnicos, científicos y reglamentarios, por lo que autorizo la presentación del mismo ante el Organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por parte de la Comisión calificadora designada por el H. Consejo Directivo.

.....
Lcda. Mg. Herrera Lasluisa Emma Jackeline

C.C. 050227703-1

TUTOR

AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Dejo constancia de que el presente informe es el resultado de la investigación de la autora, 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 y comentarios especificados en este informe, son de exclusiva responsabilidad del autor.

.....
Mónica Gabriela Mena Carrasco

C.C: 1803276839

AUTORA

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Cedo los derechos en línea patrimoniales del presente Trabajo Final de Grado o Titulación, sobre el tema: “La mixología y su impacto en el desarrollo del turismo de entretenimiento en la provincia de Tungurahua” así como autorizo su reproducción total o parte de ella, siempre que esté dentro de las regulaciones de la Universidad Técnica de Ambato, respetando mis derechos y no se utilice con fines de lucro.

.....
Mónica Gabriela Mena Carrasco

C.C: 1803276839

AUTORA

*AL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS
HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN:*

La comisión de estudio y calificación del informe de trabajo de Graduación o Titulación, sobre el tema: “La mixología y su impacto en el desarrollo del turismo de entretenimiento en la provincia de Tungurahua.” presentada por la Srta. Mónica Gabriela Mena Carrasco egresada de la Carrera de Turismo y Hotelería promoción: marzo- agosto 2013, una vez revisada y calificada la investigación, se **APRUEBA** en razón de que cumple con los principios básicos técnicos y científicos de investigación y reglamentarios.

Por lo tanto se autoriza la presentación ante los organismos pertinentes.

Ambato,

LA COMISIÓN

.....
Lcdo. Mg. Adolfo Ricardo Guamán Guevara
C.C. 1802830123

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

.....
Lcdo. Mg. José Luis Núñez Muñoz
C.C. 1803082849

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

DEDICATORIA:

A mi madre

El regalo más grande que Dios me dio en esta vida, la mujer ejemplo, guía a seguir, mi mejor amiga, mi confidente, mi súper héroe, la persona que me enseñó que en esta vida todo tiene un propósito, que a pesar de las adversidades siempre ella estará ahí con un Te Amo.

Gabriela

AGRADECIMIENTO:

Primeramente quiero agradecer a Dios por haberme puesto en este mundo, y por permitir que de cada paso de mi vida aprenda.

A mi Mamita por ser esa personita que siempre estuvo a mi lado en mis logros y en mis tropiezos, mi Padre por enseñarme que la vida es para los fuertes, a mis amigas que han estado ahí con su apoyo incondicional.

A mis profesores de la Carrea de Turismo y Hotelería, que gracias a ellos impartieron sus conocimientos en mi, Lcdo. Oscar Abril, Lcdo. Ricardo Guamán, Lcdo. José Luis Núñez, Lcdo. Marco Toledo y a mi tutora Lcda. Jacqueline Herrera

Mi sincera Gratitud

Gabriela

INDICE GENERAL

CAPÍTULO I.....	4
EL PROBLEMA	4
1.1. Tema:	4
1.2. Planteamiento del Problema.....	4
1.2.1. Contextualización.	4
Árbol de problemas.....	7
1.2.2. Análisis Crítico.	8
1.2.3. Prognosis.....	8
1.2.4. Formulación del problema.	9
1.2.5. Preguntas directrices.	9
1.2.6. Delimitación del problema.....	9
1.3 Justificación.	10
1.4. Objetivos.....	11
1.4.1. Objetivo General	11
1.4.2. Objetivos Específicos:.....	11
CAPÍTULO II.....	13
MARCO TEÓRICO	13
2.1. Antecedentes Investigativos.....	13
2.2. Fundamentación Filosófica.....	15
2.3. Fundamentación Legal.....	16
1.1. Categorías Fundamentales	19
VARIABLE INDEPENDIENTE.....	20
VARIABLE DEPENDIENTE.....	50
CAPÍTULO III.....	56
METODOLOGÍA	56

MARCO METODOLÓGICO	56
3.1. Enfoque.....	56
3.2. Modalidad Básica.....	56
3.3. Nivel o Tipo de Investigación.....	57
3.4. Población de la Muestra.....	58
3.4.1. Población.....	58
3.5. Operacionalización de las Variables.....	66
VARIABLE INDEPENDIENTE: LA MIXOLOGIA.....	66
VARIABLE DEPENDIENTE: TURISMO DE ENTRETENIMIENTO.....	67
3.6. Recolección de la Información.....	68
3.7. Plan de Procesamiento y Análisis.....	69
CAPÍTULO IV	70
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	70
4.1. Análisis de los Resultados.....	70
4.2. Verificación de la hipótesis.....	81
4.2.1. Planteamiento de la hipótesis.....	82
4.2.2. Selección del nivel de significación.....	82
4.2.3. Descripción de la población.....	82
4.2.4. Especificación del Estadístico.....	82
4.2.5. Especificación de las regiones de aceptación y rechazo.....	83
4.2.6. Recolección de datos y cálculos estadísticos.....	83
4.2.6.1. Análisis de las variables.....	84
4.2.7. Cálculo del chi cuadrado.....	85
4.3. Decisión	85
CAPITULO V.....	87
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	87
5.1. CONCLUSIONES.....	87

5.2. RECOMENDACIONES.....	88
CAPITULO VI	89
PROPUESTA.....	89
6.1. Datos informativos.....	89
Antecedentes de la propuesta.....	91
6.2. Justificación	92
6.3. Objetivos.....	93
6.3.1. Objetivo General.....	93
6.3.2. Objetivo Específicos.....	94
6.4. Análisis de la Factibilidad.....	94
6.5. Fundamentación Teórica.....	98
6.6. Modelo Operativo	106
6.7. Descripción de la propuesta.....	107
6.8. Diseño de la implementación de un bar temático con coctelería de autor basado en mixología	109
6.8.1. Descripción del establecimiento.....	111
6.8.2. Estructura Organizacional.....	117
6.8.3. Equipos y Maquinarias.....	120
6.8.4. Herramientas de bar y cristalería.....	122
6.8.5. Cristalería de bar	128
6.8.6. Plano, estructura y distribución de “Amnesia Cocktail Club”	135
6.8.6.1. Descripción del bar	136
6.8.7. Elaboración de la carta o menú de Amnesia Cocktail Club.....	141
6.9. Administración.....	144
6.10. Previsión de la evaluación.....	145
7. Materiales de Referencia.....	146
LINKOGRAFIA	146
ANEXOS	149

INDICE DE GRÁFICOS

Grafico 1 Árbol de Problemas	7
Grafico 2 Categorías Fundamentales	19
Grafico 3 : Representación gráfica Pregunta 1	71
Grafico 4 : Representación gráfica Pregunta 2	73
Grafico 5: Representación gráfica Pregunta 3	75
Grafico 6: Representación gráfica Pregunta 4	77
Grafico 7: Representación gráfica Pregunta 5	79
Grafico 8 : Representación gráfica Pregunta 6	80
Grafico 9 Ubicación de la propuesta.....	90
Grafico 10 Estructura Organizacional.....	117
Grafico 11 Herramientas de Bar	122
Grafico 12 vaso de composición.....	123
Grafico 13 Colador o Gusanillo	124
Grafico 14 Cucharilla o Bailarina	124
Grafico 15 Medidores	125
Grafico 16 Mortero	125
Grafico 17 Licuadora	126
Grafico 18 Destapador de velocidad.....	127
Grafico 19 Cuchillo y Tabla de picar.....	127
Grafico 20 Coctelera	128
Grafico 21 Cristalería de Bar	129
Grafico 22 Vaso largo.....	130
Grafico 23 Vaso corto.....	130
Grafico 24 Copa Cocktail	131
Grafico 25 Copa Margarita	132
Grafico 26 Copa Huracán	132
Grafico 27 Copita o Shot	133
Grafico 28 Vaso Cerveceros.....	134

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Platos típicos	22
Tabla 2 Cervezas.....	30
Tabla 3 Vinos	32
Tabla 4 Clasificación de Espirituosos	35
Tabla 5 Licores	38
Tabla 6 Cocteles según su preparación	44
Tabla 7 Cocteles según la hora que se sirve.....	45

Tabla 8 Cocteles según su tamaño	46
Tabla 9 Variable Independiente	66
Tabla 10 Variable Dependiente.....	67
Tabla 11 Recolección de la Información	68
Tabla 12 Pregunta 1	71
Tabla 13 : Pregunta 2	73
Tabla 14: Pregunta 3	75
Tabla 15 : Pregunta 4	77
Tabla 16 : Pregunta 5	79
Tabla 17 : Pregunta 6	80
Tabla 18 : Frecuencia Observada.....	84
Tabla 19 : Frecuencia Esperada	84
Tabla 20 : Chi Cuadrado Calculado.....	85
Tabla 21: Modelo Operativo	106
Tabla 22: Previsión de la evaluación	145

INDICE DE CUADROS

Cuadro 1 Clasificación de Bebidas Alcohólicas	29
Cuadro 2 Catastro Ambato 2014.....	62
Cuadro 3 Catastro Baños 2014	64
Cuadro 4 Listado de Bares.....	65

INDICE DE IMÁGENES

Imagen 1 Logo del Bar	111
Imagen 2 Mara del Bar	113
Imagen 3 plano del bar.....	135
Imagen 4 Barra del Bar	138
Imagen 5 Sala VIP	139
Imagen 6 Vista del Bar (entrada)	140
Imagen 7 Carta o Menu (FRONT).....	142
Imagen 8 cartao menú (BACK)	143

INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Ubicación de la Propuesta.....	90
--	----

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN

CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA

RESUMEN EJECUTIVO

TEMA: “La Mixología y su impacto en el desarrollo del turismo de entretenimiento en la Provincia de Tungurahua.”

AUTOR: Mónica Gabriela Mena Carrasco.

TUTORA: Lcda. Mg. Jacqueline Herrera.

El presente trabajo de investigación se ha elaborado con el propósito de incentivar el Turismo de entretenimiento del cantón Ambato Provincia de Tungurahua, puesto que a la ciudad de Ambato se la considera como un destino turístico ya que cuenta con lugares de entretenimiento, pero no todos satisfacen los gustos de turistas nacionales y extranjeros, debido al desconocimiento sobre el impacto que generaría el implementar un Bar Temático en el cual la mixología sea la principal herramienta de trabajo.

El limitado conocimiento de la mixología y su impacto en el desarrollo del turismo de entretenimiento, genera un desinterés por parte de las personas inmersas en la actividad gastronómica y coctelera, debido a que tienen un reducido conocimiento en cuanto a mixología o coctelería en la ciudad de Ambato; todos estos aspectos tienen

como efecto que haya un desconocimiento de las potencialidades turísticas del turismo de entretenimiento.

Como modalidad de investigación se aplicó la investigación de campo debido a que el estudio metódico se lo realizó in situ, se utilizó una encuesta estructurada dirigida a los turistas de la Provincia de Tungurahua, cantones Ambato y Baños de Agua Santa y en base a ello se obtiene información con relación a la mixología y el turismo de entretenimiento, también se aplicó la investigación bibliográfica porque es indispensable conocer diferentes criterios de autores, a través de la información adquirida se realizó un análisis e interpretación de resultados que permitió concluir que la ciudad de Ambato necesita un lugar diferente a los ya existentes, por estos motivos se ha planteado la elaboración del diseño de la implementación de un bar temático se podrá satisfacer a los turistas y de esta manera la ciudad se convertirá en un destino elegido por toda clase de turistas.

Palabras Claves:

Mixología, coctelería de autor, turismo de entretenimiento, diseño de la implementación, bar temático, desarrollo turístico, destino turístico.

INTRODUCCIÓN.

El turismo de entretenimiento a nivel mundial ha crecido en su mayoría y Ecuador se ha convertido en un lugar en donde se puede encontrar varios lugares, donde las personas pueden realizar actividades de esparcimiento y diversión.

Por este motivo el presente trabajo tiene como interés el diseño de la implementación de un bar temático con coctelería de autor basado en mixología para fortalecer el turismo de entretenimiento en el cantón de Ambato Provincia de Tungurahua, con el diseño de un bar temático representado en un plano estructural y un recorrido virtual, una estructura de carta o menú basado en los lineamientos de la IBA (International Bartender Association) y con coctelería de autor, recopilando la información con todos los implementos a utilizar en un bar.

Para la presente investigación se utilizarán los términos cocktail y coctel, esta palabra procede del inglés cock's tail que significa cola de gallo, porque era costumbre decorar estas bebidas con largas plumas de las colas de los gallos; la palabra coctel es utilizada en distintos países de Latinoamérica y se respetará los criterios de diferentes autores al referirse a este término utilizado.

Para poder cumplir con el presente trabajo, fue necesario seguir la siguiente estructura investigativa.

CAPÍTULO I

El primer capítulo consta con el problema de investigación, la contextualización se la elabora a nivel macro, meso y micro, en el árbol de problemas se establece las causas y los efectos, delimitando el problema; se plantea la prognosis hipotética y se formula el problema que es una interrogante acerca de la relación entre variables, se formulan las interrogantes a base de las preguntas directrices, las cuales son esenciales para formular los objetivos específicos de la investigación, también se elabora la justificación donde se plantea razones y motivos por las cuales se ha trabajado en el tema y finalmente se elaboran los objetivos generales y específicos para orientar de mejor forma la investigación.

CAPÍTULO II

Se hace referencia al Marco Teórico que es la síntesis conceptual que sirve de fundamento científico al objeto de estudio y se explica la fundamentación filosófica y legal, la cual señala las leyes vigentes relacionadas al tema de investigación, se plantea las categorías fundamentales, el planteamiento de la hipótesis y finalmente el señalamiento de variables.

CAPÍTULO III

Se plantea la metodología de la investigación, donde se determinó el enfoque y la modalidad de investigación, nivel o tipo de investigación que fueron fundamentales

para la operacionalización de variables: plan de recolección de información, plan de procesamiento y por último el análisis de información para establecer resultados.

CAPÍTULO IV

Se trata sobre el análisis y la interpretación de los resultados, técnicas que se utilizaron en la investigación lo que sirvió para la elaboración del método estadístico Chi cuadrado para poder llegar a la verificación de la hipótesis, teniendo en cuenta que se realizaron 140 encuestas dirigidas a los pobladores y la conclusión de la hipótesis fue aceptada.

CAPÍTULO V

En este capítulo de la investigación se plantearon conclusiones necesarias para tener una idea clara sobre el aporte del turismo de entretenimiento con relación a mixología o coctelería y un correcto diseño de implementar un bar temático. A la vez se establecieron las recomendaciones.

CAPÍTULO VI

En este capítulo se desarrollo la propuesta como una alternativa de solución al problema del trabajo de investigación mediante los pasos estructurados para el diseño de la misma; detallando la justificación que señala la importancia, la fundamentación teórica, el marco lógico que establece como será realizada la propuesta.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1.Tema:

LA MIXOLOGIA Y SU IMPACTO EN EL DESARROLLO DEL TURISMO DE ENTRETENIMIENTO PROVINCIA DE TUNGURAHUA.

1.2.Planteamiento del Problema.

1.2.1. Contextualización.

La mixología se conocía como coctelería. La mixología es el conocimiento más profundo de los destilados, su elaboración y sobre todo su mezcla, es decir, de los productos con los que se mezclan, el porqué se mezclan?, cómo se mezclan?; es saber buscar un sabor y una sensación. Jugar con los aromas y las texturas. Para esto es necesario conocer de química básica y aprender sobre esencias, especias, frutas, verduras y decoración.

La mixología es generalmente aceptada como un término más refinado y un estudio más profundo del arte de mezclar bebidas.

Otra definición que podemos encontrar es: “El arte o la habilidad de preparar bebidas mezcladas para crear cocteles”.

La mixología se volvió un término utilizado más comúnmente en los últimos años y generalmente usado para referirse a un grado más alto del estudio de mezclar cocteles y bebidas, que simplemente el hacer las acciones diarias de un bartender. Esta definición y su uso es uno de los muchos debates dentro de la comunidad de bartenders, usualmente por la impresión que deja que un mixólogo es mejor y más habilidoso que el bartender. Sin embargo, esto no es necesario. Ni es mejor que el otro y cada uno requiere de diferentes técnicas y habilidades.

El tomar bebidas mezcladas no es algo nuevo, los inicios propios de la mixología se pueden comenzar a trazar al final de la segunda Guerra Mundial, tratándose particularmente en América.

La cantidad de bares alrededor del mundo ha crecido tanto como los diferentes tipos de licores, que se pueden combinar y mezclar para hacer bebidas atractivas para los clientes. (REGNIER, 2014).

Según (JERRY, 1862) *“La palabra Mixología proviene del término inglés "mix" que significa mezclar, el término ya aparecía en el primer libro de coctelería del mundo”*.

*“Mixología es el arte y estudio de la ciencia en mezclar bebidas, es la pasión por investigar y aprender todo acerca de la base de un cóctel, de donde vienen, de qué están elaborados, analizándose sabores, aromas, texturas, colores, densidade”*s (ESTREMADOYRO, 2013).

Según (TUFÍÑO, 2010), define a la Mixología como una coctelería de autor, con grandes influencias de los sabores tradicionales del país, muy visual ante todo y que busca el equilibrio perfecto entre sabores.

La mixología ha sido de vanguardia, ya que siempre se está buscando nuevos métodos, nuevos sabores, nuevos insumos, nuevas maneras de decorar y presentar las bebidas, en conclusión la evolución es constante.

Actualmente en la ciudad de Ambato Xavier Miranda Vice campeón de Coctelería en el año 2009, (MIRANDA, 2011) define a la Mixología como el arte que permite mezclar una bebida alcohólica con jugos e insumos para obtener como resultado un cocktail de forma equilibrada.

Hoy en día se aprende que los cocteles se toman primero por la vista ya sea por foto, leyendo los ingredientes o simplemente viendo al cliente de alado tomarse algo que nos llame la atención. Segundo por el olor justo antes de dar nuestro primero sorbo, la nariz termina su trabajo dando paso al si me atrae o no puedo beber esta copa; saber cómo aromatizar nuestros cocteles es primordial ya que todo en conjunto hará que el cocktail que se ha preparado sea conforme y tercero pero quizá el más importante el sabor, mezclando las bebidas correctas según la capacidad de la copa; esto hace que el cocktail tenga un perfecto balance de sabor.

Árbol de problemas.

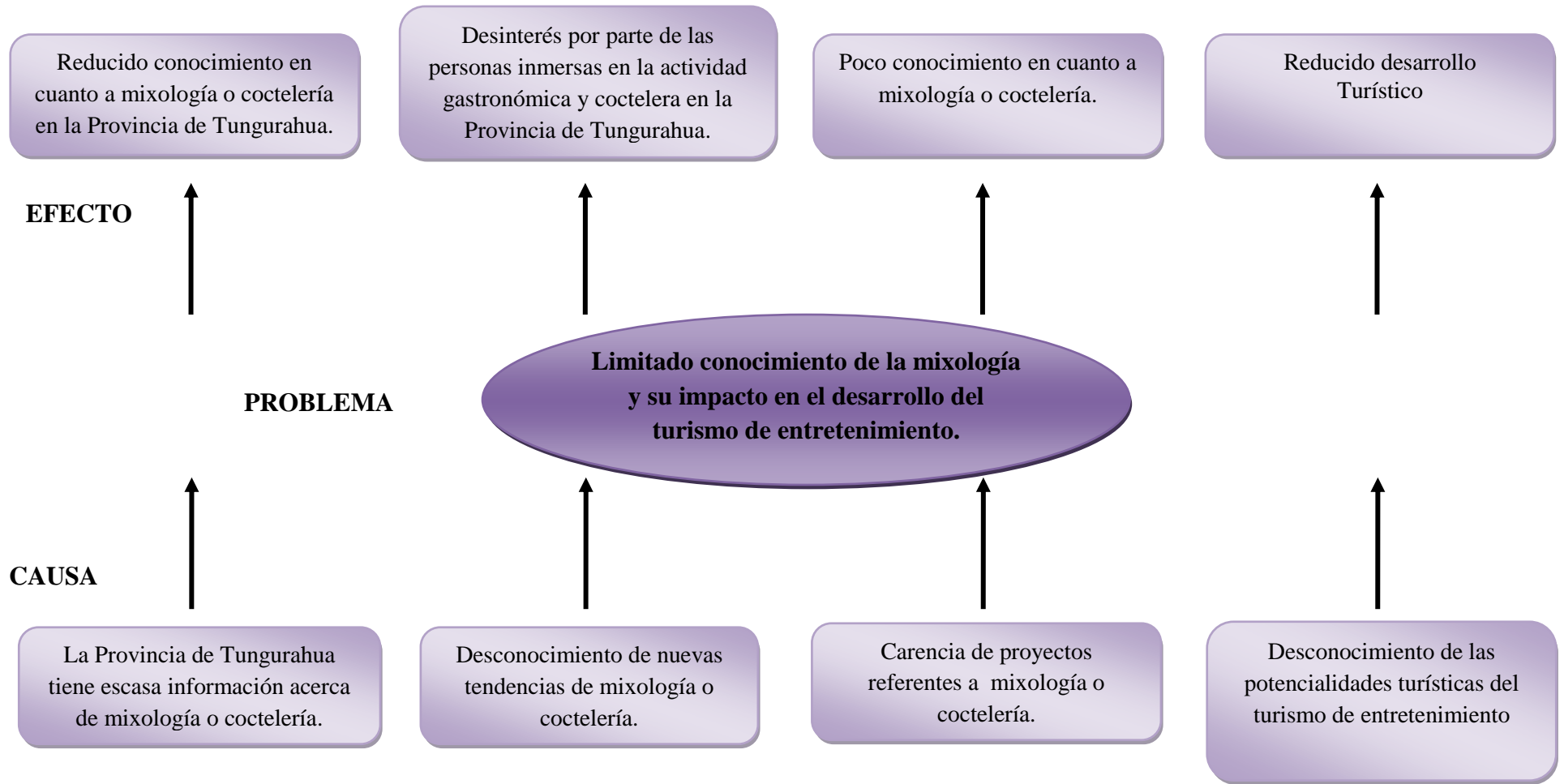


Grafico 1 Árbol de Problemas

Elaborado por: Mena Carrasco Mónica Gabriela, 2015

1.2.2. Análisis Crítico.

El limitado conocimiento de la mixología y su impacto en el desarrollo del turismo de entretenimiento de la provincia de Tungurahua, se determina ya que existe escasa información acerca de mixología o coctelería en la provincia de Tungurahua, debido al reducido conocimiento en cuanto a la misma. También existe desconocimiento de nuevas tendencias de coctelería y esto produce el desinterés por parte de las personas inmersas en la actividad gastronómica y coctelera. A la vez se puede indicar la carencia de proyectos referentes a mixología o coctelería dando como resultado un reducido conocimiento en cuanto al tema tratado, finalmente el desconocimiento de las potencialidades turísticas del turismo de entretenimiento produce que exista un limitado desarrollo del turismo en la provincia de Tungurahua

Hay profesionales que se han quedado atrapados en el pasado, esto hace la diferencia entre las personas quienes buscan innovar en el tema; tal vez esta diferencia de conocimientos, creatividad, etc. de la que tanto se habla ayude a mejorar el desarrollo del turismo de entretenimiento en nuestra provincia, con personas preparadas y capacitadas en mixología o coctelería.

