

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR

ESCUELA DE GASTRONOMÍA

**Trabajo de titulación para la obtención del título de “Ingeniería en
Administración de Empresas Gastronómicas”**

**TEMA: “Preparación de una bebida gratificante y relajante en base a
especies aromáticas para ser proporcionada a pasajeros que utilizan el
servicio de aerolíneas”**

AUTOR: Edison Andrés Recalde Aguas

DIRECTOR: MS. Shirley Murriagui Lombardi

QUITO - ECUADOR

02 de Abril del 2012

CERTIFICACIÓN DE APROBACIÓN

Certifico haber revisado el presente informe de investigación, que se ajusta a las normas institucionales y académicas establecidas por la UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR, de Quito; por tanto, se autoriza su presentación final para los fines legales pertinentes.

Msc. Shirley P. Murriagui Lombardi

C:I: N° 1708494844

Quito, 02 de Abril del 2012

AUTORÍA

Yo, Edison Andrés Recalde Aguas autor (a) del presente Informe, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas contenidos en el mismo.

Atentamente

Edison Andrés Recalde Aguas

C:I: N° 1719372201

Quito, 02 de Abril del 2012

AGRADECIMIENTO

En primer lugar a DIOS por guiarme en el camino de la felicidad, a mi familia, especialmente a mi Padre JOSÉ RECALDE, mi Madre LOURDES AGUAS y a mis hermanos por darme fuerza y apoyarme incondicionalmente, ya que gracias a ellos hoy por hoy puedo estar donde estoy ahora.

A mis profesores a quienes les debo gran parte de mis conocimientos, gracias a su paciencia y enseñanza y finalmente un eterno agradecimiento a esta prestigiosa universidad la cual abre sus puertas a jóvenes como nosotros, preparándonos para un futuro competitivo y formándonos como personas de bien. Por último a mi directora de tesis quién nos ayudó en todo momento, Msc. Shirley Murriagui.

Edison Andrés Recalde Aguas

DEDICATORIA

Dedico este proyecto de tesis a Dios y a mis padres. A Dios porque ha estado conmigo a cada paso que doy, cuidándome y dándome fortaleza para continuar. A mis padres, pilares fundamentales en mi vida, quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo en todo momento, depositando su entera confianza en cada reto que se me ha presentado sin dudar ni un solo momento en mi inteligencia y capacidad. Sin ellos, jamás hubiese podido cumplir mis metas, ya que gracias a su tenacidad, lucha insaciable y gran ejemplo han permitido enfatizar y apoyar nuestros sueños, no sólo, sino también para mis hermanos y familia en general. A ellos le debo lo que soy ahora. Los amo con mi vida.

Edison Andrés Recalde Aguas

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR

ESCUELA DE GASTRONOMÍA

“Ingeniero en Administración de Empresas Gastronómicas”

TEMA: *“Preparación de una bebida gratificante y relajante en base a especias aromáticas para ser proporcionada a pasajeros que utilizan el servicio de aerolíneas.”*

RESUMEN EJECUTIVO

Se considera el problema que conlleva a ejecutar este proyecto en donde se realiza una previa investigación de la preferencia de bebidas en las aerolíneas. Razón por la cual se realiza un diagnóstico sobre la situación actual en el área de Alimentos y Bebidas de este medio de transporte. Los resultados indican que los clientes prefieren una bebida natural, es por ello, que en el segundo capítulo se habla sobre las especias naturales originarias en nuestro país. Consecutivamente se aplica una encuesta y se procesan los datos, lo que permite identificar la necesidad de elaborar un menú de bebidas con las características de relajantes e hidratantes. Posteriormente se realizó un estudio piloto presentando el producto en las aerolíneas por un tiempo de cinco días durante 2 vuelos diarios en donde también se aplicó el cuestionario correspondiente para conocer el nivel de aceptación de este producto.

Se presentó el menú de cinco bebidas en el área de preembarque de la aerolínea “Saereo” para saber la preferencia de los usuarios hacia las bebidas naturales que favorecerán a su organismo.

Los resultados obtenidos luego de la presentación del producto y la respectiva encuesta, son tabulados y se llega a concluir que estos son favorables para los usuarios de la aerolínea por sus múltiples beneficios, como también para el área de producción de este medio de transporte. Estas tienen acogida dando como resultado factibilidad en emprenderla como negocio.

EXECUTIVE SUMMARY

Considering the problem that leads to run this project in which research is performed prior to the preference of drinks on airlines. Which is why a diagnosis is made on the current situation in the area of Food and Drink this transport. The results show that customers prefer a natural beverage, which is why the second chapter discusses the natural spices originating in our country. Survey is applied consecutively and processed data, which identifies the need to develop a menu of drinks with soothing and moisturizing characteristics. Subsequently we conducted a pilot study showing the product in the airline for a period of five days for 2 daily flights where the questionnaire was also applied for assessing the level of acceptance of this product.

Was presented five drinks menu in the area of pre-shipment carrier "Saereo" to know the preference of users to encourage natural drinks to your body.

The results are tabulated these being favorable to the airline's customers to the area of their production. They have received resulting undertake feasibility as a business.

INTRODUCCIÓN

La crisis económica mundial sigue fomentando la aparición de nuevos nichos de negocio. Viejas fórmulas desaparecen al tiempo que novedades bien diseñadas encuentran ahora su momento revalorizando la utilización de recetas de antaño hasta llegar a la modernidad de sus usos. Es el caso de las “bebidas relajantes”.

Uno de los campos poco analizados y cuidados es el servicio en le área de alimentos y bebidas de las aerolíneas, razón por la cual el proyecto se enfoca en este mercado con el fin de mejorar el hábito alimenticio de los pasajeros de este medio de transporte, generando a que se preocupen por consumir un producto natural, valorando así la salud personal y los frutos alimenticios que genera nuestro país.

Partiendo de una investigación sobre las propiedades de especias aromáticas de nuestro país, se agrega ingredientes naturales que complementan su contenido generando que esta sea una bebida gratificante y relajante.

El proyecto tiene como enfoque principal dirigirse a todo tipo de pasajeros de las aerolíneas sin medir su nivel social, económico y cultural, sean estos nacionales o extranjeros.

La aerolínea en la cual se aplica la propuesta es nacional “Saereo” la cual tiene una capacidad de vuelo de treinta pasajeros. Se realiza la elaboración y degustación de la bebida a los usuarios asistentes durante una semana obteniendo resultados favorables que permiten incursionar un cambio en el área de A Y B de ese medio de transporte.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

| | <u>Pág.</u> |
|--|-------------|
| LISTA DE CUADROS | |
| Cuadro N°1 (Catering Codes) | 35 |
| Primera Encuesta..... | 55 |
| <i>Cuadro N°1 – N°10 (Resultados de Preguntas)</i> | 53 - 62 |
| Plan Piloto | 63 |
| 1. <i>Propuesta "Frossen Tropical"</i> | 63 |
| 1.1.- <i>Cuadro N°11 – N°20</i> | 64 - 73 |
| 2. <i>Propuesta "Limonada con té helado"</i> | 75 |
| 2.1.- <i>Cuadro N°21 – N°30</i> | 75 - 84 |
| 3. <i>Propuesta "Fruit Cup"</i> | 86 |
| 3.1.- <i>Cuadro N°31 – N°40</i> | 86 - 95 |
| 4. <i>Propuesta "Mix de Frambuesa"</i> | 97 |
| 4.1.- <i>Cuadro N°41 – N°50</i> | 97 - 106 |
| 5. <i>Propuesta "Eneldo´s Fizz"</i> | 108 |
| 5.1.- <i>Cuadro N°51 – N°60</i> | 108 - 117 |
| Cuadro N°61 (Presupuesto para el proyecto)..... | 121 |
| Cuadro N°62 (FODA) | 123 |
| Cuadro N°63 – N°64 (Receta Frozen Tropical) | 126 |
| Cuadro N°65 (Calculo de P.V.P.) | 126 |
| Cuadro N°66 (Análisis Nutricional) | 127 |
| Cuadro N°67 – N°68 (Receta Limonada con Té helado)..... | 128 |
| Cuadro N°69 (Calculo de P.V.P. y Análisis Nutricional) | 128 |
| Cuadro N°70 (Análisis Nutricional) | 129 |

| | <u>Pág.</u> |
|---|-------------|
| Cuadro N°71 – N°72 (Receta Fruit Cup) | 130 |
| Cuadro N°73 (Calculo de P.V.P.) | 131 |
| Cuadro N°74 (Análisis Nutricional) | 131 |
| Cuadro N°75 – N°76 (Receta Mix de Frambuesa)..... | 132 |
| Cuadro N°77 (Calculo de P.V.P.) | 133 |
| Cuadro N°78 (Análisis Nutricional) | 134 |
| Cuadro N°79 – N°80 (Receta Eneldo`s Fizz) | 134 - 135 |
| Cuadro N°81 (Calculo de P.V.P.) | 135 |
| Cuadro N°82 (Análisis Nutricional) | 136 |

LISTA DE GRÁFICOS

| | |
|---|-----------|
| Gráfico N°1 | 43 |
| Primera Encuesta..... | 53 |
| <i>Gráfico N°1 – N°10 (Resultados de Preguntas)</i> | 53 - 62 |
| Plan Piloto | 63 |
| 1. <i>Propuesta "Frossen Trpical"</i> | 63 |
| 1.2.- <i>Gráfico N°11 – N°20</i> | 64 - 74 |
| 2. <i>Propuesta "Limonada con té helado"</i> | 75 |
| 2.2.- <i>Gráfico N°21 – N°30</i> | 76 - 85 |
| 3. <i>Propuesta "Fruit Cup"</i> | 86 |
| 3.2.- <i>Gráfico N°31 – N°40</i> | 87 - 96 |
| 4. <i>Propuesta "Mix de Frambueza"</i> | 97 |
| 4.2.- <i>Gráfico N°41 – N°50</i> | 98 - 107 |
| 5. <i>Propuesta "Eneldo´s Fizz"</i> | 108 |
| 5.2.- <i>Gráfico N°51 – N°60</i> | 109 - 118 |

| | <u>Pág.</u> |
|-------------------|-------------|
| Resumen | vi |
| Abstract | vii |
| Introducción..... | viii |

CAPÍTULOS

| | |
|--|----------|
| I. EL PROBLEMA | 1 |
| 1.1.- Planteamiento del Problema | 1 |
| 1.2.- Formulación del Problema..... | 2 |
| 1.3.- Interrogantes de la Investigación..... | 2 |
| 1.4.- Justificación..... | 3 |
| 1.5.- Objetivos | 4 |
| 1.6.- Objetivo General | 4 |
| 1.7.- Objetivos Específicos | 4 |
| II. MARCO TEÓRICO..... | 5 |
| 2.1.- Fundamentación Científica..... | 8 |
| 2.2.- Aporte de bebidas aromáticas al sistema nervioso | 31 |
| 2.3.- Alteraciones nerviosas durante el vuelo..... | 32 |
| 2.4.- Servicio de comidas en aerolíneas..... | 34 |
| 2.5.- Compañía aérea "Saereo" | 37 |
| 2.6.- Fundamentación Teórica - Conceptual | 39 |
| 2.7.- Fundamentación Legal..... | 41 |
| 2.8.- Categorías Fundamentales | 43 |

| | <u>Pág.</u> |
|--|-------------|
| III. METODOLOGÍA | 44 |
| 3.1.- Enfoque..... | 44 |
| 3.2.- Modalidad de la Investigación | 44 |
| 3.3.- Nivel y Tipo de Investigación..... | 45 |
| 3.4.- Población y Muestra | 45 |
| 3.4.1.- <i>Población</i> | 45 |
| 3.4.2.- <i>Muestra</i> | 45 |
| 3.5.- Operacionalización de las variables | 47 |
| 3.6.- Plan de recolección de datos | 48 |
| 3.7.- Encuestas..... | 50 - 51 |
| | |
| IV. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS | 52 |
| 4.1.- Presentación e Interpretación de Resultados..... | 52 |
| 4.2.- Conclusiones y recomendaciones..... | 119 |
| | |
| V. PROPUESTA | 120 |
| 5.1.- Resumen Ejecutivo | 120 |
| 5.2.- Datos Informativos | 120 |
| 5.3.- Análisis de Factibilidad e Impactos | 123 |
| 5.4.- Fundamentación Técnica | 123 |
| 5.5.- Recetario | 126 |
| 5.5.1.- <i>Receta 1</i> | 126 |
| 5.5.2.- <i>Receta 2</i> | 128 |
| 5.5.3.- <i>Receta 3</i> | 130 |
| 5.5.4.- <i>Receta 4</i> | 132 |

| | |
|---|------------|
| 5.5.5.- Receta 5..... | 134 |
| REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS | 137 |
| ANEXOS | 13 |

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 El Tema.

“Preparación de una bebida gratificante y relajante en base a especias Aromáticas para ser proporcionada a pasajeros que utilizan el servicio de aerolíneas.”

1.2 Planteamiento del Problema.

A medida que ha aumentado la preocupación por preservar la salud de los seres humanos, la humanidad está cada vez más interesada en conocer el papel que debe desempeñar el hombre del futuro en relación con su existencia.

De allí nace la Gastronomía, justamente de la necesidad del ser humano de retomar el equilibrio de la naturaleza frente a la problemática de la alimentación sana, nutritiva y placentera. Uno de los lazos de lenguaje mundial es la buena alimentación, base principal en la supervivencia humana, esto no sólo implica la nutrición en nuestros hogares, sino también durante estadías cortas o pasajeras a otros destinos, permitiéndonos tener un viaje agradable y placentero, cosa que en muchas ocasiones se ve opacada por los nervios propios de todo viaje sin que podamos tener un aliciente que venga directamente de las compañías de transporte.

Normalmente los alimentos son pre elaborados por empresas externas para ser comercializados en las aerolíneas, siendo éstas las encargadas de elaborar estos productos.

Las aerolíneas nacionales y extranjeras no poseen alternativas en alimentos o bebidas que favorezcan un viaje placentero y relajante para sus clientes, ya que ellos no consumen las bebidas ofrecidas por las aerolíneas, o buscan otras bebidas de tipo alcohólico para “apaciguar los nervios”, lo cual genera gastos altos e innecesarios.

En el país se está implementado la Interpretación Gastronómica sobre todo en Aerolíneas que tienen como objetivo principal brindar un viaje cómodo y placentero a sus pasajeros en los distintos vuelos, sean nacionales o internacionales, es así, que en la ciudad de Quito, se encuentra la Aerolínea “Saereo”, la cual a pesar de poseer personal adecuado, infraestructura y prestación de servicios necesarios propios de este medio de transporte, carece de un verdadero producto gastronómico que complemente el viaje haciéndolo agradable para sus clientes e involucrando la salud, energía y relajación y permitiendo mejorar las expectativas con respecto a las bebidas que se generan en aerolíneas.

En tal virtud con este proyecto se ofrece la alternativa de una bebida gratificante y relajante a base a especias aromáticas que permita complementar el servicio gastronómico de las aerolíneas, ofreciendo una nueva opción en bebidas, tanto a pasajeros nacionales e internacionales.

Por consiguiente el problema de investigación queda formulado en los siguientes términos:

1.3. Formulación del Problema

¿La elaboración de una bebida gratificante y relajante en base a especias aromáticas contribuirá a proporcionar un viaje más placentero para los usuarios de la aerolínea “Saereo”?

1.4 Preguntas Directrices

¿Es importante ofrecer alternativas alimenticias que permitan disminuir el nerviosismo de los viajeros en aerolíneas ofreciendo un viaje cómodo y placentero?

¿Brindar una bebida gratificante durante los vuelos nacionales aéreos permitirá aumentar la afluencia de viajeros en los mismos?

1.5 Delimitación del Problema

Está dirigida para clientes de la aerolínea “Saereo” de la Ciudad de Quito, que realizan viajes a nivel nacional para los años 2011 y 2012.

1.6 Justificación

Este proyecto permitirá realizar estudios más profundos en la Cocina Nacional sobre el uso y aplicación de especies aromáticas propias de la región andina y del país, de esta manera, se espera implementar una bebida que realce el valor de los productos nacionales, los que con el paso del tiempo han quedado al olvido rezagado, fomentando el consumo de los frutos que ofrece nuestra tierra, dando preferencia a la producción y consumo de productos nacionales que permitan incrementar la economía ecuatoriana.

Los clientes están interesados en saborear una bebida con algo nuevo, rico en aroma, color, sabor, textura, etc. El proyecto está enfocado en ofrecer un producto que permita el crecimiento en el área gastronómica y que se relacione positivamente con las actividades de los viajeros frecuentes, de esta manera se aprovecharán los beneficios alimenticios y nutritivos de nuestras especias valorando su uso y consumo. El principal objetivo de este tipo de bebidas no sólo es calmar la sed, sino también, refrescar e hidratar pero fundamentalmente relajar al pasajero durante su vuelo, además, no contiene alcohol, por lo que son aptas para cualquier persona, incluidos los niños, quienes en muchas ocasiones no son atendidos adecuadamente por falta de conocimientos sobre las alternativas de refrigerios, zumos que pueden ingerir.

En nuestro país se comienza a percibir una gran apertura turística y por ello es menester prepararnos para ofrecer al viajero buen trato y alimentación adecuada desde el inicio del recorrido a través de las aerolíneas, considerando no sólo los nervios del viaje sino también la incidencia de la altura sobre las personas que vienen de otro nivel geográfico.

1.7 Objetivos

1.7.1 Objetivo General

- Crear una bebida relajante que sea del agrado de las personas que utilizan los servicios de transporte aéreos en viajes nacionales e internacionales mediante un producto innovador a corto plazo.

1.7.2 Objetivos Específicos

- Identificar las principales especias aromáticas de la región ecuatoriana y seleccionar aquella que reúna de manera integral las características propias de una bebida relajante
- Establecer una técnica gastronómica que favorezca la combinación de sabores, colores, textura y sabor con las especias utilizadas.
- Elaborar un recetario de bebidas gratificantes y relajantes para las aerolíneas nacionales y extranjeras.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 *Antecedentes Investigativos*

En la actualidad muchas de las hierbas medicinales y aromáticas que hemos citado aquí poseen un gran potencial de uso y consumo, no solo nacional sino también para exportación, hay muchas razones para este auge. Actuales sistemas de atención de salud, incluida la medicina moderna y sus terapias que se basan en plantas y sus componentes, otro factor importante para este apogeo en las exportaciones es que la mayor parte de la población mundial depende de la medicina tradicional para cubrir sus necesidades diarias de salud, especialmente en los países en desarrollo. El uso de los medicamentos preparados con plantas está muy difundido en muchos países industrializados y un gran número de medicamentos están basados en plantas o componentes de plantas. Por otra parte, la industria cosmética y muchos productos para el hogar también utilizan las plantas transformadas con medicamentos o con un alto valor terapéutico.

Ecuador se encuentra entre los 10 países de mayor biodiversidad del mundo y gracias a esta característica se puede obtener una gran gama de productos naturales destinados al consumo directo y a la industria, entre estos productos se destacan las plantas medicinales, incluyendo las hierbas aromáticas. La flora Ecuatoriana ha sido siempre reconocida por su riqueza e inmensa gama de plantas útiles, sea por su cultura, conocimiento o creencia, los mejores expertos de este conocimiento botánico son pueblos autóctonos o indígenas, dado que para ellos las plantas lo son todo, su alimento, su medicina y su medio para entrar en comunión con los espíritus. Es evidente que cada nacionalidad o grupo étnico tiene su propia cosmovisión y forma de usar los recursos y sus plantas.

La medicina tradicional tiene una larga historia. Es la suma total de los conocimientos, habilidades y prácticas basadas en las teorías, creencias y experiencias indígenas de diferentes culturas, ya sean explicables o no, utilizados

en la prevención, el tratamiento y la cura de muchas enfermedades. Aquí han jugado un papel primordial las especias aromáticas las mismas que son partes disecadas de plantas aromáticas, cultivadas y elaboradas por lo general en Oriente: es así que se utilizan semillas, flores, trozos de cortezas, raíces, bayas y capullos de flores. Tan valoradas como el oro fueron introduciéndose en pizcas muy pequeñas en las comidas de todas las comunidades. Tanto en un platillo sencillo como en los platos más sofisticados de la alta cocina, estas especias se han vuelto infaltables ya que aportan sabor, color, aroma pero son carentes de grasas y calorías, es decir que son muy beneficiosas para la salud en especial para las personas hipertensas y para aquellas cuya vida diaria es cada vez más agitada. El ritmo de vida actual y la crisis mundial nos hace más vulnerables a contraer enfermedades o estresarnos más, bajar este estreses es la tendencia entre muchos consumidores que encuentran en las bebidas no alcohólicas una forma de frenar el problema, sin embargo durante la última década y como contrapartida a los energizantes y sus estimulantes ingredientes, salen al mercado bebidas que con extractos naturales prometen claridad mental y mucho relax, sin restar diversión.

Marcas como Red Bull o Speed entre muchas otras, forman parte de esta categoría de bebidas sin alcohol que desde hace más de una década han salido al mercado mundial ofreciendo al consumidor “supuestas” virtudes para combatir la fatiga y el agotamiento, aumentar la concentración, y tener mejor rendimiento físico. Los anti-energizantes van por este camino. Estas bebidas sientan sus bases en cualidades relajantes derivadas de la combinación de ingredientes como la valeriana o los pétalos de rosa, además de otras especias aromáticas.

La marca canadiense “Slow Cow” por su parte, propone “una sesión de acupuntura” en cada lata de su bebida relajante. Bajo la premisa de que los energizantes contribuyen a la sensación de ansiedad, enseguida, rubros que necesitan o proponen la relajación como premisa abrazaron la propuesta: spas, hoteles, líneas aéreas parecen ser los primeros en ofrecer este tipo de bebidas entre sus servicios.

La más reciente en entrar al mercado es “Mary Jane’s Relaxing Soda”. A diferencia de las combinaciones de las otras bebidas, Mary Jane’s utiliza extracto

de kava que dice prometer “una relajación eufórica” además de claridad mental. El extracto de Kava ha sido utilizado como bebida ceremonial en las islas del Pacífico por miles de años y puede provocar los efectos del alcohol sin sus sensaciones secundarias.

Dada la crisis actual, no parece que los niveles de stress estén en vías de reducirse, a veces, y después un día ajetreado, llegamos a la noche con mucha excitabilidad y la sensación de que tenemos los nervios a flor de piel es evidente.

Es entonces cuando sentimos la necesidad de una bebida que mejore las condiciones de ansiedad e impaciencia, pero pocas veces pensamos en cosas naturales. Las especies aromáticas pueden proporcionarnos esta sensación, además de ser reguladoras de la secreción de los jugos gástricos favoreciendo los problemas de digestión, teniendo también importantes efectos antimicrobianos.

En la industria alimenticia moderna existen productos como el Drank una bebida no alcohólica y similar como Superliminal Purple Stuff Pro-Relaxation Formula, o Blue Cow, que invitan al relax y confort y que encuentran en mercados de bebidas sin alcohol un gran potencial sobre todo en los EE. UU. Mercado estimable en 50.000 millones de dólares y en el que las bebidas energéticas, las de mayor crecimiento, solo representan 900 millones de dólares.

Muchas de estas bebidas relajantes contienen en su fórmula un aminoácido que se encuentra en el té verde y que tiene propiedades sedantes, lo que es considerado por los fabricantes como el antídoto contra el stress. Su mercado objetivo lo representan los jóvenes entre 18 y 35 años, abiertos a las novedades y fuertemente estresados.

¹George Smart, Director General de Blue Cow, anima a beber a los clientes potenciales de su bebida relajante diciéndoles:

...“Si no puedes ir de vacaciones, vete a la tienda más próxima y cómprate una botella”. Su slogan es “Vacation in a Bottle, -vacaciones en una botella, o simplemente BIV”...

¹ <http://eldiscurso.com/eldiscurso/bebidas-relajantes-un-mercado-en-auge-debido-a-la-crisis-mundia>

Entonces la tendencia actual nos sugiere recurrir a lo natural y buscar en los libros de las abuelitas esas recetas que permitan utilizar las especies aromáticas con un toque de modernidad logrando la fusión de bebidas relajantes a bajo costo y que no tengan efectos secundarios en nuestra salud, aprovechando sobre todo la riqueza de nuestros productos naturales.

2.2 *Fundamentación Científica*

2.1.1 Las Especies

Estas especias son partes disecadas de plantas aromáticas, las mismas son cultivadas y elaboradas por lo general en cualquier entorno ambiental. Es así que se utilizan semillas, flores, trozos de su corteza, raíces, bayas y capullos de flores.