1.2.3. Prognosis.

Si no se realizará el presente trabajo de investigación con respecto a la mixología y su impacto en el desarrollo del turismo de entretenimiento en la Provincia de Tungurahua, no se podrá considerar el diseño de la implementación de un bar de

mixología ni se conseguirá posicionar a la ciudad de Ambato como un destino turístico y esto no facilitará el desarrollo de un turismo de entretenimiento y diversión en la zona.

1.2.4. Formulación del problema.

¿De qué manera influiría la mixología y su impacto en el desarrollo del turismo de entretenimiento en el Cantón Ambato, Provincia de Tungurahua?

1.2.5. Preguntas directrices.

¿De qué manera se determina la situación actual en cuanto a mixología o coctelería en el cantón Ambato, Provincia de Tungurahua?

¿De qué manera influye el desarrollo del turismo de entretenimiento en el cantón Ambato, Provincia de Tungurahua?

¿Qué alternativa de solución se puede plantear ante la problemática establecida?

1.2.6. Delimitación del problema.

Campo: Turístico y Gastronómico.

Área: Entretenimiento.

Aspecto: Impacto en el desarrollo del turismo

Delimitación espacial:

- La presente investigación se realizará en la Provincia de Tungurahua, pero únicamente se tomará en cuenta a los cantones Ambato y Baños de Agua Santa, debido a que la mayor parte de turistas acuden a estas ciudades, ya que son el destino turístico escogido por nacionales y extranjeros.

Finalmente, la presente investigación se la realizará en el cantón de Ambato, con el propósito de atraer turistas que concurren al cantón Baños por motivo de Turismo de entretenimiento.

Delimitación temporal:

- Se realizará en el periodo 2014 - 2015.

1.3 Justificación.

La razón de realizar este proyecto es porque los servicios turísticos son la base fundamental para emprender un adecuado camino hacia el desarrollo turístico especialmente cuando se lo realiza en sitios o lugares que representan una nueva opción para ser visitados.

El interés por investigar el impacto en el desarrollo del turismo de entretenimiento en el cantón Ambato con referencia a mixología, permite descubrir y dar a conocer a los habitantes que la ciudad cuenta con un destino entretenido, novedoso, para que todo esto sea observado, valorado, promocionado; tanto para turistas nacionales y extranjeros.

La importancia radica en generar un impacto de turismo receptivo en el cantón Ambato ya que servirá como un instrumento que dará impulso al desarrollo turístico valorando los recursos existentes en la ciudad, porque el turismo es una alternativa que fortalece el nivel organizativo y beneficia a todos, siendo una actividad social y económica que requiere de participación continua para su desarrollo.

Es factible realizar esta investigación debido a que se desarrollará un turismo de entretenimiento y causará interés por parte de los turistas.

Los beneficiarios serán los demandantes que en este caso son los turistas y por lo tanto la ciudad en general.

El impacto de esta investigación en el cantón Ambato llega a ser la influencia en el desarrollo del turismo de entretenimiento y diversión tanto nacional como extranjero.

1.4. Objetivos.

1.4.1. Objetivo General.

- Determinar la mixología y su impacto en el desarrollo del turismo de entretenimiento en el cantón Ambato.

1.4.2. Objetivos Específicos:

- Diagnosticar la situación actual de la mixología en el cantón Ambato, Provincia de Tungurahua.
- Determinar de qué manera influye el desarrollo del turismo de entretenimiento en el cantón Ambato, Provincia de Tungurahua.

- Proponer una alternativa que permita la solución ante la problemática encontrada.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes Investigativos.

Según (IBA, 2013) (International Bartenders Association), se consideran bares temáticos aquellos con que establecen en su estrategia empresarial la segmentación a un determinado tipo de clientela en concreto, cuyo marketing estará orientado hacia una temática concreta, como puede ser el mundo del motor, el fútbol, el rock and roll, la gastronomía.

Según (LEE, 2010), considera que el bar temático está lejos de ser un establecimiento de moda y que más bien son lugares de referencia, cargado de novedosas propuestas, dispuesto a la innovación, que sobre todo se ajustan a la necesidad del consumidor, sin perder originalidad ni calidad.

Se diferencia de los bares tradicionales por ser interactivos. Nada es casual en un bar temático. Si tomamos el ejemplo de un bar rockero, podemos señalar tres puntos muy importantes que los caracteriza: Comunicación e información constante sobre rock, presentación de eventos y su exclusividad musical.

El proyecto se dio inicio en Londres por el año de 1971, con el Hard Rock Café, que a la fecha cuentan con más de 108 franquicias distribuido por 41 países.

Los bares temáticos recurren a una serie de estrategias interactivas para atraer clientes, que permiten al consumidor una mayor confiabilidad, exaltando la diferencia y formando grupos entre los mismos.

Según (APREA, 2000) Desde hace algunos años, la prensa utiliza la denominación bar temático para designar a una serie de locales que se presentan como una novedad en la oferta de los locales y espectáculos públicos pero tienen características que los diferencian entre sí. Según los datos que pudimos obtener a lo largo de nuestra investigación, este término tiene su origen y se aplica en primera instancia para nombrar a locales de cadenas internacionales como *Hard Rock Café* o *Planet Hollywood*. Posteriormente en Buenos Aires el rótulo *bar temático* se extiende a otro tipo de opciones como una categoría clasificatoria que engloba a una gama de alternativas que se caracterizan por combinar las prácticas tradicionales de bares y cafés (encuentros sociales e ingesta de bebidas y alimentos) con las ligadas al espectáculo, a los productos de la tecnología mediática y al acceso, ordenamiento y uso de información conectada con dichas prácticas y productos

Según (MENDOZA, 2003) *bares temáticos* es de alguna forma aceptada por la sociedad la expresión *bares temáticos* para incluir una serie de opciones que se presentan como novedosas: cybercafés, cafés en museos como el de Arte Decorativo,

disquerías cafés (*Notorius*), bares ligados al mundo del rock (*Hard Rock Café*), al mundo de la magia, bares de juegos (*Pitágoras*), locales con una definida ambientación relacionada con algún estilo social (*Soul Café* y el *funky*), hasta con algún estilo regional (los restaurantes vinculados con colectividades, regiones o culturas a los que se les atribuye algún grado de exotismo). A esta enumeración se agregan en algunos casos lugares ya existentes que, o bien, albergan actividades que superan las habituales de los bares (el *Café Tortoni* con sus espectáculos de música o poesía y sus "peñas culturales") o bien incluyen algunas actividades nuevas (clases de tango en la *Confitería Ideal*).

Hoy en día cada vez se siguen implementando nuevas tendencias en cuanto a diversión y entretenimiento, ahora ya existe una clasificación para lugares que brindan este servicio, cada local trata de llamar la atención con su estructura, su decoración y el tipo de espectáculo que brindan a las personas que acuden estos lugares, cada bar tiene su estrategia que permite que los cliente se sientan a gusto.

2.2. Fundamentación Filosófica.

La presente investigación está orientada en el paradigma crítico- propositivo-constructivista-social, orientándonos al ámbito de esparcimiento turístico, tomando como referencia a esta filosofía la investigación se orientó positivamente a la implementación de nuevos lugares de distracción que puedan satisfacer las

necesidades y gustos del cliente, siendo este el motivo que surge para continuar con el crecimiento al desarrollo del turismo en el cantón Ambato.

2.3. Fundamentación Legal.

Según (CONSTITUCION, 2008)

LEY DE TURISMO

CAPÍTULO I

GENERALIDADES

Art. 1.-La presente Ley tiene por objeto determinar el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios.

Art. 2.-Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos.

Art. 4.-La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos:

- c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística;
- e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística;

g) Fomentar e incentivar el turismo interno.

CAPÍTULO II

DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS Y DE QUIENES LAS EJERCEN

Art. 5.-Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

a. Alojamiento;

b. Servicio de alimentos y bebidas;

e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,

f. Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.

Art. 8.-Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.

Art. 9.-El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el

Reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda.

Art. 10.-El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado, les transfiera esta facultad, concederán a los establecimientos turísticos, Licencia única Anual de Funcionamiento; lo que les permitirá:

- a. Acceder a los beneficios tributarios que contempla esta Ley;
- b. Dar publicidad a su categoría;
- c. Que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención de ese empresario instalación o establecimiento;
- d. Que las anotaciones del Libro de Reclamaciones, autenticadas por un Notario puedan ser usadas por el empresario, como prueba a su favor; a falta de otra; y,
- e. No tener, que sujetarse a la obtención de otro tipo de Licencias de Funcionamiento, salvo en el caso de las Licencias Ambientales, que por disposición de la ley de la materia deban ser solicitadas y emitidas.

Art. 11.-Los empresarios temporales, aunque no accedan a los beneficios de esta Ley están obligados a obtener un permiso de funcionamiento que acredite la idoneidad del servicio que ofrecen y a sujetarse a las normas técnicas y de calidad.

1.1. Categorías Fundamentales

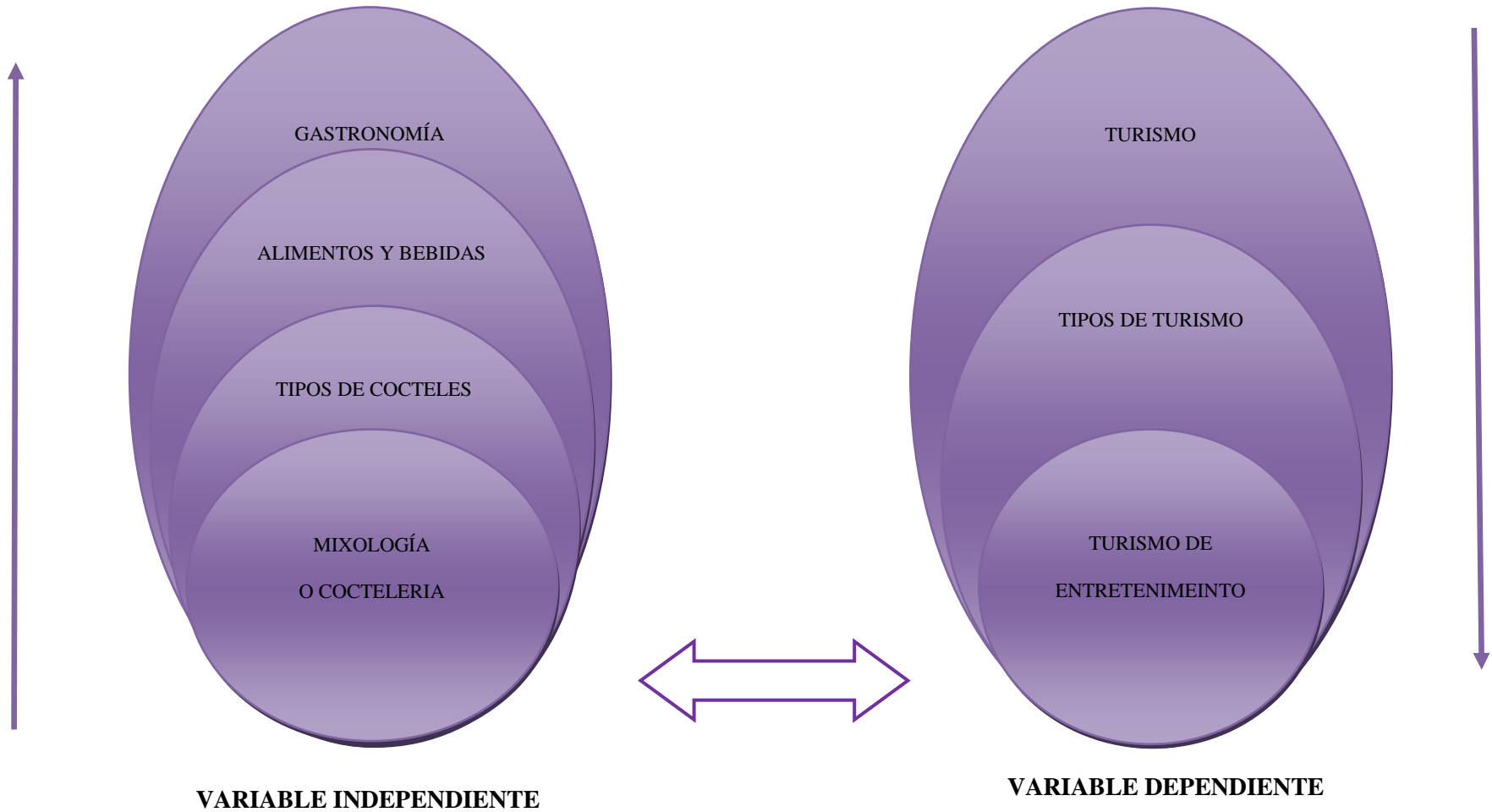


Grafico 2 Categorías Fundamentales

Elaborado por: Mena Carrasco Mónica Gabriela, 2015

VARIABLE INDEPENDIENTE

GASTRONOMÍA.

Según (Quees.la, 2014) La definición de este vocablo es el arte de elegir, elaborar y servir una buena comida de calidad. También se utiliza este término para referirse a la inclinación a comer de manera exquisita.

No obstante existe otra definición que va más allá del arte de cocinar y servir una buena mesa y es: el estudio e interrelación entre una cultura y la alimentación. Esto se debe a que dentro de esta disciplina se estudian también determinados factores culturales que están vinculados con la comida. Así se enlazan las ciencias naturales, las sociales, incluso las bellas artes con la manera en que el ser humano se alimenta.

De hecho es fundamental comprender que la alimentación está básicamente ligada a las costumbres, tradiciones, geografía, historia de una comunidad o pueblo

Según (RIVADENEIRA, 2010), la Gastronomía de Ecuador es una cocina donde predomina la variedad de ingredientes, debe tenerse en cuenta que Ecuador tiene acceso a tres diferentes tipos de recursos culinarios, el pescado por las costas del Océano Pacífico así como las islas Galápagos, segundo a los Andes y por último la selva amazónica. La cocina gira en torno a estas tres fuentes de ingredientes, haciendo que las personas y las etnias de la zona puedan elaborar diversos platos autóctonos.

- Pescado: El pescado se suele preparar frecuentemente al estilo ceviche (marinados al limón) existiendo numerosas cebicherías donde preparan los pescados. Los más empleados en este proceso suelen ser las corvinas y las truchas, así como algunos mariscos como los camarones. Algunos de los platos populares con pescado son: los carapachos rellenos, sopa marinera, ceviches de pescado, corviches, etc.
- Verduras y Legumbres: Las verduras están presentes en diferentes formas, el arroz, el plátano verde o maduro, la yuca, o la salsa de maní tostado y molido. El maíz se suele comer en las muy populares tortillas de maíz conocidas como bonitísimas, cocinan los choclos en agua y sal y los comen con queso fresco. Igual los frijoles, que acompañan a muchos de sus platos. Las patatas en puré o las sirven de base para platos como los llapingachos que son tortillas de papa o los locros.
- Carnes: Se suele comer carne de vaca, cordero y cabra. Algunos platos se combinan con verduras como el seco que son trozos de carne servida con arroz. Dentro de los platos exóticos se tiene el cuy, que suele comerse asado en las celebraciones de ciertas partes del país. La carne de chanco (cerdo) se come en varios lugares del país, participa en la elaboración de de diversos platos, algunos de ellos como fritada, hornado, chugchucaras.

Es de destacar de la cocina de Ecuador los caldos (conocidos como sopas o locros) que suelen prepararse con verduras muy diversas y carne de gallina, son frecuentemente servidos en los mercados callejeros como desayuno. Algunos de ellos

son muy populares como el yaguarlocro que es una sopa de papas que lleva como ingrediente borrego y una salsa especial, que visitando el Ecuador sabrá degustar

- Condimentos: Las especias más empleadas en los platos son los ajíes (que le proporcionan el toque picante) y las hierbas como el cilantro (muy frecuente en la cocina ecuatoriana).

Platos Típicos:

PLATOS TIPICOS		
COSTA	SIERRA	ORIENTE
Bolón de verde	Fritada	Pinchos Mayones
Encebollado	Mellocos con habas cocinadas	Maito de pescado
El tigrillo	Mote pillo	Chicha de chonta
Sancocho	Llapingachos	Seco de guanta
Guatita	Hornado	La uchumanga

Tabla 1 Platos típicos

Elaborado por: Mena Carrasco Mónica Gabriela, 2015

Postres:

Aunque la mayoría de las veces se ingiere fruta como postre la cocina ecuatoriana tiene postres como:

- Quimbolitos
- Dulce de leche
- Torta de guineo
- Chucula
- Dulce de higo con queso
- Queso de piña
- Babacada
- Helados de paila, etc.

ALIMENTOS Y BEBIDAS.

Un establecimiento de alimentos y bebidas es aquel establecimiento o empresa donde se preparan y sirven alimentos a personas que lo solicitan, siempre y cuando sus ingresos y número de comensales sean superiores en alimentos y no en bebidas. Entre los servicios de alimentación están: restaurante, cafetería, bar, cantina, fonda, servicio institucional, expendios y afines de alimentos servidos en el local.

Dentro de esta clasificación no se incluyen los almacenes, depósitos y otros locales como pulperías, supermercados o abastecedores.

El objetivo de un servicio de alimentación es brindar al cliente alimentos bien preparados, de la mejor calidad, a un precio justo, bajo estándares de sanidad y buen servicio.

Un establecimiento de alimentos es todo lugar permanente o de temporada destinado a la elaboración, manipulación, suministro y comercio de alimentos. Estos establecimientos existen desde que el hombre está sobre la tierra, empezando por los hogares de todas las personas donde hay servicios de alimentos, en los antiguos hostales y posadas donde se ofrecía comida a los viajeros, las amas de casa que preparaban galletas, pasteles y panques para vender entre sus vecinos y amigos. En la actualidad, contamos con una gran variedad de establecimientos que ofrecen alimentos preparados.

Para que estos servicios de alimentos sean lugares que cumplan con el objetivo de un servicio de alimentación, es decir, que satisfaga las necesidades del cliente se deben manejar en forma profesional. (MARESS, 2013)

Cada región de nuestro país tiene algo representativo en cuanto a gastronomía, es por tal motivo que en cada ciudad que brinda el servicio de alimentos y bebidas, saben cómo preparar, como manipular cada alimento antes de servirlo. Estos establecimientos de alimentos y bebidas están dispuestos a complacer todos los gustos y paladares.

Alimentos.

Según (DE.DEFINICION, 2008) Alimento es aquello que los seres vivos necesitan para su subsistencia. El término procede del latín *alimentum* y permite nombrar a cada una de las sustancias sólidas o líquidas que nutren a los seres humanos.

Además de todo ello es importante saber que los alimentos se pueden clasificar en varios tipos.

No obstante, si tenemos en cuenta lo que es la composición de aquellos nos encontraríamos con dos grandes grupos:

- Los orgánicos, que son los que nos aportan vitaminas, grasas, hidratos de carbono y proteínas.
- Los inorgánicos, que nos dan oligoelementos, agua y minerales. Es decir, nos aportan energía.

Sin embargo, del mismo modo, podemos clasificar los alimentos en base a lo que sería su función dentro de la nutrición. De esta manera, nos topáramos con tres tipos diferentes:

- Los alimentos formadores, que son ricos en calcio y proteínas.
- Los alimentos energéticos, que se diferencian porque son muy valiosos en cuanto a grasas e hidratos de carbono.

- Los alimentos reguladores, que se identifican porque cuentan con unos importantes niveles de minerales, vitaminas y oligoelementos.

No obstante, la clasificación más habitual y utilizada de los alimentos es la que los agrupa en:

- Cereales, patatas y legumbres.
- Leche y derivados, que aportan un importante número de nutrientes.
- Pescado.
- Huevos.
- Carne. Esta, junto a los dos grupos anteriores, es la que se encarga de otorgar al cuerpo humano las proteínas necesarias.
- Grasas y aceites, donde se encuentran, por ejemplo, los frutos secos.
- Frutas y verduras, que se identifican por su gran riqueza en cuanto a minerales y vitaminas.
- Azúcares.

El alimento en el cuerpo humano permite la regulación y el mantenimiento de las funciones del metabolismo, sin alimentos los seres vivos no pueden gozar de buena salud, también los alimentos en nuestro cuerpo brindan satisfacción, las sustancias de los alimentos más esenciales son los nutrientes ya que permite el sustento de los

organismos vivos, ya que aportan energía como son: las vitaminas, las proteínas y los carbohidratos.

Bebidas.

Según (ABC, 2007) La palabra bebida es una palabra de uso común que se refiere a todo tipo de líquidos (naturales o artificiales) que puedan ser utilizados para el consumo humano. Desde el agua potable hasta los productos líquidos más exóticos pueden ser considerados bebidas siempre y cuando su consumo esté permitido para el hombre. Cuando se habla de bebidas se hace referencia principalmente a aquellos productos que suponen cierta elaboración como lo pueden ser las bebidas gaseosas, los jugos, las infusiones o las bebidas alcohólicas. Sin embargo, como el agua potable también es consumida como bebida, la misma puede fácilmente entrar dentro de esta categoría.

El concepto de bebida se relaciona directamente con una de las necesidades primarias del ser humano que es el consumo constante de líquidos que le permitan reponer aquellos líquidos que utiliza en la realización de sus actividades diarias. Si bien el agua es la bebida recomendada por excelencia para cumplir tal función de reposición, desde siempre el ser humano ha creado diferentes tipos de bebidas más

complejas que el agua cuyo objetivo principal era sumar gusto, placer o elementos visuales a la experiencia de beber.

Algunas de las bebidas más comunes que el ser humano ha consumido a lo largo de la historia (además, claro, del agua) son los diferentes tipos de jugos y líquidos que se pueden obtener de las frutas, aguas saborizadas con elementos naturales, infusiones y, entre las bebidas alcohólicas, el vino.

Hoy en día, la variedad de bebidas a las que uno puede acceder en el mercado es mucho más amplia y podemos entonces encontrar gaseosas (o bebidas que cuentan con gas agregado), jugos en diferentes formatos, aguas saborizadas artificialmente, bebidas alcohólicas de gran diversidad y con muy diferente variación en la graduación alcohólica, infusiones muy variadas, chocolates, etc.

CLASIFICACION DE LAS BEBIDAS

Según International Bartender Association (IBA, 2013) el primer paso es clasificar las bebidas en dos secciones.

ALCOHÓLICAS.

Aquellas bebidas que contienen alcohol, la cantidad de alcohol puede variar desde 1% hasta aproximadamente el 55%.

NO ALCOHÓLICAS.

Aquellas bebidas que no contienen alcohol. Hay varias categorías de bebidas no alcohólicas.



Cuadro 1 Clasificación de Bebidas Alcohólicas

Fuente (IBA, 2013)

Elaborado por: Mena Carrasco Mónica Gabriela, 2015

CERVEZAS

Se denomina cerveza a una bebida alcohólica, no destilada, de sabor amargo que se fabrica con granos de cebada u otros cereales cuyo almidón, una vez modificado, es fermentado en agua y frecuentemente aromatizado con lúpulo.

De ella se conocen múltiples variantes con una amplia gama de matices debidos a las diferentes formas de elaboración y a los ingredientes utilizados. Generalmente presenta un color ambarino con tonos que van del amarillo oro al negro pasando por los marrones rojizos. Se la considera «gaseosa» (contiene CO₂ disuelto en saturación que se manifiesta en forma de burbujas a la presión ambiente) y suele estar coronada de una espuma más o menos persistente. Su aspecto puede ser cristalino o turbio. Su graduación alcohólica puede alcanzar hasta cerca de los 30% vol. aunque principalmente se encuentra entre los 3 y los 9% vol. (CERVEZAYBEER, 2013)

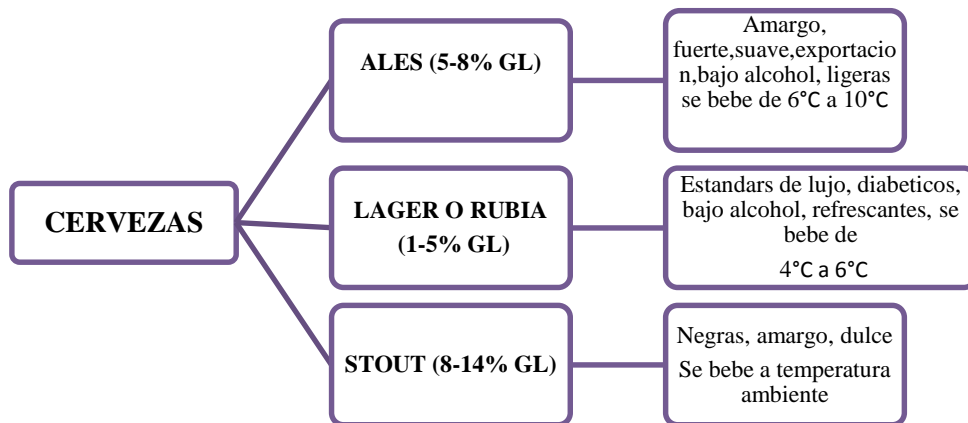


Tabla 2 Cervezas

Fuente: IBA (Interational Bartender Association)

Elaborado por: Mena Carrasco Mónica Gabriela, 2015

VINOS.

El vino es el más complejo de los productos agrícolas. No existe ningún otro que sea capaz de expresar tal cantidad de matices sensoriales.

Desde la deslumbrante gama de colores; pasando por la increíble variedad de aromas, que despiertan la imaginación; hasta llegar al exquisito y único sabor.

Tener una copa de vino en la mano puede abrir caminos impensados, hacernos recorrer paisajes exóticos, despertar recuerdos desde el fondo de la memoria, en fin, transportarnos en tiempo y lugares, y todo esto incluso antes de probarlo.

Cuando por fin lo bebemos, la experiencia continúa; entra en juego ahora el placer más terrenal del gusto, ese efímero pero intenso momento de beatitud que se produce al paladear una exquisitez.

Ningún vino es igual a otro, incluso la misma añada de un mismo vino puede presentar diferencias, por el simple motivo de que cada uva es diferente.

Por eso es que el vino tiene personalidad. Y, por lo tanto, cuanto más se intente conocerlo, comprenderlo y profundizar en sus secretos, mayor será la capacidad de disfrutarlo plenamente y como en verdad lo merece.

Definición:

El vino es una bebida alcohólica obtenida a través de la fermentación del fruto de la *vitis vinífera*, la uva. Son diversos los factores que determinan las características de

un vino: el suelo y sus componentes, el clima, la variedad de uva; más la mano del hombre, con sus procesos de elaboración y crianza.

La graduación alcohólica del vino varía entre un 7 y un 16% por volumen, la mayoría de los vinos embotellados tienen entre 10 y 14 grados. Los vinos dulces tienen entre un 15 y 22% de alcohol por volumen. (GOURMET, 2006)

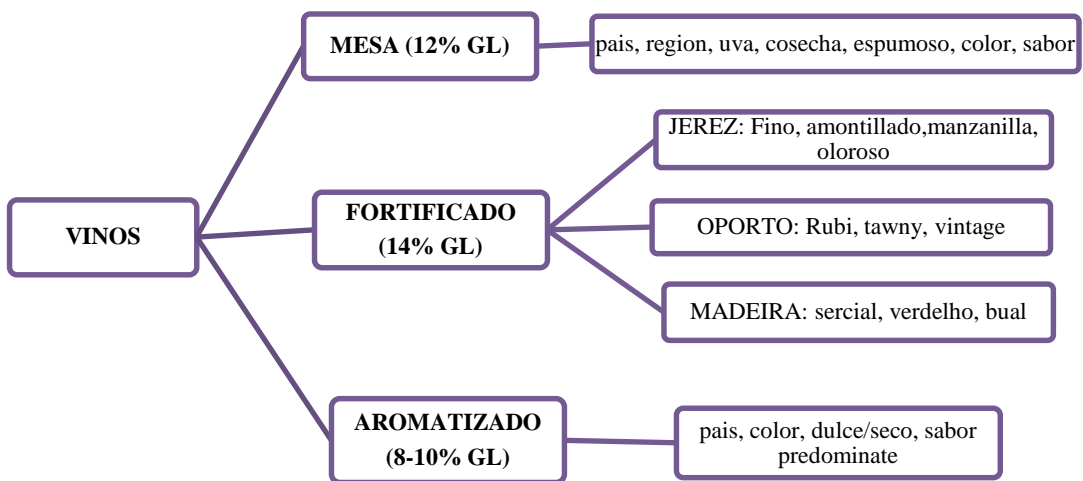


Tabla 3 Vinos

Fuente: IBA (Interational Bartender Association)

Elaborado por: Mena Carrasco Mónica Gabriela, 2015

ESPIRITUOSOS (*SPIRITS*).

Se considera bebidas espirituosas a aquellas bebidas con contenido alcohólico procedentes de la destilación de materias primas agrícolas (uva, cereales, frutos secos, remolacha, caña, fruta, etc.). Se trata, así, de productos como el brandy, el whisky, el ron, la ginebra, el vodka, o los licores, entre otros.

La definición técnica y legal de bebida espirituosa aparece recogida en el Reglamento CE 110/2008 (art. 1), en cuya virtud se entiende básicamente por bebida espirituosa la bebida alcohólica destinada al consumo humano, con cualidades organolépticas particulares, con una graduación mínima de 15%vol , obtenida por destilación, en presencia o no de aromas, de productos naturales fermentados, o por maceración de sustancias vegetales, con adición o no de aromas, azúcares, otros edulcorantes, u otros productos agrícolas.

La destilación es el proceso tradicional de separación física, por aplicación de calor, del alcohol del resto de componentes presentes en todo líquido obtenido por fermentación de un producto vegetal de origen agrícola.

La destilación es una actividad milenaria, profundamente arraigada en nuestra cultura mediterránea. Hunde sus raíces en la civilización egipcia. La primera referencia registrada se debe a Abul Kasim, un médico árabe del siglo X. De hecho las propias palabras “alcohol” –el producto- y “alambique” o “alquitara” –el instrumento de destilación- son palabras de evidente origen árabe. Al principio sólo se destilaba el vino, pero poco después empezaron a usarse otros productos fermentados y/o

materias primas de origen agrícola, con una finalidad en aquellos momentos eminentemente terapéutica. Los primeros licores, de origen generalmente monacal, se desarrollaron en plena Edad Media.

El proceso de destilación no sólo concentra el alcohol, sino que elimina una gran cantidad de impurezas de sabor desagradable. Luego, durante el proceso de envejecimiento, que por lo general tiene lugar en barriles de madera quemada, las impurezas, que son sobre todo una mezcla de alcoholes superiores, se oxidan parcialmente a ácidos, que reaccionan con los alcoholes remanentes formando ésteres de sabor agradable. (FEBE, 2013)

El consumo de alcohol está asociado con muchas actividades sociales tales como: días festivos, comer fuera, entretenimiento, negocios y por supuesto celebraciones. Les brinda a muchos consumidores un gran placer y causa poco o gran daño depende su consumo. Los espirituosos son comúnmente conocidos como los destilados, proviene de productos naturales y de maceraciones

(IBA, 2013) Los 5 más importantes son:

NOMBRE	ORIGEN	PRODUCTOS	GRADO ALCOHOLICO
VODKA	Ruso	Patatas, caña de azúcar, centeno o trigo.	34° a 50°
GINEBRA	Holandés	Cebada sin maltear, rectificada con bayas de enebro y aromatizada con cardamomo, angélica, corteza de cassia, lirio y cáscara de naranja).	43° a 47°
RON	Cuba	Melazas y/o jugos fermentados de la caña de azúcar.	34° a 70°
WISKY	Irlandés	Cebada, trigo, centeno y maíz.	40° y 62°
BRANDY	Holandés	Frutas y cereales.	36° y 40°

Tabla 4 Clasificación de Espirituosos

Fuente: IBA (Interational Bartender Association)

Elaborado por: Mena Carrasco Mónica Gabriela, 2015

LICORES.

Son las bebidas hidroalcohólicas aromatizadas obtenidas por maceración, infusión o destilación de diversas sustancias vegetales naturales, con alcoholes destilados aromatizados, o por adiciones de extractos, esencias o aromas autorizados, o por la combinación de ambos, coloreados o no, con una generosa proporción de azúcar. Teniendo un contenido alcohólico superior a los 15° llegando a superar los 50° centesimales, diferenciándose de los aguardientes por mayor o menor contenido de azúcares.

Origen de los licores.

Inicialmente los licores fueron elaborados en la edad media por físicos y alquimistas como remedios medicinales, pociones amorosas, afrodisíacos y cura problemas. La realidad era que no se detectaba su alto contenido alcohólico y así permitía lograr propósitos poco habituales.

La producción de licores data desde tiempos antiguos. Los documentos escritos se lo atribuyen a la época de Hipócrates quien decía que los ancianos destilaban hierbas y plantas en particular por su propiedad de cura de enfermedades o como tónicos. Esto en parte era cierto, dado que, hoy día, es reconocido que el kummel o la menta ayudan a la digestión.

De estos factores, que los licores son asociados a la medicina antigua y a la astrología medieval.

A través de los siglos fueron también conocidos como elixires, aceites, bálsamos y finalmente como licores.

NOMBRE CONOCIDO DEL LICOR	SABOR	COLOR	% DE ALCOHOL
Anisette	anis	transparente	27
Anis	anis	transparente	39-50
Apricot	apricot	marrón	30
Blackberry	mora / zarzamora	rojo oscuro	30
Cherry	cereza	rojo brillante	30-32
Crème de Cacao	chocolate y vainilla	marrón o blanco	25-27
Crème de Cassis	grosella o pasas	rojo	12-25
Crème de Framboises	frambuesa	rojo	30
Crème de Menthe	menta	verde, blanco o rosa	30
Crème de Roses	rosas	rosado	30
Crème de Vainille	vainilla	marrón	30
Crème de Violettes	violetas	violeta	30
Curaçao	naranja	naranja	30-42
Danziger Goldwasser	naranja y pimienta	transparente	38
Kümmel	kümmel o carvi	transparente	39-46

Maraschino	cerezas	transparente	30-32
Ojen	anis	transparente	42
Ouzo	anis	transparente	45-49
Parfait Amour	violetas	violeta	27-30
Peach	durazno	marrón dorado	35-40
Prunelle	ciruela	marrón	40
Sloe Gin	endrina	rojizo	30
Swedish Punsch	rummy	amarilla	28-30
Triple Sec	naranja	transparente	38-40

Tabla 5 Licores

Fuente: (IBA, 2013)

Elaborado por: Mena Carrasco Mónica Gabriela, 2015

Según la forma de elaboración:

- Aquellos con una sola hierba predominando en su sabor y aroma.

Ejemplo: Fernet.

- Los que están elaborados a partir de una sola fruta, por ende sabor y aroma.

Ejemplo: Crème de Cassis.

- Los producidos a partir de mezclas de frutas y/o hierbas.

Ejemplo: Maraschino.

A nivel de su producción, existen dos métodos principales. El primero, que consiste en destilar todos los ingredientes al mismo tiempo, y luego siendo esta destilación endulzada y algunas veces colorizada. O el segundo que consiste en agregar las hierbas o frutas a la destilación base. Este segundo método permite conservar el brillo, frescura y bouquet de los ingredientes; y es logrado utilizando bases de brandy o cognac, resultando estos ser los de mejor calidad.

También pueden clasificarse de acuerdo al número de sustancias aromáticas y saborizantes que intervienen en su elaboración. Así pueden ser:

- ❖ **Simples:** cuando se elaboran con una sola sustancia, aunque se utilicen pequeñas cantidades de otras, para mejorar el sabor o potenciar el aroma.

Ejemplos: Curaçao.

- ❖ **Mixtos:** son los que llevan, en distintas proporciones, pero con igual importancia, varios ingredientes. Los licores más finos se preparan destilando

alcohol de alta graduación en el que se ha macerado un saborizante, o una combinación de ellos y tratando el destilado con azúcar y generalmente, con materias colorantes. Entre los saborizantes más utilizados están, entre otros, la corteza de naranja, la semilla de alcavarea y el endrino. Muchos licores han sido elaborados por monjes como los Cartujos o los Benedictinos. Los licores pueden servirse como aperitivos o después de las comidas y también como ingredientes en combinaciones de bebidas y cócteles. (FISAC, 2010)

Ejemplos: Grand Marnier.

BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS.

SIROPES (JARABES).

Según International Bartender Association (IBA, 2013) son una forma concentrada de jugo por lo general con un alto contenido de azúcar, se utilizan ampliamente en los bares para endulzar y aromatizar bebidas, se pueden añadir a los licores espirituosos para que sean menos “ardientes”, o simplemente se diluyen con agua para elaborar una bebida suave.

AGUAS.

Según (DE.DEFINICION, 2008) el agua es una sustancia cuyas moléculas están compuestas por un átomo de oxígeno y dos átomos de hidrógeno. Se trata de un líquido inodoro (sin olor), insípido (sin sabor) e incoloro (sin color), aunque también

puede hallarse en estado sólido (cuando se conoce como hielo) o en estado gaseoso (vapor).

El agua se clasifica de la siguiente manera:

- **Aguas minerales naturales:** a veces llamadas aguas de mesa, la terminología relacionada con las aguas mineras naturales es compleja y varía de país a país, todo lo que se puede hacer es leer la etiqueta cuidadosamente.
- **Agua mineral:** hay dos tipos principales de agua mineral
 - ❖ **Las que son naturales o sobre todo natural,** posiblemente con alguna ayuda de los fabricantes, por ejemplo filtrada o elaborada artificialmente con gas
 - ❖ **Agua mineral fabricada:** se la conoce también como mezcladores y se la utiliza en bebidas largas mezcladas o simplemente con hielo y enfriadas como: agua tónica, bitter lemon, etc.

GASEOSAS.

Bebidas incoloras preparadas con agua potable, CO₂, edulcorantes, aromas y otros aditivos autorizados (ácido cítrico, tartárico o láctico).

JUGOS.

Según (IBA, 2013) están disponibles en diversas formas y diferentes calidades, se dividen en:

- **Recién exprimido.**
- **Jugo de fruta preparado.**

TIPOS DE COCTELES.

Según lo establecido por la (IBA, 2013) un cóctel con alcohol no debería contener más de cinco ingredientes en su preparación, contando también los usados para decorarlo. Normalmente estos cinco elementos se basan en tres tipos:

Bebida base que otorga el sabor y la fuerza predominante, como por ejemplo, el ron.

Otra modificadora para suavizar o aromatizar la bebida base, por ejemplo, cualquier jugo de frutas.

Y otros ingredientes adicionales destinados a reforzar el sabor, el color y/o la presentación, como por ejemplo el amargo de Angostura o la granadina.

Cocteles según su preparación.

Según (CATADOR, 2014) Una fórmula para clasificar los cócteles es según el método que se utilice para prepararlos. Así, nos encontraríamos con las siguientes tipologías:

Batidos: serían todos aquellos en los que se requiere una coctelera para su preparación.

Refrescados: para elaborarlos nos basta un vaso mezclador y a diferencia de los anteriores podemos encontrarnos con muchos cócteles a los que se les añaden refrescos con gas.

Directos: son combinaciones en las que la bebida se mezcla directamente en la copa en la que se sirve.

Licuidos: son los preparados en licuadora hasta obtener la textura deseada y luego se sirven directamente en la copa o vaso deseado. Entre estos tenemos los Frozen, que son los preparados en la licuadora con hielo picado, para obtener una consistencia parecida a la de un granizado, como por ejemplo el Daiquiri, la Piña Colada o la Margarita.

Flambeados: son en los que para combinarlos se les prende fuego. Se suele utilizar esta técnica ya que es más atractivo en presentación, pero también para cambiar el sabor ligeramente al combinado al disminuir la cantidad de líquido en un trago, condensando los sabores y haciendo que el trago sepa más intensamente. El flambeado es idóneo para realizarlo con licores de alta graduación (40% vol. o más). Un ejemplo de flambeado es el B52.

Macerados: son los preparados directamente al vaso que por lo general poseen hojas u otros ingredientes que necesitan ser macerados. Por ejemplo el mojito.

SEGÚN SU PREPARACIÓN	NOMBRE DEL COCTEL	GRADO ALCOHÓLICO
BATIDOS	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Alexanders ❖ Bacardi coctel ❖ Martini 	<ul style="list-style-type: none"> • 8 GL • 8 GL • 12 GL
REFRESCADOS	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Cuba Libre ❖ Sex on the Beach ❖ Tequila Sunrise 	<ul style="list-style-type: none"> • 8 GL • 8 GL • 8 GL
DIRECTOS	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Negroni ❖ Black Russian ❖ Destornillador 	<ul style="list-style-type: none"> • 12 GL • 10 GL • 12 GL
LICUADOS	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Piña colada ❖ Daiquiri ❖ Margarita 	<ul style="list-style-type: none"> • 8 GL • 7 GL • 8 GL
FLAMEADOS	<ul style="list-style-type: none"> ❖ B52 ❖ Satanás ❖ Cucaracha 	<ul style="list-style-type: none"> • 20 GL • 20 GL • 20 GL
MACERADOS	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Mojito ❖ Caipirinha 	<ul style="list-style-type: none"> • 12 GL • 12 GL

Tabla 6 Cocteles según su preparación

Fuente: (IBA, 2013)

Elaborado por: Mena Carrasco Mónica Gabriela, 2015

Cocteles según la hora que se sirven.

Además de la anterior clasificación también resulta bastante común clasificar los cócteles según la hora a la que los servimos. En ese caso, los tipos de cócteles serían:

Aperitivos o predinner: son todos aquellos que tomamos antes de las comidas y que por los ingredientes que contienen suelen estimular el apetito.

Refrescantes: podemos tomarlos a cualquier hora y por los componentes de la mezcla, la finalidad principal es la de calmar la sed.

Digestivos o afterdinner: son perfectos para tomar justo después de las comidas y ayudan a una mejor digestión.

SEGÚN LA HORA QUE SE SIRVE	NOMBRE DEL COCTEL	GRADO ALCOHÓLICO
APERITIVO	<ul style="list-style-type: none"> • Between the sheets • Americano • Cosmopolitan 	<ul style="list-style-type: none"> • 18 GL • 18 GL • 18 GL
DIGESTIVO	<ul style="list-style-type: none"> • Mimosa • Bramble • Barracuda 	<ul style="list-style-type: none"> • 10 GL • 10 GL • 10 GL
REFRESCADO	<ul style="list-style-type: none"> • Aviation • Clover club • Paradise 	<ul style="list-style-type: none"> • 12 GL • 12 GL • 12 GL

Tabla 7 Cocteles según la hora que se sirve

Fuente: (IBA, 2013)

Elaborado por: Mena Carrasco Mónica Gabriela, 2015

Cocteles según su tamaño.

Según (MIRANDA, 2011) existen 3 clasificaciones

Coctel corto: capacidad máxima de 10 cl., por la estandarización IBA equivale a 3 ¼ oz.

Coctel mediano: capacidad máxima de 20 cl., por la estandarización IBA equivale a 6 ½.oz.

Coctel largo: aproximadamente 30 cl., por la estandarización IBA equivale a 10 oz.

SEGÚN SU TAMAÑO	NOMBRE DEL COCTEL	GRADO ALCOHÓLICO
CORTO	<ul style="list-style-type: none">• Slam• Jagger bomb• Jagger coke• Chupitos• Caballito	<ul style="list-style-type: none">• 18 GL• 18 GL• 18 GL• 18 GL• 18 GL
MEDIANO	<ul style="list-style-type: none">• Padrino• Madrina• Pisco sour• Rusty nail• Stinger	<ul style="list-style-type: none">• 15 GL• 15 GL• 15 GL• 15 GL• 15 GL
LARGO	<ul style="list-style-type: none">• Sea breeze• Mint julep• Moscow mule• Mai- Tai• Long Island	<ul style="list-style-type: none">• 12 GL• 12 GL• 12 GL• 12 GL• 12 GL

Tabla 8 Cocteles según su tamaño

Fuente: (IBA, 2013)

Elaborado por: Mena Carrasco Mónica Gabriela, 2015

MIXOLOGÍA O COCTELERÍA.

Según (COCTELERIA.COM, 2014) La mixología es lo que anteriormente se conocía como coctelería. La mixología es el conocimiento más profundo de los destilados, su elaboración y sobre todo su mezcla, es decir, de los productos con los que se mezclan, el porqué se mezclan, cómo se mezclan; es saber buscar un sabor y una sensación. Jugar con los aromas y las texturas. Para esto es necesario conocer de química básica y aprender sobre esencias, especias, frutas, verduras y decoración.

La mixología es generalmente aceptada como un término más refinado y un estudio más profundo del arte de mezclar bebidas.

Otra definición que podemos encontrar desde 1948 es: el arte o la habilidad de preparar bebidas mezcladas para crear cocteles.

La mixología se volvió un término utilizado más comúnmente en los últimos años y generalmente usado para referirse a un grado más alto del estudio de mezclar cocteles y bebidas, que simplemente el hacer las acciones diarias de un bartender. Esta definición y su uso es uno de los muchos debates dentro de la comunidad de bartenders, usualmente por la impresión que deja que un mixólogo es mejor y más habilidoso que el bartender. Sin embargo, esto no es necesario. Ni es mejor que el otro y cada uno requiere de diferentes técnicas y habilidades.

El tomar bebidas mezcladas no es algo nuevo, los inicios propios de la mixología se pueden comenzar a trazar al final de la segunda Guerra Mundial, tratándose particularmente en América.