Tan valoradas como el oro fueron introduciéndose en pizcas muy pequeñas en las comidas de todas las comunidades. Tanto en un platillo sencillo como en los platos más sofisticados de la alta cocina estas especias se han vuelto infaltables ya que aportan sabor, color, aroma pero son carentes de grasas y calorías, es decir que son muy beneficiosas para la salud en especial para las personas hipertensas.

Cada vez más y debido al ritmo de vida que llevamos, necesitamos de vez en cuando algo que nos calme o nos relaje del estrés acumulado durante el día. A veces, después de correr todo el día, llegamos a la noche con mucha excitabilidad y la sensación de que tenemos los nervios a flor de piel.

Además son grandes reguladoras de la secreción de los jugos gástricos favoreciendo los problemas de digestión, teniendo también importantes efectos antimicrobianos.

2.2.2 Especies aromáticas más representativas y utilizadas

AJOS/CEBOLLITAS/CEBOLLINO (Especies de Allium)

Introducción: Es originario de Asia Central. Existen 500 tipos de especies de la familia de las cebollas, no todas son comestibles, unas son silvestres y otras son cultivadas por el hombre. Las especies más conocidas y utilizadas son los ajos y las cebollitas. Donde más se consume es en todos los países de la costa Mediterránea.

La planta: Pertenece a la familia de las Liliáceas. Es una planta cosmopolita que se cultiva en nuestro país en zonas como Pichincha, Tungurahua, existen 8 tipos de ajos más utilizados:

- **Ajo joven o húmedo** (Allium sativum): su sabor es suave y jugoso. Se utiliza: asado, crudo, acompañando patatas.
- **Ajo Seco** (Allium sativum): su sabor es más fuerte, picante, áspero, pero cocinándolo se hace más suave. Hay que elegirlos consistentes. Nunca hay que comer los tallos verdes que suelen aparecer en invierno.
- **Ajo violeta:** su piel es de color violeta y se pueden cortar sus brotes tiernos como son las cebollitas.
- **Ajo Silvestre** (Allium sativum var. ophioscordon): se pueden cortar tanto las hojas, como si fueran cebolletas y los dos dientes de ajo se pican. Su sabor es más delicado que el Ajo Seco.
- **Ajo Puerro** (Allium fistulosum): se les llama "cebollas en atado", se cultivan muchísimo en Asia. Existen dos variedades: tallos blancos o tallos rojos. Su sabor está entre el de los puerros y las cebollas. Se come tanto el tallo como las hojas. Se usa en los guisos occidentales y las patatas y legumbres.
- **Cebollitas o Cebollino** (Allium schoenoprasum): Es la más suave de la familia. Sabe a cebolla un poco picante. Se usa cruda, por que enseguida pierde su aroma. Tiene propiedades medicinales: abre el

apetito y estimula la segregación de los jugos gástricos, para facilitar la digestión.

- **Cebollitas Chinas** (*Allium tuberosum*): se cultivan en Asia. Las hojas planas y los brotes blancos saben a ajo. Las preparan blanqueándolas, cortándolas a trocitos, cocidas al vapor con un poco de aceite.
- **Flores de Cebollitas**: Saben agradablemente a cebollas y como son tan atractivas y decorativas, quedan muy bien añadiéndolas a las ensaladas o a una tortilla.

Partes utilizadas de la planta: Se usan para cocinar los brotes tiernos de las hojas de las cebollitas/ cebollinos. Del puerro se come todo. De los ajos se utilizan las cabezas de ajo, tanto secos como tiernos.

Indicaciones y usos medicinales

Componentes Activos: azufre, calcio, fósforo, hierro, sodio, potasio, vitamina ABC, nicotinamida.

Propiedades: Tanto los ajos como las cebollas tienen propiedades beneficiosas, para la salud que en los últimos años los médicos no han parado de hablar de sus beneficios curativos. Aparato Locomotor: reumatismo, artritis, osteoporosis, artrosis; Sistema Circulatorio: circulación de la sangre, ácido úrico, colesterol, triglicéridos, tifus, meningitis, difteria, diabetes; A. Digestivo: antifatulento, digestivo, corta diarreas, problemas gastrointestinales; Ginecología: regula las menstruaciones, aumenta el apetito sexual; S. Endocrino: aumenta funcionamiento de las tiroides; A. Urinario: diurético y elimina toxinas; S. Nervioso: antidepresivo.

ALBAHACA (*Ocimum basilicum*)

Introducción: Esta planta es originaria de la India. Es la planta sagrada del Vishnú. Hace muchísimos años llegó a los pueblos mediterráneos y de ahí su gran utilización en Grecia, en la Provenza francesa, y en Italia. La trajeron primero

los griegos y luego los romanos. En el antiguo Egipto la utilizaban en el proceso de momificación. Para los romanos era el símbolo de los enamorados.

Es muy utilizada en la cocina Vietnamita y Tailandesa, tan en boga en los últimos años. Es cultivada en huertos, jardines o incluso en macetas, especialmente a mediados de la primavera. La albahaca necesita exposición directa al sol, pero en climas calurosos, necesita algo de sombra. Esta planta es muy sensible a las heladas y tiene un sabor picante a clavo y huele un poco a menta y regaliz.

La planta: Pertenece a la familia de las Labiadas. Puede llegar a tener 60 cm., pero es más aromática cuando es joven (20 ctms.). Tiene unas flores pequeñas y blancas.

Existen 40 tipos de Albahaca, pero los más conocidos son:

- Albahaca Anís (*O.B. anise*): sabe a anís un poco amargo. Se usa en el Sudeste Asiático.
- Albahaca Africana (*O.B. african blue*): sabe a pimienta y regaliz, Se usa con verduras, platos de arroz y guisos.
- Albahaca Alcanforada (*O.kilimandscharicum*): sabe a fuerte a alcanfor y se combina con otras, por ejemplo con la Anís.
- Albahaca Canela (*O.B. cinnamom*): sabe a dulce. Se lleva muy bien con las alubias.
- Albahaca Cítrica (*O.B. citriodorum*): sabe a limón. Se usa en ensaladas y pescados.
- Albahaca Común (*O. basilicum*): sabe a clavo un poco picante y con un deje de regaliz y menta. Es la más usada, para todo en occidente.
- Albahaca Crespa (*O.B. var. crispum*): sabe igual que la Común y como tiene las hojas grandes, se usan par envolver comida en ellas.
- Albahaca de Hoja pequeña (*O.B. var.minimum*): huelen mucho a pimienta. Va muy bien con cereales y con el arroz.
- Albahaca de Tailandia (*O.B. orapha*): sabe a anís y a pimienta. Se parece a la A. Anís.

- Albahaca Tulsi (*O. sanctum*): sabe a clavo, pimienta, menta, un poco amarga. Se usa en la cocina Tailandesa.
- Albahaca Violeta (*O.B. var. purpurascens*): deja un color rosado en la comida. Es ideal para las salsas de cremas y en las ensaladas verdes.
- Albahaca Violeta Crespa (*O.B. purple ruffles*): sabe como la A. Común. Van muy bien con las ensaladas.

Partes utilizadas de la planta: Se usan sólo las hojas frescas o secas. Cuando más aromáticas son es cuando son jóvenes, es decir cuando mide alrededor de 20 ctms. de alto. Sus hojas son verde intenso y verde grisáceo por el envés.

Indicaciones y usos medicinales de la Albahaca

Componentes activos: en la esencia: cineol, linanol, estragol, engenol.

Propiedades: Alopecia, halitosis, repelente mosquitos, favorece la digestión, espasmos gástricos, abre el apetito, vómitos, malestar intestinal, inflamación gingival, favorece la producción de leche en las mamás que están en la lactancia.

ALOE VERA (*Aloe barbadensis* / *Aloe ferox*)

Introducción: Es nativa de África (El Congo) donde hay más de 300 especies distintas. Hoy se cultiva principalmente en África del Sur, América Latina, y el Caribe. La planta se caracteriza por unas hojas muy grandes y carnudas, configuradas en rosetones. En el interior de las hojas hay un jugo que corresponde a una savia mucilaginoso. A lo largo de la historia, aloe vera se ha utilizado para multitud de usos que van desde afecciones a la piel hasta el estreñimiento.

La Planta: Pertenece a la familia de las Liliáceas. El cultivo en casa del Aloe Vera es muy fácil, se planta alguno de los hijos que rodea la planta, dejándolos secar a la sombra. Debe evitarse el exceso de agua y tampoco tolera el frío por debajo de

lo 0° C. Sin embargo, es una planta muy resistente a la plagas y a la falta de agua.

Partes utilizadas de la planta: Las hojas.

Indicaciones y usos medicinales

Componentes Activos: Polisacáridos, resinas protectoras, aminoácidos, proteínas, vitaminas y enzimas.

Propiedades: El gel de la planta (Gel Aloe) sacado de la parte central de la hoja es un remedio casero muy popular para cortes pequeños o quemaduras leves, o quemaduras del sol. Es muy popular para aliviar las quemaduras, con éxito a la hora de ayudar pequeñas quemaduras, de hecho, en investigaciones preliminares, tanto en animales como en personas, se señala que este popular uso tiene validez científica.

Usos e indicaciones de la Aloe Vera

- El aloe gel puede mejorar los síntomas de los herpes genitales y ciertas condiciones de la piel tales como la psoriasis.
- Suplemento para el sistema gástrico, desde indigestión, síndrome de colon irritable y colitis han experimentado alivio tomando aloe vera. El Gel Aloe es a menudo confundido con otra parte de la planta conocida como "zumo de aloe", pero las dos sustancias son muy diferentes. El zumo de aloe (conocido también como *aloe latex* o *aloe sap*) es un líquido amarillo y amargo derivado de la capa exterior de la hoja de la Aloe Vera. Contiene sustancias que tomadas oralmente tiene efectos laxantes potentes. En un estudio de 35 hombres y mujeres con estreñimiento que tomaron cápsulas que contenían "zumo de aloe" y otros laxativos incluyendo psyllium (una sustancia natural con alto contenido en fibra) experimentaron más frecuentes deposiciones que los que recibieron placebo. Sin embargo, aloe da dolorosos calambres si se toma con frecuencia.

- Diabetes. Estudios preliminares sugieren que el zumo de aloe puede ayudar a bajar los niveles de azúcar en la sangre. Aunque son necesarios más estudios para valorar la seguridad y efectividad del aloe vera en el tratamiento de la diabetes, parece probable que esta hierba puede ser un útil aditivo a la dieta, el ejercicio y un programa de medicación para la denominada diabetes 2.
- Virus HIV. El uso del aloe puede estimular la efectividad de algunas medicaciones utilizadas en el tratamiento del virus de la inmunodeficiencia humana (HIV), pero se necesitan pruebas de investigación bien diseñadas para confirmar tales descubrimientos.
- Estimulantes inmunológicos y efectos anti- cancerígenos. Estudios en laboratorio con animales indican que sustancias activas contenidas en la hoja de la plata (tanto gel, como zumo) podrían tener efectos inmunológicos y anti-cancerígenos.

ANIS (*Pimpinella anisum*)

Introducción: Es la hierba medicinal más antigua utilizada en todo el mundo. Se sabía que tenía propiedades digestivas y contra las flatulencias. En la Edad Media se hacía confitura de Anís. Se hacen licores con sus semillas. Y en la India mastican sus semillas para combatir el mal aliento.

Su sabor es como el regaliz dulce con una chispita de picante y tiene múltiples usos en la cocina.

Se cultiva masivamente en España y un poco menos en Italia, Turquía, Bulgaria, América del Sur y Japón. En nuestro país por lo general se cultiva en bodegas vitivinícolas y productores medianos en un nivel tecnológico muy superior al promedio, los cuales se encuentran en lugares templados a templados – calidos y secos.

La planta: Pertenece a la familia de las Apiáceas (Umbelíferas) Es una planta herbácea de 60-80 cm. de alta, con unas flores muy aromáticas blancas que crecen agrupadas, crecen formando ramilletes.

Existe una variedad del Anís muy conocida y utilizada por sus propiedades curativas; el **Anís Estrellado**, que gracias a un componente activo, un aceite esencial llamado anetol, le confiera propiedades carminativas y digestivas. Es originario de China y llegó a Europa gracias a un marinero inglés en el siglo XVI. Proviene del badaniero y el anís es el fruto de forma de estrella. Es utilizado para aromatizar alcoholes o licores como: el Pastis francés, el ouzo griego, el Arrack en Oriente Medio.

Partes utilizadas de la planta: Se utilizan tanto las hojas (en la cocina), como las semillas secas (en pastelería, bollería, licores, refrescos, medicinal).

Indicaciones y usos medicinales del Anís

Componente Activos: aceites esenciales, anetol, estragol, aceites grasos, colina.

Propiedades: diurético, carminativo, estomacal, expectorante, para la tos y la bronquitis.

APIO (Apium graveolens)

Introducción: El Apio silvestre derivó en el Apio de cultivo, que consumimos nosotros y se cultiva como hortaliza en todo en mundo. Originaria de norte de Europa y Extremo Oriente, crece en pantanos y lugares húmedos. En China se utiliza como planta medicinal. El tallo tierno se usa también en ensalada, es muy diurético. El Apio contiene muchísima cantidad de agua.

La planta: Pertenece a la familia de las Umbelíferas. Esta planta tan utilizada por todos nosotros, es originaria de Europa. Desde principios del siglo XIX se conocen tres tipos de Apio, ahora se conoce alguno más:

- Apio Común: su sabor es bueno y no amarga, es parecido al Apio Rábano. En el Mediterráneo se pone en los guisos y en las sopas, algunas veces en ensaladas de verano.

- Apio de Corte: su sabor es bueno, pero un poco amargo. Como mejor está es cocido. Se utiliza en el norte de Europa como condimento. Se aspecto es como el perejil sólo que su olor le delata.
- Apio de Agua o de Vietman: su sabor es más suave y se parece al Apio Común y al Perejil. Como mejor está es en invierno. Muy utilizado en Japón y sudeste asiático.
- Apio Chino: su sabor es bueno, pero un poco amargo. Como mejor está es cocido, como si se tratara de una verdura. También se usa como condimento en sopas, verduras al vapor. Se parece de aspecto al Apio al corte, pero se cultiva en China.

Partes utilizadas de la planta: Se usan los brotes tiernos del tallo y las hojas, para cocinar. Las semillas para infusiones. El tallo tierno se usa también en ensalada.

Indicaciones y usos medicinales

Componentes Activos: aceites esenciales como el limonelo, seneno; asparagina, potasio, sodio. Vitamina B1, B2, B6, un poco de C.

Propiedades: diurético, antibacteriano, ácido úrico, reumatismo, gota, circulación, colesterol, hipertensión, afrodisíaco, digestivo y problemas digestivos, hígado (elimina toxinas).

CARDO SANTO (Argemone mexicana)

Introducción: El Cardo Santo o cenico (del griego knecos, "amarillo") es una hierba anual, provista de raíz axonomorfa, blanca y cilíndrica. A lo sumo alcanza 60 cm de altura; con el tallo de color rojizo, erecto, anguloso y cubierto de pelillos punzantes, ramificado hacia el ápice. Las hojas del Cardo Santo son grandes, alternas, coriáceas, con lóbulo espinoso. En el envés de la hoja presenta nervios de color blanco con buen relieve. Las flores, de color amarillo rodeadas por espinas rojas, se agrupan en cabezuelas solitarias, tomentosas y pegajosas. Los aquenios son frutos cilíndricos provistos de vilano. El Cardo Santo crece sobre

suelos áridos, preferentemente en las zonas de clima calido. Fresco tiene un olor desagradable que desaparece cuando está seco. Su sabor es amargo, fuerte y algo salado.

La Planta: Pertenece a las familia de las Papaveráceae. Su origen del Cardo Santo se encuentra en la Europa Mediterránea y en Asia Occidental. Aparece espontáneamente en el campo no cultivado y en zonas de escaso paso humano. En la actualidad se extiende hasta el sur de Noruega y el norte de América.

Partes utilizadas de la planta: Las partes utilizable en fitoterapia son los extremos de la planta, debido a que son más tiernos que la base de los tallos. Debe realizarse antes de que aparezca la flor, llevándolo posteriormente a secar en un sitio aireado a la sombra.

Indicaciones y usos medicinales

Componentes Activos: Heterópsido amargo, aceite esencial, taninos, sales minerales (10%-20%), resina, flavonoides, mucílagos y alcaloides en los frutos. La cnidina es una sustancia amarga con acción aperitiva, eupéptica, antibiótica, diurética, febrífuga, antiinflamatoria e hipoglucemiante; el aceite esencial tiene propiedades bacteriostáticas y antifúngicas; los flavonoides presentan una acción diurética.

Propiedades: Amarga, colagogo, febrífugo, hipoglucemiante, estomacal, estimulante de la secreción salivar y gástrica, eupeptico, diurético, desinfectante, antiinflamatorio. uso de la planta en dosis excesivas, pueden originar irritación de las mucosas digestivas, con vómitos y diarreas.

Se desaconseja su consumo, a mujeres embarazadas y niños.

CILANTRO / CORIANDRO (Coriandrum sativum)

Introducción: Esta planta se cultiva en todo en mundo y es la más usada. Se le puede considerar tanto hierba como especia, ya que se utilizan sus hojas como

hierba y sus semillas como especia, usándose tanto en platos salados como en dulces. Tiene propiedades curativas. Las hojas verdes saben a tierra, un poco al perejil, a la menta y a los cítricos. Se confunden con el perejil, aunque su aroma y sabor difieren totalmente.

Sus semillas, por el contrario, huelen a sándalo, cedro, naranja. Se utilizan para hacer el curry, vinagreta para verduras, salsas y marinadas.

La planta: Existe una variedad el Poligondo/Sello de Salomón, también llamado Coriandro Vietnamita (*Polygonum odoratum*): es el tipo de Coriandro utilizado en el Lejano Oriente.

Partes utilizadas de la planta: Se usan los brotes tiernos de las hojas, para la cocina. Siempre frescos, aunque se pueden congelar. Las semillas se usan las maduras, con ellas se hace el curry y con las verdes se utilizan para salsas y marinadas. Y las raíces tiernas, también para cocinar, para dar sabor.

Indicaciones y usos medicinales:

Componentes Activos: los aceites esenciales contienen: decanal, dodecanal, decano, huleno, cerofileno, linanol, taninos, ácido málico.

Propiedades: facilita la digestión, elimina los gases, antiespasmódica y tonifica el sistema nervioso.

ENELDO (*Anthum graveolens*)

Introducción: Se la conoce de mucho antes que la Edad Media. Hoy en día se produce en Rusia, Ucrania, Países Escandinavos, Polonia, Italia y Turquía. En nuestro país lo encontramos en habita en campos rústicos y estepas a bajas altitudes, hasta 500-600 mts., prefiere lugares soleados, bien drenados y necesita suelos húmedos.

Las hojas del Eneldo huelen y saben a anís con un poco de limón deben echarse cuando ya casi está cocinado, para que no pierdan todo su aroma. Y es mejor cortarlas a mano, que picarlas. Se utilizan con mariscos, huevos, guisos, vinagretas, ensaladas, salsas frías, pepino, remolacha, nata líquida para cocina.

Las semillas huelen como el comino de los prados, saben más fuerte que las hojas. Se utilizan en pescados, panadería, sopas, verduras en vinagre, guisos.

La planta: Pertenece a la familia de las Umbelliferae (Apiaceae). Es una planta herbácea de unos 30 cts. de alta. Su tallo es frágil y fino con ramificaciones, sus hojas también finas de aguja. Sus flores muy pequeñas son amarillas y aparecen agrupadas en forma de umbelas. Crece en climas templados, cálidos, húmedos, fértiles.

Partes utilizadas de la planta: Se aprovecha tanto las semillas como las hojas.

Indicaciones y usos medicinales

Componentes Activos: aceites esenciales: carvona, cetona, térpenica, limonelo, felandreno, pineno, depenteno, diapol, miristicina.

Propiedades: tónica, carminativa, estomacales, antiespásmodica, antiséptica, diuréticas, antihemorroidal, empéctico y sedante.

Una tisana de las semillas tiene propiedades: diuréticas, carmitativa, antihemorroidal y **sedante**. Tiene propiedades curativas, su infusión facilita la digestión, es anti-flatulenta, estimula al hígado, estimula la producción de leche en una mamá.

ESTRAGON FRANCÉS (Artemisia dracunculus)

Introducción: Esta planta, también llamada "dragoncillo", tiene su origen en oeste asiático y de Rusia, donde los cocineros lo utilizaban mucho. Luego los árabes lo adoptaron y lo llevaron a Francia en el siglo XVII, donde se convirtió en un condimento esencial de su cocina y de ahí se extendió a todos los países mediterráneos. Su aroma es picante y anisado, con un toque a heno. Y sabe a anís y a pimienta, aunque es un sabor delicado, es bastante marcado. La mejor manera de tomarlo es fresco, aunque se seca en verano y se conserva en tarros, para su uso posterior.

El Estragón, es el condimento indispensable en cualquier salsa francesa. Potencia las salsas con mostaza. Se puede preparar vinagre y aceite aromatizado con

estragón, es delicioso y original. Se puede utilizar con ensaladas, con tomates, con carne, pescado, pollo huevos, conejo, marisco, setas. En nuestro país se lo cultiva en suelos frescos, sobre terrenos fértiles, rico en humus.

La planta: Pertenece a la familia de las compuestas. Esta planta tiene su origen en oeste asiático y Rusia. Sus hojas son de forma alargada y puntiaguda. La planta puede llegar a medir hasta 1 m de alto.

Existen dos variedades: francesa y rusa. El mejor es el francés.

- Estragón francés: Es fino y aromático y su sabor es dulzón a anís y vainilla, nunca amarga.
- Estragón ruso: Es más intenso y áspero, amargo un poco, es aceitoso y abre el apetito.

Partes utilizadas de la planta: Se utilizan las hojas verdes, es cuando tienen más sabor, aunque se secan en verano para su posterior utilización guardándose en tarro herméticos para su posterior utilización.

Indicaciones y usos medicinales

Componentes Activos: 60% estragol, ocimeno, felandreno.

Propiedades: mordeduras de serpientes, dolor de muelas, diuérico, favorece la digestión, antiespasmódica, regula la menstruación, gastritis, reumatismos.

HIERBABUENA (Menta sátiva)

Introducción: Es originaria de Europa, África y Asia. También es muy utilizada en México. También se la llama *Sándalo de Huerta*. Su olor y sabor es parecido a la menta, pero más suave. Combina muy bien con otras hierbas, pero sobre todo con el Té Verde. Tiene propiedades curativas, va bien para digestión, diarreas, inflamaciones del hígado, gases, mareos, para expulsar parásitos de los intestinos y para las quemaduras se pueden hacer compresas de aceite de oliva y Hierbabuena, además se utiliza en la industria de los caramelos, chicles, sirviendo

esta hierba para aromatizarlos. También en la industria de la perfumería y la cosmética. En farmacia se usa como aromatizante, así como en alimentaria.

La planta: Pertenece a la familia de las Labiadas. Crece a ras de suelo, en los bordes de los estanques o en cualquier jardín, le gusta la semi-sombra. Llega a medir 80 cm. de alto. Su tallo es recto y piloso. Sus hojas son ovadas, dentadas de color verde oscuro. Sus flores son muy pequeñas y violáceas.

Existen muchas variedades de Hierbabuena: H. Acuática, H. Spicata, H. Piperita, entre otras.

Partes de la planta utilizadas: Se usan los brotes tiernos, para cocinar y usos terapéuticos.

Indicaciones y usos medicinales:

Componentes Activos: aceites esenciales que aplicados en la sien, disminuyen la tensión nerviosa y va bien para las jaquecas de origen nervioso y contienen 70% mentol libre y combinado, mentona, felandreno, limonelo.

Propiedades: Previene la gingivitis, cólicos en los niños, actúa como antiespasmódico, carminativo, antiséptico, antiinflamatorio, catarras, estimulante, etc.

HUAVIDUCO (Piper pallidirameum)

Introducción: Es una de las plantas medicinales de Ecuador, crece en las cercanías de las comunidades cercanas a bosques tropicales tanto de la amazonía como del chocó biogeográfico. Esta puede ser usada como ingredientes naturales para la industria farmacéutica, cosmética y alimentaria, puesto que el mercado para estos productos es creciente. Esta es de recolección silvestre.

La planta: Pertenece a la familia de las Rubiáceas. Se cultiva en las comunidades de Chiriboga y Áreas adyacentes, Pichincha-Ecuador.

Partes utilizadas de la planta: Toda la planta se utiliza para la elaboración del Té.