La cantidad de bares alrededor del mundo ha crecido tanto como los diferentes tipos de licores, que se pueden combinar y mezclar para hacer bebidas atractivas para los clientes.

Además cada vez es más común encontrar alguien en restaurantes, barras, antros o bares que se especialice en la preparación de cocteles y que cuente con el equipo correcto para hacerlo.

La mixología es la coctelería innovadora y generadora de tendencias basada en procesos de creación e investigación que hacen del consumir un coctel una experiencia única, llevando su degustación a su máxima expresión, por lo tanto encierra un proceso de inspiración y elaboración de una mezcla como el adecuado servicio de la misma.

Según (VEGA, 2010) Hoy muy pocos desconocen que un buen bartender debe ir evolucionando hasta convertirse en un mixólogo, quienes actualmente dictan las pautas a seguir en esta profesión, por ser el presente y futuro de la evolución de la coctelería.

La coctelería no solo está de moda, sino que ha avanzado mucho gracias al esfuerzo del barman, verdaderos señores de la noche, quienes hacen magia en cada cóctel acompañados por el sonido del hielo en las cocteleras.

No obstante, la aparición de la mixología es propiedad exclusiva del barman, ya que hoy la bebida es un placer derivado de mezclas más profesionales, donde se incorporan licores, frutas, espirituosos ultra Premium.

En ese sentido, la mixología se ha convertido en la ciencia que acompaña a los bartenders para lograr la perfección de una mezcla, pues mientras el barman tradicional crea cócteles, el mixólogo encuentra la forma de unir licores, vegetales, frutas, infusiones y otros ingredientes para crear una nueva receta.

La mixología es la pasión por investigar y aprender todo acerca de la base de un cóctel, de dónde vienen, de qué están elaborados, analizándose sabores, aromas, texturas, colores, densidades, niveles de volumen alcohólico, conjugando equilibrio y armonía en su contenido.

La transformación y el cambio llegaron como respuesta a la necesidad de un mercado siempre en busca de nuevas fórmulas, y en especial de un buen cóctel, ese capaz de darnos la sensación de trasladarnos a otro lugar.

A su vez, como hoy el cóctel no tiene edad, pues lo mismo gusta a los 20 que a los 60, el bartender se ha convertido en una especie de psicólogo-mago-alquimista capaz

de animar con sus creaciones a cada cliente preocupado por las tensiones de un día de trabajo.

Entre las tendencias que están acaparando la atención del mundo del bar en la actualidad, una de ellas se refiere al cierre o toque final que llevará un cóctel. Es el caso de los cócteles ahumados, los cuales se terminan con un ahumado natural, algo que podemos realizar en un decantador de vinos o directamente en el recipiente de servicio con el empleo de especias, maderas, flores secas, frutas, las cuales le transmitirán a la mezcla un maravilloso, delicado y placentero aroma, así como sabores más exóticos.

VARIABLE DEPENDIENTE.

TURISMO.

Según (DE.DEFINICION, 2008) Turismo como el conjunto de las acciones que una persona lleva a cabo mientras viaja y pernocta en un sitio diferente al de su residencia habitual, por un periodo consecutivo que resulta inferior a un año.

La historia del turismo es extensa. Sus orígenes pueden rastrearse en la Antigua Grecia, cuando miles de personas se desplazaban para asistir a las Olimpiadas cada cuatro años. Entendido como actividad comercial, el turismo nace de la mano del inglés Thomas Cook, quien organizó el primer viaje turístico de la historia en 1841 y fundó, una década después, la primera agencia de viajes: Thomas Cook and Son.

Hoy el turismo es una de las industrias más importantes a nivel mundial y promueve viajes de todo tipo: con fines de descanso, motivos culturales, interés social, negocios o simplemente ocio.

Pese a que la actividad turística proviene de tiempos ancestrales, recién se definió hace unos años como actividad económica independiente y dado que engloba a una gran variedad de sectores económicos y disciplinas académicas.

Encontrar una definición absoluta del término es un tanto difícil. Puede verse de una u otra forma de acuerdo al aspecto o la actividad desde la que se lo desee definir.

En el sector económico podrían definir el turismo a partir del consumo, mientras que un psicólogo realizaría un análisis partiendo de los comportamientos turísticos. Por su parte, un geógrafo ofrecería una definición cuyo principal elemento sería el territorio, sus propiedades y demás cuestiones que toquen su área de trabajo.

A continuación citamos algunas definiciones académicas que se han hecho sobre el turismo:

- ✓ **Burkart y Medlik** ofrecen una descripción sobre el concepto que lo ve como aquellos desplazamientos cortos y temporales que realizan las personas fuera del lugar donde residen o trabajan y realizando actividades diversas que las que acostumbran.

- ✓ **Mathieson y Wall**, por su parte explican que se llama así al movimiento temporal de gente a lugares lejanos a su residencia y por períodos menores a un año.
- ✓ Según la **Organización Mundial del Turismo (OMT)** consiste en aquellas actividades que las personas realizan mientras están de viaje en entornos donde no es habitual que se encuentren, cuyos fines son el ocio, los negocios u otros y duran períodos inferiores a un año

TIPOS DE TURISMO.

Según (DE.DEFINICION, 2008) Es posible distinguir entre distintos tipos de turismo según los gustos de los viajeros y las actividades que pueden realizarse durante la estancia.

- El **turismo de compras** se caracteriza por estar organizado con el fin de recorrer los centros comerciales y espacios donde el viajero puede consumir comprando.
- El **turismo cultural** se encuentra centrado en visitas a museos, exposiciones, y demás lugares propios del lugar donde el viajero puede conocer más sobre la historia y la vida cultural del sitio que visita.
- El término **turismo rural** se refiere a cualquier actividad turística que se encuentre en un medio rural, cerca de áreas naturales, litorales y que permiten actividades relacionadas con el trabajo del sector rural. Es un tipo de turismo

opuesto al masificado, el que se estila en las ciudades costeras, y exige un entorno endógeno soportado por un entorno humano y ambiental. Es un turismo respetuoso con el medio ambiente, que intenta unirse al resto de las actividades turísticas aprovechando los recursos locales.

- El **turismo formativo** tiene como objetivo ofrecer al viajero conocimientos sobre una materia determinada, objetivo de su viaje.
- El **turismo gastronómico** tiene como objetivo que los viajeros conozcan las comidas autóctonas del lugar y realicen degustaciones y actividades relacionadas con la cocina.
- El **agroturismo** consiste en actividades en medios rurales donde los turistas se alojan y pueden participar de las actividades propias del lugar, colaborando en la restauración de granjas o cortijos.
- El **ecoturismo** es el que se realiza en medios de protección natural. Suelen participar de esta actividad los residentes del lugar que reciben a los turistas y les presentan el espacio. En el ecoturismo tiene prioridad la preservación de la naturaleza.
- El **turismo de aventura** consiste en una serie de actividades que se realizan en un entorno rural y cuyo objetivo es ofrecer sensaciones de descubrimiento, poner a prueba los límites de supervivencia de los turistas. Se realiza en espacios que hayan sido escasamente explotados a nivel turístico.

TURISMO DE ENTRETENIMIENTO.

Según (DE.DEFINICION, 2008)El turismo de entretenimiento es aquel que se utiliza para designar a todas aquellas actividades relacionadas con el ocio y el divertimento de una persona o de un conjunto de personas.

El turismo de entretenimiento se relaciona con la palabra entretener, verbo que puede ser transitivo (entretenerse) o intransitivo (entretener a otro). De cualquier modo, independientemente de cómo se lleve a cabo el entretenimiento, siempre se hace referencia al acto de mantener la atención de alguien fijada a algo a través de juegos, de llamados de atención, de participación, de la diversión, de placer, etc.

Usualmente, cuando se habla de turismo de entretenimiento se usa el término para designar a actividades relacionadas el tiempo libre que utilizan las personas para satisfacer gustos y necesidades preferenciales, estas opciones son consideradas como turismo de entretenimiento en el sentido de que sirven para mantener a las personas entretenidas en situaciones en las que la participación es voluntaria y tiene que ver principalmente con el deseo de buscar placer, divertirse y acceder al ocio.

A lo largo de la historia y dependiendo de cada sociedad, el turismo de entretenimiento ha tenido diferentes significados que varían de acuerdo a los intereses y preferencias de cada región así como también del momento histórico.

En este sentido, lo que en otros momentos podría ser considerado como entretenimiento probablemente no lo fuera hoy debido a la presencia actual de una

gran variedad de opciones y sobre todo debido a la importancia que poseen fenómenos tales como la tecnología y las comunicaciones que permiten que la información y las mejoras tecnológicas lleguen a todas partes del mundo mucho más rápido que antes.

El turismo de entretenimiento es aprovechar el tiempo libre en realizar actividades de recreación y esparcimiento, teniendo en cuenta que las personas necesitan salir de lo habitual, existen distintos lugares donde las personas pueden distraerse y pasar ameno de acuerdo a sus gustos.

2.4. Hipótesis.

La mixología aportará positivamente al turismo de entretenimiento del cantón Ambato, Provincia de Tungurahua.

2.5. Señalamiento de las Variables.

Variable Independiente: La Mixología.

Variable Dependiente: Turismo de entretenimiento.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

MARCO METODOLÓGICO

3.1. Enfoque.

La investigación realizada adopta los siguientes marcos cuali-cuantitativo. Cualitativo ya que se enfoca en la variable independiente que trata sobre la mixología, la cual puede ser medida a través de sus cualidades y características que la distinguen. Cuantitativo ya que se orienta en la variable dependiente que trata sobre el turismo de entretenimiento, de la cual se obtiene resultados, los mismos que se demuestran en datos numéricos obtenidos del proceso de tabulación y expresados en valores estadísticos.

3.2. Modalidad Básica.

De campo.

Se aplicó la investigación de campo, debido a que el estudio metódico se lo realizó in situ, es decir se acude al lugar y en base a ello se obtiene la información con relación a la mixología y el turismo de entretenimiento, la realidad permite obtener suficiente información del tema, la misma que es necesaria para la obtención de resultados.

Bibliográfica –Documental.

La investigación bibliográfica está presente en este proyecto de investigación, porque es indispensable conocer diferentes criterios de autores y documental ya que es necesario tener la información pertinente para tomar como base teórica aspectos relacionados con la información sobre la mixología y el turismo de entretenimiento es decir: recopilar información de documentos, materiales bibliográficos, de bibliotecas, internet, centros de documentación e información, libros, revistas, entre otros, siendo estos, elementos primordiales, tomados en cuenta para que la investigación tenga éxito.

3.3. Nivel o Tipo de Investigación.

Investigación Exploratoria.

La investigación exploratoria se empleó en este tipo de investigación puesto que se averiguó las particularidades sobre la mixología y el turismo de entretenimiento desde una contextualización general.

Investigación Descriptiva.

Se ha empleado esta investigación ya que, se han generado preguntas de investigación que permiten obtener información detallada sobre cada una de las particularidades y características del tema en específico.

Investigación Explicativa.

El presente proyecto empleó este tipo de investigación ya que, sirve para identificar las variables y verificar la hipótesis, evalúa las variaciones de comportamientos de una variable en función de variaciones de la otra variable, estudiando entonces, la importancia del turismo de entretenimiento en el cantón Ambato.

3.4. Población de la Muestra.

3.4.1. Población.

$$n = \frac{z^2 \cdot P \cdot Q \cdot N}{z^2 \cdot P \cdot Q + Ne^2}$$

$$n = \frac{(1.96)^2(0,5) (0,5) (220)}{(1.96)^2 (0,5) (0,5) + (220) (0,05)^2}$$

$$n = \frac{211.2}{1.5}$$

$$n = 140 \text{ encuestas}$$

Donde:

n=tamaño de la muestra

Z=nivel de confiabilidad (1.96)

P= probabilidad de ocurrencia (0.5)

Q=probabilidad de no ocurrencia (0.5)

N=población

e= error de muestreo (0.05)

Para aplicar las encuestas se ha tomado en cuenta los bares más representativos de la provincia de Tungurahua tomando como referencia a las ciudades más visitadas que son Baños y Ambato, de las cuales se escogió 5 bares por cada ciudad y el número de visitantes que acuden a dichos bares de entretenimiento nocturno.

PROVINCIA	CANTÓN	ACTIVIDAD TURÍSTICA	TIPO DE ACTIVIDAD	REGISTRO	NOMBRE
TUNGURAHUA	AMBATO (AMBATO, CAB CANTONAL Y CAPITAL PROVINCIAL)	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1801501909	BAMBU
TUNGURAHUA	AMBATO (AMBATO, CAB CANTONAL Y CAPITAL PROVINCIAL)	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1801501488	EVENT FUN
TUNGURAHUA	AMBATO (AMBATO, CAB CANTONAL Y CAPITAL PROVINCIAL)	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1801501751	PRIVILEGE LONGE CENTER
TUNGURAHUA	AMBATO (AMBATO, CAB CANTONAL Y CAPITAL PROVINCIAL)	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1801502181	LIKE CLUB BAR DISCO
TUNGURAHUA	AMBATO (AMBATO, CAB CANTONAL Y CAPITAL PROVINCIAL)	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1801502186	THRASHER BAR
TUNGURAHUA	AMBATO (AMBATO, CAB CANTONAL Y CAPITAL PROVINCIAL)	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1801501809	THE KLAN KISS
TUNGURAHUA	AMBATO (AMBATO, CAB CANTONAL Y CAPITAL PROVINCIAL)	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1801501873	ANDRERETRO BAR
TUNGURAHUA	AMBATO (AMBATO, CAB CANTONAL Y CAPITAL PROVINCIAL)	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1801501517	ZONA U
TUNGURAHUA	AMBATO (AMBATO, CAB CANTONAL Y CAPITAL PROVINCIAL)	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1801501521	CHECK TIME
TUNGURAHUA	AMBATO (AMBATO, CAB CANTONAL Y CAPITAL PROVINCIAL)	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1801501522	BAR KARAOKE BLACKEYES
TUNGURAHUA	AMBATO (AMBATO, CAB CANTONAL Y CAPITAL PROVINCIAL)	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1801501539	EVENT FUN PA CORTARSE LAS VENAS
TUNGURAHUA	AMBATO (AMBATO, CAB CANTONAL Y CAPITAL PROVINCIAL)	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1801501548	BAR KARAOKE BARROJA
TUNGURAHUA	AMBATO (AMBATO, CAB CANTONAL Y CAPITAL PROVINCIAL)	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1801501561	80'S & CHEVY'S
TUNGURAHUA	AMBATO (AMBATO, CAB CANTONAL Y CAPITAL PROVINCIAL)	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1801501602	DONDE TATU'S
TUNGURAHUA	AMBATO (AMBATO, CAB CANTONAL Y CAPITAL PROVINCIAL)	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1801501607	BAR KARAOKE VOLCÀN
TUNGURAHUA	AMBATO (AMBATO, CAB CANTONAL Y CAPITAL PROVINCIAL)	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1801501648	RAMSES BAR KARAOKE
TUNGURAHUA	AMBATO (AMBATO, CAB CANTONAL Y CAPITAL PROVINCIAL)	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1801501649	CAFÈ BAR KARAOKE EL RINCON DE PACUUS
TUNGURAHUA	AMBATO (AMBATO, CAB CANTONAL Y CAPITAL PROVINCIAL)	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1801501660	PALAMA VISTA REAL
TUNGURAHUA	AMBATO (AMBATO, CAB CANTONAL Y CAPITAL PROVINCIAL)	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1801501663	CARM'IS_DJ MOMIA MIX
TUNGURAHUA	AMBATO (AMBATO, CAB CANTONAL Y CAPITAL PROVINCIAL)	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1801501690	RIVIERA CERVECERIA BAR LA
TUNGURAHUA	AMBATO (AMBATO, CAB CANTONAL Y CAPITAL PROVINCIAL)	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1801501705	BAR KARAOKE INCOGNITO
TUNGURAHUA	AMBATO (AMBATO, CAB CANTONAL Y CAPITAL PROVINCIAL)	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1801501910	THE BEAR'S HOUSE BAR
TUNGURAHUA	AMBATO (AMBATO, CAB CANTONAL Y CAPITAL PROVINCIAL)	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1801501912	SCROP ROCK
TUNGURAHUA	AMBATO (AMBATO, CAB CANTONAL Y CAPITAL PROVINCIAL)	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1801501921	LA CAVERNA
TUNGURAHUA	AMBATO (AMBATO, CAB CANTONAL Y CAPITAL PROVINCIAL)	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1801501938	CAMELOT

	PROVINCIAL)				
TUNGURAHUA	AMBATO (AMBATO, CAB CANTONAL Y CAPITAL PROVINCIAL)	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1801501939	LA BRUJA
TUNGURAHUA	AMBATO (AMBATO, CAB CANTONAL Y CAPITAL PROVINCIAL)	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1801501941	ROCK FAMILY HOUSE
TUNGURAHUA	AMBATO (AMBATO, CAB CANTONAL Y CAPITAL PROVINCIAL)	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1801501953	ELISSA
TUNGURAHUA	AMBATO (AMBATO, CAB CANTONAL Y CAPITAL PROVINCIAL)	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1801501971	BAR BARRIL SIN FONDO
TUNGURAHUA	AMBATO (AMBATO, CAB CANTONAL Y CAPITAL PROVINCIAL)	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1801501978	TIJUANA TEKILA
TUNGURAHUA	AMBATO (AMBATO, CAB CANTONAL Y CAPITAL PROVINCIAL)	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1801501979	CACTUS BAR
TUNGURAHUA	AMBATO (AMBATO, CAB CANTONAL Y CAPITAL PROVINCIAL)	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1801501989	ELEKTRO ACUSTIKO
TUNGURAHUA	AMBATO (AMBATO, CAB CANTONAL Y CAPITAL PROVINCIAL)	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1801501997	OPEN BAR KARAOKE
TUNGURAHUA	AMBATO (AMBATO, CAB CANTONAL Y CAPITAL PROVINCIAL)	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1801502030	BOSSIP COFFE LOUNGE
TUNGURAHUA	AMBATO (AMBATO, CAB CANTONAL Y CAPITAL PROVINCIAL)	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1801502064	URBANO HARD ROCK
TUNGURAHUA	AMBATO (AMBATO, CAB CANTONAL Y CAPITAL PROVINCIAL)	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1801502074	GRAMMY
TUNGURAHUA	AMBATO (AMBATO, CAB CANTONAL Y CAPITAL PROVINCIAL)	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1801502081	SANTO RMEDIO
TUNGURAHUA	AMBATO (AMBATO, CAB CANTONAL Y CAPITAL PROVINCIAL)	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1801502098	CUBASON BAR
TUNGURAHUA	AMBATO (AMBATO, CAB CANTONAL Y CAPITAL PROVINCIAL)	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1801500086	KARAOKE BONGO'S
TUNGURAHUA	AMBATO (AMBATO, CAB CANTONAL Y CAPITAL PROVINCIAL)	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1801500088	STAGE
TUNGURAHUA	AMBATO (AMBATO, CAB CANTONAL Y CAPITAL PROVINCIAL)	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1801500089	UNICORNIO
TUNGURAHUA	AMBATO (AMBATO, CAB CANTONAL Y CAPITAL PROVINCIAL)	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1801500436	XTREME
TUNGURAHUA	AMBATO (AMBATO, CAB CANTONAL Y CAPITAL PROVINCIAL)	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1801500441	NOCHES DE ARABIA
TUNGURAHUA	AMBATO (AMBATO, CAB CANTONAL Y CAPITAL PROVINCIAL)	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1801500464	GABO'S KARAOKE
TUNGURAHUA	AMBATO (AMBATO, CAB CANTONAL Y CAPITAL PROVINCIAL)	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1801500479	SAXON PUB PERICOS
TUNGURAHUA	AMBATO (AMBATO, CAB CANTONAL Y CAPITAL PROVINCIAL)	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1801500499	COCO'S BAR
TUNGURAHUA	AMBATO (AMBATO, CAB CANTONAL Y CAPITAL PROVINCIAL)	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1801500869	BAR ROJO CAFE
TUNGURAHUA	AMBATO (AMBATO, CAB CANTONAL Y CAPITAL PROVINCIAL)	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1801500875	EQUUS RESTO BAR
TUNGURAHUA	AMBATO (AMBATO, CAB CANTONAL Y CAPITAL PROVINCIAL)	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1801500880	ENIGMA
TUNGURAHUA	AMBATO (AMBATO, CAB CANTONAL Y CAPITAL PROVINCIAL)	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1801500882	CHUY'S KARAOKE BAR
TUNGURAHUA	AMBATO (AMBATO, CAB CANTONAL Y CAPITAL PROVINCIAL)	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1801500884	SCROP PEÑA BAR

	PROVINCIAL)				
TUNGURAHUA	AMBATO (AMBATO, CAB CANTONAL Y CAPITAL PROVINCIAL)	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1801500885	VINITOS LOS
TUNGURAHUA	AMBATO (AMBATO, CAB CANTONAL Y CAPITAL PROVINCIAL)	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1801500990	GARAJE EJECUTIVO
TUNGURAHUA	AMBATO (AMBATO, CAB CANTONAL Y CAPITAL PROVINCIAL)	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1801500996	KARAOKE LA VOZ
TUNGURAHUA	AMBATO (AMBATO, CAB CANTONAL Y CAPITAL PROVINCIAL)	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1801501174	EXPRESO DE MEDIA NOCHE
TUNGURAHUA	AMBATO (AMBATO, CAB CANTONAL Y CAPITAL PROVINCIAL)	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1801501361	BONGO`S BAR KARAOKE
TUNGURAHUA	AMBATO (AMBATO, CAB CANTONAL Y CAPITAL PROVINCIAL)	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1801501362	CAFE DE MI TIERRA
TUNGURAHUA	AMBATO (AMBATO, CAB CANTONAL Y CAPITAL PROVINCIAL)	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1801501389	CRAZY HORSE
TUNGURAHUA	AMBATO (AMBATO, CAB CANTONAL Y CAPITAL PROVINCIAL)	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1801501412	COFFE LOUNG BAR OPEN
TUNGURAHUA	AMBATO (AMBATO, CAB CANTONAL Y CAPITAL PROVINCIAL)	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1801501440	LA TABERNA DE MOE`S
TUNGURAHUA	AMBATO (AMBATO, CAB CANTONAL Y CAPITAL PROVINCIAL)	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1801501471	SPA BAR
TUNGURAHUA	AMBATO (AMBATO, CAB CANTONAL Y CAPITAL PROVINCIAL)	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1801501476	ANTRAX

CATASTRO AMBATO 2014 (MINTUR, CATASTRO DE BARES, 2014)

Cuadro 2 Catastro Ambato 2014

Fuente: (MINTUR, CATASTRO DE BARES, 2014)

CATASTRO BAÑOS 2014 (MINTUR, CATASTRO DE BARES, 2014)

Provincia	Cantón	Actividad Turística	Tipo de Actividad	Registro	Nombre
TUNGURAHUA	BAÑOS, BAÑOS DE AGUA SANTA	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1802501076	WHY NOT
TUNGURAHUA	BAÑOS, BAÑOS DE AGUA SANTA	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1802501165	BAR 312
TUNGURAHUA	BAÑOS, BAÑOS DE AGUA SANTA	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1802501170	FROGS
TUNGURAHUA	BAÑOS, BAÑOS DE AGUA SANTA	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1802501266	VLAKITAS
TUNGURAHUA	BAÑOS, BAÑOS DE AGUA SANTA	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1802501307	STRAY DOG CERVECERIA
TUNGURAHUA	BAÑOS, BAÑOS DE AGUA SANTA	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1802501315	ROOZ VA SHAB
TUNGURAHUA	BAÑOS, BAÑOS DE AGUA SANTA	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1802501370	FERCHO'S BAR LOUNGE FUSION
TUNGURAHUA	BAÑOS, BAÑOS DE AGUA SANTA	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1802501415	BAR CAFE DEL JACK
TUNGURAHUA	BAÑOS, BAÑOS DE AGUA SANTA	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1802501449	BARDAK
TUNGURAHUA	BAÑOS, BAÑOS DE AGUA SANTA	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1802501458	CHE VOS
TUNGURAHUA	BAÑOS, BAÑOS DE AGUA SANTA	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1802501461	KARAOKE PAOLO'S
TUNGURAHUA	BAÑOS, BAÑOS DE AGUA SANTA	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1802501469	FUN KARAOQUE
TUNGURAHUA	BAÑOS, BAÑOS DE AGUA SANTA	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1802501596	MICROBREW ARTHUR'S BAR
TUNGURAHUA	BAÑOS, BAÑOS DE AGUA SANTA	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1802501618	AREA 51 KARAOKE BAR
TUNGURAHUA	BAÑOS, BAÑOS DE AGUA SANTA	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1802501726	COCO BONGO Z
TUNGURAHUA	BAÑOS, BAÑOS DE AGUA SANTA	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1802501786	BAR KARAOKE AKAPULCO
TUNGURAHUA	BAÑOS, BAÑOS DE AGUA SANTA	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1802501794	BAR EL TEQUILA BANEÑO
TUNGURAHUA	BAÑOS, BAÑOS DE AGUA SANTA	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1802501815	EPOCA GRILL BAR KARAOKE
TUNGURAHUA	BAÑOS, BAÑOS DE AGUA SANTA	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1802501845	COFFE CHARLY'S BAR
TUNGURAHUA	BAÑOS, BAÑOS DE AGUA SANTA	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1802501917	LA CASETERA RETROBAR
TUNGURAHUA	BAÑOS, BAÑOS DE AGUA SANTA	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1802502054	A MI ME LLAMAN
TUNGURAHUA	BAÑOS, BAÑOS DE AGUA SANTA	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1802502069	TORO CERVECERO EL
TUNGURAHUA	BAÑOS, BAÑOS DE AGUA SANTA	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1802502087	TEQUILA BANEÑO EL
TUNGURAHUA	BAÑOS, BAÑOS DE AGUA SANTA	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1802502096	ROJA NEBLA
TUNGURAHUA	BAÑOS, BAÑOS DE AGUA SANTA	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1802502194	MYSTIC
TUNGURAHUA	BAÑOS, BAÑOS DE AGUA SANTA	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1802502195	ANANITAY
TUNGURAHUA	BAÑOS, BAÑOS DE AGUA SANTA	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1802500437	XTREME INN
TUNGURAHUA	BAÑOS, BAÑOS DE AGUA SANTA	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1802500445	CIBER MUSIC
TUNGURAHUA	BAÑOS, BAÑOS DE AGUA SANTA	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1802500499	MOCAMBO
TUNGURAHUA	BAÑOS, BAÑOS DE AGUA SANTA	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1802500515	GALACTIC

TUNGURAHUA	BAÑOS, BAÑOS DE AGUA SANTA	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1802500576	PIPAS BAR
TUNGURAHUA	BAÑOS, BAÑOS DE AGUA SANTA	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1802500579	QUILLA BAR
TUNGURAHUA	BAÑOS, BAÑOS DE AGUA SANTA	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1802500581	BAR BASS
TUNGURAHUA	BAÑOS, BAÑOS DE AGUA SANTA	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1802500583	JACK ROCK
TUNGURAHUA	BAÑOS, BAÑOS DE AGUA SANTA	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1802500642	CIBER MIUSIC
TUNGURAHUA	BAÑOS, BAÑOS DE AGUA SANTA	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	1802501036	TUPARINA

Cuadro 3 Catastro Baños 2014

Fuente: (MINTUR, CATASTRO DE BARES, 2014)

Listado de bares utilizados para elaborar la Muestra que se aplicara.

BARES DE AMBATO SEGÚN (MINTUR, CATASTRO DE BARES, 2014)	
NOMBRE	# VISITANTES
EVENT FUN PA CORTARSE LAS VENAS	300
LA RIVIERA CERVECERIA BAR	300
TIJUANA TEKILA	200
LIKE CLUB BAR DISCO	150
PRIVILEGE LONGE CENTER	150
BARES DE BAÑOS SEGÚN (MINTUR, CATASTRO DE BARES, 2014)	
WHY NOT	300
MOCAMBO	250
MYSTIC	200
PIPAS BAR	200
JACK ROCK	150

TOTAL 2200

POBLACION 220

Cuadro 4 Listado de Bares

Fuente: MINTUR

Elaborado por: Mena Carrasco Mónica Gabriela, 2015

3.5. Operacionalización de las Variables.

VARIABLE INDEPENDIENTE: LA MIXOLOGIA.

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORIAS	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICAS	INSTRUMENTOS
<p>La mixología es lo que anteriormente se conocía como coctelería. La mixología es el conocimiento más profundo de los destilados, su elaboración y sobre todo su mezcla, es decir, de los productos con los que se mezclan, el porqué se mezclan, cómo se mezclan; es saber buscar un sabor y una sensación</p>	<p>Se conocía como coctelería</p> <p>Conocimiento más profundo de los destilados, su elaboración y sobre todo su mezcla</p> <p>Saber buscar un sabor y una sensación</p>	<p>Motivo de la implementación de un bar de mixología</p> <p>Número de turistas nacionales y extranjeros que pueden visitar el bar de mixología</p> <p>El bar posee una segmentación de público</p> <p>Bares dinámicos y evolutivos</p>	<p>¿Conoce usted que es mixología o coctelería?</p> <p>¿Piensa usted que la implementación de un bar de mixología hará que la coctelería crezca en nuestra provincia?</p> <p>¿Conoce usted acerca de la elaboración de un cocktail?</p> <p>¿Cree usted que los bares de la provincia satisfacen sus gustos?</p> <p>¿Los bares de mixología son dinámicos y evolutivos?</p>	<p>Encuestas</p>	<p>Cuestionario</p>

Tabla 9 Variable Independiente

Elaborado por: Mena Carrasco Mónica Gabriela, 2015

VARIABLE DEPENDIENTE: TURISMO DE ENTRETENIMIENTO.

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORIAS	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICAS	INSTRUMENTOS
<p>Se conoce como turismo de entretenimiento al conjunto de actividades que permite a los seres humanos emplear su tiempo libre para divertirse, evadiendo temporalmente sus preocupaciones, el turismo de entretenimiento forma parte de la amplia familia del ocio y se ha convertido en un sector floreciente de la actividad económica.</p>	<p>Turismo de entretenimiento.</p> <p>Emplear su tiempo libre para divertirse</p> <p>Forma parte de la familia del ocio.</p> <p>Florece la actividad económica</p>	<p>Presencia de turistas nacionales y extranjeros</p> <p>Establecimientos turísticos</p> <p>Ingresos económicos</p>	<p>¿Cree usted que el turismo de entretenimiento va adquiriendo importancia en nuestra provincia?</p> <p>¿Los establecimientos turísticos forman parte del ocio?</p> <p>¿Cree usted que el incremento de los ingresos económicos se da gracias al turismo de entretenimiento?</p> <p>¿Es importante el turismo de entretenimiento en nuestra provincia?</p>	<p>Encuestas</p>	<p>Cuestionario</p>

Tabla 10 Variable Dependiente

Elaborado por: Mena Carrasco Mónica Gabriela, 2015

3.6. Recolección de la Información.

1	¿Para qué?	Para lograr los objetivos de la investigación y proponer alternativas de solución al problema.
2	¿De qué personas u objetos?	Habitantes de la provincia y turistas.
3	¿Sobre qué aspectos?	La mixología y el impacto del turismo de entretenimiento.
4	¿Quién? ¿Quiénes?	Investigador.
5	¿Cuándo?	Noviembre 2014 - Mayo 2015.
6	¿Dónde?	Cantón Ambato, Provincia de Tungurahua.
7	¿Cuántas veces?	Una sola vez.
8	¿Qué técnicas de recolección?	Entrevista, encuesta, observación.
9	¿Con que?	Cuestionarios, entrevistas, fichas de observación.
10	¿En qué situación?	Durante la visita de turistas a bares.

Tabla 11 Recolección de la Información

Elaborado por: Mena Carrasco Mónica Gabriela, 2015

3.7. Plan de Procesamiento y Análisis.

Con la aplicación de encuestas se tendrá la información deseada y se procederá de la siguiente manera:

- Revisión crítica de la información recogida es decir limpieza de la información defectuosa, contradictoria, incompleta, no pertinente.
- Tabulación y ordenamiento de la información a través de gráficos.
- Estudio estadístico, análisis e interpretación objetiva, verificación de hipótesis.
- Presentación de datos e interpretación de resultado, conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. Análisis de los Resultados.

Los resultados estadísticos de la investigación fueron relacionados con la operacionalización de variables, preguntas directrices e hipótesis que permitió la elaboración de la encuesta (instrumento de investigación) para luego aplicar a los turistas de la Provincia de Tungurahua, cantón Ambato y Baños.

A cada pregunta se realizó el respectivo análisis e interpretación de los resultados, donde se ordenó la información para interpretar las respuestas a las interrogantes de estudio.

Se aplicaron 140 encuestas de las cuales se obtuvieron los siguientes datos que han sido analizados e interpretados a continuación:

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Encuesta aplicada a los turistas de la Provincia de Tungurahua, cantón Ambato y Baños.

1. ¿Es importante el turismo de entretenimiento en los cantones Ambato y Baños?

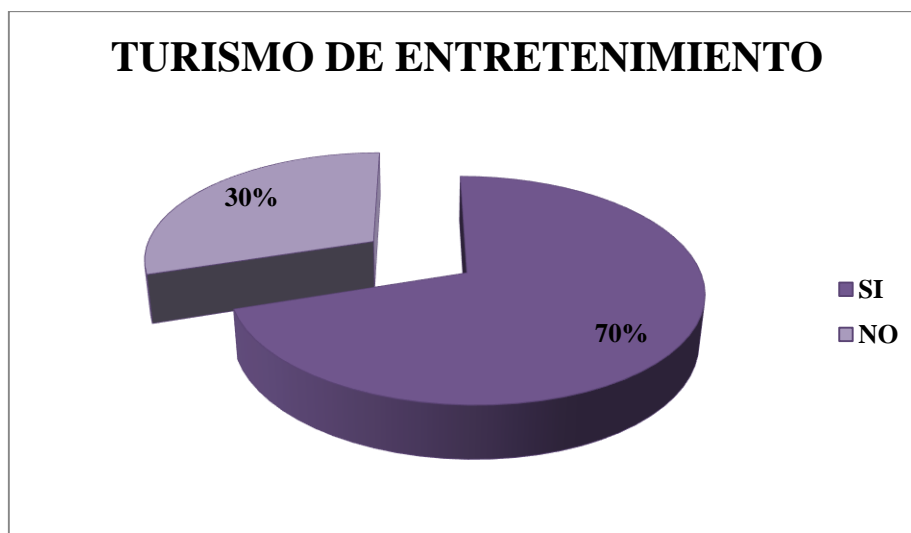
Tabla 12 Pregunta 1

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	98	70 %
NO	42	30 %
TOTAL	140	100%

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Mena Carrasco Mónica Gabriela, 2014

Grafico 3 : Representación gráfica Pregunta 1



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Mena Carrasco Mónica Gabriela, 2015

Análisis e Interpretación.

Hoy en día el Turismo de entretenimiento da la oportunidad a las personas que se dedican a esta actividad, que puedan impulsar el desarrollo del mismo ya que cada vez se crean nuevas tendencias y gustos con respecto al turismo nocturno, especialmente al de entretenimiento, a la vez hay personas que no están de acuerdo a esto, debido a que sus gustos y preferencias no están enfocados a este tipo de ocio.

2. ¿Cree usted que los bares de la provincia de los cantones Ambato y Baños satisfacen sus gustos?

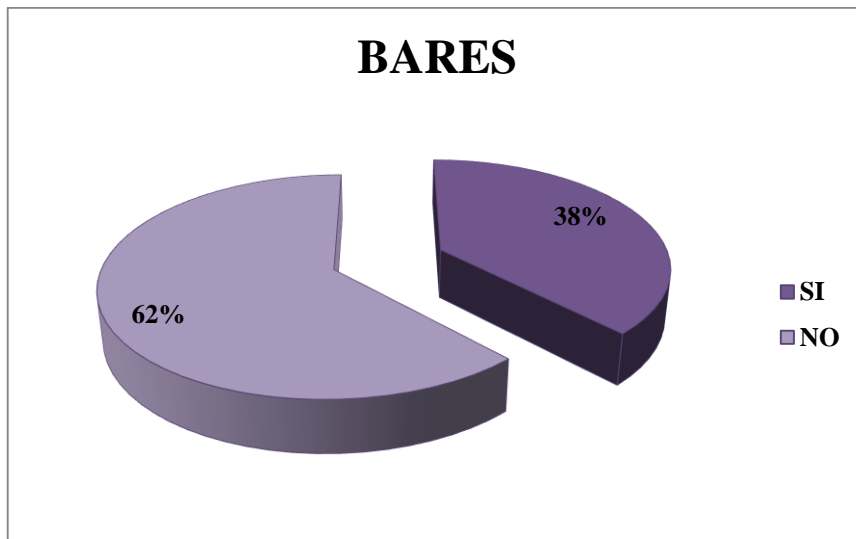
Tabla 13 : Pregunta 2

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	53	38 %
NO	87	62 %
TOTAL	140	100%

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Mena Carrasco Mónica Gabriela, 2014

Grafico 4 : Representación gráfica Pregunta 2



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Mena Carrasco Mónica Gabriela, 2014

Análisis e Interpretación.

De los 140 encuestados el 62% señala que los bares de la Provincia de Tungurahua de los cantones Ambato y Baños no satisfacen sus gustos preferenciales en cuanto se refiere a infraestructura, atención al cliente y coctelería, a la vez un 38% señala que si satisfacen sus gustos debido a que existen turistas que se conforman con la atención y servicio que se brinda en los bares y esto no permite que se introduzca las nuevas tendencias en cuanto a mixología o coctelería.

Cada vez el turista busca la innovación en cuanto a diversión es por eso que se trasladan a otros lugares fuera de la provincia

3. ¿Conoce usted que es mixología o coctelería?

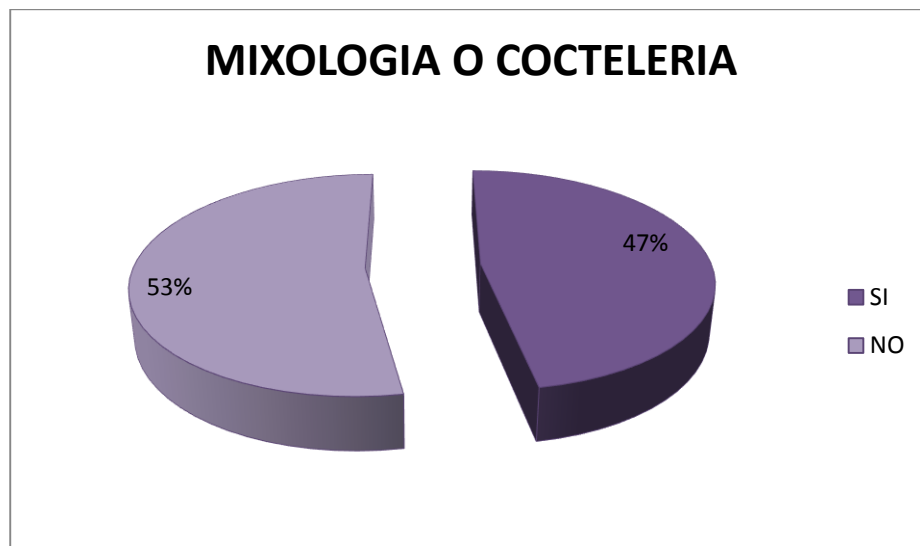
Tabla 14: Pregunta 3

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	66	47
NO	74	53
TOTAL	140	100%

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Mónica Gabriela Mena Carrasco, 2015

Gráfico 5: Representación gráfica Pregunta 3



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Mena Carrasco Mónica Gabriela, 2015

Análisis e Interpretación

De los 140 encuestados el 53% señala que no conocen lo que es Mixología o Coctelería ya que las personas que se dedican a esta actividad lo hacen con conocimientos empíricos o adquiridos durante su experiencia laboral, el 47% señala que si conocen acerca de Mixología o Coctelería debido a previos cursos o capacitaciones que han recibido durante su trayectoria en el turismo de entretenimiento.

Hoy en día es importante que las personas que se dedican al turismo de entretenimiento como gerentes, administradores o jefes de área estén totalmente capacitados para que de esta manera el cliente o turista pueda satisfacer sus gustos y preferencias individuales.

4. ¿Cree usted que se vinculan el incremento de los ingresos económicos con respecto al turismo de entretenimiento?

Tabla 15 : Pregunta 4

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	89	64
NO	51	36
TOTAL	140	100%

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Mena Carrasco Mónica Gabriela, 2015

Gráfico 6: Representación gráfica Pregunta 4



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Mena Carrasco Mónica Gabriela, 2015

Análisis e Interpretación

De los 140 encuestados el 64% señala que si se incrementan los ingresos económicos gracias al turismo de entretenimiento, el 36% señala que el turismo de entretenimiento no es una buena fuente que genere ingresos económicos debido a que la dinamización del mismo no ha sido aun fomentada en su totalidad.

Las personas que han dedicado su tiempo al turismo de entretenimiento están conscientes que los réditos económicos que generan estos establecimientos les permite vivir de acuerdo al estilo de vida deseado.

5. ¿Cree usted que el turismo de entretenimiento va adquiriendo importancia en el cantón Ambato?

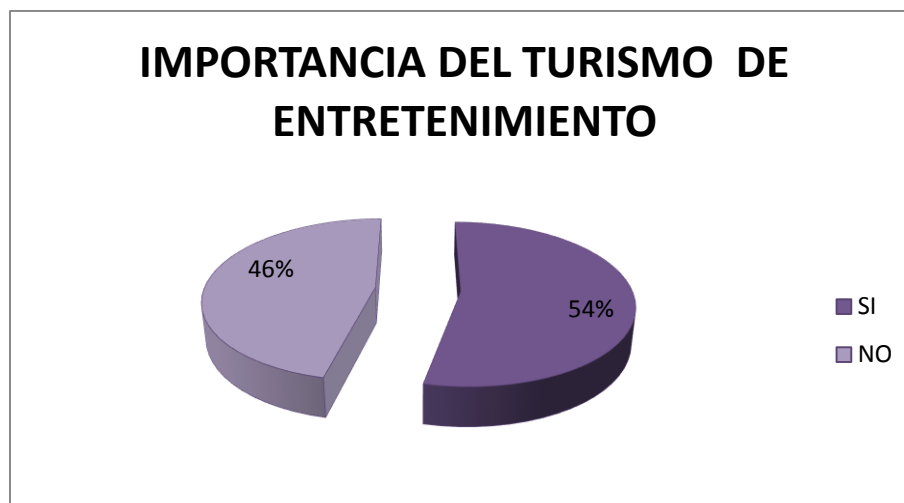
Tabla 16 : Pregunta 5

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	75	54
NO	65	46
TOTAL	140	100%

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Mena Carrasco Mónica Gabriela, 2015

Gráfico 7: Representación gráfica Pregunta 5



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Mena Carrasco Mónica Gabriela, 2015

Análisis e Interpretación

De los 140 encuestados el 54% señala que el turismo de entretenimiento si va adquiriendo importancia en el cantón Ambato, el 46% señala que el turismo de

entretenimiento no adquirido importancia ya que se ha mantenido en un equilibrio normal.

La importancia del turismo en nuestra provincia se da gracias al incremento de turistas tanto nacionales como extranjeros que visitan los cantones de Ambato y Baños. Cada vez su planta turística permite que el visitante se sienta bien y atraiga a más visitantes.

6. ¿Conoce usted acerca de la elaboración de un cocktail?

Tabla 17 : Pregunta 6

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	78	56
NO	62	44
TOTAL	140	100%

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Mena Carrasco Mónica Gabriela, 2015

Grafico 8 : Representación gráfica Pregunta 6



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Mena Carrasco Mónica Gabriela, 2015

Análisis e Interpretación

De los 140 encuestados el 56% señala que si conocen de la elaboración de un cocktail y un 44% señala que no conoce el proceso de elaboración de un cocktail.

La tecnología ha permitido que las personas inmersas en los establecimientos turísticos nocturnos que brindan bebidas alcohólicas y no alcohólicas se auto capaciten, pero sin dejar a un lado las nuevas tendencias en cuanto a Mixología o Coctelería que no se las puede adquirir mediante la tecnología y que se necesita de un persona que conozca acerca del tema.

4.2. Verificación de la hipótesis.

Para la verificación de la hipótesis del presente trabajo de investigación se utilizará el método estadístico conocido como chi cuadrado (X^2).

Variable Independiente.

La Mixología

Variable Dependiente.

Turismo de entretenimiento.

4.2.1. Planteamiento de la hipótesis.

H0. La Mixología NO aporta al turismo de entretenimiento en la Provincia de Tungurahua.

H1. La Mixología SI aporta al turismo de entretenimiento en la Provincia de Tungurahua.

4.2.2. Selección del nivel de significación.

Para la verificación de la hipótesis se utilizara el nivel de $\alpha=0.05$.

4.2.3. Descripción de la población.

Tomamos como muestra a 140 habitantes de la Provincia de Tungurahua, cantones Ambato y Baños.

4.2.4. Especificación del Estadístico.

Se expresará en un cuadro, el mismo que establecerá las frecuencias observadas y esperadas para de esta manera aceptar o rechazar la hipótesis.

Se aplicará la siguiente fórmula:

$$X^2 = \sum \frac{(O-E)^2}{E}$$

X^2 = Valor a calcularse del chi-cuadrado.

\sum = Sumatoria.

O= Frecuencia observada.

E= Frecuencia esperada.