Indicaciones y usos medicinales

Planta medicinal, buena para cólicos menstruales, gastritis ulcera estomacal. Te que se prepara en Salinas de Guaranda para la altura.

LAUREL (*Laurus nobilis*)

Introducción: El Laurel ha estado vinculado desde la antigüedad al triunfo. Los emperadores romanos eran coronados con Laurel y a los vencidos en un combate también se les coronaba con él. Cuando Jesucristo hizo su entrada en Jerusalén, se le recibió con palmas y Laurel. Esta planta tan conocida sobre todo en el Mediterráneo, se ha cultivado en el norte de Europa desde siempre. En nuestro país crecen en todos los lugares frescos y secos, principalmente en verano y terminan en invierno.

El sabor y el aroma del laurel son básicamente balsámicos con un toque de fresco, dulce y picante. Se usan en adobos con vinagre, porque así se suaviza el sabor.

La planta: Pertenece a la familia de las Lauráceas. Crece silvestre en forma de arbusto, sino se podara llegaría con los años a crecer como un árbol. Sus hojas son perennes, de color verde oscuro y sus diminutas flores son muy aromáticas.

Partes utilizadas de la planta: Se usan tanto las hojas secas como tiernas, aunque como casi siempre lo utilizamos es con las hojas seca, que es cuando el sabor es más suave. Las hojas tiernas son muy amargas y sólo se usan en adobos con vinagre, porque así se suaviza el sabor. También se utilizan sus frutos.

Indicaciones y usos medicinales

Componentes Activos Hojas: aceite esencial, cineol, engenol, lactona sesquiceneol, taninos.

Componentes Activos Frutos: aceite esencial: cineol, pineno, linalol, geraniol, rabinero, limonelo, caufeno, p-cimeno; lactonas sesquitérpénicas; glicéridos de los ácidos láuricos, oleico, palmico, linoléico.

Propiedades: anorexia, dispepsias, espasmos gastrointestinales, meteorismo, bronquitis, enfisema pulmonar, asma.

MANZANILLA - CAMOMILA - CHAMOMILA (Matricaria recutita)

Introducción: Esta hierba es originaria de sudeste de Europa y Asia Menor. Aunque sólo la *Matricaria recutita* crece al norte del Ecuador. Sus flores tienen propiedades medicinales. Pertenece a la familia de las Compuestas. También se utiliza fría, para desinflamar los párpados. Con el fruto del manzanillo se elabora un vino blanco, variante del jerez, que se hace principalmente en San Lúcar de Barrameda.

La planta: Crece en climas cálidos, semicálidos, semisecos y templados. Crece tanto silvestre como cultivada en los huertos. Sus hojas son muy delgadas y brillantes. Sus flores son muy pequeñas amarillas y blancas.

Existen más de 30 especies de planta del manzanillo, todas ellas menos *Matricaria recutita*, crecen en Sudáfrica: *M. común* o camomila, *M. romana* u *oficial*, *M. fétida*, *M. silvestre* o de los campos, *M. fina* o Cótula, Cola Manzanilla de tintes, Artemisa o Manzanilla de Granada o de Sierra Nevada

Partes de la planta utilizadas: Las flores frescas o secas. Se utiliza con las flores tiernas o secas, se preparan infusiones de propiedades digestivas.

Indicaciones y usos medicinales:

Componentes Activos: aceites esenciales: ácido salicílico (aspirina), Vitamina C.

Propiedades: Antiinflamatoria estomacal, de los ojos, párpados, conjuntivitis; cólicos; acné; reumatismo; aclara el cabello; **sedante**.

OREGANO - MEJORANA (Origanum majorana y O.vulgare)

Introducción: Su origen está en Europa y Asia accidental, pero actualmente se cultivan prácticamente en todo el mundo. Los Griegos la llamaban (esplendor de las montañas). El orégano común se cultiva, prácticamente en todo el mundo. A la variedad de Mejorana picante, que se cultiva en el Mediterráneo, se le llama Orégano. La Mejorana tiene un sabor dulce pero picante, su sabor es suave. El Orégano, tiene un sabor picante más fuerte.

La Mejorana se usa en muchos platos, pero se echa en el último momento, para que no pierda su sabor. Se usa para: ensaladas, quesos frescos, alcachofas, brócoli, anchoas, cebollas, calabacines, aves y pescados. El Orégano es uno de los condimentos básicos de la cocina italiana y de todos los países mediterráneos, cada país lo usa de distinta manera, pero prácticamente se usa con todo tipo de platos: salsas de tomate, pastas, salsas en general, pizzas, pescados, carnes, pollo, verduras, cordero, estofados, aceites aromatizados, marinadas,... Se usa seco y se puede utilizar desde el principio de la cocción. Combinan muy bien con perejil, romero, tomillo, ajedrea, salvia.

También se utiliza en el sector farmacéutico, para preparar linimentos antiinflamatorios, pomadas para la dermatitis, como desinfectante y cicatrizante. Se utiliza en la industria: alimentaria, cosmética, conservera, semillera.

La planta: En nuestro país se lo cultiva en terrenos algo húmedos. Estas plantas crecen prácticamente en todos los climas y terrenos dependiendo de la especie; unas crecen en climas cálidos y otras aguantan perfectamente las heladas. Las variedades más conocidas. Pertenece a la familia de las Laminaceae. Sus tallos son rectos, cuadrados, ramificados en lo alto y cubiertos de una pelusilla blanca. Sus hojas son verdes, ovaladas acabadas en punta y recubiertas de pelusilla blanca también. Sus flores son violáceas y rosadas.

Partes utilizadas de la planta: Se usan las hojas secas y se puede utilizar desde el principio de la cocción. En farmacia utilizan las flores y hojas frescas.

Indicaciones y usos medicinales

Componentes Activos: aceites esenciales en las flores y también taninos y resina. En las hojas: Ácidos fenólicos, flavonoides, cafeico, clorogénico, rosmáinico; derivados del apifenol; ácido ursólico.

Propiedades: tónico, digestivo, antiinflamatorio para dolores de espalda y cuello.

PEREJIL (*Petroselinum crispum*)

Introducción: Tiene sus orígenes en el Mediterráneo oriental. Se usa también mucho en el Medio Oriente. Su aroma y sabor son frescos, picantes y con un toque a pimienta. Presenta propiedades: antioxidantes, contra el estrés, anti-envejecimiento, protege contra el sol, anti-anémico. Como es rico en clorofila es bueno para el mal aliento.

La planta: Pertenece a la familia de las Umbelíferas conocida por sus tallos erguidos y hojas pecioladas flores muy pequeñas y amarillas. Aunque es una planta de climas cálidos y terrenos húmedos, resiste muy bien al frío y se adapta a todo tipo de terrenos. Tiene dos tipos de hojas las planas: de sabor más fuerte y persistente; y las hojas rizadas: de sabor más suave casi dulce.

Existen 5 tipos de Perejil:

- Perejil de hoja lisa: es más suave que el de hojas crespa y casa bien con el ajo. Tiene vitamina C, A, hierro, calcio y caroteno.
- Perejil de Nápoles: tiene las hojas lisas y suele ser el preferido para cocinar. Su sabor es fino.
- Perejil crespo: se usa en guarniciones. Su sabor es más fuerte.
- Perejil Tuberosa: recuerda un poco al apio, pero con sabor a perejil. Se puede rallar y poner en la ensalada, para hacer purés, sopas.
- Perejil Japonés o Mitsuba: se usa mucho en Japón.

Partes utilizadas de la planta: Se usa todo de él: las hojas, el bulbo, el tallo (su sabor es muy intenso). Las hojas pueden usarse tanto frescas como secas.

Indicaciones y usos medicinales

Componentes Activos: apiol, aceites esenciales.

Propiedades: El apiol combate la malaria, regula el flujo sanguíneo por lo que regula la menstruación, estimula la digestión, es aperitivo. Sus raíces sirven para los problemas renales.

ROMERO (*Rosmarinus officinalis*)

Introducción: El romero muy popular como hierba de cocina, especialmente en los platos mediterráneos y también es utilizado como un aditivo de jabones y otros cosméticos. En la cultura popular el romero ha sido utilizado por los herbalistas para mejorar la memoria, aliviar el dolor y espasmos musculares, estimular el crecimiento del pelo y apoyar el sistema circulatorio y nervioso. También se cree que afecta al ciclo menstrual, podría inducir al aborto, alivia el dolor menstrual, incrementa el flujo de la orina, y reduce el dolor del riñón (por ejemplo de las piedras en el riñón).

La planta: Pertenece a la familia de las Labiadas. Es nativa del área mediterránea, el romero es actualmente ampliamente cultivado en otras partes del mundo, aunque se desarrolla preferentemente en un clima cálido y relativamente seco. La planta toma el nombre de *rosmarinus*, un término latino que significa "rocío de mar". Es un arbusto erguido de hoja perenne que puede crecer hasta una altura de casi dos metros. El tronco leñoso aguanta ramas rígidas con corteza con fisuras. Las hojas son como agujas de color verde oscuro por arriba y blancas por debajo. Ambas, las hojas frescas y secas fuertes. Sus pequeñas flores son de color azul pálido. Las hojas y partes de las flores contienen un aceite volátil. Es cultivada en todo tipo de ambiente.

Partes utilizadas de la planta: Se utilizan sus flores y sus frutos.

Indicaciones y usos medicinales:

Componentes Activos: Posee alcaloides, saponina, ácidos orgánicos y un 2% de aceite esencial (*oleum rosmarini*, *oleum anthos*). Éste último contiene a su vez *cineol*, *alcanfor* y *borneol*.

Propiedades: Las hojas y ramitas del romero son utilizadas para la cocina y para usos medicinales. También es beneficioso para la hipotensión (tensión baja) el agotamiento o estrés.

TÉ (Camelia sineris)

Introducción: Esta planta es originaria de China meridional, pero se cultiva y se consume desde hace 3.000 años, en todo el sudeste asiático, porque con ella se prepara una infusión, que es la bebida por antonomasia en Oriente. Pertenece a la familia de las Teáceas y se cultiva y se utiliza muchísimo en Tailandia, India, Ceilán, se introdujo en Europa a mediados del siglo XVII por los ingleses que habían colonizado la India. Las nueve décimas partes del té que se consume en el mundo proceden de la Asia Monzónica. Todas las clases de Té salen de la misma planta, Camelia Sineris, la diferencia estriba en el modo de tratarlas tras su recolección.

El Té contiene muchos activos. Sus propiedades son variadas y curativas. En nuestro país se lo cultiva en lugares de clima cálido y húmedo.

La planta: Existen más de 200 tipos distintos de Té, pero se pueden clasificar en 5 variedades básicas, entre ellas:

Té Verde: Se usan sus hojas frescas, yemas y parte tierna del tallo. Se enrollan, se dejan secar a la sombra durante muy poco tiempo, para que no fermenten.

Propiedades: Diurético, antioxidante, par las hemorragias, anti-cancerígeno, anti-tumoral, potenciador del sistema inmunológico, regulador intestinal.

Contiene vitamina C y aminoácidos.

Té Oolong o Rojo: Lo utilizaban los emperadores chinos desde la antigüedad por que se le tenía por una exquisitez y por sus poderes adelgazantes y favorecedores de la longevidad. Procede de la ciudad de Kunming, en la provincia de Yennen. Se machacan sus hojas y se secan al sol, hasta su fermentación parcial. Su aroma es ahumado y resinoso. La

variedad Pu erh: baja los niveles de colesterol, la tensión y favorece la circulación.

Propiedades: Es bueno contra los triglicéridos y el colesterol malo, así como para el ácido úrico. En un reductor de grasa muy efectivo y se usa en las dietas de adelgazamiento.

Té Negro: Es el Té común y el más utilizado en Europa, EE.UU. y en algunos país sudamericano.

Propiedades: Está compuesto de tanino y astringentes y va muy bien para detener las diarreas.

Té Blanco: Es el más nuevo y el mejor, pero es carísimo, porque es muy difícil de obtener. Procede de China, se cultiva en las altas montañas. De él se utilizan las flores con sus estambres (pelillos), que es donde se concentran más sus propiedades. Se dejan secar sin ser manipulados ni fermentados.

Propiedades: Sus propiedades son mejores que todos los demás juntos, es anti-cancerígeno, anti-oxidante, aporte importante de vitaminas C y E, fortalece el cabello, estimula las defensas, es bueno para la menopausia, combate los radicales libres, anti-arrugas, anti-envejecimiento, disminuye niveles de azúcar en la sangre.

Té Mosqueta: Es un gran complemento vitamínico, se complementa muy bien con el Té Verde. Tiene vitaminas C, B. K, ácido cítrico, pectina, caroteno.

Propiedades: Tiene propiedades curativas y sus aceites esenciales se usan mucho en aromaterapia y en cosmética. Es laxante, diurético, anti-oxidante, astringente, contra las infecciones, regula los desequilibrios inmunológicos, contra el cansancio. Culinariamente se utiliza para hacer mermeladas, tintes, extractos para bebidas alcohólicas, gelatinas, sopas, cremas.

Partes utilizadas de la planta: Se utilizan solamente las hojas frescas o secas.

Indicaciones y usos medicinales

Componentes Activos: cafeína, teobromina teofilina, alcaloides, taninos, fluoruros, aceites volátiles.

Propiedades: diurético, digestivo, excitante, estimulante, astringente, antioxidante, bactericida, reductor del colesterol, anti-tumoral y anti-cancerígeno.

TOMILLO (*Thymus vulgaris*)

Introducción: Es originario del Mediterráneo. Crece desde el norte de África a Asia -Menor, zona meridional de Europa. Es muy abundante en España. Es uno de los condimentos de la cocina europea y del Medio Oriente. Existen cientos de variedades, es muy aromático, huele a tierra y su sabor es un poco picante con un toque de clavo, alcanfor y menta. Seco no pierde sus propiedades ni su olor. Es indispensable en la cocina francesa, española, italiana en Latinoamérica. En EE.UU. e Inglaterra también se usa pero menos. En la cocina casa muy bien con: pollo, huevos, legumbres, carnes rojas, pescados asados, caza, cordero, sopas, salsa de tomate, todo tipo de salas, escabeches, aromatiza vinagre, estofados, guisos. Es ideal para las carnes muy grasas, porque las hace más digestivas.

La planta: Arbusto de la familia de las labiadas, crece en terrenos rocosos, calizos y a pleno sol. Tiene un tallo rígido y leñoso, piloso. Sus hojas son estrechas y pequeñas. El color de sus flores va del blanco a violáceo, en nuestro país crece en los bordes de los caminos secos y matorros.

Partes de la planta utilizadas: Hojas y flores frescas o secas. Para la cocina sólo las hojas.

Indicaciones y usos medicinales

Componentes Activos: Ácidos fenólicos, aceites esenciales (timol), flavoides, saponinas, taninos.

Propiedades: es tónico, antiséptico, expectorante, dolor de garganta, constipados, tos, trastornos digestivos, aperitivos, diarreas, parásitos intestinales.

VALERIANA (Valeriana officinalis)

Introducción: Es originaria de las Indias y de América del Sur, pero desde siempre ha crecido y se ha utilizado en Europa. Crecen en prados húmedos. Tiene propiedades curativas. Se utiliza en infusiones combinada con tila, valeriana, manzanilla, anís.

La planta: Pertenece a la familia de las Valerianáceas es una herbácea perenne. Puede llegar a medir entre 1 metro de alto. Sus tallos son vellosos. Sus hojas son dentadas, verdes y aromáticas. Sus flores son pequeñas de color blanco.

Partes de la planta utilizadas: Las flores.

Indicaciones y usos medicinales

Componentes Activos: aceites esenciales con carburos mono y sesquiterpénicos, ésteres del borneo, glúcidos, ácidos fenoles, ácidos grasos, GABA, aminoácidos, flavoides, alcaloides.

Propiedades: trastorno del sueño, problemas nerviosos, angustia, las neuralgias, antiepiléptico, antihistérico, sudorífico, diurético.

VERBENA (Verbena officinalis)

Introducción: La llaman también "Hierba de los Hechizos". Proviene de Europa del sur, Asia y Norte América. Se ha utilizado desde siempre en los rituales de magia en Europa, se le atribuyen poderes protectores y para atraer la prosperidad económica.

Tiene propiedades curativas. Se utiliza en infusiones. Casa muy bien con: Poleo, tila, valeriana, manzanilla, anís.

La planta: Pertenece a la familia de las verbenáceas, es perenne. Puede llegar a medir entre 30-60 ctms. de alto. Sus tallos son rectos y cuadrados. Sus hojas son opuestas, poco pecioladas y dentadas. Sus flores son diminutas de color rosa pálido. En nuestro país se lo cultiva en temporada y dentro del grupo de plantas

de y verano, tras realizar el semillero y tener las plántulas ya germinadas (planta joven).

Partes de la planta utilizadas: Las hojas.

Indicaciones y usos medicinales de la Verbena

Componentes Activos: verbenalina, taninos, aceites esenciales, mucílago saponinas.

Propiedades: antiespasmódicas, antitérmicas, tónicas, relajante, para las migrañas de origen nervioso, reumatismo, dismenorreas, oliguria, neuralgias.

2.2.3 El aporte de las bebidas aromáticas como relajantes y estabilizadores del sistema nervioso

Son muy semejantes a los refrescos. Son soluciones de agua y especias aromáticas muy utilizadas durante y después de alguna actividad física objeto de reponer las pérdidas que han tenido lugar principalmente por el intenso sudor. Entre sus ingredientes naturales destacan la fructuosa, la dextrosa y el ácido cítrico. Según el tipo de Bebida.

Principales beneficios

Ayuda a que el cuerpo recupere su nivel de líquidos y electrolitos durante y después de un ejercicio intenso o no intenso. Mejora notablemente nuestro desempeño durante actividades diarias de alto rendimiento. Además:

- Es un suero de extraordinaria asimilación.
- Es excelente contra la deshidratación (insolación, ejercicio, diarrea, etc.).
- Equilibra la temperatura interna del cuerpo (durante la fiebre).
- Se emplea en casos de diarrea, vómitos e infecciones gastrointestinales.

- Se absorbe de inmediato, por lo que puede ser utilizado durante el ejercicio sin causar ninguna pesadez.
- Nivelan los electrolitos en el organismo.

Bajar el nivel de estrés, ansiedad, apatía, nerviosismo, depresión, cansancio, etcétera, es realmente posible con una dieta efectiva para la salud del sistema nervioso.

Tomando en cuenta que **en la actualidad la vida es rápida y exigente**, y que se nos pide nuestra concentración, interés, calma, alegría, sonrisa a cada momento aún cuando no sentimos ganas, es necesario que le demos a nuestro sistema nervioso nutrición de todo tipo para que el ajetreo no lo desgaste y llegue a enfermarlo.

Elegir los alimentos apropiados es lo principal:

Antes que nada hay que hacer lo posible por descartar el azúcar blanca de la dieta y todo producto que lo lleve, ya que este alimento (si es que hay que llamarlo así) es el principal causante de más del 90 % de los padecimientos del sistema nervioso. Bajar el consumo de azúcar blanca o eliminarla es indispensable para recobrar el equilibrio, la juventud y saludable funcionamiento de este sistema.

Muchas veces la cafeína pudiera alterar el sistema nervioso. Hay que sustituir el café por té de hierbas o frutas frescas, incluyendo las más relajantes y refrescantes para el cerebro como lo son la manzanilla, hierbabuena, eucalipto, azahar, la hierba de San Juan, el de tila, el de limón, etcétera. Estas bebidas resultan muy reconstituyentes del sistema nervioso si se toman sin endulzar y con un poquito de leche de soya, muy calientes, en la noche.

2.2.4 Alteraciones nerviosas más frecuentes durante los vuelos aéreos

El viajero debe estar advertido de las posibles enfermedades que puede contraer al trasladarse a otras áreas geográficas si no toma las medidas preventivas

apropiadas. Las características clínicas son todas comunes: mialgias prodrómicas, fiebre, malestar e intranquilidad; posteriormente cefaleas, cambios mentales, somnolencia, posibles convulsiones, trastornos conductuales y niveles alterados de conciencia.

Si bien no existe una terminología estándar para referirse a las distintas altitudes, los cambios fisiológicos que se producen por encima de los 1500 metros de altitud y la caída significativa de la saturación de oxígeno por encima de los 3500 metros, se encuentran bien establecidas. Por su parte, es esperable que las funciones fisiológicas se deterioren por encima de los 5500 metros.

La enfermedad aguda por altitud (*Acute mountain sickness* [AMS]), sin embargo, se puede producir por encima de los 2500 metros si la persona asciende rápidamente y no se aclimata a los cambios de manera progresiva. La enfermedad grave por altitud puede verse entre los 3500 y los 5500 metros, pero también puede prevenirse con una aclimatación progresiva.

Debería sospecharse la existencia de AMS cuando se produce un rápido incremento en la altitud (usualmente en los aviones) y con la aparición de los siguientes síntomas: latido bitemporal o cefalea occipital, náuseas y anorexia, vértigo, fatiga y trastornos del sueño. Generalmente se presenta entre las 12 y 24 horas de haber llegado al lugar de destino y resulta autolimitante a menos que el individuo continúe su viaje a mayores alturas. Los síntomas suelen desaparecer en 1 a 3 días y frecuentemente su resolución se acompaña de un incremento en la diuresis. Los analgésicos, antieméticos y la acetazolamida pueden ser de utilidad. Para los casos más graves está indicado el descenso o el suplemento de oxígeno. Por último, la dexametasona está indicada para los casos de mayor gravedad.

En general, se estima que 1 pasajero sobre un total de 20000 desarrolla un problema médico durante el viaje, que 1 en 150000 requiere el uso de drogas y equipamiento médico y menos de 1 en 1000000 muere durante el vuelo.

2.2.5 Servicio de comidas que se ofrecen en las Aerolíneas

Comida de avión

La denominada comida de avión o también menú de aerolínea es una [comida](#) servida durante el vuelo a los pasajeros de las [aerolíneas](#) comerciales. Estas comidas se preparan de forma especial para ser servidas a los pasajeros y forman parte del servicio de [catering](#). Son servidas por las [azafatas](#) y asistentes de vuelo. Las primeras cocinas preparadas para servir comidas en vuelo fueron desarrolladas por la compañía aérea [United Airlines](#) en [1936](#).

Características: El [menú](#) ofrecido por una aerolínea incluye algún tipo de [carne](#) (en la mayoría de los casos [pollo](#) o [ternera](#)), una [ensalada](#) o [verduras](#) cocinadas, alguna [pasta](#), y un [postre](#). Las compañías de catering generan en pequeñas cantidades algún menú alternativo como: [kosher](#) o [vegetariano](#). Por regla general suelen ser solicitadas previamente para que sean cargadas en el avión, a veces cuando se compra el ticket de vuelo. Algunas aerolíneas no ofrecen menús para [ovo-lacto vegetarianos](#) y en su lugar proporcionan menús [veganos](#).

Otros elementos no culinarios: Los [condimentos](#) incluidos en el menú (generalmente [sal](#), [pimienta](#) y [azúcar](#)) se proporcionan en pequeños [estuches](#). Para la higiene de manos y cara se suelen incluir [servilletas](#) y toalla húmeda.

Calidad: La calidad de las comidas ofrecidas durante el vuelo pueden variar según unas compañías a otras, los precios cargados a los pasajeros suele variar de la misma forma (muchas aerolíneas, en especial aquellas que van a Asia y que hacen largos recorridos ofrecen comidas complementarias). La calidad cambia de igual forma con los vaivenes de la industria de las aerolíneas. En los vuelos de larga duración a los pasajeros de primera clase o de business class se les ofrece la posibilidad de elegir entre varios platos (en especial las europeas y asiáticas) mientras que las compañías norteamericanas ofrecen un gran menú que incluye carne de buena calidad: ternera o pollo, una gran ensalada, y un helado. Por regla

general la calidad de las comidas de vuelo ha declinado desde los [80](#). Los precios y disponibilidad de las comidas ha ido cambiando con el tiempo y la reducción de costes ha hecho que se prefieran los [snacks](#) a las grandes comidas.

Seguridad: Muchas de las comidas servidas en vuelo, se congelan y en el propio vuelo se cocinan. Muchas de las comidas proporcionadas a los miembros técnicos de la tripulación se sirven de tal forma que el mismo rol no puede comer la misma comida que otro. Es decir los dos pilotos no pueden comer el mismo tipo de comida.

Catering Codes: Es el listado de códigos del servicio de catering en una aerolínea, lo cual permite identificar y controlar el tipo de menú que se maneja para los pasajeros. Este cuadro permite visualizar el código del menú, en el cual se presenta utilizando las siglas por el que se identifica el menú.