4.2.5. Especificación de las regiones de aceptación y rechazo.

Se determina los grados de libertad considerando que el cuadro tiene 4 filas y 2 columnas por lo tanto serán:

$$GL= (f-1) (c-1)$$

$$GL= (4-1) (2-1)$$

$$GL= (3) (1)$$

$$GL= 3$$

En donde GL significa grados de libertad.

Por lo tanto con 3 GL y un nivel de confiabilidad de 0.05 la tabla del X^2 t= 7.82, en donde X^2 t significa valor del chi cuadrado tabulado.

4.2.6. Recolección de datos y cálculos estadísticos.

4.2.6.1. Análisis de las variables.

Tabla 18 : Frecuencia Observada

PREGUNTAS		ALTERNATIVAS		SUBTOTAL
		SI	NO	
1	¿Es importante el turismo de entretenimiento de la provincia de Tungurahua, cantones Ambato y Baños?	98	42	140
2	¿Cree usted que los bares de la provincia satisfacen sus gustos?	87	53	140
3	¿Conoce usted que es mixología o coctelería?	66	74	140
6	¿Conoce usted acerca de la elaboración de un cocktail?	84	56	140
TOTAL		335	225	560

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Mena Carrasco Mónica Gabriela, 2015

Tabla 19 : Frecuencia Esperada

PREGUNTAS		ALTERNATIVAS		SUBTOTAL
		SI	NO	
1	¿Es importante el turismo de entretenimiento de la provincia de Tungurahua, cantones Ambato y Baños?	83.75	56.25	140
2	¿Cree usted que los bares de la provincia satisfacen sus gustos?	83.75	56.25	140
3	¿Conoce usted que es mixología o coctelería?	83.75	56.25	140
6	¿Conoce usted acerca de la elaboración de un cocktail?	83.75	56.25	140
TOTAL		335	225	560

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Mena Carrasco Mónica Gabriela, 2015

4.2.7. Cálculo del chi cuadrado.

Tabla 20 : Chi Cuadrado Calculado.

<i>O</i>	<i>E</i>	<i>(O-E)</i>	<i>(O-E)²</i>	$\frac{(O - E)^2}{E}$
98	83.75	14.25	203.06	2.43
42	56.25	-14.25	203.06	3.60
87	83.75	3.25	10.56	0.12
53	56.25	-3.25	10.56	0.18
66	83.75	-17.75	315.06	3.76
74	56.25	17.75	315.06	5.60
84	83.75	0.25	0.0625	0.0007
56	56.25	-0.25	0.0625	0.001
X²c=				15.70

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Mena Carrasco Mónica Gabriela, 2015

4.3. Decisión

Con un 3GL y con un nivel de confiabilidad de 0.05, la decisión es:

$$X^2 t = 7.82$$

$$X^2 c = 15.70$$

Si $X^2 c \leq X^2 t$ (Acepta H_0)

Si $X^2 c \geq X^2 t$ (Acepta H_1)

En conclusión se acepta la hipótesis.

H₁ = La Mixología SI aporta al turismo de entretenimiento en el cantón Ambato.

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En consideración a la investigación hecha en el presente trabajo, es importante mencionar lo más destacado del estudio.

5.1. CONCLUSIONES.

- Es notorio la falta de conocimiento por parte de los encuestados con respecto a mixología o coctelería, con relación al turismo de entretenimiento.
- La población investigada está de acuerdo que el Turismo de entretenimiento va adquiriendo importancia en nuestra provincia ya que hoy en día la población toma como opción nuevas formas de distracción.
- El Turismo de entretenimiento podría genera nuevos ingresos económicos y contribuir al incremento de la actividad turística.
- De la investigación realizada se puede concluir que con el diseño de la implementación de un Bar Temático con coctelería de Autor basado en mixología y una correcta administración de un establecimiento turístico, se logrará que el cantón Ambato sea una nueva opción de visita para turistas nacionales y extranjeros.

5.2. RECOMENDACIONES.

- Proponer una capacitación a los dueños, administradores y colaboradores sobre los nuevos servicios para mejorar la atención al cliente.
- Proponer al Ministerio de Turismo acerca de la inclusión de personas calificadas con experiencia en el manejo de establecimientos turísticos direccionado al entretenimiento.
- Desarrollar responsabilidad social con respecto al moderado consumo de alcohol y motivarlos a que conozcan los beneficios que genera el turismo de entretenimiento al realizarlo correctamente.
- Mejorar la calidad de servicio de acuerdo a las nuevas tendencias que se manejan y así captar al turismo receptivo.
- Incluir en los requisitos previos a la implementación de un establecimiento turístico de entretenimiento, las pautas del manejo adecuado en cuanto al conocimiento avanzado de productos que comprenden al realizar mixología o coctelería.

CAPITULO VI

PROPUESTA

6.1.Datos informativos

TITULO: *“Diseño de la implementación de un bar temático con coctelería de autor basado en mixología para fortalecer el turismo de entretenimiento en el Cantón de Ambato Provincia de Tungurahua”*

UBICACIÓN:

Provincia: Tungurahua.

Cantón: Ambato.

Población: 165.185 (2010). (INEC Censo 2010)

Altitud: 2500 msnm.

Beneficiarios: Los pobladores y los turistas del Cantón Ambato.

Tiempo estimado para la ejecución: Inicio: Marzo 2015.

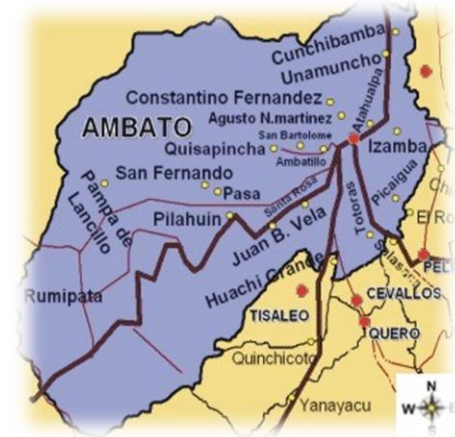
Fin: Junio 2015.

Equipo técnico responsable: Investigadora Gabriela Mena.

Grafico 9 Ubicación de la propuesta



Fuente: SELECTECUADOR



Fuente: ViajandoX



Fuente: Mapas Tungrahua

Ilustración 1 Ubicación de la Propuesta

Elaborado por: Mena Carrasco Mónica Gabriela, 2015

Antecedentes de la propuesta.

Se concluyó que con el diseño de la implementación de un Bar Temático con coctelería de autor basado en Mixología en el Cantón de Ambato, se fortalecerá el turismo de entretenimiento. Con las nuevas tendencias se podrá satisfacer los gustos de los turistas tanto nacionales como extranjeros.

El Turismo de entretenimiento va adquiriendo importancia en el cantón Ambato debido a que hoy en día la población toma como opción nuevas formas de distracción.

El diseño de la implementación de un Bar Temático con coctelería de Autor basado en mixología y una correcta administración de un establecimiento turístico, logrará que en el Cantón Ambato Provincia de Tungurahua sea una nueva opción de visita para turistas nacionales y extranjeros.

La mixología anteriormente se la conocía como coctelería, hoy en día la mixología tiene un estudio más profundo con respecto a su elaboración, sobre todo su mezcla; es decir: productos con los que se mezclan, el porqué se mezcla, cómo se mezclan, en conclusión la mixología trata de buscar un sabor, una sensación y un equilibrio perfecto entre sabor, aroma y textura.

El turismo de entretenimiento como practica turística en la actualidad, permite que las personas que dedican su tiempo a los establecimientos turísticos de esparcimiento busquen la innovación, para que los turistas que visitan nuestra ciudad puedan

satisfacer todos los gustos preferenciales e individuales tanto a turistas nacionales como turistas extranjeros.

Siendo un problema que en nuestra ciudad no exista lugares predeterminados que puedan llenar las expectativas en cuanto al perfil actual del turista.

Con el diseño de la implementación del un Bar Temático con coctelería de autor basado en mixología se fortalecerá el Turismo de entretenimiento y se logrará mayor afluencia de turistas, por lo tanto existirá un incremento de los ingresos económicos, mejorando así la calidad de vida de los habitantes, tomando en cuenta que se lo debe realizar de forma organizada, con responsabilidad social y de esta manera habrá un adecuado crecimiento en la actividad turística del sector.

6.2. Justificación

El interés de la propuesta planteada acerca del diseño de la implementación de un bar temático con coctelería de autor basado en mixología está orientado al fortalecimiento del turismo de entretenimiento en el Cantón Ambato.

Esta propuesta se considera la más viable para apostar a la dinamización del turismo de entretenimiento y al desarrollo económico de la provincia de Tungurahua.

Este proyecto será de gran utilidad para los turistas quienes obtendrán la satisfacción de encontrar un lugar donde puedan sentir el agrado de llenar sus expectativas

individuales, sin tener que movilizarse hacia otras provincias u otros lugares de diversión fuera de la ciudad.

Las personas beneficiarias con el diseño de la implementación de un Bar Temático serán tanto turistas como habitantes, quienes al encontrar un lugar con todos los servicios y la infraestructura adecuada no se trasladarán a otro lugar de esparcimiento, además esta propuesta brinda la opción de que en la ciudad de Ambato exista un lugar nuevo y distinto.

La propuesta del diseño de la implementación de un Bar Temático con coctelería de autor basado en mixología es factible porque se fortalecerá el turismo de entretenimiento en el cantón de Ambato y así se potencializará a la ciudad de Ambato como un nuevo destino turístico en cuanto al entretenimiento.

6.3. Objetivos.

6.3.1. Objetivo General.

- Diseñar la implementación de un Bar Temático con coctelería de autor basado en mixología para fortalecer y potencializar el turismo de entretenimiento en el Cantón de Ambato.

6.3.2. Objetivo Específicos.

- Socializar a los turistas sobre la implementación de un Bar Temático para fortalecer el desarrollo del turismo de entretenimiento en el Cantón Ambato Provincia de Tungurahua.
- Planificar el tipo de servicio a ofrecer, la carta o menú de cocteles apropiados y el correcto manejo externo e interno del lugar a implementar.
- Ejecutar las acciones y actividades que permitan el diseño de la implementación de un Bar Temático con coctelería de autor basado en Mixología.
- Evaluar la accesibilidad del diseño de implementación.

6.4. Análisis de la Factibilidad

❖ Social.

Esta propuesta cuenta con factibilidad social debido a que será de beneficio para la sociedad en general, ya que permitirá que los turistas encuentren un lugar diferente, nuevo y que llegue a satisfacer las expectativas de los turistas. De esta manera impulsar la inclusión de un establecimiento innovador en la actividad turística.

❖ Tecnológica.

Para la sociedad actual, la tecnología es indispensable, existen varias propuestas científicas que hoy en día se centran en crear nuevas tecnologías que envuelvan las

necesidades sociales, existen varios equipos tecnológicos que permiten que la realización de la presente propuesta sea factible ya sea con el uso de: computadoras, cámaras fotografía y servicio de internet que permiten el diseño de lo propuesto.

❖ **Económica**

El financiamiento para el diseño de la implementación de un Bar Temático con coctelería de autor basado en mixología en el Cantón Ambato, serán asumidos en su totalidad por los recursos económicos de la autora de la investigación.

❖ **Legal**

Según (CONSTITUCION, 2008)

LEY DE TURISMO

CAPÍTULO I

GENERALIDADES

Art. 1.-La presente Ley tiene por objeto determinar el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios.

Art. 2.-Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos.

Art. 4.-La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos:

- c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística;
- e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística;
- g) Fomentar e incentivar el turismo interno.

CAPÍTULO II

DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS Y DE QUIENES LAS EJERCEN

Art. 5.-Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- a. Alojamiento;
- b. Servicio de alimentos y bebidas;
- e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,
- f. Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.

Art. 8.-Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.

Art. 9.-El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de

actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda.

Art. 10.-El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado, les transfiera esta facultad, concederán a los establecimientos turísticos, Licencia única Anual de Funcionamiento; lo que les permitirá:

- a. Acceder a los beneficios tributarios que contempla esta Ley;
- b. Dar publicidad a su categoría;
- c. Que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención de ese empresario instalación o establecimiento;
- d. Que las anotaciones del Libro de Reclamaciones, autenticadas por un Notario puedan ser usadas por el empresario, como prueba a su favor; a falta de otra; y,
- e. No tener, que sujetarse a la obtención de otro tipo de Licencias de Funcionamiento, salvo en el caso de las Licencias Ambientales, que por disposición de la ley de la materia deban ser solicitadas y emitidas.

Art. 11.-Los empresarios temporales, aunque no accedan a los beneficios de esta Ley están obligados a obtener un permiso de funcionamiento que acredite la idoneidad del servicio que ofrecen y a sujetarse a las normas técnicas y de calidad.

6.5. Fundamentación Teórica.

Diseño

El objetivo principal del diseño de la implantación de un Bar Temático con coctelería de autor basado en Mixología se basara en tres fases:

Según (RUIZ, 2012)

Una vez adoptado el modelo de negocio de establecimientos de entretenimiento al que se direccionó con respecto al diseño de la implementación de un bar y puesta en marcha diferenciamos tres fases:

1ª fase.- buscar la ubicación más comercial y favorable para este tipo de negocio, solicitud de permisos para el correcto funcionamiento de lugar, Proyección de las instalaciones.

Requisitos según (MINTUR. 2015):

- Copia de la escritura si es propio.
- Nombre del representante legal inscrito en el registro mercantil.
- Copia de R.U.C Registro Único de Contribuyentes.
- Copia de la cedula de identidad.
- Copia de la papeleta de votación.
- Copia del contrato de compra y venta (Cambio de propietario).

- Búsqueda intelectual del nombre del establecimiento en el IEPI
- Fotocopia de la escritura de propiedad de pago predial.
- Lista de precios de servicios ofertados (Carta o menú)
- Declaración de activos fijos, declaración del 1x1000.
- Permiso de uso de suelo para bares y discotecas.

2ª fase.- Desarrollo del diseño y estudio de decoración para crear una imagen personalizada, diferenciadora y adaptada a las necesidades y filosofía del establecimiento direccionado.

3ª fase.- Realización de las obras y trabajos pertinentes para llevar a cabo el acondicionamiento del local y la puesta en marcha de la actividad, según el estudio realizado.

BAR

Según (IBA, 2013)

El Bar es un lugar, ambiente o establecimiento de recreación espiritual dedicado al expendio y servicio de bebidas alcohólicas y no alcohólicas, así como otros productos con fines lucrativos o comerciales.

La expresión "Bar" surge a partir del vocablo "BARRIER", que significa "barrera" o "barra fija", mueble con el que se separaba el área de servicio de bebidas alcohólicas del comedor en las antiguas Tabernas Buffet americanas.

El nombre fue más adelante acortado a "Bar". Este nombre "Bar", nombre inicialmente usado para la "Barra" que daba descanso a los brazos tras la jornada de trabajo, empezó a ser el nombre de toda el área de trabajo para surtidores de cerveza y buffet. Finalmente el nombre se amplió a todo el lugar, generalmente para ser consumidos de inmediato en el mismo establecimiento en un servicio de barra. La persona que atiende el bar suele estar de pie, tras la barra y en el mundo anglosajón se le ha denominado tradicionalmente como barman.

El Bar es socialmente un punto de reunión, donde el establecimiento debe ser acogedor y que el cliente encuentre en él, una prolongación de su propia casa.

BARES TEMATICOS

Según (IBA, 2013)

Son bares muy dinámicos y evolutivos, que estimula la participación, integración y comunicación de sus clientes. Surge ante la falta de un escenario dispuesto a satisfacer a personas de gustos singulares.

Se diferencia de los bares tradicionales por ser interactivos. Nada es casual en un bar temático. Si tomamos el ejemplo de un bar rockero, podemos señalar tres puntos muy

importantes que los caracteriza: Comunicación e información constante sobre rock, presentación de eventos y su exclusividad musical.

Un bar temático cuenta con un amplio recurso musical, controlada desde una computadora, que permite seleccionar y programar canciones, economizando el tiempo al máximo y evitando la incomodidad del público.

Bar temático para designar a una serie de locales que se presentan como una novedad en la oferta de los locales y espectáculos públicos pero tienen características que los diferencian entre sí. Según los datos que pudimos obtener a lo largo de nuestra investigación, este término tiene su origen y se aplica en primera instancia para nombrar a locales de cadenas internacionales como *Hard Rock Café* o *Planet Hollywood*. Posteriormente en Quito y Guayaquil el rótulo *bar temático* se extiende a otro tipo de opciones como una categoría clasificatoria que engloba a una gama de alternativas que se caracterizan por combinar las prácticas tradicionales de bares y cafés (encuentros sociales e ingesta de bebidas y alimentos) con las ligadas al espectáculo, a los productos de la tecnología mediática y al acceso, ordenamiento y uso de información conectada con dichas prácticas y productos.

La expresión *bares temáticos* para incluir una serie de opciones que se presentan como novedosas: cafés en museos como el de Arte Decorativo, bares ligados al mundo del rock (*Hard Rock Café*), al mundo de la magia, bares de juegos (*Pitágoras*), locales con una definida ambientación relacionada con algún estilo social

(*Soul Café* y el *funky*), hasta con algún estilo regional (los restaurantes vinculados con colectividades, regiones o culturas a los que se les atribuye algún grado de originalidad). Dentro de esta serie con límites bastante difusos se incluye un conjunto de locales ligados al mundo del deporte como: Planet Sport en Quito y Guayaquil. Esta no es la primera vez en la historia que los cafés y bares se “mezclan” con otro tipo de fenómenos culturales. Existieron (y aún existen) los cafés literarios, los café concert, los cafetines en los que se juega al billar, etc. Pues, a diferencia de estos últimos, este tipo de fenómenos sociales tienen una tradición extensa.

COCTELERIA DE AUTOR.

Según (COHEN, 2015)

El último grito de la moda entre los bartenders no solo es esforzarse en las combinaciones, sino crear ingredientes personales.

Ya no se trata solo de crear recetas originales. Dos onzas de este vodka, una de aquel vermouth, hielo-coctelera-copa y a beber se ha dicho. No alcanza con mezclar botellas como nadie las haya mezclado antes. Hoy, las grandes barras del mundo suben la apuesta y crean sus propios ingredientes. A fin de cuentas, aquello que se consigue en la góndola no es más que un estándar para la industria. Y nadie quiere ser estándar. La barra se mete en la cocina, en el laboratorio, en el backstage. Investiga, prueba y elabora materias primas únicas.

Se trata de poner la firma a un trago. De decir "*esto es mío y lo vas a poder probar solo acá*". Así se entiende el Scotch & Soda de *Florería Atlántico*, con su soda casera de *Earl Grey*. O los almíbares en *Gran Bar Danzón*. O los cordiales caseros en *Leopoldo*. O las infusiones con hibiscus en *Pony Line*.

La idea no es nueva: en su reciente visita a Buenos Aires para el festival *Tales of the Cocktail*, el propio *Beachbum Berry* -investigador, especialista en la historia de la coctelería *Tiki* - contó en su conferencia cómo el mismo *Don the Beachcomber* -el "inventor" de la cultura *Tiki* - elaboraba sus propios ingredientes y los mantenía en secreto, asignándole un número a cada materia prima, para generar sus almíbares y especialmente su falernum, icónica mezcla de especias (jengibre, clavo, almendras y más elementos) que daba a los tragos su sabor especial.

En Argentina, los almíbares caseros y las espirituosas maceradas surgieron en la poscrisis de fines de 2001. En aquel momento, la causa era la devaluación y la falta de productos importados. Si no había vodkas saborizados, se los saborizaba en casa. Si no había syrups de marcas comerciales, se los hacía sobre la hornalla. Pero recién ahora, con la escena coctelera desarrollada como nunca antes, con nuevos bares que se inauguran a un ritmo mensual y con cada día más bartenders apasionados que bucean en las profundidades de las redes sociales por recetas y trucos varios, lo que era excepción se está convirtiendo en norma.

El bartender actual ya no lanza botellas al aire. Ya no es un malabarista que hace de su barra un circo para entretener a los adultos que quieren ser niños. Por el contrario, es un especialista que debe entender de espirituosas, pero más aún conocer de sabores. Dominar técnicas de cocina y de ahumados, conseguir hierbas distintas y frutas exóticas, entender los procesos químicos de una maceración y de una infusión. Y con todo ese bagaje intelectual y cultural encima, sí, volver a la barra. Y preparar el mejor trago posible. Un trago que llevará su firma.

MIXOLOGIA

Según (COCTELERIA.COM, 2014)

La mixología es otro término para referirse a la mezcla de bebidas o coctelería (bartending) y el mixólogo es para referirse al bartender o al chef de bar. La mixología es generalmente aceptada como un término más refinado y un estudio más profundo del arte de mezclar bebidas.

Otra definición que está desde 1948 es: el arte o la habilidad de preparar bebidas mezcladas para crear cocteles.

La mixología se volvió un término utilizado más comúnmente en los últimos años y generalmente utilizado en un grado más alto del estudio de mezclar cocteles y bebidas, que simplemente el hacer las acciones diarias de un bartender. Esta definición y su uso es uno de los muchos debates dentro de la comunidad de bartenders, usualmente por la impresión que deja que un mixólogo es mejor y más

habilidoso que el bartender. Sin embargo, esto no es necesario. Ni es mejor que el otro y cada uno requiere de diferentes técnicas y habilidades.

Según (ESTREMADOYRO, 2013)

La Mixología es el término que se está empleando actualmente en Europa, Estados Unidos y Japón para referirse a la coctelería, en otros países apenas es utilizada y en Barman in Red utilizamos siempre el término coctelería, pero cómo es lógico no esta de más aprender. La palabra Mixología proviene del término inglés "mix" que significa mezclar, el término ya aparecía en el primer libro de coctelería del mundo "The Bon Vivant's Companion or How to mix drinks" del profesor Jerry Thomas publicado en el año 1.862 en los Estados Unidos.

Es el arte y estudio de la ciencia en mezclar bebidas, es la pasión por investigar y aprender todo acerca de la base de un cóctel, de donde vienen, de qué están elaborados, analizándose sabores, aromas, texturas, colores, densidades, niveles de volumen alcohólico, conjugando equilibrio y armonía en su contenido.

6.6. Modelo Operativo

FASE	METAS	ACTIVIDADES	RECURSOS	TIEMPO	RESPONSABLES
SOCIALIZACIÓN	Socializar con los turistas sobre la implementación de un Bar Temático para fortalecer el desarrollo del turismo de entretenimiento en el Cantón Ambato Provincia de Tungurahua.	Realizar una charla acerca del turismo de entretenimiento con las personas inmersas en este tipo de turismo y los beneficios que traerán a la ciudad si se lo hace de una manera correcta.	- Computador - Proyector	2 semanas	Investigador
PLANIFICACIÓN	Planificar el tipo de servicio a ofrecer, la carta o menú de cocteles apropiados y el correcto manejo externo e interno del lugar a implementar.	Identificar el lugar que se pueda potencializar y pueda ser tomado en cuenta para el diseño de implementación de un bar temático.	- Material de escritorio	2 semanas	Investigador
EJECUCIÓN	Ejecutar las acciones y actividades que permitan el diseño de la implementación de un Bar Temático con coctelería de autor basado en Mixología.	Diseñar la implementación de un bar temático en el Cantón Ambato para incrementar la demanda turística y fortalecer el turismo de entretenimiento que satisficiera los gustos y preferencias de los turistas	- Proyector - Computador	2 semanas	Investigador
EVALUACIÓN	Evaluar la accesibilidad del diseño de implementación.	Satisfacción del turista al diseñar un lugar que este acorde a los gustos exigentes de turistas nacionales y extranjeros.	- Computador	3 meses	Investigador

Tabla 21: Modelo Operativo

Elaborado por: Mena Carrasco Mónica Gabriela, 2015

6.7. Descripción de la propuesta

Introducción.

Según (LUNA, 2011) El turismo es una actividad que motivado por el tiempo libre, el deseo de viajar y poseer dinero, se crea en el hombre la necesidad de desplazarse desde su lugar de origen a otro de destino con fines de realizar actividades de recreación, adquirir nuevas experiencias con la interrelación de nuevas sociedades de un mercado receptor.

La tendencia mundial hoy en día está enfocada hacia el cambio, la innovación, los nuevos retos, es por esto que las personas cada día se vuelven más críticas y más exigentes a la hora de escoger un sitio de esparcimiento, diversión, distracción, ya no solo buscan mejores precios sino un valor agregado que les brinde más beneficios y satisfacciones. Es así, como la gente se ve en la necesidad de salir a conseguir un lugar que les brinde la satisfacción para utilizar su tiempo libre o de ocio.

Es de vital importancia en un bar los espacios, la decoración, el ambiente, la calidad de los servicios y productos que se ofrecen.

Un buen bar debe tener algo que lo distinga de los demás, que le dé una identidad particular para con esto lograr la satisfacción del turista.

La gente hoy en día, busca la comodidad, lo actual y sobretodo algo con lo cual identificarse, no solo hablamos de las tendencias en cuanto a la ropa, zapatos,

accesorios, hablamos de tendencia de innovación en cuanto a todo lo que se utiliza en el servicio y la atención hacia el cliente en un bar.

Muchos buscan experimentar nuevos placeres que contenga innovación de ingredientes, que causen una sensación única en el paladar, y no encontrar lo acostumbrado a servirse en un bar.

Los bares han evolucionado a lo largo de la historia, hasta llegar a ser lo que hoy conocemos como lugares de diversión, interacción social y encuentro. Se podría decir que los bares cumplen una función social, llegando incluso a hablar de la existencia de la cultura de bares.

En Ecuador el bar es un elemento esencial en la costumbre popular de “salir por ahí”, y es que en todo lugar, barrio o calle importante de cualquier ciudad nos encontraremos con uno o más bares a nuestro paso para ir a tomar algo, hablar y relacionarse socialmente, los bares se han ido transformando en algo mucho más sofisticado e incluso, y más aún con la gran competencia que existe en el sector de la hotelería. De este modo han surgido nuevos modelos de negocio de bar, con nuevas fórmulas, nuevos cocteles, etc.; dando gran importancia a la decoración y la música del ambiente del local para conseguir diferenciarse del resto y atraer a su clientela.

6.8. Diseño de la implementación de un bar temático con coctelería de autor basado en mixología

BAR TEMATICO:

Se considera bar temático a aquellos establecimientos, cuya política empresarial es determinante en la segmentación de un determinado público, cuya merchandising está relacionado con un tema concreto, que puede ser la gastronomía, la coctelería, los automóviles, los animales, el fútbol, la música, etc.

Son bares muy dinámicos y evolutivos, que estimula la participación, integración y comunicación de sus clientes. Surge ante la falta de un escenario dispuesto a satisfacer a personas de gustos singulares, adquiere valor al asomar nuevas tendencias a las “características personales”.

Los bares temáticos recurren a una serie de estrategias para atraer clientes, para algunos profesionales el bar temático está lejos de ser un establecimiento de moda y que más bien son lugares de referencia, cargado de novedosas propuestas, dispuesto a la innovación, que sobre todo se ajustan a la necesidad del consumidor, sin perder originalidad ni calidad. (Urfeing, 2003)

MIXOLOGIA.

Según (MATHIAS, 2013) Mixología es entender lo que agregamos a un cocktail, saber que si existe un ingrediente en una receta debe cumplir una función que conocemos y que podemos manejar perfectamente. Es dibujar nuestro propio mundo, es ampliar nuestra capacidad de crear.

La mixología es lo que anteriormente se conocía como coctelería. La mixología es el conocimiento más profundo de los destilados, su elaboración y sobre todo su mezcla, es decir, de los productos con los que se mezclan, el porqué se mezclan, cómo se mezclan; es saber buscar un sabor y una sensación. Jugar con los aromas y las texturas. Para esto es necesario conocer de química básica y aprender sobre esencias, especias, frutas, verduras y decoración.

La mixología es generalmente aceptada como un término más refinado y un estudio más profundo del arte de mezclar bebidas.

COCKTAIL.

Según (Veronelli) "Un coctel es un aguardiente modificado y helado". Esto quiere decir que se trata de un aguardiente o destilado al cual se le ha añadido por lo menos un producto para "modificarlo". Generalmente se agregan dos o tres productos para modificar el aguardiente de base. Esta combinación o mezcla es helada o enfriada durante su preparación.

"Un buen coctel, para que merezca el nombre de tal, no solamente debe constituir una combinación bien hecha de bebidas, sino también por su presentación, sabor y perfume, satisfacer al paladar y al espíritu para el que ha sido creado".

6.8.1. Descripción del establecimiento.

Razón Social:

- AMNESIA COCKTAIL CLUB



Imagen 1 Logo del Bar

Elaborado por: Mena Carrasco Mónica Gabriela, 2015

MISIÓN.

Ofrecer un sitio moderado y exclusivo de muy buen ambiente, brindando a nuestros clientes entretenimiento, acompañado de productos de calidad, música selecta y excelente servicio en todos los aspectos.

VISIÓN.

Ser el primer Bar Temático que ofrezca al cliente coctelería de autor en la ciudad de Ambato, llegando a ser pioneros y líderes en cuanto a servicio de primera calidad en Mixología con bartenders capacitados y profesionales quienes mantengan compromiso, lealtad y orgullo con el establecimiento; alcanzando así la más alta satisfacción del cliente a través del servicio ofrecido.

OBJETIVO.

Conocer, dominar y aplicar las nuevas técnicas de bar y coctelería actualmente vigentes en el mundo.

¿Por qué el nombre?

Se eligió este nombre debido a que se realizó un análisis donde se llegó a la conclusión de que **AMNESIA** es la pérdida total o parcial de la memoria que impide identificar experiencias de situaciones ocurridas, la finalidad de este lugar de esparcimiento y diversión es que las personas al ingresar a este lugar se olviden de los

problemas, en un ambiente no habitual al que no están acostumbrados, donde que con una buena atención y un servicio personalizado a cada uno de los clientes se llegará a la excelencia, de poseer el primer Bar Temático en la ciudad de Ambato.

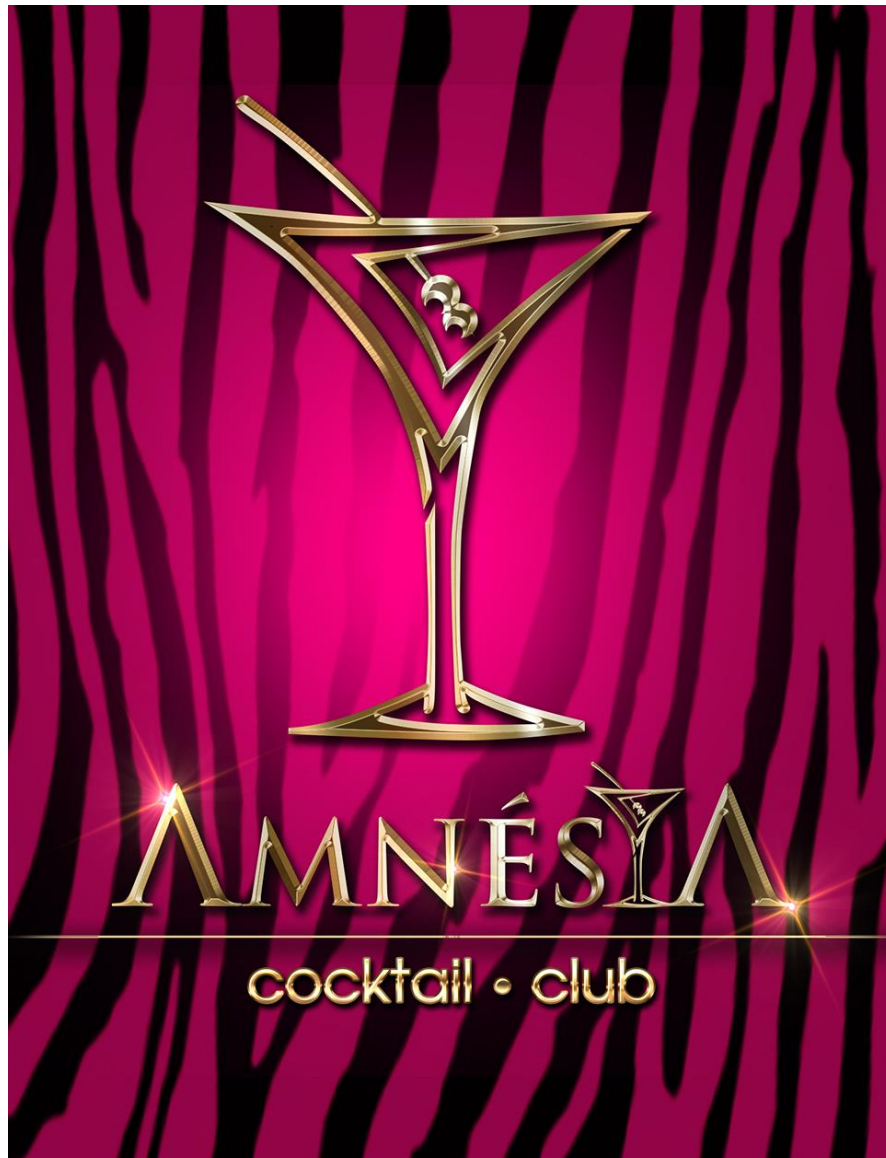


Imagen 2 Marca del Bar

Elaborado por: Mena Carrasco Mónica Gabriela, 2015

¿Qué es este sitio?

AMNESIA COCKTAIL CLUB es un bar temático pensado para personas exigentes tanto en gusto como en diversión, su ambiente en la parte interior es diseñado para que cada cliente que ingrese a este lugar se sienta a gusto, encuentre la perfección en cada copa y servicio brindado; con respecto a la parte exterior el lugar cumple con la decoración, iluminación, sonido y seguridad que el cliente merece sin dejar a un lado que cada cliente es primordial en este lugar.

¿Qué pasa aquí?

AMNESIA COCKTAIL CLUB es un bar que abre sus puertas de jueves a sábado en donde cada noche es increíble debido a que en este lugar no tenemos límite en cuanto a coctelería y música; se satisface gustos singulares y también exigentes al momento de servir nuestros productos. Cada noche se está apto para servir algo impactante, innovador y sorprendente, en este establecimiento se encontrara diversión sin límite, olvidándote de tus problemas con consumo responsable de alcohol.

Aunque cada noche tiene algo novedoso **AMNESIA COCKTAIL CLUB** lleva su diversión al extremo de la siguiente manera: Jueves por la noche en un ambiente relajante, confortable para poder conversar y tomar algo el tema se denomina “El Cocktail como debe de ser”; el Viernes siempre se tiene “Algo Inusual” por servir a

nuestros clientes y finalmente el Sábado se tiene “El Cocktail más deseado”, debido a que en este día la coctelería de autor es la que predomina.

¿Quién viene aquí?

Las puertas de **AMNESIA COCKTAIL CLUB** se abren a todo el mundo, pero se tiene consejos muy útiles al momento de ingresar a este lugar:

- Sé una persona muy elegante a la hora de vestir.
- Sé una persona educada y cortés en todo momento.

Nuestra filosofía es la siguiente: *“Si eres joven o viejo, no nos importa pero sin embargo ven siempre con la actitud correcta”*.

POLÍTICAS EXTERNAS.

- ❖ Dress Code Casual.
- ❖ Ingreso permitido solo con cédula.
- ❖ No pueden ingresar personas en estado etílico.
- ❖ Prohibido el ingreso a menores de edad.
- ❖ Respetar el área de fumadores

POLITICAS INTERNAS.

- ❖ Puntualidad.
- ❖ Empatía.
- ❖ Responsabilidad.
- ❖ Cortesía.
- ❖ Respeto.

CUALIDADES DE LOS COLABORADORES.

- **Técnicas:** nivel profesional al momento de desenvolverte en el área de trabajo.
- **Humanas:** crear un entorno agradable en el área de trabajo.
- **Reflexivas:** Capacidad para enfrentar situaciones.

6.8.2. Estructura Organizacional

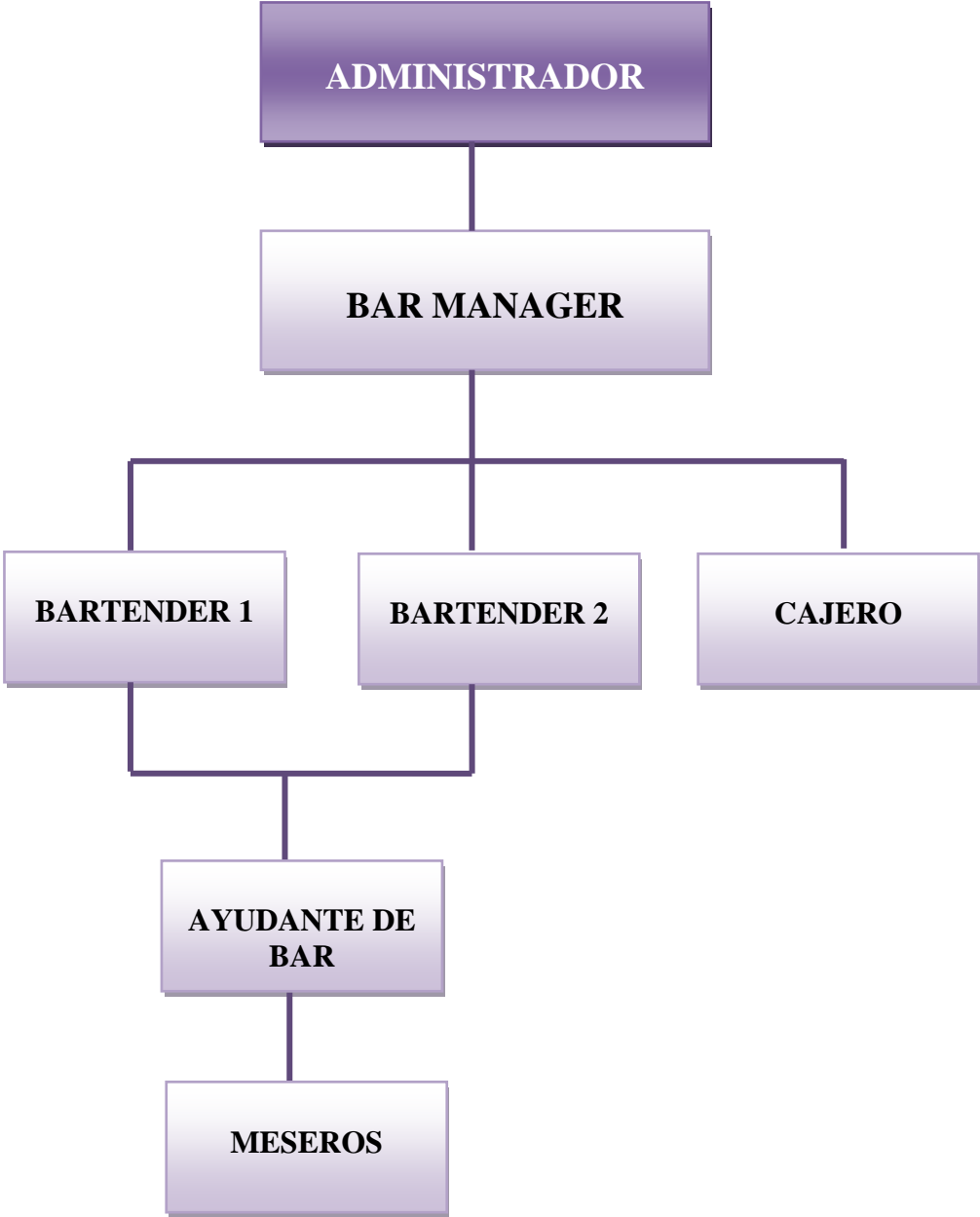


Grafico 10 Estructura Organizacional

Elaborado por: Mena Carrasco Mónica Gabriela, 2015

ZONIFICACIÓN

AMNESIA COCKTAIL CLUB es la nueva alternativa de diversión en la ciudad de Ambato para que los turistas tanto nacionales como extranjeros encuentren un nuevo lugar en la ciudad centro del País, con la finalidad de cubrir todas las expectativas de los clientes a visitar este lugar.

Ubicación

La ubicación juega un rol muy importante y por esta razón está ubicado en el Sector de Huachi Chico ya que en el centro de la ciudad es dificultoso encontrar un lugar de parqueo para el automóvil.

Por tal razón debe cumplir los siguientes requisitos:

- Alta visibilidad.
- Ser coherente en el posicionamiento del lugar.
- Seguridad
- Disponibilidad de espacio de parqueo

Tomando en cuenta las consideraciones anteriores **AMNESIA COCKTAIL CLUB** se encuentra ubicado en las calles Falquez Ampuero entre Jesús Calle y Celiano Monge.

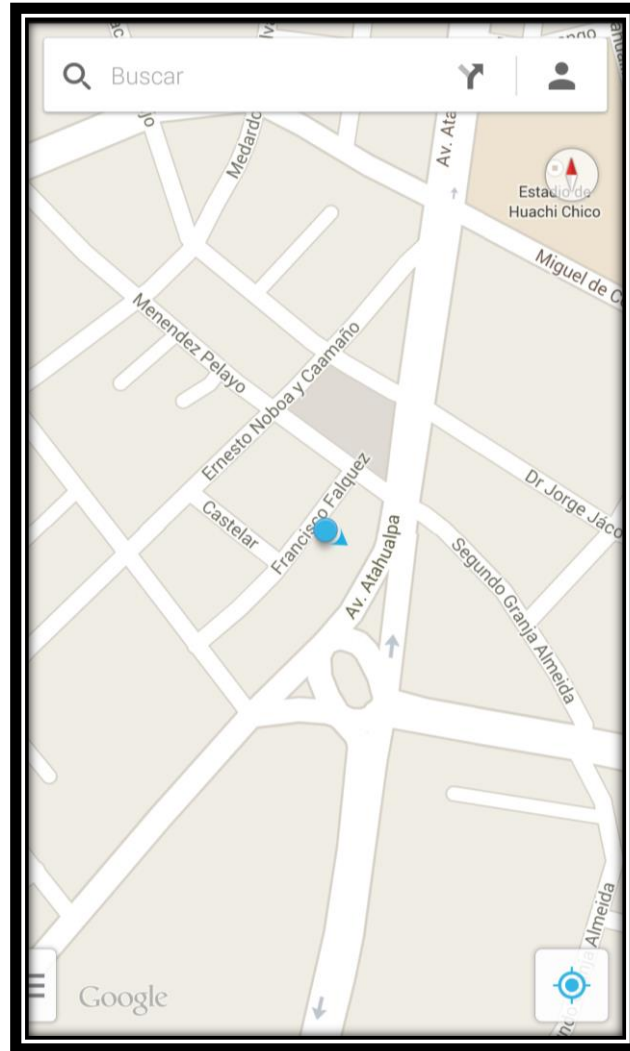


Imagen 3 Ubicación de Amnesia

Fuente: Google Maps

Elaborado por: Mena Carrasco Mónica Gabriela, 2015

6.8.3. Equipos y Maquinarias.

Son los requerimientos básicos para el funcionamiento de un Bar, teniendo en consideración que los espacios que le otorgan a esta área no es de grandes dimensiones, es vital que la ubicación del equipamiento sea de tal forma que se aprovechen todos los espacios posibles y de esta manera permita un fácil desplazamiento del personal que trabaja en este lugar; así como también una fluida atención al cliente en barra. Además debe tenerse en cuenta que el aspecto decorativo y visual, debe ser cómodo y acogedor siguiendo con la temática del bar.

Se necesitará el siguiente equipamiento:

- Mesas.
- Sillas.
- Adornos para la decoración en general.
- Iluminación adecuada.
- Equipos de audio, video y amplificación.
- Nevera y congeladora panorámica.
- Herramientas de bar y cristalería.

BARRA:

Según (TOLEDO, 2012) Es la que se ubica en el frontis del bar y es donde se atiende a los clientes (servicio americano), en forma personalizada, debe tener un rondón de seguridad, para evitar la caída de líquidos hacia el lado externo de la barra; la altura puede tener de 1.10 a 1.30mts, el ancho de la zona de atención, puede estar entre 60cms y 80cms para tener comodidad de ubicar vasos, ceniceros y snacks. Interiormente, se adecuan para ubicar cristalería (vasos), caja conservadora de hielo, frío bar, estación central.

BARRA DE EXHIBICIÓN:

Según (TOLEDO, 2012) Se ubica en la parte posterior del bar y es donde se ubican toda la variedad de productos que se ofrecen a la Venta. Es vital que la ubicación de las botellas obedezcan a un orden preestablecido, según la clasificación de I.B.A. (Aguardientes, aperitivos, licores) y que estos se respeten con el fin de no generar desorden y caos. Terminado el uso de un producto este debe ser tapado y devuelto a su lugar original. “Todo el personal” que labora en el bar debe conocer perfectamente la ubicación de los productos y debe conservarla aun cuando se “arme” y se “baje” la barra diariamente. También tiene efecto decorativo y su presentación visual es importante para ganar el interés del cliente.

6.8.4. Herramientas de bar y cristalería.

Lo fundamental, primordial que debe poseer un bar y que mucha gente se olvida son las herramientas de bar y cristalería, debido a que sin unas buenas herramientas de bar los bartenders no podrán trabajar de una manera organizada y sin una buena cristalería los cocktails a presentar o cualquier destilado en general no cumpliría con la presentación correcta de un buen producto a servir.



Grafico 11 Herramientas de Bar

Fuente: Google

✓ Vaso de composición (Mixing Glass)

Según (MIRANDA, 2011) es un recipiente de cristal de varias formas y tamaños, que se usa para bebidas que no deben ser agitadas sino mezcladas de forma directa.

El vaso mezclador se usa junto con estos dos elementos: colador y cucharilla de bar.



Grafico 12 vaso de composición

Fuente: Google

✓ **Colador o Gusanillo (Strainer)**

Según (MIRANDA, 2011) esta herramienta mantiene el hielo en la vasija mezcladora y permite que solo el líquido caiga en la copa, adicionalmente el colador posee dos orejas las cuales se ajustan a la boca de la coctelera o al vaso de composición.