Cuadro N° 1

Catering Codes

| | | |
|-------------|---------------------------------------|---|
| AVML | Asian Vegetarian Meal (Catering Code) | Menú asiático, vegetariano comida con arroz (al estilo Indio) |
| BBML | Infant/Baby Meal (Catering Code) | Menú para bebés |
| BLML | Bland/Soft Meal (Catering Code) | Menú poco condimentado, o suave |
| CHML | Childs Meal (Catering Code) | Menú para niños |
| DBML | Diabetic Meal (Catering Code) | Menú para diabéticos |
| DPE | Unit Load Device (ULD) | Código IATA-ID para ULD-LD2 Catering Container |
| FFML | Frequent Flyer Meal (Catering Code) | Menú para gente que vuela frecuentemente |
| FPML | Fruit Platter (Meal) (Catering Code) | Plato de frutas |
| FSML | Fish Meal (Catering Code) | Menú de pescado |
| GFML | Gluten Free Meal (Catering Code) | Menú libre de gluten |
| HFML | High Fibre Meal (Catering Code) | Menú de fibra |
| HNML | Hindu Meal (Catering Code) | Menú Hindu |
| KSML | Kosher Meal (Catering Code) | Menú kosher |
| LCML | Low Calorie Meal (Catering Code) | Menú bajo de calorías |
| LFML | Low Cholesterol Meal (Catering Code) | Menú bajo en grasas |

| | | |
|-------------|---|---|
| LPML | Low Protein Meal (Catering Code) | Menú bajo en proteínas |
| LSML | Low Sodium Meal (Catering Code) | Menú bajo en sal |
| MOML | Moslem Meal (Catering Code) | Menú musulmán |
| NLML | Non-Lactose Meal (Catering Code) | Menú sin lactosa |
| NSML | No Salt Meal (Catering Code) | Menú sin sal |
| ORML | Oriental Meal (Catering Code) | Menú oriental (al estilo chino) |
| PRML | Low Purin Meal (Catering Code) | Menú bajo en purina |
| RVML | Raw Vegetarian Meal (Catering Code) | Menú de verduras crudas |
| SFML | Sea Food Meal (Catering Code) | Menú con mariscos y moluscos |
| SPML | Special Meal (Catering Code) | Menú especial |
| VGML | Vegetarian Meal Non Dairy (Catering Code) | Menú vegetariano (sin lácteos) |
| VLML | Vegetarian Meal Lacto Ovo (Catering Code) | Menú ovo-lácteo vegetariano |
| WVML | Western Vegetarian Meal (Catering Code) | Menú vegetariano al estilo europeo |

¹ http://es.wikipedia.org/wiki/Comida_de_aviaci%C3%B3n

2.2.6 Tipos de Servicios Apresos que se ofrecen en el Ecuador

Servicios aéreos o Aviación civil

*Artículo principal: **Aviación comercial***

*Artículo principal: **Aviación general***

El primer vuelo autopropulsado de un aeroplano tuvo lugar en 1903 y fue protagonizado por los hermanos *Orville* y *Wilbur Wright*, considerados padres de la aviación moderna.

Dentro del ámbito civil, el servicio de transporte aéreo incluye dos grandes categorías:

- **Aviación comercial**, que puede ser regular (*líneas aéreas*) y no regular (*vuelo chárter*). Las líneas aéreas se caracterizan por estar sujetas a itinerarios, horarios y frecuencias, independientemente de la demanda que posean. Los servicios no regulares son también conocidos como «a

demanda». El sector que presta servicios de transporte de pasajeros o carga es conocido en su conjunto como *industria aerocomercial*.

- Aviación general, que comprende el resto de vuelos tanto comerciales como privados (escuelas de pilotos, fotografía aérea, ambulancia aérea, tratamientos agrícolas, extinción de incendios...)

2.2.7 Compañía AÉREA “SAEREO”

Su Filosofía:

El servicio es conducido por una filosofía de calidad total a través de su operación. La operación técnica de sus vuelos es apoyada por el del más alto nivel de recursos humanos en todas las áreas: los pilotos, los técnicos de mantenimiento y el personal administrativo combinados permiten que entregar un producto superior a nuestros clientes. SAEREO posee la flota más diversificada y es capaz de satisfacer sus necesidades a nivel nacional e internacional. Los clientes se extienden a nivel de compañías multinacionales del sector petrolero que funcionan en la región Amazónica y las compañías grandes del turismo y a los clientes corporativos o privados. Todos los clientes disfrutan de la superioridad, seguridad y eficiencia de su servicio.

SERVICIOS:

Servicios Corporativos

SAEREO es la opción número uno para realizar un recorrido corporativo en Ecuador. Su LearJet y Turbo Commander están diseñados idealmente para poderlos servir en todos los aeropuertos principales y secundarios en Ecuador. También trabajan con vuelos chárters a nivel internacional.

Carga & Transporte de Valores

El Beechcraft 1900 se puede transformar rápidamente en un avión de carga. Para el caso de transporte de valores Los aviones de SAEREO ofrecen las alternativas que se adaptan a casi cada aeropuerto en nuestro país. Tienen gran experiencia en esta área. SAEREO es elegida por su manera más segura de transporte de objetos de valor dentro de Ecuador.

Ambulancia Aérea

En cooperación con AIRMED, SAEREO ofrece un servicio de ambulancia aérea. Los aviones de SAEREO (LearJet, Turbo Commander y Beechcraft 1900) se pueden transformar rápidamente a una ambulancia aérea. Los clientes pueden llamar las 24 horas al día para arreglar vuelos de la ambulancia aérea.

Servicios F.B.O.

SAEREO tiene la mejor infraestructura en el país para asistir y servir su vuelo en todas y cada una de sus necesidades tales como: Logística de vuelos, asistencia y mantenimiento de escalas técnicas, tramites y permisos de migración, sobrevuelo, escalas, entre otros, son proveedores de combustible, catering, hospedaje y transporte interno y externo para satisfacer por completo las necesidades de su vuelo.

2.3 Fundamentación Teórica – Conceptual

Glosario de términos

Apiáceas.- También llamada Umbelíferas.

Ápice.- Extremo superior o punta de alguna cosa.

Antonomasia.- Figura de retórica en virtud de la cual se pone el nombre apelativo por el propio, o viceversa.

Axonomorfa.- Son raíces formadas por una raíz principal más gruesa y otras que salen de la principal más delgadas.

Carminativas.- Dícese del medicamento que favorece la expulsión de los gases.

Cosmopolita.- Dícese de los seres y especies que pueden vivir en todos los climas.

Coriáceas.- Plantas angiospermas, leñosas o herbáceas.

Badaniero.- Planta de la cual proviene el anís.

Diurético.- Que tiene virtud de aumentar la secreción y excreción de la orina.

Infusiones.- Acción de extraer de las sustancias orgánicas las porciones solubles en agua, a una temperatura inferior a la de ebullición y superior a la del ambiente.

Ginebra.- Alcohol aromatizado con bayas de enebro.

Labiadas.- Plantas dicotiledóneas, con hojas opuestas, cáliz persistente y corola en forma de labio.

Liliáceas.- Plantas monocotiledóneas, herbáceas, bulbosas o tuberculosas, flores terminales y fruto capsular, como el tulipán.

Perennes.- Vivaz, que vive más de dos años.

Ralentiza.- Hacer lenta una actividad o proceso, o disminuir su velocidad.

Sándalo.- Planta labiada olorosa y de flores rosáceas.

Teáceas.- Dícese de árboles y arbustos angiospermos, dicotiledóneos, siempre verdes; con el té y la camelia.

Toxinas.- Sustancia, por lo común de naturaleza albuminoidea, elaborada por los seres vivos, particularmente por los microbios y que hace el efecto de un veneno.

Umbelas.- Conjunto de flores que nacen en un mismo punto del tallo y crecen a igual altura.

Umbelíferas.- Plantas dicotiledóneas, de flores en umbela.

Valerianáceas.- Familia de plantas dicotiledóneas y gamopétalas que tienen por tipo la valeriana.

Verbenáceas.- Plantas dicotiledóneas, de tallo cuadrangulares, hojas opuestas o verticiladas y sin estípulas, inflorescencia varia y fruto capsular o drupáceo.

Vilano.- Apéndice de pelos o filamentos que corona el fruto de muchas plantas compuestas. Flor de cardo.

Violáceas.- Familia de plantas angiospermas dicotiledóneas, como la violeta y la trinitaria.

2.4 Fundamentación Legal

Reglamento de Administración Aeroportuaria:

Capítulo II De los permisos para aeródromos de servicio general y particular

Artículo 18. El permisionario de un aeródromo de servicio particular podrá prestar servicios a terceros siempre que se presten al transporte aéreo nacional, ya sea privado no comercial o comercial y no regular, en cuyo caso deberá presentar solicitud por escrito a la Secretaría, precisando los servicios que pretende proporcionar a los terceros y las tarifas que cobraría, así como acompañar la información y documentación que acredite que reúne los requisitos técnicos necesarios para la prestación segura de los servicios de que se trate.

Título Quinto De los servicios en los aeródromos civiles

Capítulo I De los servicios aeroportuarios y complementarios

Artículo 54. El concesionario o permisionario será responsable de que el aeródromo cuente con los servicios aeroportuarios y complementarios requeridos de acuerdo con su clasificación y categoría.

Los concesionarios podrán prestar servicios complementarios directamente siempre que ello lo realicen en forma equitativa y no discriminatoria frente a los demás prestadores de estos servicios. Los concesionarios y permisionarios estarán obligados a identificar y registrar de manera independiente las operaciones, costos e ingresos relacionados con los servicios complementarios que presten. En todo caso, los concesionarios y permisionarios deberán llevar a cabo los actos que sean necesarios a efecto de contar con opciones competitivas para la prestación de cada uno de los servicios complementarios.

Los concesionarios únicamente podrán limitar el número de prestadores de servicios complementarios por razones de disponibilidad de espacio, eficiencia operativa y seguridad, después de escuchar la opinión del comité de operación y horarios del aeropuerto y previa aprobación de la Secretaría asignada.

En el supuesto de que los concesionarios limiten el número de prestadores de servicios complementarios conforme al párrafo anterior, los contratos necesarios para permitir que los concesionarios y permisionarios del servicio de transporte aéreo regular o terceros ajenos a éstos presten los servicios complementarios que sean requeridos en el aeropuerto serán adjudicados por concurso, en favor de aquellas personas que ofrezcan las mejores condiciones para una operación eficiente y segura del aeropuerto, así como la mejor calidad y precio para los usuarios. **Los concesionarios, con la participación y opinión favorable de los concesionarios y permisionarios del servicio de transporte aéreo, usuarios del servicio en cuestión en el aeropuerto, establecerán los criterios, reglas generales y procedimientos de los concursos y llevarán a cabo los mismos.**

En caso de que los concesionarios contravengan lo señalado en este artículo la Secretaría les podrá ordenar que dejen de prestar los servicios complementarios.

Las aeronaves de Estado militares y aquellas que realicen funciones de seguridad nacional tendrán prioridad para recibir los servicios aeroportuarios y complementarios.

Artículo 65. Los servicios comerciales únicamente se prestarán en las áreas autorizadas por la Secretaría en el programa maestro de desarrollo o el programa indicativo de inversiones y dentro de los locales o lugares fijos expresamente designados para tal efecto.

El arrendamiento de espacios destinados a servicios de atención especial a pasajeros se realizará en forma no discriminatoria entre los interesados.

Los servicios comerciales se deben prestar observando las medidas de seguridad, higiene, conservación y orden del aeródromo civil, que para este efecto les señale el concesionario o permisionario del aeródromo, en el contrato correspondiente y en las reglas de operación del aeródromo conforme a lo dispuesto en la Ley y este Reglamento. El concesionario o permisionario del aeródromo civil será responsable ante la Secretaría de que la prestación de estos servicios se ajusten a la Ley, este Reglamento y demás disposiciones aplicables.

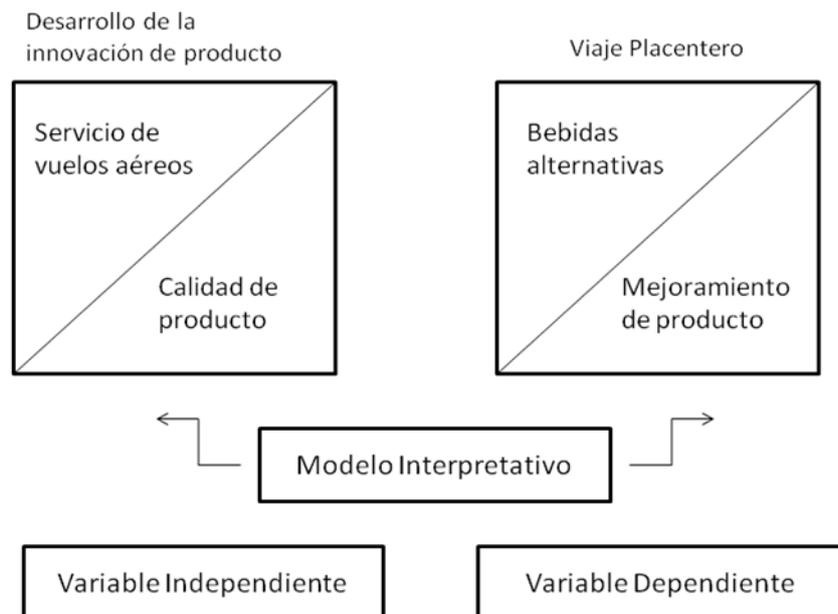
Artículo 70. El prestador de servicios aeroportuarios, complementarios o comerciales únicamente podrá utilizar las instalaciones y espacios que sean

necesarios para la prestación eficiente y segura de los servicios, debiendo en todo tiempo ajustarse a la Ley, este Reglamento, las reglas de operación y seguridad del aeródromo y demás disposiciones aplicables.

2.5 CATEGORÍAS FUNDAMENTALES

Estructura de la causa y efecto que se relacionan con las variables manejadas en el presente proyecto.

Gráfico N° 1 Causa y efecto que se relacionan con las variables



Elaborado por: Andrés Recalde

Sistema de Variables

En el presente proyecto se manejaron las siguientes variables:

Variable Independiente:

Servicio de vuelos aéreos

Variable Dependiente

Mejoramiento de bebidas alternativas, como servicio a la calidad del producto otorgado en el servicio de aerolíneas para favorecer un viaje placentero.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA.

3.1 Enfoque

El presente trabajo se realizó bajo los lineamientos científicos del paradigma crítico propositivo en vista de que no sólo se averiguó las características del fenómeno que se investigó, sino también la elaboración de un Recetario de bebidas gratificantes y relajantes en base a especias Aromáticas para ser proporcionada a pasajeros que utilizan el servicio de aerolíneas. Específicamente en la aerolínea “Saereo”, la que permita proporcionar un viaje más placentero y relajado para los usuarios.

3.2 Modalidad de la Investigación

La investigación es un proceso sistemático, dirigido y organizado que tiene como objetivo fundamental la búsqueda de conocimientos válidos y confiables sobre hechos y fenómenos del hombre y del Universo.

El proyecto se apoyó en la investigación bibliográfica, documental que facilita la estructura técnica adecuada del marco teórico.

La investigación es documental porque su propósito es ampliar y profundizar el conocimiento del problema, con apoyo, principalmente, de trabajos previos, información y datos divulgados por medios impresos, audiovisuales o electrónicos. La originalidad del estudio se refleja en el enfoque, criterios, conceptualizaciones, reflexiones, conclusiones, recomendaciones, en general, en el pensamiento del autor.

La investigación es de campo o directa porque se efectuó en el lugar y tiempo en que ocurrieron los fenómenos, considerando dos vuelos hechos por la aerolínea durante 5 días laborables, en las fechas del 27 de abril del 2011 al 3 de mayo del 2011.

3.3 Nivel de Investigación

La investigación del proyecto es de carácter descriptivo, ya que lo que le interesa es describir inicialmente el problema objeto de estudio; la credibilidad de los resultados es irreplicable ya que requiere información recolectada que se interpreta solo en el marco contextual de la situación estudiada.

Empleó el método descriptivo, es decir, describe el estado actual de los hechos, se sitúa en el presente junto al análisis e interpretación imparcial de los mismos.

La investigación descriptiva, trabaja sobre realidades de hecho y su característica fundamental es la de interpretar la realidad de los viajeros frecuentes de aerolíneas para poder evaluar su comportamiento e interés.

La investigación es aplicada al campo gastronómico y al desarrollo socioeconómico y ambiental de la población objeto de estudio, el presente proyecto consideró un estudio piloto durante el cual se ofrecieron a los viajeros las bebidas gratificantes y relajantes para después aplicar una segunda encuesta

3.4 Población y Muestra

La población objeto de estudio que se investigó en el presente proyecto fue de 50 personas entre usuarios y personal de la aerolínea "Saereo" de un promedio anual de 4098 usuarios, es decir 341,5 usuarios por mes.

Se utilizó la técnica del muestreo probabilístico simple al azar que representa el elemento más común para obtener una muestra representativa. Esta técnica acepta que cada uno de los individuos de una población tiene la misma posibilidad de ser elegido. Si no cumple con este requisito se dice que la muestra está viciada.

El tamaño de la muestra puede definirse como una parte representativa de la población. Debe reunir las características del total de la población para que sea representativa y permita hacer generalizaciones de la población.

Las características de la muestra son:

Que sea un fiel reflejo de la población, es decir, que en la muestra hallen todos o por lo menos algunas características de la población.

Que la selección de los elementos muestrales sea en forma aleatoria.

Que el tamaño de la muestra guarde relación con el tamaño de la población.

Para determinar el tamaño de la muestra es necesario tener en cuenta los parámetros de la población que se desea investigar, el rango de invalidez permisible en las estimaciones y una estimación aproximada de la distribución de la característica investigada en la población.

El tamaño de la muestra se calculó con la siguiente fórmula:

$$n = \frac{(N)(PQ)}{(N-1)\left(\frac{E}{K}\right)^2 + PQ}$$

Simbología

n = Tamaño de la muestra

PQ = Varianza poblacional, constante equivalente a 0.25

K = Valor de significación con el que se va a realizar el tratamiento de las estimaciones, (coeficiente de correlación del error) constante equivalente a 2.

(N-1) = Corrección que se usa para poblaciones mayores de 30

N = Población

E = Límite aceptable de error muestral, varía entre 0.01 (1%) y 0.09 (9%)

Aplicación de la Fórmula:

$$n = \frac{(50)(0,25)}{(50-1)\left(\frac{0,05}{2}\right)^2 + 0,25} = 44,64 \approx 44$$

3.5. Operacionalización de las variables

3.5.1 Sistema de Variables

En el presente proyecto se manejaron las siguientes variables:

Variable Independiente:

Servicio de vuelos aéreos

Variable Dependiente

Mejoramiento de bebidas alternativas, como servicio a la calidad del producto otorgado en el servicio de aerolíneas para favorecer un viaje placentero.

| VARIABLES | DIMENSIONES | INDICADORES | INSTRUMENTOS | ÍTEMS |
|----------------------------|--------------|---------------------------------|--------------|------------------|
| Servicio Vuelos Aéreos | Capacitación | Características de la aerolínea | | 1.1 -1.2-1.3-1.4 |
| | | Perfil | | 1.5-1.6-1.7-1.8 |
| | | Servicios | | 3.1-3.2 |
| | | Atractivos | | 3.3-3.4 |
| | | Estrategias | | 4.5 |
| | | Evaluación | | 4.1-4.3 |
| | | Beneficios | | 4.4-4.5 |
| Alternativas En Bebidas | Actitud | Impactos | Cuestionario | 4.2 |
| | | Conocimientos | | III |
| | | Conservación | | IV |
| | | Protección | | IV |
| | | Hábitos ecológicos | | IV |

Elaborado por: Andrés Recalde

3.6. Plan de Recolección de datos

En el presente trabajo se utilizó básicamente la encuesta con su instrumento el cuestionario.

El cuestionario consiste en un conjunto de preguntas, normalmente de varios tipos, preparado sistemática y cuidadosamente, sobre los hechos y aspectos que interesan en una investigación, y se lo aplicó en forma individual, y se llevó a cabo desde el 27 de abril del 2011 al 3 de mayo del 2011 en horario de 12h50 a 13h40 (Primer vuelo) y de 15h20 a 16h10.

De preferencia se hicieron preguntas cerradas de elección múltiple o de alternativas ya que estas presentan grandes ventajas. Las preguntas de elección doble son apropiadas cuando son preguntas muy precisas sobre preguntas de hecho, o cuando sólo interese conocer a los fines de la evaluación el “sí” o el “no”, sin más detalles. En general, los cuestionarios cerrados se contestan sin esfuerzo (subrayando, marcando, rodeando, pintando, poniendo una cruz, etc.).

3.7. Plan de Procesamiento y Análisis de Datos

1) Procesamiento de la información: Para este fin se procesaron los datos matemáticamente ya que la cuantificación o tratamiento estadístico nos permitió llegar a conclusiones en relación a las variables. Una simple colección de datos no constituye una investigación, es necesario analizarlos, compararlos y presentarlos de tal manera que confirmen o rechacen las variables. Por lo tanto, se trata de especificar el tratamiento que se dar a los datos para ver si se pueden clasificar, codificar y establecer categorías precisas con cada uno de ellos.

2) Codificación: Es clasificar los datos tomando como base a las variables independientes y dependientes relacionadas en la investigación, es decir todas las manipulaciones que deben hacerse con los datos numéricos de las variables de manera que puedan descubrir los resultados de esas manipulaciones.

3) Tabulación: Representa el recuento de los datos para determinar el número de casos que encajan en las diferentes categorías

4) La estadística: Contempla estas cuatro fases que se explican a continuación:

- La recopilación de datos: aquí se recogen los datos de acuerdo a las variables, para ello es necesario fijar los principios o puntos de vista que servirán para la ordenación.
- La presentación. La presentación de los datos se lo hace en tablas o cuadros en donde se puede vaciar ordenadamente los datos obtenidos.
- Análisis: El análisis permite la reducción y síntesis de los datos, es preferible la distribución de estos para analizar la dependencia e interdependencia de las variables.
- La interpretación: La interpretación es la expresión de la relación existente entre las variables.

Finalmente, se elaboraron las conclusiones y recomendaciones.

3.8 Instrumentos de Recolección de datos

La encuesta

FACULTAD DE HOTELERIA Y TURISMO
ESCUELA DE GASTRONOMÍA

Tema: Propuesta de Bebida para aerolíneas

Objetivos: La siguiente encuesta tiene como objetivo determinar los gustos y preferencias de los usuarios frecuentes de aerolíneas en el área gastronómica, Pedimos su colaboración marcando con una X la respuesta de su elección.

Cuestionario

- 1) ¿Durante el viaje y dependiendo del tiempo de vuelo, qué tipo de alimentos consume más?
a) Refrigerios b) Platos Elaborados c) Bebidas d) Ninguno
- 2) ¿Qué efecto es el que desea que cause su comida durante el viaje?
a) Relajante b) Calmante c) Desestresante
b) Otro: _____
- 3) ¿Qué aroma le gustaría que contenga su comida?
a) Jengibre b) Canela c) Vainilla d) Cedrón e) Café
f) Manzanilla g) Menta h) Otros: _____
- 4) ¿Estaría dispuesto a aprobar un alimento que contenga alguno de los aromas mencionados sin perder su sabor y textura?
a) Si b) No c) Tal vez
- 5) ¿Cuál es su preferencia en los alimentos ofrecidos por aerolíneas?

- 6) Considera que al tomar alguna bebida durante el vuelo, esta le permite:
a) Sentirse más tranquilo b) Moderar los nervios del vuelo
c) Dormir y descansar d) Ninguna e) Todas las anteriores
- 7) ¿Le gustaría optar por algo diferente en la gastronomía de las aerolíneas?
a) Si b) No c) No sé
- 8) ¿Cree que las aerolíneas deben ofrecer a los pasajeros bebidas no alcohólicas más diversas?
a) Si b) No c) No sé
- 9) ¿Estaría dispuesto a probar una bebida gratificante que le otorgue relajación en su vuelo?
a) Si b) No c) No sé
- 10) ¿La tensión que supone volar mejoraría con bebidas refrescantes y relajantes?
a) Si b) No c) No sé

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN
UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR
FACULTAD DE HOTELERIA Y TURISMO

ESCUELA DE GASTRONOMÍA

Tema: Propuesta de Bebida para aerolíneas

Objetivos: La siguiente encuesta tiene como objetivo determinar los gustos y preferencias de los usuarios frecuentes de aerolíneas en el área gastronómica. Pedimos su colaboración marcando con una X la respuesta de su elección.

Cuestionario

- 1) ¿Las características que presenta la bebida "Nombre de Bebida" como **color** luego de su degustación es?
 - a) Excelente
 - b) Muy Buena
 - c) Buena
 - d) Mala
 - e) Regular
 - d) Deficiente
- 2) ¿Las características que presenta la bebida como el **olor** luego de su degustación es?
 - a) Excelente
 - b) Muy Buena
 - c) Buena
 - d) Mala
 - e) Regular
 - d) Deficiente
- 3) ¿Las características que presenta la bebida como el **sabor** luego de su degustación es?
 - a) Excelente
 - b) Muy Buena
 - c) Buena
 - d) Mala
 - e) Regular
 - d) Deficiente
- 4) ¿Las características que presenta la bebida como el **aroma** luego de su degustación es?
 - a) Excelente
 - b) Muy Buena
 - c) Buena
 - d) Mala
 - e) Regular
 - d) Deficiente
- 5) ¿Las características que presenta la bebida como la **presentación** luego de su degustación es?
 - a) Excelente
 - b) Muy Buena
 - c) Buena
 - d) Mala
 - e) Regular
 - d) Deficiente
- 6) ¿La temperatura de la bebida considerando que esta se presenta fría, es de su agrado?
 - c) Si
 - b) No
 - c) Otra respuesta: _____
- 7) ¿La bebida le ha proporcionado un efecto refrescante a su organismo?
 - d) Si
 - b) No
 - c) Tal vez
- 8) ¿La bebida le ha proporcionado un efecto relajante a su organismo?
 - e) Si
 - b) No
 - c) Tal vez
- 9) ¿Le gustaría que este tipo de bebidas sean un complemento a las bebidas ofrecidas antes, durante y después del viaje?
 - f) Si
 - b) No
 - c) Tal vez
- 10) Nos gustaría conocer sus comentarios y sugerencias sobre esta bebida:

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

CAPÍTULO IV

MARCO EVALUATIVO

ANÁLISIS Y PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

4.1 Tabulación, Análisis e Interpretación de resultados

Aquí se presenta el Análisis e Interpretación de los datos y resultados obtenidos luego de aplicar los instrumentos de investigación.

Los resultados son expresados a través de tablas gráficas de pasteles u otras, con su correspondiente análisis y estos resultados obtenidos, se constituyen en la fundamentación para la creación de un producto gastronómico, que permita implantar una bebida relajante que sea del agrado de las personas que utilizan los servicios de transporte aéreos en viajes nacionales e internacionales mediante un producto innovador en este segmento de mercado.

4.1.1 Resultados y análisis de la PRIMERA encuesta realizada en el Aeropuerto Internacional “MARISCAL SUCRE”

Después de haber realizado las encuestas en el Aeropuerto Internacional “Mariscal Sucre” y analizando los datos obtenidos de un total de 50 personas encuestas, se obtuvo los siguientes resultados:

PREGUNTA N° 1

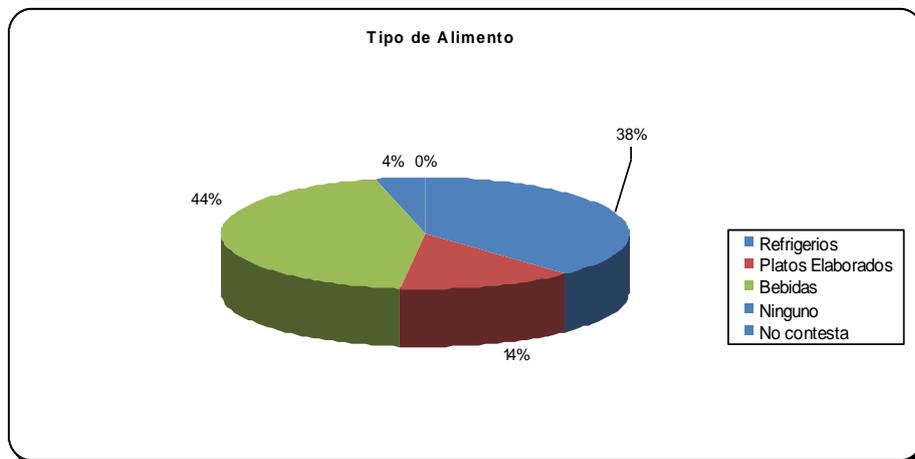
¿Durante el viaje y dependiendo del tiempo de vuelo, qué tipo de alimentos consume más?

Cuadro N° 1: Distribución porcentual del tipo de alimento que se consume durante el vuelo.

| Tipo de Alimento | | |
|-------------------|-----------|-------------|
| Refrigerios | 19 | 38% |
| Platos Elaborados | 7 | 14% |
| Bebidas | 22 | 44% |
| Ninguno | 2 | 4% |
| No contesta | 0 | 0% |
| Total | 50 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolíneas
Elaborado por: Andrés Recalde

Gráfico N° 1: Distribución porcentual del tipo de alimento que se consume durante el vuelo.



Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolíneas
Elaborado por: Andrés Recalde

El 44% de la población encuestada consume bebidas durante el vuelo, mientras que en un 38% prefiere consumir refrigerios.

PREGUNTA N° 2

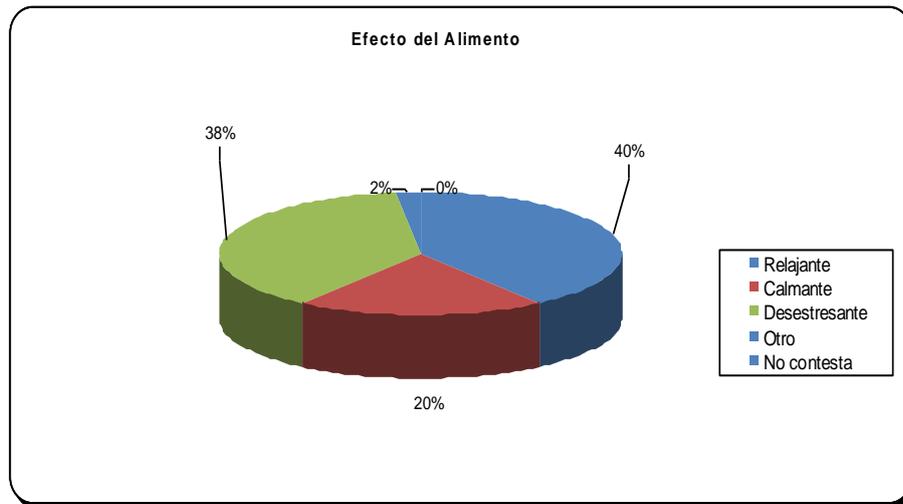
¿Qué efecto es el que desea que cause su comida durante el viaje?

Cuadro N° 2: Distribución porcentual del tipo de efecto que causa el alimento durante el vuelo.

| Efecto del Alimento | | |
|---------------------|-----------|-------------|
| Relajante | 20 | 40% |
| Calmante | 10 | 20% |
| Desestresante | 19 | 38% |
| Otro | 1 | 2% |
| No contesta | 0 | 0% |
| Total | 50 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolíneas
Elaborado por: Andrés Recalde

Gráfico N° 2: Distribución porcentual del tipo de efecto que causa el alimento durante el vuelo.



Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolíneas
Elaborado por: Andrés Recalde

El 40% de la población encuestada considera que el alimento que se debe consumir durante el viaje deberá causar un efecto de "Relajación" en su organismo, mientras que en un 19% prefiere que este cause un efecto "Desestresante".

PREGUNTA N° 3

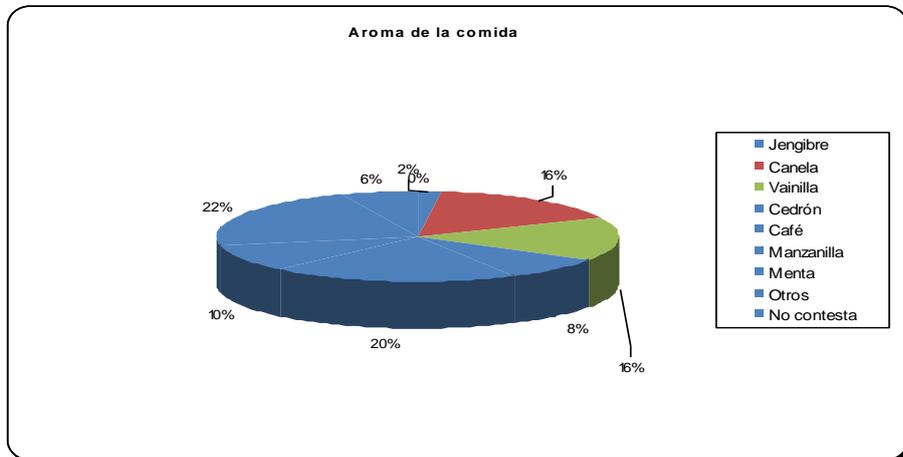
¿Qué aroma le gustaría que contenga su comida?

Cuadro N° 3: Distribución porcentual del tipo de gusto según su aroma en los alimentos de la aerolínea.

| Aroma de la comida | | |
|--------------------|-----------|-------------|
| Jengibre | 1 | 2% |
| Canela | 8 | 16% |
| Vainilla | 8 | 16% |
| Cedrón | 4 | 8% |
| Café | 10 | 20% |
| Manzanilla | 5 | 10% |
| Menta | 11 | 22% |
| Otros | 3 | 6% |
| No contesta | 0 | 0% |
| Total | 50 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolíneas
Elaborado por: Andrés Recalde

Gráfico N° 3: Distribución porcentual del tipo de gusto según su aroma en los alimentos de la aerolínea.



Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolíneas
Elaborado por: Andrés Recalde

El 22% de la población encuestada considera que el alimento a consumir en la aerolínea deberá tener un aroma a Menta, mientras que en un 20% prefiere que el aroma sea a Café.

PREGUNTA N° 4

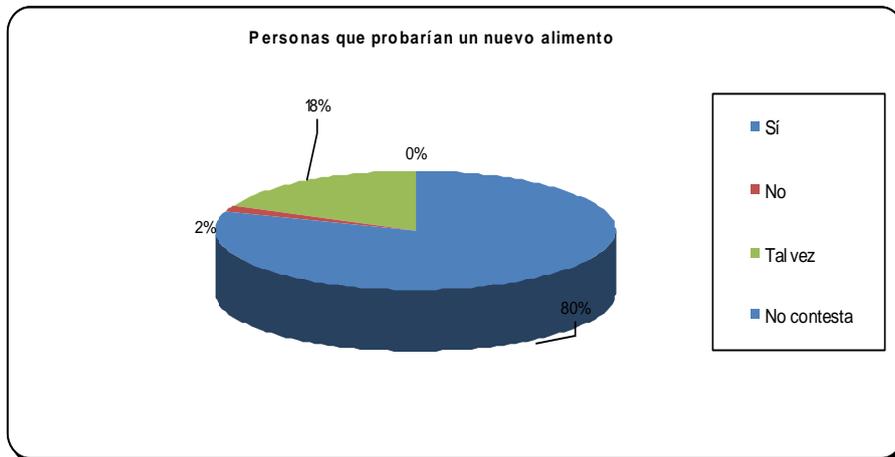
¿Estaría dispuesto a probar un alimento que contenga alguno de los aromas mencionados sin perder su sabor y textura?

Cuadro N° 4: Distribución porcentual de las personas que probarían un alimento sin perder sus características y que contenga un aroma sobresaliente.

| Personas que probarían un nuevo alimento | | |
|--|-----------|-------------|
| Sí | 40 | 80% |
| No | 1 | 2% |
| Tal vez | 9 | 18% |
| No contesta | 0 | 0% |
| Total | 50 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolíneas
Elaborado por: Andrés Recalde

Gráfico N° 4: Distribución porcentual de las personas que probarían un alimento sin perder sus características y que contenga un aroma sobresaliente.



Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolíneas
Elaborado por: Andrés Recalde

El 80% de la población encuestada está dispuesta a experimentar un producto con un aroma específico sin que pierda sus características que lo hacen resaltar en sabor y textura, mientras que en un 18% probablemente lo harían.

PREGUNTA Nº 5

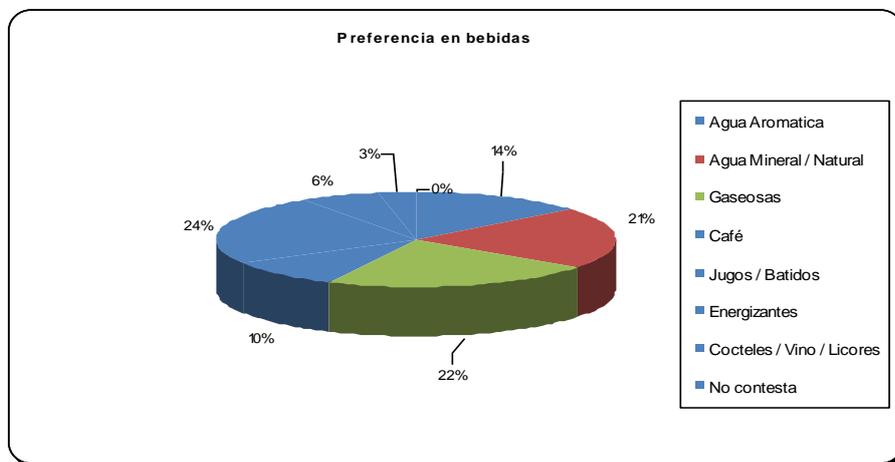
¿Cuál es su preferencia en las bebidas ofrecidas por las aerolíneas?

Cuadro Nº 5: Distribución porcentual de la preferencia en bebidas consumidas durante el vuelo.

| Preferencia en bebidas | | |
|---------------------------|-----------|-------------|
| Agua Aromatica | 9 | 14% |
| Agua Mineral / Natural | 13 | 21% |
| Gaseosas | 14 | 22% |
| Café | 6 | 10% |
| Jugos / Batidos | 15 | 24% |
| Energizantes | 4 | 6% |
| Cocteles / Vino / Licores | 2 | 3% |
| No contesta | 0 | 0% |
| Total | 63 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolíneas
Elaborado por: Andrés Recalde

Gráfico Nº 5: Distribución porcentual de la preferencia en bebidas consumidas durante el vuelo.



Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolíneas
Elaborado por: Andrés Recalde

El 24% de la población encuestada consume durante su viaje Jugos o Batidos Naturales, el 22% prefiere gaseosas y el 21% Agua Natural o Mineral respectivamente. En menores porcentajes se encuentran otro tipo de bebidas incluidas las alcohólicas.

PREGUNTA N° 6

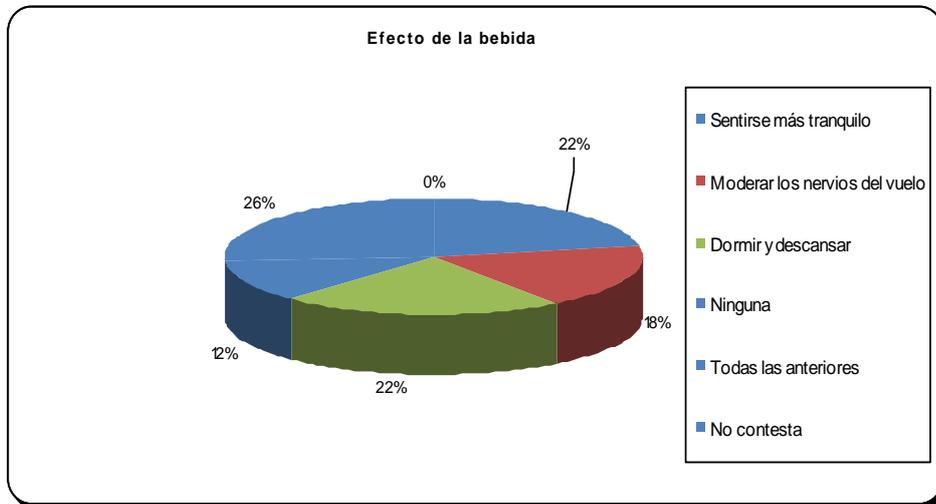
Considera que al tomar alguna bebida durante el vuelo, esta le permite: (Optar por un literal)

Cuadro N° 6: Distribución porcentual del tipo de efecto que causa la bebida durante el viaje.

| Efecto de la bebida | | |
|-------------------------------|-----------|-------------|
| Sentirse más tranquilo | 11 | 22% |
| Moderar los nervios del vuelo | 9 | 18% |
| Dormir y descansar | 11 | 22% |
| Ninguna | 6 | 12% |
| Todas las anteriores | 13 | 26% |
| No contesta | 0 | 0% |
| Total | 50 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolíneas
Elaborado por: Andrés Recalde

Gráfico N° 6: Distribución porcentual del tipo de efecto que causa la bebida durante el viaje.



Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolíneas
Elaborado por: Andrés Recalde

El 26% de la población encuestada considera que la bebida consumida durante el vuelo le permite a su organismo obtener todo tipo de efecto relacionado con al relajación y en un 22% consideran que el consumo de alguna bebida les permite sentirse tranquilos y puedan también descansar.

PREGUNTA N° 7

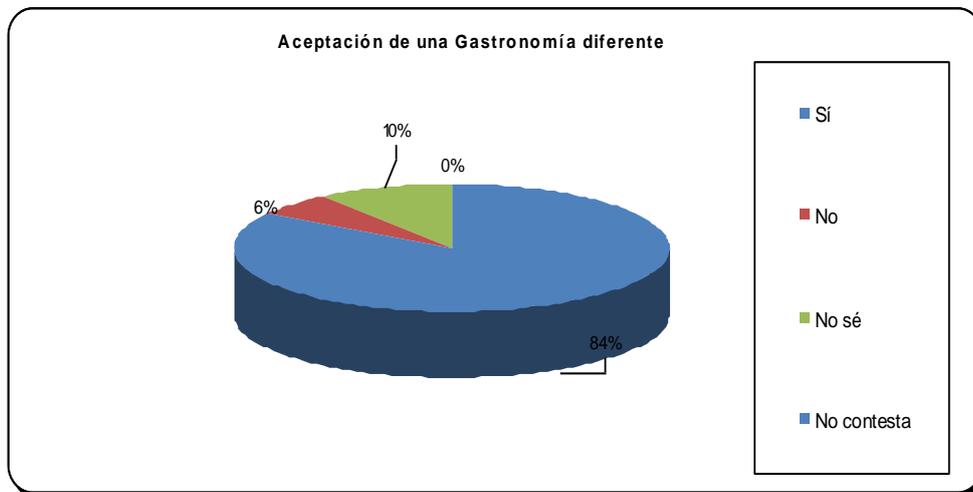
¿Le gustaría optar por algo diferente en la gastronomía de las aerolíneas?

Cuadro N° 7: Distribución porcentual de la preferencia de las personas por experimentar una distinta gastronomía durante el vuelo.

| Aceptación de una Gastronomía diferente | | |
|---|-----------|-------------|
| Sí | 42 | 84% |
| No | 3 | 6% |
| No sé | 5 | 10% |
| No contesta | 0 | 0% |
| Total | 50 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolíneas
Elaborado por: Andrés Recalde

Gráfico N° 7: Distribución porcentual de la preferencia de las personas por experimentar una distinta gastronomía durante el vuelo.



Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolíneas
Elaborado por: Andrés Recalde

El 84% de la población encuestada está dispuesta a experimentar una gastronomía diferente en aerolíneas, mientras que en un 10% piensan en la posibilidad de hacerlo.

PREGUNTA N° 8

¿Cree que las aerolíneas deben ofrecer a los pasajeros bebidas no alcohólicas más diversas?

Cuadro N°8: Distribución porcentual de la preferencia por variedad de bebidas sin alcohol durante el vuelo.

| Preferencia de bebidas no alcohólicas | | |
|---------------------------------------|-----------|-------------|
| Sí | 43 | 86% |
| No | 4 | 8% |
| No sé | 3 | 6% |
| No contesta | 0 | 0% |
| Total | 50 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolíneas
Elaborado por: Andrés Recalde

Gráfico N° 8: Distribución porcentual de la preferencia por variedad de bebidas sin alcohol durante el vuelo.



Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolíneas
Elaborado por: Andrés Recalde

El 86% de la población encuestada está de acuerdo en que las aerolíneas proporcionen variedad en bebidas no alcohólicas a sus pasajeros, mientras que en un menor porcentaje que es el 8% no están de acuerdo con esta propuesta.

PREGUNTA N° 9

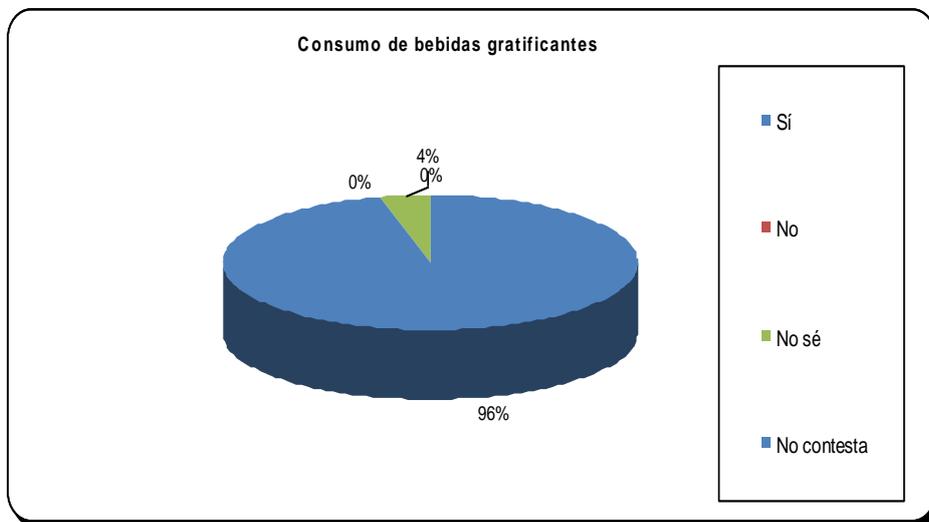
¿Estaría dispuesto a tomar una bebida gratificante que le otorgue relajación en su vuelo?

Cuadro N° 9: Distribución porcentual del consumo de bebidas gratificantes para el viaje en aerolíneas.

| Consumo de bebidas gratificantes | | |
|----------------------------------|-----------|-------------|
| Sí | 48 | 96% |
| No | 0 | 0% |
| No sé | 2 | 4% |
| No contesta | 0 | 0% |
| Total | 50 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolíneas
Elaborado por: Andrés Recalde

Gráfico N° 9: Distribución porcentual del consumo de bebidas gratificantes para el viaje en aerolíneas.



Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolíneas
Elaborado por: Andrés Recalde

El 96% de la población encuestada está dispuesta a probar una bebida que produzca relajación en su organismo durante el vuelo, mientras que en un porcentaje casi nulo que es el 4% piensan que sea posible el consumo de estas bebidas.

PREGUNTA Nº 10

¿La tensión que supone volar mejoraría con bebidas refrescantes y relajantes?

Cuadro Nº 10: Distribución porcentual de la disminución de tensión con el consumo de bebidas relajantes y refrescantes durante el vuelo.

| Disminución de tensión por bebidas relajantes | | |
|---|-----------|-------------|
| Sí | 46 | 92% |
| No | 1 | 2% |
| No sé | 3 | 6% |
| No contesta | 0 | 0% |
| Total | 50 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolíneas
Elaborado por: Andrés Recalde

Gráfico Nº 10: Distribución porcentual de la disminución de tensión con el consumo de bebidas relajantes y refrescantes durante el vuelo.



Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolíneas
Elaborado por: Andrés Recalde

El 92% de la población encuestada supone que la tensión que se genera durante el vuelo podría ser contrarrestada con el consumo de una bebida refrescante y relajante a la vez, y con un 6% no sabrían si esta generara relajación en su organismo durante el vuelo.

4.1.2 Resultados y análisis de La SEGUNDA encuesta realizada en el Aeropuerto Internacional “MARISCAL SUCRE” (Plan Piloto) en la Aerolínea SAEREO S.A.

Después de haber realizado las encuestas sobre el nivel de aceptación posterior a la presentación de la propuesta y analizando los datos obtenidos alrededor de 30 a 50 personas encuestas, se obtuvo los siguientes resultados:

PLAN PILOTO

PROPUESTA BEBIDA “FROZEN TROPICAL”

Características:

Fecha: 27 de Abril del 2011

Primer vuelo 25 pasajeros, de los cuales uno no acepta la bebida porque toma café.

Segundo vuelo 26 pasajeros, de los cuales uno no toma porque la bebida contiene azúcar (cliente diabético)

Total encuestados: 49

PREGUNTA N° 1a

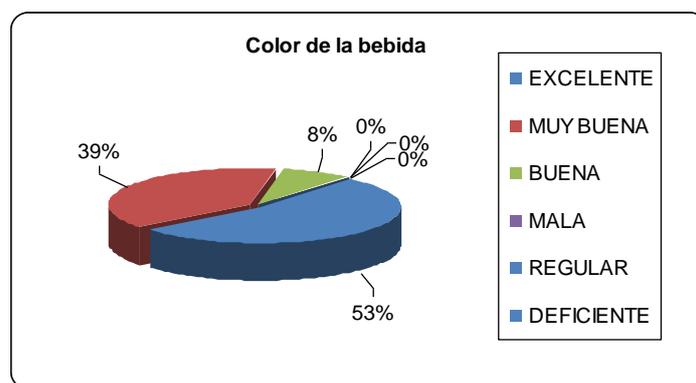
¿Las características que presenta la bebida “Frozen Tropical” como color luego de su degustación es?

Cuadro N° 11: Distribución porcentual del tipo de aprobación del color de la bebida luego de su consumo.

| Color de la Bebida | | |
|---------------------------|-----------|-------------|
| EXCELENTE | 26 | 53% |
| MUY BUENA | 19 | 39% |
| BUENA | 4 | 8% |
| MALA | 0 | 0% |
| REGULAR | 0 | 0% |
| DEFICIENTE | 0 | 0% |
| Total | 49 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”
Elaborado por: Andrés Recalde

Gráfico N° 11. Distribución porcentual del tipo de aprobación del color de la bebida luego de su consumo.



Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”
Elaborado por: Andrés Recalde

El 53% de la población encuestada considera que el color de la bebida es excelente, mientras que en un 39% consecutivamente indica estar muy buena.

PREGUNTA N° 2a

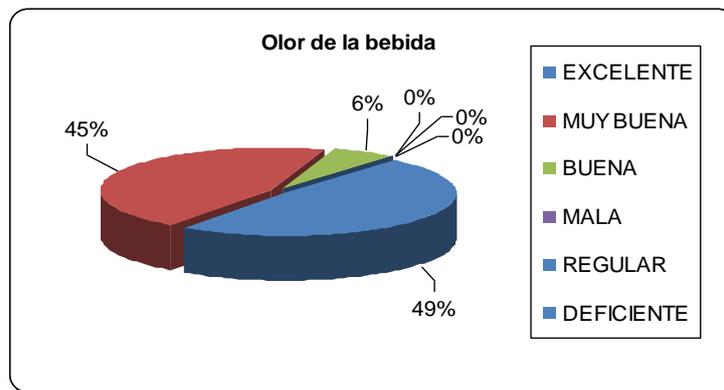
¿Las características que presenta la bebida “Frozen Tropical” como olor luego de su degustación es?

Cuadro N° 12: Distribución porcentual del tipo de aprobación del olor de la bebida luego de su consumo.

| Olor de la Bebida | | |
|-------------------|-----------|-------------|
| EXCELENTE | 24 | 49% |
| MUY BUENA | 22 | 45% |
| BUENA | 3 | 6% |
| MALA | 0 | 0% |
| REGULAR | 0 | 0% |
| DEFICIENTE | 0 | 0% |
| Total | 49 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”
Elaborado por: Andrés Recalde

Gráfico N° 12: Distribución porcentual del tipo de aprobación del olor de la bebida luego de su consumo.



Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”
Elaborado por: Andrés Recalde

El 49% de la población encuestada considera que el olor de la bebida es excelente, mientras que en un 45% piensan que esta muy buena, dejando en un 6% el ítem de buena.

PREGUNTA N° 3a

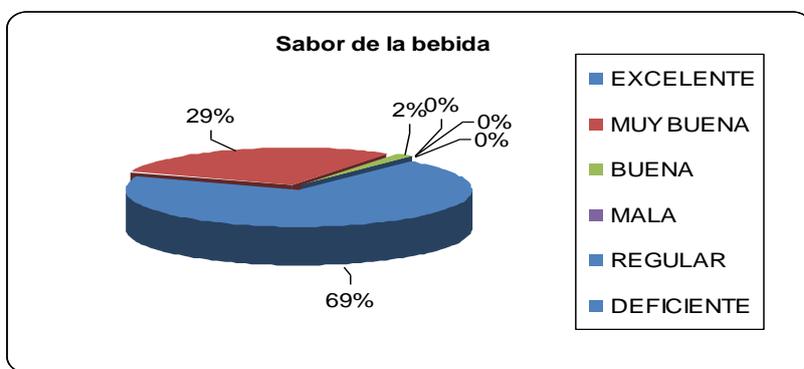
¿Las características que presenta la bebida “Frozen Tropical” como sabor luego de su degustación es?

Cuadro N° 13: Distribución porcentual del tipo de aprobación del sabor de la bebida luego de su consumo.

| Sabor de la Bebida | | |
|--------------------|-----------|-------------|
| EXCELENTE | 34 | 69% |
| MUY BUENA | 14 | 29% |
| BUENA | 1 | 2% |
| MALA | 0 | 0% |
| REGULAR | 0 | 0% |
| DEFICIENTE | 0 | 0% |
| Total | 49 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”
Elaborado por: Andrés Recalde

Gráfico N° 13: Distribución porcentual del tipo de aprobación del sabor de la bebida luego de su consumo.



Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”
Elaborado por: Andrés Recalde

El 69% de la población encuestada considera que el sabor de la bebida luego de su degustación es excelente, mientras que en un 29% considera estar muy buena.

PREGUNTA N° 4ª

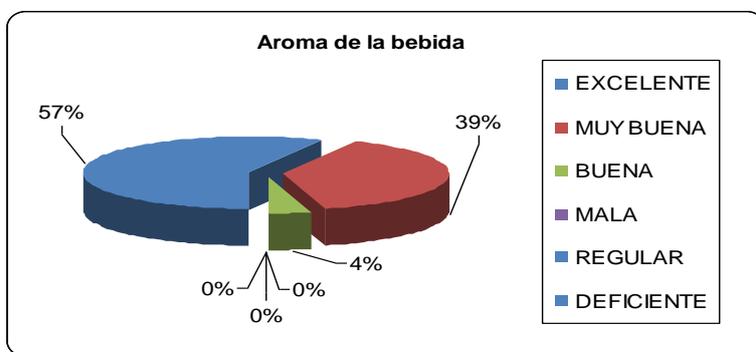
¿Las características que presenta la bebida “Frozen Tropical” como aroma luego de su degustación es?

Cuadro N° 14: Distribución porcentual del tipo de aprobación del aroma de la bebida luego de su consumo.

| Aroma de la Bebida | | |
|--------------------|-----------|-------------|
| EXCELENTE | 28 | 57% |
| MUY BUENA | 19 | 39% |
| BUENA | 2 | 4% |
| MALA | 0 | 0% |
| REGULAR | 0 | 0% |
| DEFICIENTE | 0 | 0% |
| Total | 49 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”
Elaborado por: Andrés Recalde

Gráfico N° 14: Distribución porcentual del tipo de aprobación del aroma de la bebida luego de su consumo.



Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”
Elaborado por: Andrés Recalde

El 57% de la población encuestada especulan que el aroma de la bebida es excelente, mientras que en un 39% consideran que es muy buena.

PREGUNTA N° 5a

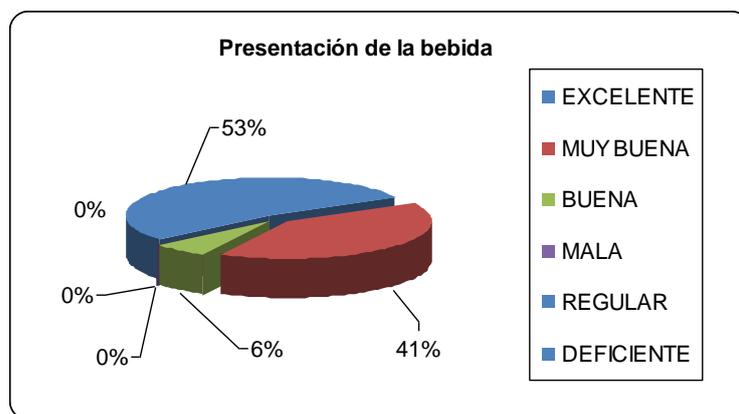
¿Las características que presenta la bebida “Frozen Tropical” como la presentación luego de su degustación es?

Cuadro N° 15: Distribución porcentual del tipo de aprobación de la presentación de la bebida luego de su consumo.

| Presentación de la Bebida | | |
|----------------------------------|-----------|-------------|
| EXCELENTE | 26 | 53% |
| MUY BUENA | 20 | 41% |
| BUENA | 3 | 6% |
| MALA | 0 | 0% |
| REGULAR | 0 | 0% |
| DEFICIENTE | 0 | 0% |
| Total | 49 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”
Elaborado por: Andrés Recalde

Gráfico N° 15: Distribución porcentual del tipo de aprobación de la presentación de la bebida luego de su consumo.



Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”
Elaborado por: Andrés Recalde

El 53% de la población encuestada considera que la presentación final de la bebida es excelente, mientras que en un 41% la observan como muy buena.

PREGUNTA N° 6a

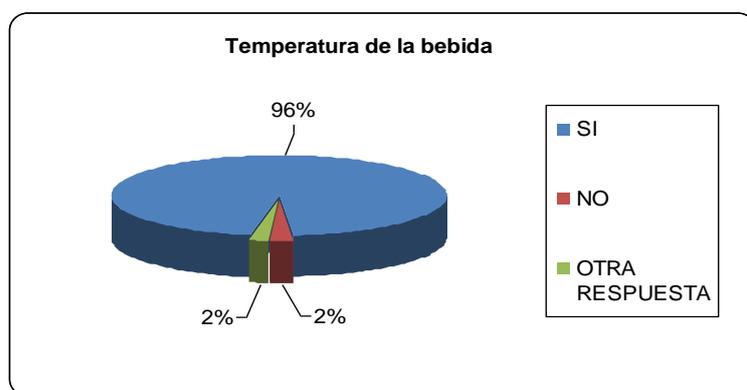
¿La temperatura de la bebida considerando que esta se presenta fría, es de su agrado?

Cuadro N° 16. Distribución porcentual del tipo agrado a la temperatura de la bebida.

| Temperatura de la Bebida | | |
|---------------------------------|-----------|-------------|
| SI | 47 | 96% |
| NO | 1 | 2% |
| OTRA RESPUESTA | 1 | 2% |
| Total | 49 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”
Elaborado por: Andrés Recalde

Gráfico N°16: Distribución porcentual del tipo agrado a la temperatura de la bebida.



Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”
Elaborado por: Andrés Recalde

El 96% de la población encuestada considera que la temperatura en la que se presenta la bebida es de su agrado dando dejando en un 2% la desaprobación en donde recalcan que es mejor a temperatura ambiente.

PREGUNTA N° 7a

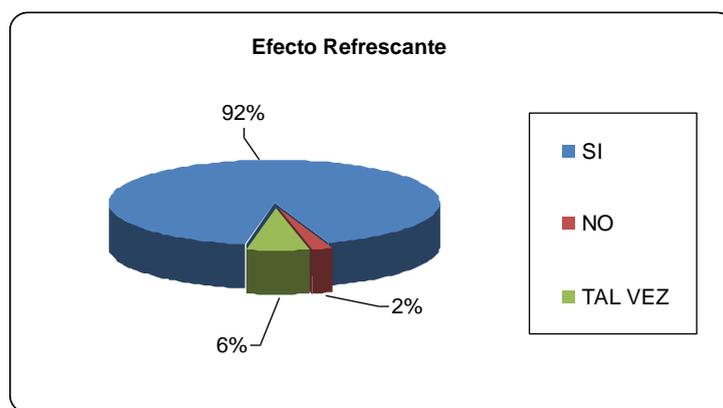
¿La bebida le ha proporcionado un efecto refrescante a su organismo?

Cuadro N° 17: Distribución porcentual de efecto refrescante que causa la bebida al organismo.

| Efecto Refrescante | | |
|---------------------------|-----------|-------------|
| SI | 45 | 92% |
| NO | 1 | 2% |
| TAL VEZ | 3 | 6% |
| Total | 49 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”
Elaborado por: Andrés Recalde

Gráfico N° 17. Distribución porcentual de efecto refrescante que causa la bebida al organismo.



Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”
Elaborado por: Andrés Recalde

El 93% de la población encuestada menciona que luego del consumo de la bebida esta le causo un efecto refrescante, y en un 6% consecutivamente talvez sintió esta consecuencia en su organismo.

PREGUNTA N° 8a

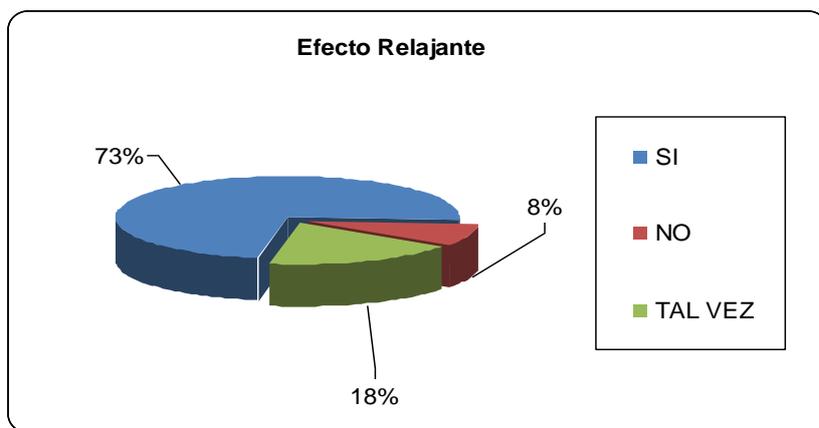
¿La bebida le ha proporcionado un efecto relajante a su organismo?

Cuadro N° 18: Distribución porcentual del tipo de efecto relajante que causa la bebida al organismo.

| Efecto Relajante | | |
|-------------------------|-----------|-------------|
| SI | 36 | 73% |
| NO | 4 | 8% |
| TAL VEZ | 9 | 18% |
| Total | 49 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”
Elaborado por: Andrés Recalde

Gráfico N° 18: Distribución porcentual del tipo de efecto relajante que causa la bebida al organismo.



Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”
Elaborado por: Andrés Recalde

El 73% de la población encuestada menciona que luego del consumo de la bebida esta le causo un efecto relajante, y en un 18% consecutivamente talvez sintió esta consecuencia en su organismo.

PREGUNTA N° 9a

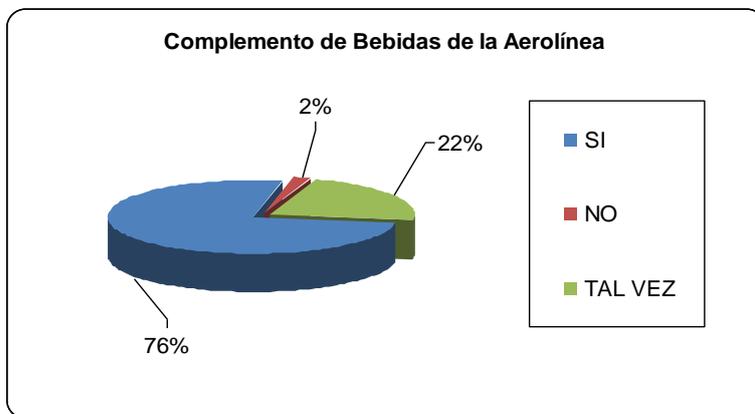
¿Le gustaría que este tipo de bebidas sean un complemento a las bebidas ofrecidas antes, durante y después del viaje?

Cuadro N°19: Distribución porcentual del tipo de aprobación para que el producto sea complemento en las bebidas de la aerolínea.

| Complemento de Bebidas de la Aerolínea | | |
|---|-----------|-------------|
| SI | 37 | 76% |
| NO | 1 | 2% |
| TAL VEZ | 11 | 22% |
| Total | 49 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”
Elaborado por: Andrés Recalde

Gráfico N° 19: Distribución porcentual del tipo de aprobación para que el producto sea complemento en las bebidas de la aerolínea.



Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”
Elaborado por: Andrés Recalde

El 76% de la población encuestada considera que el producto presentado debería ser un complemento a las bebidas que ofrece la aerolínea a sus pasajeros, mientras que el 22% indica que esta podría ser una alternativa que ingrese a la aerolínea para su innovación en esta área.

PREGUNTA N° 10

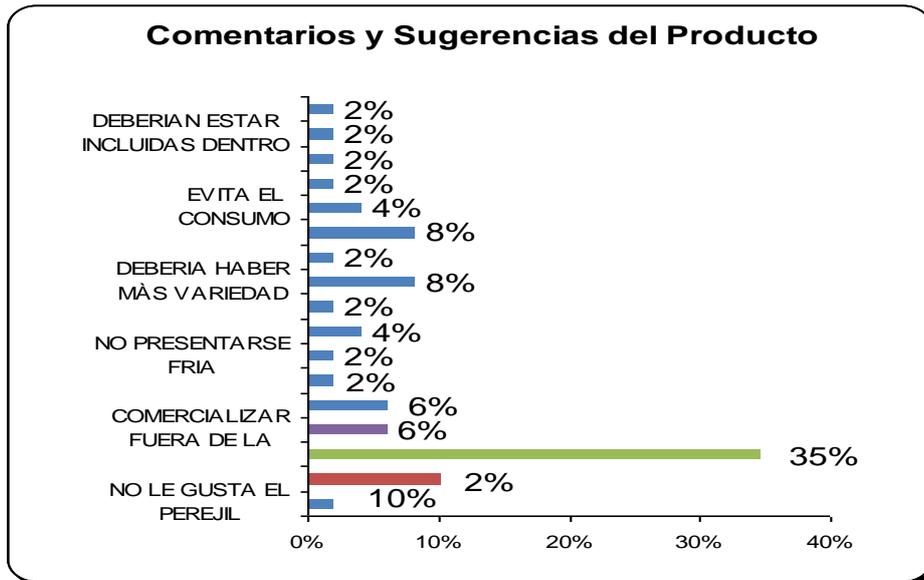
Nos gustaría conocer sus comentarios y sugerencias sobre esta bebida

Cuadro N° 20: Distribución porcentual de la tabulación de comentarios y sugerencia sobre el producto.

| Comentarios y Sugerencias del Producto | | |
|--|-----------|-------------|
| NO LE GUSTA EL PEREJIL | 1 | 2% |
| ES NECESARIO TOMAR BEBIDAS NATURALES | 5 | 10% |
| BEBIDA AGRADABLE | 17 | 35% |
| COMERCIALIZAR FUERA DE LA AEROLINEA | 3 | 6% |
| SERVIR ANTES DEL VUELO | 3 | 6% |
| BAJA INTENSIDAD DE SABOR | 1 | 2% |
| NO PRESENTARSE FRIA | 1 | 2% |
| EFFECTO RELAJANTE DEBE SER INMEDIATAMENTE | 2 | 4% |
| PERFECTA PARA EL SISTEMA NERVIOSO | 1 | 2% |
| DEBERIA HABER MÀS VARIEDAD | 4 | 8% |
| NO SE NOTA EL SABOR | 1 | 2% |
| TIENE LAS CARACTERISTICAS NECESARIAS PARA CLIENTES DE AEROLINEAS | 4 | 8% |
| EVITA EL CONSUMO DE BEBIDAS CON COMPONENTES QUIMICOS | 2 | 4% |
| SE NOTA MAS EL SABOR A MENTA QUE HA PEREJIL | 1 | 2% |
| SE VALORIZA LOS PRODUCTOS DE NUESTRO PAIS | 1 | 2% |
| DEBERIAN ESTAR INCLUIDAS DENTRO DEL PRECIO DEL PASAJE | 1 | 2% |
| DEBERIA DISMINUIR UN POCO EL AZUCAR | 1 | 2% |
| Total | 49 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea "Saereo"
Elaborado por: Andrés Recalde

Gráfico N° 20: Distribución porcentual de la tabulación de comentarios y sugerencia sobre el producto.



Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea "Saereo"
Elaborado por: Andrés Recalde

El 35% de la población encuestada considera que es una bebida muy agradable, seguida de esta característica que sobresale, en un 10% indican que es muy bueno tomar bebidas naturales que reemplacen las bebidas que no son favorables al organismo.

PROPUESTA BEBIDA “LIMONADA CON TE HELADO”

Características:

Fecha: 28 de Abril del 2011

Primer vuelo 25 pasajeros, de los cuales un pasajero no desea, no explica razón.

En este vuelo están incluidos 6 pasajeros que son extranjeros.

Segundo vuelo 22 pasajeros, de los cuales dos no desea la bebida y no dan razón. Un pasajero decide tomar nuevamente.

Total encuestados: 44

PREGUNTA N° 1b

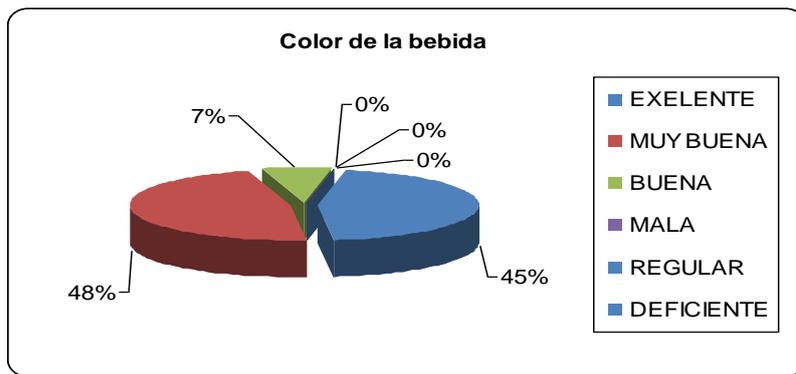
¿Las características que presenta la bebida “Limonada con Té helado” como color luego de su degustación es?

Cuadro N° 21: Distribución porcentual del tipo de aprobación del color de la bebida luego de su consumo.

| Color de la Bebida | | |
|---------------------------|-----------|-------------|
| EXELENTE | 20 | 45% |
| MUY BUENA | 21 | 48% |
| BUENA | 3 | 7% |
| MALA | 0 | 0% |
| REGULAR | 0 | 0% |
| DEFICIENTE | 0 | 0% |
| Total | 44 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”
Elaborado por: Andrés Recalde

Gráfico N° 21: Distribución porcentual del tipo de aprobación del color de la bebida luego de su consumo.



Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”
Elaborado por: Andrés Recalde

El 48% de la población encuestada considera que el color de la bebida muy buena, mientras que en un 45% consecutivamente indica estar excelente.

PREGUNTA N° 2b

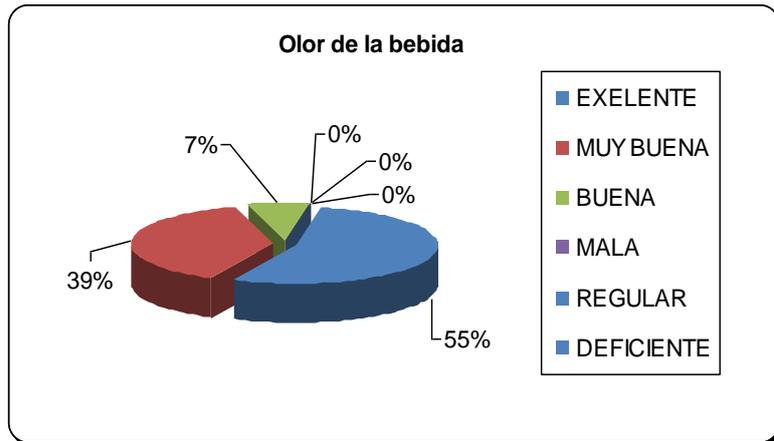
¿Las características que presenta la bebida “Limonada con Té helado” como olor luego de su degustación es?

Cuadro N° 22: Distribución porcentual del tipo de aprobación del olor de la bebida luego de su consumo.

| Olor de la Bebida | | |
|-------------------|-----------|-------------|
| EXELENTE | 24 | 55% |
| MUY BUENA | 17 | 39% |
| BUENA | 3 | 7% |
| MALA | 0 | 0% |
| REGULAR | 0 | 0% |
| DEFICIENTE | 0 | 0% |
| Total | 44 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”
Elaborado por: Andrés Recalde

Gráfico N°22: Distribución porcentual del tipo de aprobación del olor de la bebida luego de su consumo.



Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”
Elaborado por: Andrés Recalde

El 55% de la población encuestada considera que el olor de la bebida es excelente, mientras que en un 39% piensan que esta muy buena, dejando en un disminuido 7% el ítem de buena.

PREGUNTA N° 3b

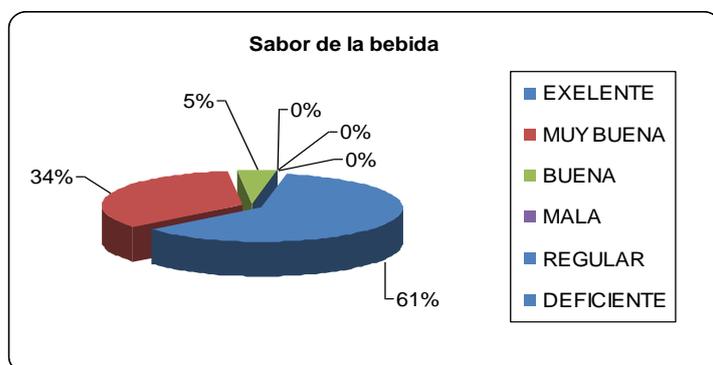
¿Las características que presenta la bebida “Limonada con Té helado” como sabor luego de su degustación es?

Cuadro N° 23. Distribución porcentual del tipo de aprobación del sabor de la bebida luego de su consumo.

| Sabor de la Bebida | | |
|--------------------|-----------|-------------|
| EXELENTE | 27 | 61% |
| MUY BUENA | 15 | 34% |
| BUENA | 2 | 5% |
| MALA | 0 | 0% |
| REGULAR | 0 | 0% |
| DEFICIENTE | 0 | 0% |
| Total | 44 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”
Elaborado por: Andrés Recalde

Gráfico N° 23: Distribución porcentual del tipo de aprobación del sabor de la bebida luego de su consumo.



Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”
Elaborado por: Andrés Recalde

El 61% de la población encuestada considera que el sabor de la bebida luego de su degustación es excelente, mientras que en un 34% considera estar muy buena.

PREGUNTA N° 4b

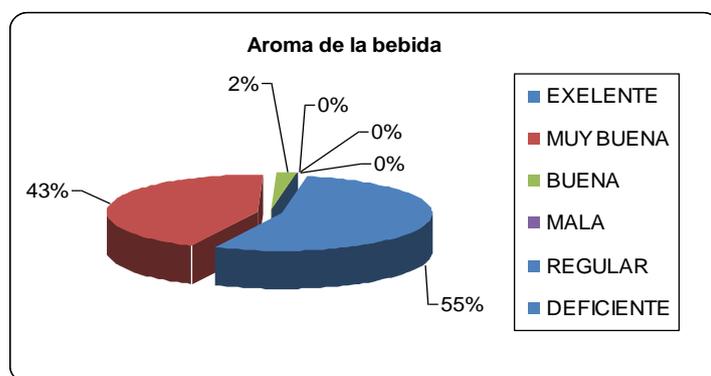
¿Las características que presenta la bebida “Limonada con Té helado” como aroma luego de su degustación es?

Cuadro N° 24: Distribución porcentual del tipo de aprobación del aroma de la bebida luego de su consumo.

| Aroma de la Bebida | | |
|--------------------|-----------|-------------|
| EXELENTE | 24 | 55% |
| MUY BUENA | 19 | 43% |
| BUENA | 1 | 2% |
| MALA | 0 | 0% |
| REGULAR | 0 | 0% |
| DEFICIENTE | 0 | 0% |
| Total | 44 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”
Elaborado por: Andrés Recalde

Gráfico N° 24: Distribución porcentual del tipo de aprobación del aroma de la bebida luego de su consumo.



Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”
Elaborado por: Andrés Recalde

El 55% de la población encuestada especulan que el aroma de la bebida es excelente, mientras que en un 43% consideran que es muy buena.

PREGUNTA N° 5b

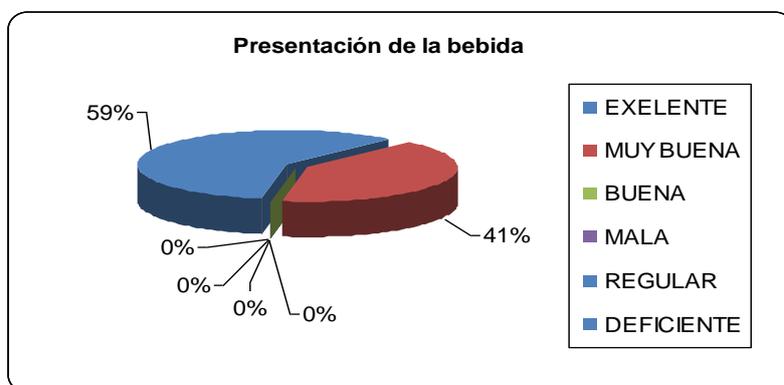
¿Las características que presenta la bebida “Limonada con Té helado” como la presentación luego de su degustación es?

Cuadro N° 25: Distribución porcentual del tipo de aprobación de la presentación de la bebida luego de su consumo.

| Presentación de la Bebida | | |
|---------------------------|-----------|-------------|
| EXELENTE | 26 | 59% |
| MUY BUENA | 18 | 41% |
| BUENA | 0 | 0% |
| MALA | 0 | 0% |
| REGULAR | 0 | 0% |
| DEFICIENTE | 0 | 0% |
| Total | 44 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”
Elaborado por: Andrés Recalde

Gráfico N° 25: Distribución porcentual del tipo de aprobación de la presentación de la bebida luego de su consumo.



Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”
Elaborado por: Andrés Recalde

El 59% de la población encuestada considera que la presentación final de la bebida es excelente, mientras que en un 41% la observan como muy buena.

PREGUNTA N° 6b

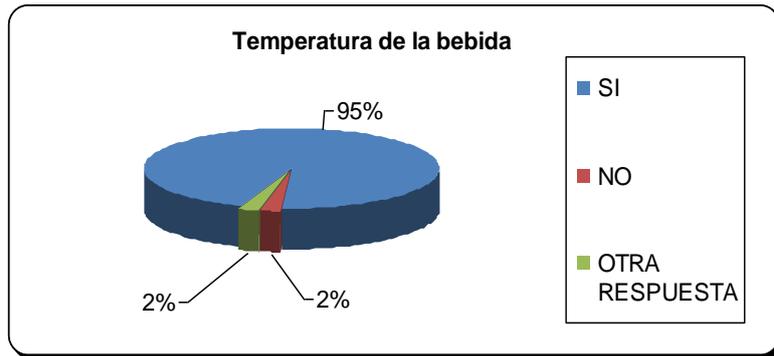
¿La temperatura de la bebida considerando que esta se presenta fría, es de su agrado?

Cuadro N° 26: Distribución porcentual del tipo agrado a la temperatura de la bebida.

| Temperatura de la Bebida | | |
|--------------------------|-----------|-------------|
| SI | 42 | 95% |
| NO | 1 | 2% |
| OTRA RESPUESTA | 1 | 2% |
| Total | 44 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”
Elaborado por: Andrés Recalde

Gráfico N° 26: Distribución porcentual del tipo agrado a la temperatura de la bebida.



Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea "Saereo"
Elaborado por: Andrés Recalde

El 95% de la población encuestada considera que la temperatura en la que se presenta la bebida es de su agrado dando dejando en un 2% la desaprobación en donde recalcan que es mejor a temperatura ambiente.

PREGUNTA N° 7b

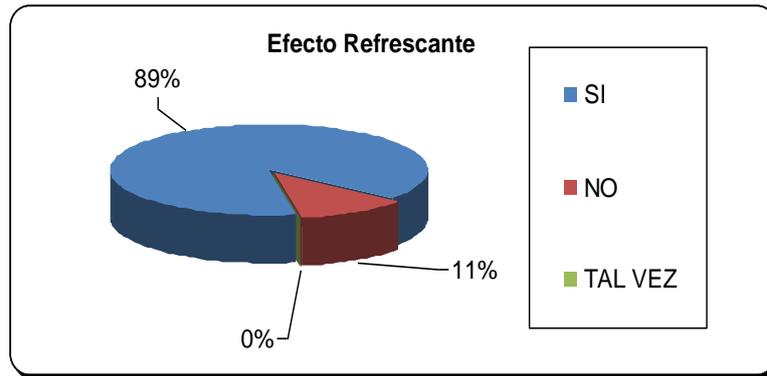
¿La bebida le ha proporcionado un efecto refrescante a su organismo?

Cuadro N° 27: Distribución porcentual de efecto refrescante que causa la bebida al organismo.

| Efecto Refrescante | | |
|--------------------|-----------|-------------|
| SI | 39 | 89% |
| NO | 5 | 11% |
| TAL VEZ | 0 | 0% |
| Total | 44 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea "Saereo"
Elaborado por: Andrés Recalde

Gráfico N° 27: Distribución porcentual de efecto refrescante que causa la bebida al organismo.



Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”
 Elaborado por: Andrés Recalde

El 89% de la población encuestada menciona que luego del consumo de la bebida esta le causo un efecto refrescante, y en un 11% consecutivamente talvez sintió esta consecuencia en su organismo.

PREGUNTA Nº 8b

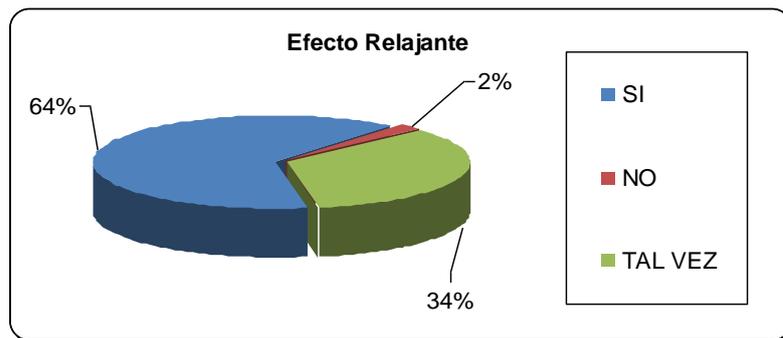
¿La bebida le ha proporcionado un efecto relajante a su organismo?

Cuadro Nº 28: Distribución porcentual del tipo de efecto relajante que causa la bebida al organismo.

| Efecto Relajante | | |
|------------------|-----------|-------------|
| SI | 28 | 64% |
| NO | 1 | 2% |
| TAL VEZ | 15 | 34% |
| Total | 44 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”
 Elaborado por: Andrés Recalde

Gráfico Nº 28: Distribución porcentual del tipo de efecto relajante que causa la bebida al organismo.



Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”

Elaborado por: Andrés Recalde

El 64% de la población encuestada menciona que luego del consumo de la bebida esta le causo un efecto relajante, y en un 34% consecutivamente talvez sintió esta consecuencia en su organismo.

PREGUNTA N° 9b

¿Le gustaría que este tipo de bebidas sean un complemento a las bebidas ofrecidas antes, durante y después del viaje?

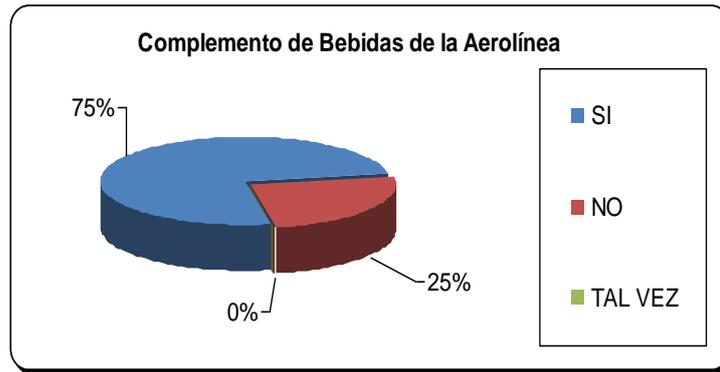
Cuadro N° 29: Distribución porcentual del tipo de aprobación para que el producto sea complemento en las bebidas de la aerolínea.

| Complemento de Bebidas de la Aerolínea | | |
|---|-----------|-------------|
| SI | 33 | 75% |
| NO | 11 | 25% |
| TAL VEZ | 0 | 0% |
| Total | 44 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”

Elaborado por: Andrés Recalde

Gráfico N° 29: Distribución porcentual del tipo de aprobación para que el producto sea complemento en las bebidas de la aerolínea.



Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”
Elaborado por: Andrés Recalde

El 75% de la población encuestada considera que el producto presentado debería ser un complemento a las bebidas que ofrece la aerolínea a sus pasajeros, mientras que el 25% indica que no es necesario ofrecer este producto en la aerolínea.

PREGUNTA Nº 10b

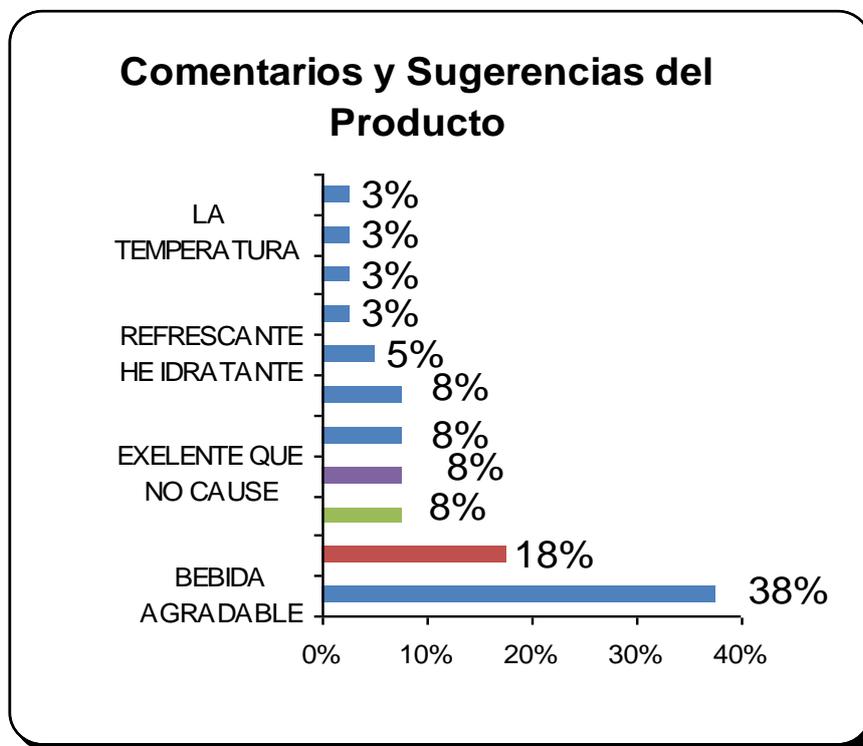
Nos gustaría conocer sus comentarios y sugerencias sobre esta bebida

Cuadro Nº 30: Distribución porcentual de la tabulación de comentarios y sugerencia sobre el producto.

| Comentarios y Sugerencias del Producto | | |
|--|-----------|-------------|
| BEBIDA AGRADABLE | 15 | 38% |
| PRODUCTO DE CALIDAD | 7 | 18% |
| DEBERIA DISMINUIR UN POCO EL AZUCAR | 3 | 8% |
| EXELENTE QUE NO CAUSE SUEÑO DURANTE EL VUELO | 3 | 8% |
| SI LE DEBE AGREGAR UN POCO DE ALCHOL | 3 | 8% |
| DEBERIA HABER MÁS VARIEDAD | 3 | 8% |
| REFRESCANTE HE IDRATANTE | 2 | 5% |
| EXCELENTE PARA EL SIST, NERVIOSO | 1 | 3% |
| INTERESANTE PROMOVER PRODUCTOS NACIONALES | 1 | 3% |
| LA TEMPERATURA ADECUADA | 1 | 3% |
| TIENE UN BUEN SABOR A LIMÓN | 1 | 3% |
| Total | 40 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”
Elaborado por: Andrés Recalde

Gráfico N° 30: Distribución porcentual de la tabulación de comentarios y sugerencia sobre el producto.



Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”
Elaborado por: Andrés Recalde

El 38% de la población encuestada considera que es una bebida muy agradable, seguida de esta característica que sobresale, en un 18% exponen ser un producto de calidad.

PROPUESTA BEBIDA “FRUIT CUP”

Características:

Fecha: 29 de Abril del 2011

Primer vuelo 13 pasajeros, de los cuales todos aceptan el consumo de la bebida.

Segundo vuelo 22 pasajeros, de los cuales dos no toman sin dar razón alguna y uno es diabético.

Total encuestados: 32

PREGUNTA Nº 1c

¿Las características que presenta la bebida “Fruit Cup” como color luego de su degustación es?

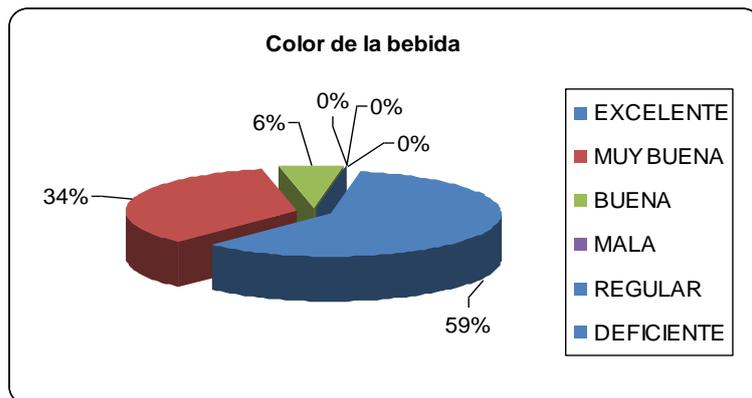
Cuadro Nº 31: Distribución porcentual del tipo de aprobación del color de la bebida luego de su consumo.

| Color de la Bebida | | |
|---------------------------|-----------|-------------|
| EXCELENTE | 19 | 59% |
| MUY BUENA | 11 | 34% |
| BUENA | 2 | 6% |
| MALA | 0 | 0% |
| REGULAR | 0 | 0% |
| DEFICIENTE | 0 | 0% |
| Total | 32 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”

Elaborado por: Andrés Recalde

Gráfico Nº 31: Distribución porcentual del tipo de aprobación del color de la bebida luego de su consumo.



Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”
Elaborado por: Andrés Recalde

El 59% de la población encuestada considera que el color de la bebida es excelente, mientras que en un 34% consecutivamente indica estar muy buena.

PREGUNTA N° 2c

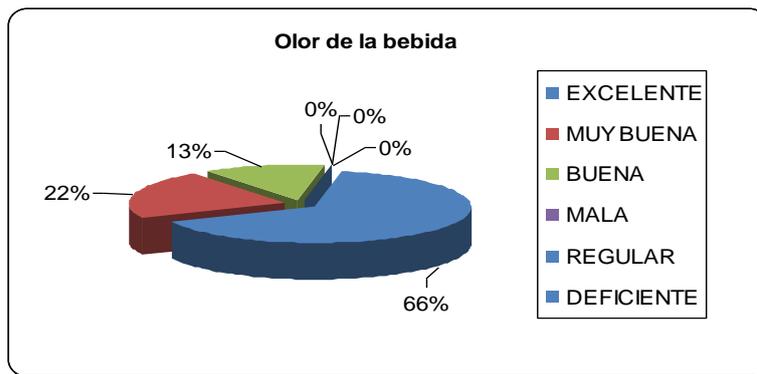
¿Las características que presenta la bebida “Fruit Cup” como olor luego de su degustación es?

Cuadro N° 32: Distribución porcentual del tipo de aprobación del olor de la bebida luego de su consumo.

| Olor de la Bebida | | |
|-------------------|-----------|-------------|
| EXCELENTE | 21 | 66% |
| MUY BUENA | 7 | 22% |
| BUENA | 4 | 13% |
| MALA | 0 | 0% |
| REGULAR | 0 | 0% |
| DEFICIENTE | 0 | 0% |
| Total | 32 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”
Elaborado por: Andrés Recalde

Gráfico N° 32: Distribución porcentual del tipo de aprobación del olor de la bebida luego de su consumo.



Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea "Saereo"
Elaborado por: Andrés Recalde

El 66% de la población encuestada considera que el olor de la bebida es excelente, mientras que en un 22% opinan que esta muy buena, dejando en un disminuido 13% el ítem de buena.

PREGUNTA N° 3c

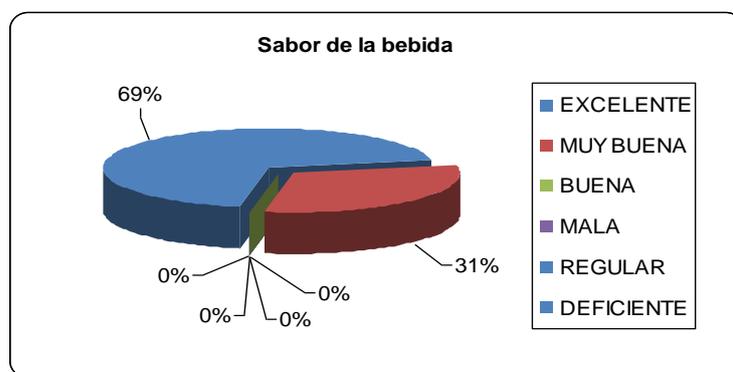
¿Las características que presenta la bebida "Fruit Cup" como sabor luego de su degustación es?

Cuadro N° 33: Distribución porcentual del tipo de aprobación del sabor de la bebida luego de su consumo.

| Sabor de la Bebida | | |
|--------------------|-----------|-------------|
| EXCELENTE | 22 | 69% |
| MUY BUENA | 10 | 31% |
| BUENA | 0 | 0% |
| MALA | 0 | 0% |
| REGULAR | 0 | 0% |
| DEFICIENTE | 0 | 0% |
| Total | 32 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea "Saereo"
Elaborado por: Andrés Recalde

Gráfico N° 33: Distribución porcentual del tipo de aprobación del sabor de la bebida luego de su consumo.



Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”
Elaborado por: Andrés Recalde

El 69% de la población encuestada considera que el sabor de la bebida luego de su degustación es excelente, mientras que en un 31% considera estar muy buena.

PREGUNTA N° 4c

¿Las características que presenta la bebida “Fruit Cup” como aroma luego de su degustación es?

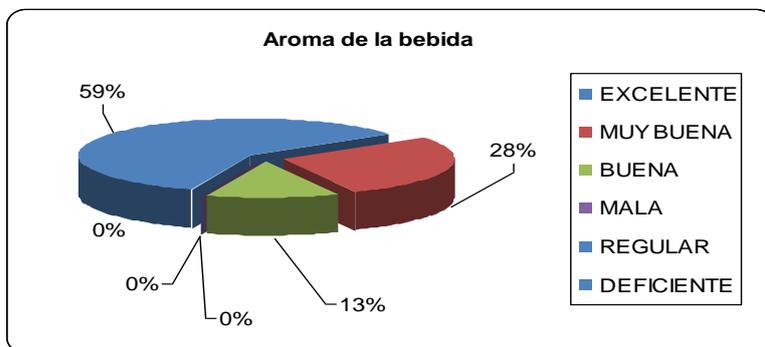
Cuadro N° 34: Distribución porcentual del tipo de aprobación del aroma de la bebida luego de su consumo.

| Aroma de la Bebida | | |
|--------------------|-----------|-------------|
| EXCELENTE | 19 | 59% |
| MUY BUENA | 9 | 28% |
| BUENA | 4 | 13% |
| MALA | 0 | 0% |
| REGULAR | 0 | 0% |
| DEFICIENTE | 0 | 0% |
| Total | 32 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”
Elaborado por: Andrés Recalde

Gráfico N° 34

Distribución porcentual del tipo de aprobación del aroma de la bebida luego de su consumo.



Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”
Elaborado por: Andrés Recalde

El 59% de la población encuestada especulan que el aroma de la bebida es excelente, mientras que en un 28% consideran que es muy buena.

PREGUNTA N° 5c

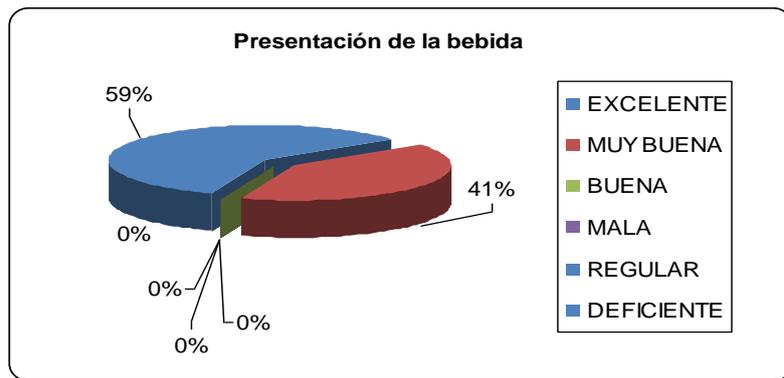
¿Las características que presenta la bebida “Fruit Cup” como la presentación luego de su degustación es?

Cuadro N° 35: Distribución porcentual del tipo de aprobación de la presentación de la bebida luego de su consumo.

| Presentación de la Bebida | | |
|---------------------------|-----------|-------------|
| EXCELENTE | 19 | 59% |
| MUY BUENA | 13 | 41% |
| BUENA | 0 | 0% |
| MALA | 0 | 0% |
| REGULAR | 0 | 0% |
| DEFICIENTE | 0 | 0% |
| Total | 32 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”
Elaborado por: Andrés Recalde

Gráfico N° 35: Distribución porcentual del tipo de aprobación de la presentación de la bebida luego de su consumo.



Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”
Elaborado por: Andrés Recalde

El 59% de la población encuestada considera que la presentación final de la bebida es excelente, mientras que en un 41% la observan como muy buena.

PREGUNTA N° 6c

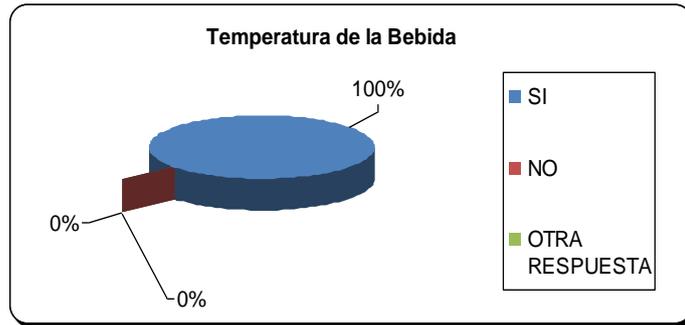
¿La temperatura de la bebida considerando que esta se presenta fría, es de su agrado?

Cuadro N° 36: Distribución porcentual del tipo agrado a la temperatura de la bebida.

| Temperatura de la Bebida | | |
|--------------------------|-----------|-------------|
| SI | 32 | 100% |
| NO | 0 | 0% |
| OTRA RESPUESTA | 0 | 0% |
| Total | 32 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”
Elaborado por: Andrés Recalde

Gráfico N° 36: Distribución porcentual del tipo agrado a la temperatura de la bebida.



Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”
Elaborado por: Andrés Recalde

El 100% de la población encuestada considera que la temperatura en la que se presenta la bebida es de su total agrado.

PREGUNTA N° 7c

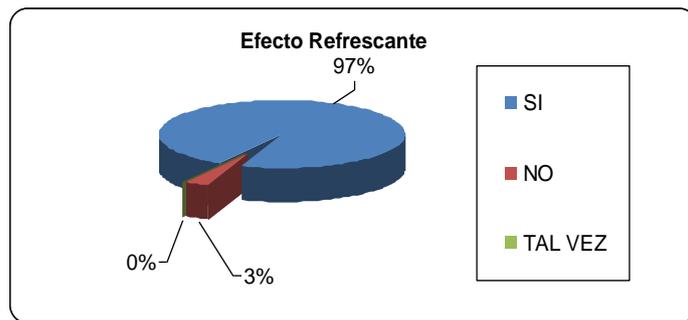
¿La bebida le ha proporcionado un efecto refrescante a su organismo?

Cuadro N° 37: Distribución porcentual de efecto refrescante que causa la bebida al organismo.

| Efecto Refrescante | | |
|--------------------|-----------|-------------|
| SI | 31 | 97% |
| NO | 1 | 3% |
| TAL VEZ | 0 | 0% |
| Total | 32 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”
Elaborado por: Andrés Recalde

Gráfico N° 37: Distribución porcentual de efecto refrescante que causa la bebida al organismo.



Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”
Elaborado por: Andrés Recalde

El 97% de la población encuestada menciona que luego del consumo de la bebida esta le causo un efecto refrescante, y en un mínimo 3% no tuvieron ninguna reacción esperada en su organismo

PREGUNTA N° 8c

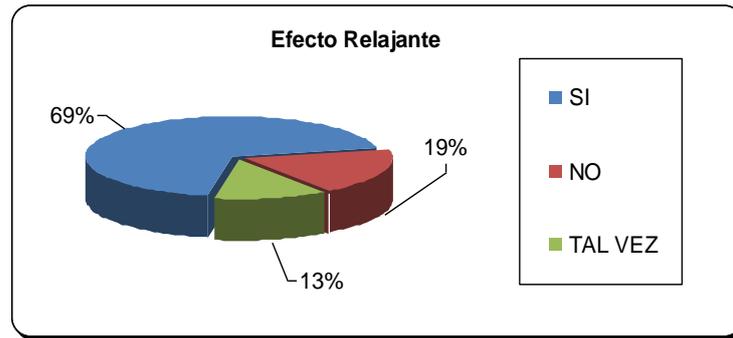
¿La bebida le ha proporcionado un efecto relajante a su organismo?

Cuadro N° 38: Distribución porcentual del tipo de efecto relajante que causa la bebida al organismo.

| Efecto Relajante | | |
|------------------|-----------|-------------|
| SI | 22 | 69% |
| NO | 6 | 19% |
| TAL VEZ | 4 | 13% |
| Total | 32 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”
Elaborado por: Andrés Recalde

Gráfico N° 38: Distribución porcentual del tipo de efecto relajante que causa la bebida al organismo.



Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”
Elaborado por: Andrés Recalde

El 69% de la población encuestada menciona que luego del consumo de la bebida esta le causo un efecto relajante. En un 19% no apreciaron ninguna consecuencia en su organismo, seguido de un 13% en donde talvez hubo una reacción por este efecto.

PREGUNTA N° 9c

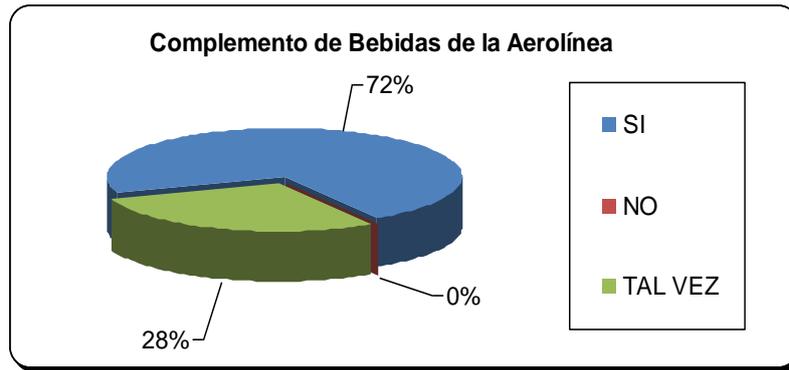
¿Le gustaría que este tipo de bebidas sean un complemento a las bebidas ofrecidas antes, durante y después del viaje?

Cuadro N° 39: Distribución porcentual del tipo de aprobación para que el producto sea complemento en las bebidas de la aerolínea.

| Complemento de Bebidas de la Aerolínea | | |
|--|-----------|-------------|
| SI | 23 | 72% |
| NO | 0 | 0% |
| TAL VEZ | 9 | 28% |
| Total | 32 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”
Elaborado por: Andrés Recalde

Gráfico N° 39: Distribución porcentual del tipo de aprobación para que el producto sea complemento en las bebidas de la aerolínea.



Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”
Elaborado por: Andrés Recalde

El 72% de la población encuestada considera que el producto presentado debería ser un complemento a las bebidas que ofrece la aerolínea a sus pasajeros, mientras que el 28% indica que esta podría ser una alternativa que ingrese a la aerolínea para su innovación en esta área.

PREGUNTA Nº 10c

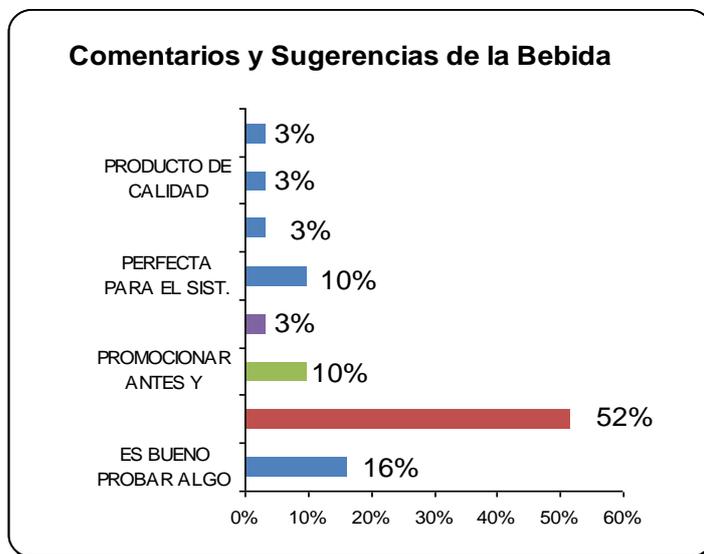
Nos gustaría conocer sus comentarios y sugerencias sobre esta bebida

Cuadro Nº 40: Distribución porcentual de la tabulación de comentarios y sugerencia sobre el producto.

| Comentarios y Sugerencias de la Bebida | | |
|---|-----------|-------------|
| ES BUENO PROBAR ALGO DISTINTO | 5 | 16% |
| BEBIDA AGRADABLE | 16 | 52% |
| PROMOCIONAR ANTES Y DURANTE EL VUELO | 3 | 10% |
| AUMENTAR MAS FRUTA YA QUE ES BAJA | 1 | 3% |
| PERFECTA PARA EL SIST. NERVIOSO | 3 | 10% |
| SORPRENDENTE EFECTO DE LAS ESPECIAS | 1 | 3% |
| PRODUCTO DE CALIDAD | 1 | 3% |
| TIENE UN SABOR MAS CONCENTRADO A ALBACA Y MENTA | 1 | 3% |
| Total | 31 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”
Elaborado por: Andrés Recalde

Gráfico N° 40: Distribución porcentual de la tabulación de comentarios y sugerencia sobre el producto.



Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea "Saereo"
Elaborado por: Andrés Recalde

El 52% de la población encuestada considera que es una bebida muy agradable, seguida de un 16% de un comentario favorable como es que el producto es de calidad.

PROPUESTA BEBIDA “MIX DE FRAMBUEZA”

Características:

Fecha: 30 de Abril del 2011

Primer vuelo 19 pasajeros, de los cuales todos aceptan tomar el producto.

Segundo vuelo 13 pasajeros, de los cuales todos toman, e incluso siete personas nuevamente solicitan la bebida.

Total encuestados: 32

PREGUNTA N° 1d

¿Las características que presenta la bebida “Mix de Frambuesa” como color luego de su degustación es?

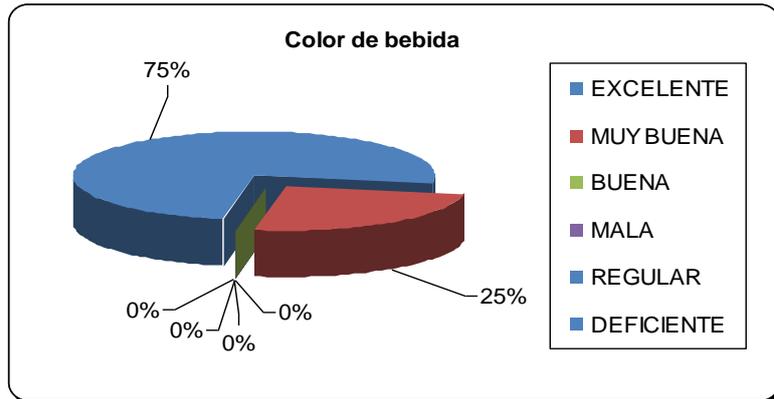
Cuadro N° 41: Distribución porcentual del tipo de aprobación del color de la bebida luego de su consumo.

| Color de Bebida | | |
|------------------------|-----------|-------------|
| EXCELENTE | 24 | 75% |
| MUY BUENA | 8 | 25% |
| BUENA | 0 | 0% |
| MALA | 0 | 0% |
| REGULAR | 0 | 0% |
| DEFICIENTE | 0 | 0% |
| Total | 32 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”
Elaborado por: Andrés Recalde

Gráfico N° 41

Distribución porcentual del tipo de aprobación del color de la bebida luego de su consumo.



Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”
Elaborado por: Andrés Recalde

El 75% de la población encuestada considera que el color de la bebida es excelente, mientras que en un 25% consecutivamente indica estar muy buena.

PREGUNTA N° 2d

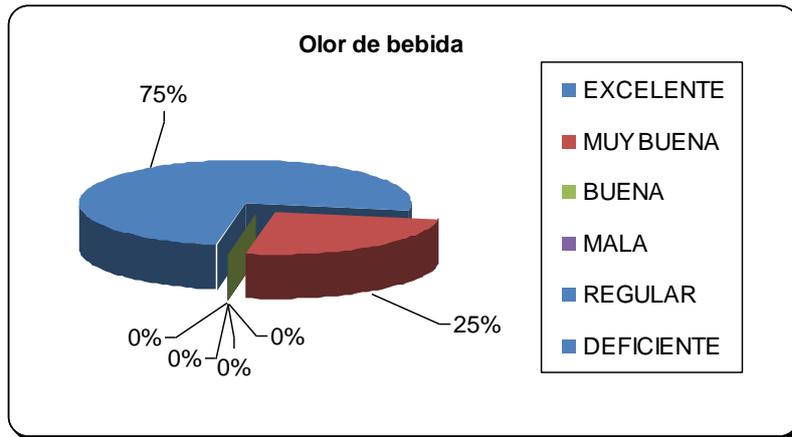
¿Las características que presenta la bebida “Mix de Frambuesa” como olor luego de su degustación es?

Cuadro N° 42: Distribución porcentual del tipo de aprobación del olor de la bebida luego de su consumo.

| Olor de Bebida | | |
|----------------|-----------|-------------|
| EXCELENTE | 24 | 75% |
| MUY BUENA | 8 | 25% |
| BUENA | 0 | 0% |
| MALA | 0 | 0% |
| REGULAR | 0 | 0% |
| DEFICIENTE | 0 | 0% |
| Total | 32 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”
Elaborado por: Andrés Recalde

Gráfico N° 42: Distribución porcentual del tipo de aprobación del olor de la bebida luego de su consumo.



Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea "Saereo"
Elaborado por: Andrés Recalde

El 75% de la población encuestada considera que el olor de la bebida es excelente, mientras que en un 25% piensan que está muy buena.

PREGUNTA N° 3d

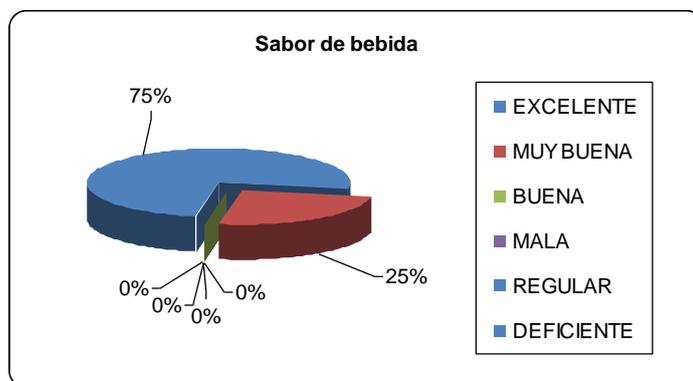
¿Las características que presenta la bebida "Mix de Frambuesa" como sabor luego de su degustación es?

Cuadro N° 43: Distribución porcentual del tipo de aprobación del sabor de la bebida luego de su consumo.

| Sabor de Bebida | | |
|-----------------|-----------|-------------|
| EXCELENTE | 24 | 75% |
| MUY BUENA | 8 | 25% |
| BUENA | 0 | 0% |
| MALA | 0 | 0% |
| REGULAR | 0 | 0% |
| DEFICIENTE | 0 | 0% |
| Total | 32 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea "Saereo"
Elaborado por: Andrés Recalde

Gráfico N° 43: Distribución porcentual del tipo de aprobación del sabor de la bebida luego de su consumo.



Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”
Elaborado por: Andrés Recalde

El 75% de la población encuestada considera que el sabor de la bebida luego de su degustación es excelente, mientras que en un 25% considera estar muy buena.

PREGUNTA N° 4d

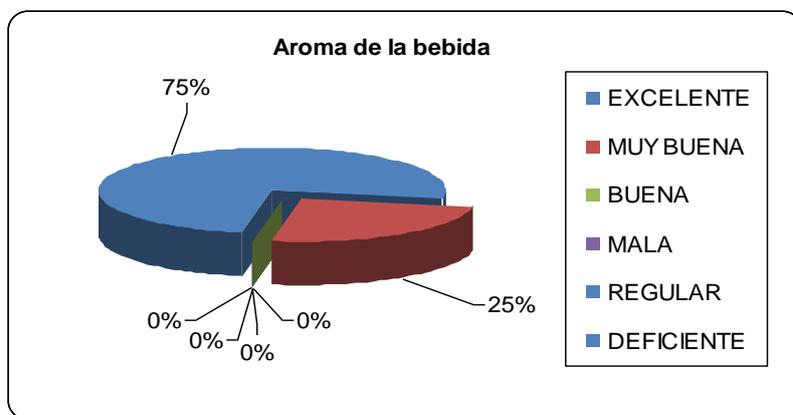
¿Las características que presenta la bebida “Mix de Frambuesa” como aroma luego de su degustación es?

Cuadro N° 44: Distribución porcentual del tipo de aprobación del aroma de la bebida luego de su consumo.

| Aroma de la Bebida | | |
|--------------------|-----------|-------------|
| EXCELENTE | 24 | 75% |
| MUY BUENA | 8 | 25% |
| BUENA | 0 | 0% |
| MALA | 0 | 0% |
| REGULAR | 0 | 0% |
| DEFICIENTE | 0 | 0% |
| Total | 32 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”
Elaborado por: Andrés Recalde

Gráfico N° 44: Distribución porcentual del tipo de aprobación del aroma de la bebida luego de su consumo.



Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”
Elaborado por: Andrés Recalde

El 75% de la población encuestada especulan que el aroma de la bebida es excelente, mientras que en un 25% consideran que es muy buena.

PREGUNTA N° 5d

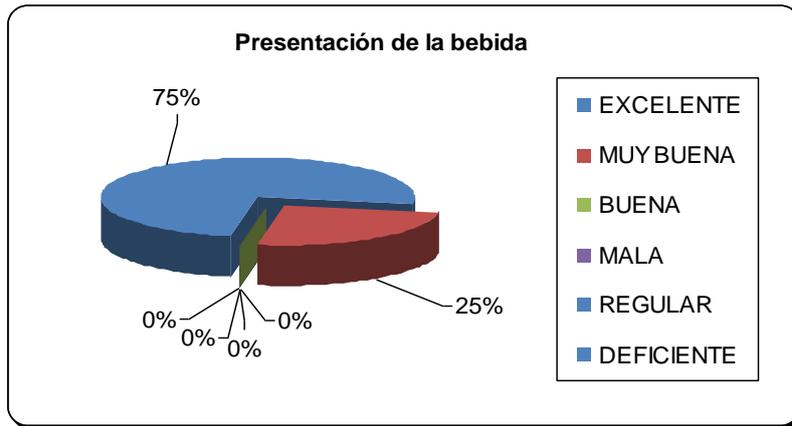
¿Las características que presenta la bebida “Mix de Frambuesa” como la presentación luego de su degustación es?

Cuadro N° 45: Distribución porcentual del tipo de aprobación de la presentación de la bebida luego de su consumo.

| Presentación de la Bebida | | |
|---------------------------|-----------|-------------|
| EXCELENTE | 24 | 75% |
| MUY BUENA | 8 | 25% |
| BUENA | 0 | 0% |
| MALA | 0 | 0% |
| REGULAR | 0 | 0% |
| DEFICIENTE | 0 | 0% |
| Total | 32 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”
Elaborado por: Andrés Recalde

Gráfico N° 45: Distribución porcentual del tipo de aprobación de la presentación de la bebida luego de su consumo.



Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”
Elaborado por: Andrés Recalde

El 75% de la población encuestada considera que la presentación final de la bebida es excelente, mientras que en un 25% la observan como muy buena.

PREGUNTA N° 6d

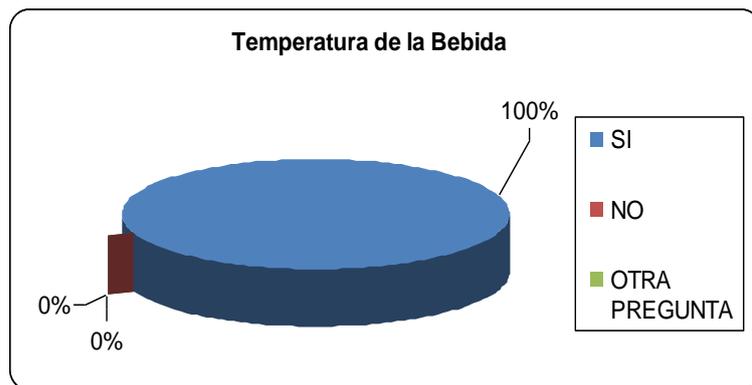
¿La temperatura de la bebida considerando que esta se presenta fría, es de su agrado?

Cuadro N° 46: Distribución porcentual del tipo agrado a la temperatura de la bebida.

| Temperatura de la Bebida | | |
|--------------------------|-----------|-------------|
| SI | 32 | 100% |
| NO | 0 | 0% |
| OTRA PREGUNTA | 0 | 0% |
| Total | 32 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”
Elaborado por: Andrés Recalde

Gráfico N° 46: Distribución porcentual del tipo agrado a la temperatura de la bebida.



Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”
Elaborado por: Andrés Recalde

El 100% de la población encuestada considera que la temperatura en la que se presenta la bebida es de su total agrado.

PREGUNTA N° 7d

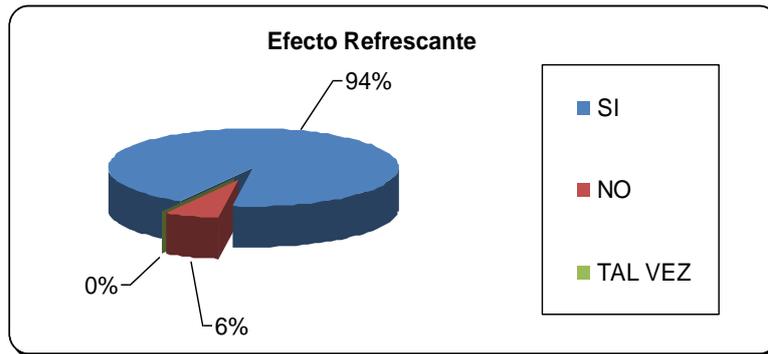
¿La bebida le ha proporcionado un efecto refrescante a su organismo?

Cuadro N° 47: Distribución porcentual de efecto refrescante que causa la bebida al organismo.

| Efecto Refrescante | | |
|--------------------|-----------|-------------|
| SI | 30 | 94% |
| NO | 2 | 6% |
| TAL VEZ | 0 | 0% |
| Total | 32 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”
Elaborado por: Andrés Recalde

Gráfico N° 47: Distribución porcentual de efecto refrescante que causa la bebida al organismo.



Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”
Elaborado por: Andrés Recalde

El 94% de la población encuestada menciona que luego del consumo de la bebida esta le causo un efecto refrescante, y en un 6% consecutivamente no sintió esta consecuencia en su organismo.

PREGUNTA N° 8d

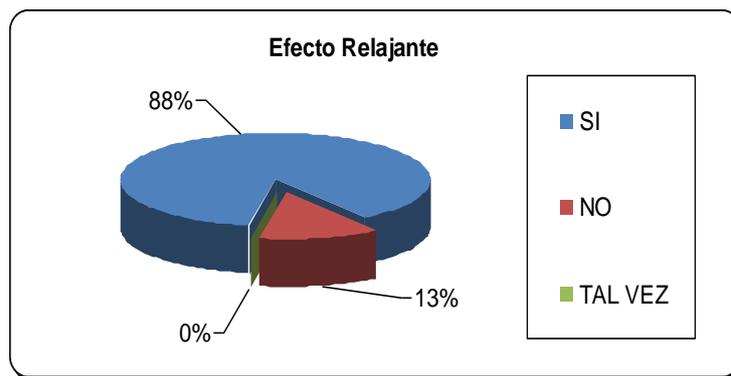
¿La bebida le ha proporcionado un efecto relajante a su organismo?

Cuadro N° 48: Distribución porcentual del tipo de efecto relajante que causa la bebida al organismo.

| Efecto Relajante