Grafico 13 Colador o Gusanillo

Fuente: Google

✓ **Cucharilla o Bailarina de bar (Spoon Bar)**

Según (MIRANDA, 2011) es una cuchara de agarradera larga usualmente en forma de espiral, se utiliza para revolver los ingredientes en un vaso de composición o en su propio recipiente.



Grafico 14 Cucharilla o Bailarina

Fuente: Google

✓ **Medidores (Jiggers)**

Según (MIRANDA, 2011) el uso de medidores es un requerimiento legal en algunos países, suelen estar fabricados de metal, se utiliza para medir correctamente la cantidad de alcohol al momento de la elaboración de un cocktail.



Grafico 15 Medidores

Fuente: Google

✓ **Mortero (Muddler)**

Según (MIRANDA, 2011) es un utensilio muy práctico necesario para la elaboración de los cocteles ya que con esta herramienta se puede triturar y extraer toda la esencia de hierbas aromáticas y cítricas.



Grafico 16 Mortero

Fuente: Google

✓ **Licuada (Blender)**

Según (MIRANDA, 2011) La licuadora es otra de las herramientas más importantes para los cócteles, sobre todo para los más delicados, para los cócteles en punto “frozen” congelado más que ningún otro, un ejemplo claro son los margaritas.

En la licuadora se colocan todos los ingredientes necesarios y mucho hielo, se mezcla a diferentes potencias y se logran dos cosas fundamentales: una mezcla perfecta en poco tiempo y la trituración del hielo.



Grafico 17 Licuadora

Fuente: Google

✓ **Destapador de velocidad (Speed opener)**

Según (MIRANDA, 2011) *es la herramienta que se utiliza a diario en un bar, y que su función principal es destapar o abrir botellas de cerveza, de soda, de jugo, etc. Esta herramienta no debe de faltar en el bolsillo de un bartender.*



Grafico 18 Destapador de velocidad

Fuente: Google

✓ **Cuchillo y Tabla de Picar (Table and Knife)**

Según (MIRANDA, 2011) Compañeros inseparables en la cocina y en el bar, sirve para cortar rodajas de fruta o trozos de verdura, también el cuchillo nos sirve para cortar pieles de fruta que utilizamos como ingrediente o decoración La tabla cumple con su única función que es evitar que dañemos la barra o mesas al cortar



Grafico 19 Cuchillo y Tabla de picar

Fuente: Google

✓ **Coctelera (Shaker)**

Según (MIRANDA, 2011) existen dos clases de cocteleras que se usan para dejar homogénea la mezcla de ingredientes de diferentes densidades y colores:

- **Coctelera Francesa o Cobbler:** Esta coctelera puede ser de 2 piezas (lata y tapa) y 3 piezas (lata, colador y tapa). Esta es de un diseño más elegante y es más conocida en el mundo de los bares elegantes europeos.
- **Coctelera Americana:** formada por dos vasos, un vaso metálico largo llamado “Tin” y un pequeño vaso metálico llamado “Mini Tin”, hoy en día los bares utilizan un vaso de vidrio denominado Boston; el uso de esta coctelera es muy fácil, se colocan los ingredientes en el vaso de vidrio y se cubre con la Tin de manera que las bocas de los vasos queden encontradas, se cierra firmemente y se agita, para abrirla se golpea ligeramente en un costado de la lata y es en esta donde deberá estar el contenido antes de abrirla.



Grafico 20 Coctelera
Fuente: Google

6.8.5. Cristalería de bar

La cristalería de bar debe ser transparente y de diseño clásico, ya que algunas copas y vasos que tienen figuras, dibujos o colores que no permiten apreciar con nitidez los cócteles clásicos universales.



Grafico 21 Cristalería de Bar

Fuente: Google

✓ Vaso largo o Highball Glass.

Según (COCTELERIA.COM, 2014) *Este vaso se usa para servir tragos largos, usualmente servidos con hielo hasta el tope, su capacidad es normalmente de 10 a 12 oz, es el vaso más alto que se utiliza en el bar, regularmente de cuerpo delgado y uniforme.*



Grafico 22 Vaso largo
Fuente: Google

✓ **Vaso corto u Old fashioned glass.**

Según (MIRANDA, 2011) El popular vaso “en las rocas” usado para beber whiskey o coñac, su capacidad es de 9 a 10 oz., regularmente de base gruesa, en el se sirven bebidas con o sin hielo.



Grafico 23 Vaso corto
Fuente: Google

✓ **Copa Cocktail o Cocktail glass.**

Según (MIRANDA, 2011) También conocida como copa de martín o “martinera”, puede contener de 6 a 6.5 oz., se usa para servir cócteles sin hielo, cócteles cortos y su largo cuerpo es para ser sujeta de este y evitar que la mano caliente el trago.



Grafico 24 Copa Cocktail

Fuente: Google

✓ **Copa Margarita o Margarita's glass**

Según (MIRANDA, 2011) Tiene un cuerpo estilizado con dos bases, su uso es exclusivo para la margarita y tiene una capacidad de 5 oz.



Grafico 25 Copa Margarita

Fuente: Google

✓ **Copa Huracan o Hurricane glass.**

Según (MIRANDA, 2011) el vaso huracán tiene un aspecto muy atractivo, con forma de huracán y con una gran capacidad, es un recipiente perfecto para tragos y cócteles tropicales, exóticos y con frutas que lleven importantes decoraciones., sobre todo para una piña colada. Es un vaso cómodo llamativo y amplio, su capacidad aproximada es de 15oz.



Grafico 26 Copa Huracán

Fuente: Google

✓ **Copita o Shot**

Según (MIRANDA, 2011) También conocidos como chupitos son vasos cortos y resistentes, con una base sólida y consistente. Se utiliza con gran popularidad para servir tequila, lo que se conoce como el “shot de tequila” o la “medida de tequila”. También se utiliza con otras bebidas de fuerte o de grandes cantidades de graduación alcohólica como por ejemplo whisky y además, popularmente se toma de un único y rápido sorbo, como un golpe, por ello también se le llama shot o disparo, su capacidad es de 4 oz.



Grafico 27 Copita o Shot

Fuente: Google

✓ **Vaso Cervecerero o Beer Mug**

El vaso cervecero (beer mug) está hecho de vidrio grueso, es consistente y generalmente tiene un peso más grande que el resto de los recipientes. Es el recipiente típico para servir cerveza y generalmente se coloca unos minutos en el congelador antes de servir cerveza en él, lo que le brinda una leve capa de hielo, ayuda a

mantener la frescura de la cerveza y principalmente, mejora la presentación haciéndola más atractiva y vistosa. Es larga, ancha y tiene un mango, su capacidad generalmente varía aproximadamente 22 oz.

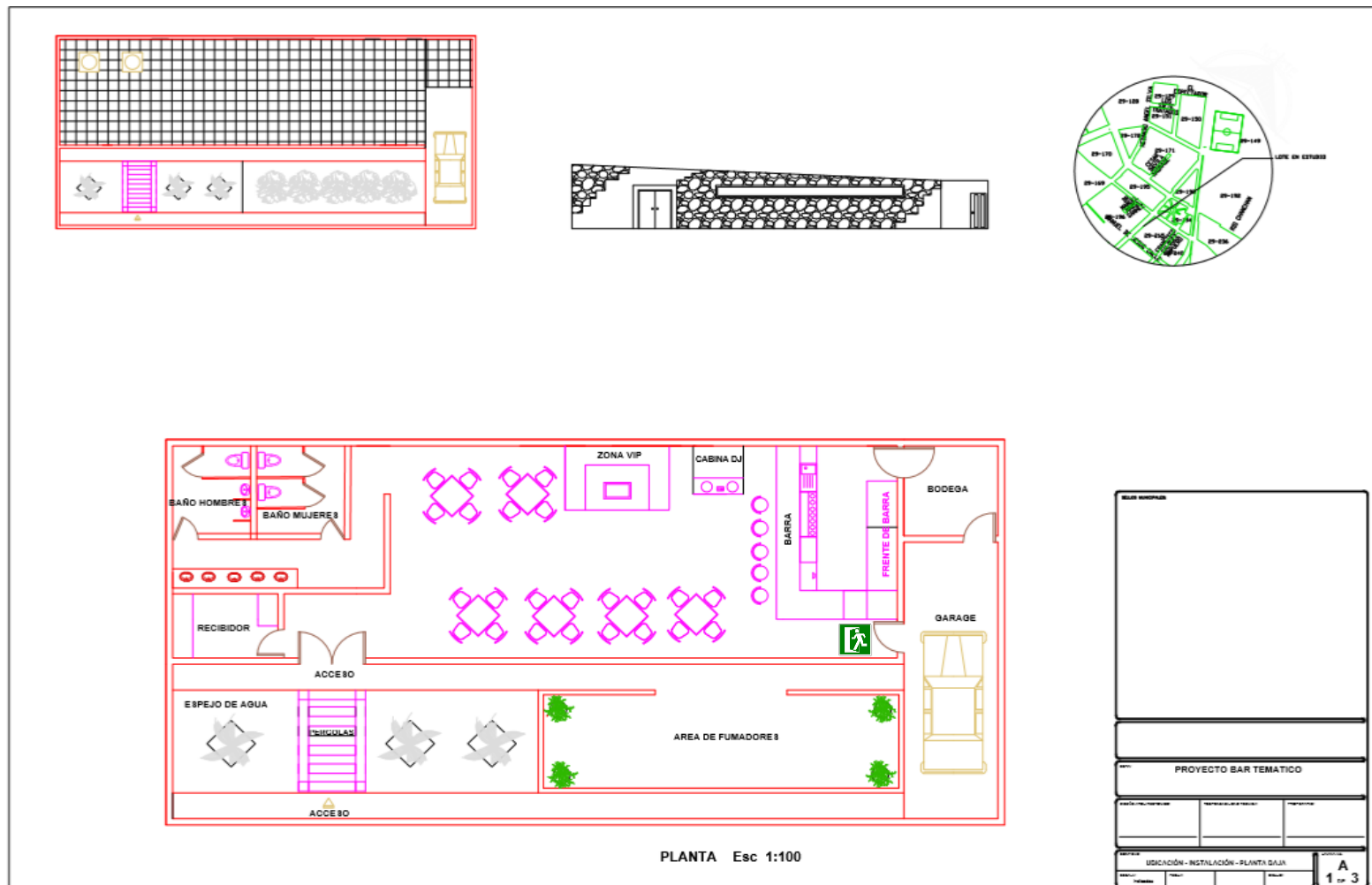


Grafico 28 Vaso Cervecerero
Fuente: Google

6.8.6. Plano, estructura y distribución de “Amnesia Cocktail Club”

Imagen 4 plano del bar

Elaborado por: Mena Carrasco Mónica Gabriela, 2014



6.8.6.1. Descripción del bar

El siguiente plano de Amnesia Cocktail Club está distribuido de la siguiente manera consta de un acceso principal, el cual en la entrada su estructura está elaborada con pérgolas las cuales protegen de la lluvia a los clientes y a la vez permite separar la entrada del acceso principal, a los lados derecho e izquierdo se encuentran espejos de agua que son colocados con el fin de armonizar el lugar y dar un toque exclusivo a Amnesia Cocktail Club, seguidamente se encuentra el acceso principal al bar, al lado izquierdo se encuentra el recibidor el cual consta de dos espacios que están distribuidos de la siguiente manera:

- ❖ **Caja:** es aquí donde los clientes pagan el valor de la entrada para poder ingresar al bar.
- ❖ **Recibidor:** una opción muy buena de Amnesia Cocktail Club en donde los clientes pueden dejar sus abrigos, chaquetas de forma gratuita y con la responsabilidad de que todo estará seguro.

Descripción de la parte interna del bar.

Amnesia Cocktail Club consta de seis mesas con cuatro sillas para la comodidad de sus clientes, posee una Zona VIP con capacidad para diez personas, también existe una Cabina de DJ, junto a la cabina se encuentra ubicada la barra o estación de bebidas con cinco sillas.

La capacidad total de Amnesia Cocktail Club es de 70 personas.

La barra tiene como objetivo principal atender a los clientes más exigentes, consta con un frente de barra donde se exhibirán los licores para la elaboración de cocteles.

También está delimitado el espacio para el área de trabajo y la preparación rápida de los cocteles a servirse, la barra se encuentra distribuida de la siguiente manera: con una congeladora, un espacio para la cristalería, un estante (Speed Rack) donde se ubicaran las botellas usualmente más utilizadas, un pequeño lavabo y un lugar donde se colocará la licuadora. Adicionalmente existe una bodega en la cual se encuentran los suministros y las reservas a utilizar.

Amnesia cocktail club posee servicios higiénicos tanto para hombres como para mujeres, distribuidos de la siguiente manera:

- **Baño de hombres:** posee dos urinarios y un baño completo.
- **Baño de mujeres:** posee dos baños completos.

Los lavamanos y espejos se encuentran compartidos para ser usados tanto para hombres como para mujeres; por esta razón están ubicados a la entrada de los servicios higiénicos.

Amnesia Cocktail club consta con una extensa área para las personas que deseen fumar y estar en un ambiente fresco acompañado de música.

Finalmente existe un garaje para los clientes que se encuentran en la zona VIP.



Imagen 5 Barra del Bar
Elaborado por: Mena Carrasco Mónica Gabriela



Imagen 6 Sala VIP

Elaborado por: Mena Carrasco Mónica Gabriela



Imagen 7 Vista del Bar (entrada)

Elaborado por: Mena Carrasco Mónica Gabriela, 2014

6.8.7. Elaboración de la carta o menú de Amnesia Cocktail Club

Para la elaboración de la carta del lugar, se pensó en la exigencia de cada uno de los paladares de los posibles clientes potenciales, debido a esto se eligió entre los mejores cocteles a nivel mundial regulados y bajo la supervisión de IBA (International Bartender Association); la carta está distribuida de una manera en que cada percepción sea de gusto, aroma, sabor, color y olor cumpla con las expectativas de los clientes del lugar.

Es por eso que se ha elegido cocteles pre dinner, after dinner, long drink, all day y fancy cocktail; una carta para satisfacer tanto gustos amargos, secos, dulces, refrescantes, de relajación total y cocteles que su aspecto y sabor sean distintos al ser degustados.

Imagen 8 Carta o Menu (FRONT)

Elaborado por: Mena Carrasco Monica Gabriela, 2015



Imagen 9 Carta o menú (BACK)

Elaborado por: Mena Carrasco Mónica Gabriela, 2015



6.9. Administración

La administración de la propuesta es responsabilidad directa de la investigadora, se ha planteado el diseño de la implementación de un bar temático con coctelería de autor basado en mixología para fortalecer el turismo de entretenimiento en el cantón Ambato.

Este proyecto se lo realizó de una manera correcta y adecuada con respecto a su estructura, distribución y organización del bar tanto internamente y externamente; de tal manera que los turistas se sientan satisfechos al visitar un lugar innovador, nuevo y con coctelería de primera gama.

En el esquema del bar se detalla la distribución de cada espacio de manera que sea aprovechado al máximo, es importante mencionar que con respecto a la carta o menú se utilizó los lineamientos de acuerdo a la IBA (International Bartender Association).

El diseño de la implementación de un bar temático con coctelería de autor basado en mixología intenta fortalecer el turismo de entretenimiento en la ciudad de Ambato, y Amnesia Cocktail club se posicionará como el primer bar con respecto a mixología o coctelería de autor.

6.10. Previsión de la evaluación

Tabla 22: Previsión de la evaluación

	Preguntas Basicas	Explicación
1	¿Qué evaluar?	Diseño de la implementación de un bar temático con coctelería de autor basado en mixología en el cantón Ambato, provincia de Tungurahua.
2	¿Por qué evaluar?	Para determinar el fortalecimiento en cuanto al turismo de entretenimiento en la ciudad de Ambato.
3	¿Para qué evaluar?	Para medir los resultados y el desempeño de los objetivos planteados.
4	¿Con qué criterios?	Con efectividad ya que el proyecto será ejecutado.
5	¿Indicadores?	Cualitativo: ya que se puede analizar y tomar decisiones. Cuantitativo: porque permite obtener datos reales relacionados con los turistas que visite el lugar.
6	¿Quién evalúa?	El investigador.
7	¿Cuándo evaluar?	Mensualmente.
8	¿Cómo evaluar?	Mediante estadísticas.
9	Fuentes de información	Inventarios.
10	¿Con qué evaluar?	Inventarios.

Elaborado por: Mena Carrasco Mónica Gabriela, 2015

7. Materiales de Referencia

LIBROS

MIRANDA, X. (2011). *MODULO DEL BARTENDER*. AMBATO: IMPRENTA MOREJON.

LINKOGRAFIA

ABC, D. (6 de abril de 2007). *DEFINICION BC*. Recuperado el 20 de ENERO de 2015, de DEFINICION BC: <http://www.definicionabc.com>

APREA, G. (2000). *BARES TEMATICOS*. Recuperado el 12 de DICIEMBRE de 2014, de gaprea@cvtci.com.

CATADOR, E. G. (2014). *COCTELES DE FORMA PROFESIONAL*. Recuperado el 2 de FEBRERO de 2015, de elgrancatador.imujer.com

CERVEZAYBEER. (2013). *BLOG CERVEZA & BEER*. Recuperado el 6 de DICIEMBRE de 2014, de cervezaybeer.blogspot.com

COCTELERIA.COM. (2 de Octubre de 2014). *MIXOLOGIA*. Recuperado el 4 de ENERO de 2015, de MIXOLOGIA: <http://www.cocteleria.com.mx>

COHEN, A. (2015). *BRANDO*. Obtenido de <http://www.conexionbrando.com/1610622>

CONSTITUCION. (2008). *LEY DE TURISMO*. QUITO: Talleres de la corporacion de estudios y publicaciones.

DE.DEFINICION. (12 de marzo de 2008). *DEFINICION*. Recuperado el 20 de ENERO de 2015, de DEFINICION: <http://definicion.de/alimento/>

Ecuador, p. d. (04 de 01 de 2013). *Ecuador*. Recuperado el Lunes de Agosto de 2014, de Ecuador: <http://ecuador.pordescubrir.com>

ESTREMADOYRO, D. (2013). *BARMAN IN RED*. Recuperado el 08 de DICIEMBRE de 2014, de <http://www.barmaninred.blogspot.com>

- FEBE. (2013). *FEDERACION ESPAÑOLA DE BEBIDAS ESPIRITUOSAS*. Recuperado el 20 de ENERO de 2015, de febe.es/contenidos/bebidas/index.asp
- GOURMET, E. (2006). *ARTE Y CIENCIA DEL BUEN COMER*. Recuperado el 8 de ENERO de 2015, de www.delbuencomer.com
- IBA. (2013). *INTERNATIONAL BARTENDER ASOCIATION*. Praga.
- JERRY, T. (1862). *"The Bon Vivant's Companion or How to mix drinks"*. Estados Unidos.
- LANCASTER. (2005). *Industria perfecta de competencia monopolista* .
- LEE, D. (2010). *MANUAL DE CANTINEROS*. ASIA .
- LESCANO, A. D. (2013). *El turismo comunitario y su aporte al buen vivir de la comunidad de San Vicente del Cantón Quero provincia de Tungurahua*". AMBATO.
- LUNA, G. (04 de 01 de 2011). *Ecuador*. Recuperado el Lunes de Agosto de 2014, de Ecuador: <http://www.ecuador.pordescubrir.com>
- MARESS. (12 de Agosto de 2013). *BUENAS TAREAS*. Recuperado el 12 de ENERO de 2015, de BUENAS TAREAS: <http://www.buenastareas.com>
- MATHIAS, S. (2013). *MUNDOBAR*. Recuperado el 2 de MAYO de 2015, de <http://www.mundobar.cl/quienes-somos/>
- MENDOZA, R. M. (2003). *VIDA SOCIAL DE BARES Y CAFES TEMATICOS*. Recuperado el 12 de ENERO de 2014, de r_marmen@ciudad.com
- MINTUR. (2014). *CATASTRO DE BARES*. Recuperado el 5 de OCTUBRE de 2014, de <http://www.turismo.gob.ec/>
- MIRANDA, X. (2011). *MODULO DEL BARTENDER*. AMBATO: IMPRENTA MOREJON.
- Quees.la. (2014). *Quees.la*. Recuperado el 16 de DICIEMBRE de 2014, de quees.la/gastronomia
- REGNIER, G. (6 de Julio de 2014). *COCTELERIA Y MIXOLOGIA*. Recuperado el 15 de OCTUBRE de 2014, de COCTELERIA Y MIXOLOGIA: <http://www.cocteleria.com>
- RIVADENEIRA, F. (2010). *LA IDENTIDAD POR MEDIO DE LA COMIDA ECUATORIANA*. Recuperado el 18 de DICIEMBRE de 2014, de www.ecuadorinmediato.com

RUIZ, H. (2012). *MONTAR UN BAR*. Recuperado el 2 de MARZO de 2015, de <http://www.montarunbar.com/>

TUFIÑO, J. P. (10 de 01 de 2010). *DRINK AND LOUNGE*. Recuperado el 09 de ENERO de 2015, de DRINK AND LOUNGE: <http://www.drinksandlounge.blogspot.com>

Urfeing, V. (2003). *APASANCA*. Recuperado el 1 de 06 de 2015, de apasancarock.blogspot.com

VEGA, E. (6 de Junio de 2010). *REVISTA EXCELENCIAS*. Recuperado el 12 de ENERO de 2015, de REVISTA EXCELENCIAS: <http://www.revistasexcelencias.com>

ANEXOS



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN

CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA

**TEMA: “LA MIXOLOGÍA Y SU IMPACTO EN EL DESARROLLO DEL
TURISMO DE ENTRETENIMIENTO EN LA PROVINCIA DE
TUNGURAHUA.”**

Encuesta direccionada a los turistas de la provincia de Tungurahua especialmente a los cantones de Ambato y Baños, ya que son los lugares más concurridos por los turistas, de esta manera se tendrá una visión de cuáles son los gustos y preferencias de hoy en día con respecto al turismo de entretenimiento.

**MARQUE CON UNA (X) LA RESPUESTA CORRECTA SEGÚN SU
CRITERIO.**

**1. ¿Es importante el turismo de entretenimiento en los catones Ambato y
Baños?**

() SI.

() NO.

2. ¿Cree usted que los bares de la provincia de los cantones Ambato y Baños satisfacen sus gustos?

() SI.

() NO.

3. ¿Conoce usted que es mixología o coctelería?

() SI.

() NO.

4. ¿Cree usted que se vinculan el incremento de los ingresos económicos con respecto al turismo de entretenimiento?

() SI.

() NO.

5. ¿Cree usted que el turismo de entretenimiento va adquiriendo importancia en el cantón Ambato?

() SI.

() NO.

6. ¿Conoce usted acerca de la elaboración de un cocktail?

() SI.

() NO.

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN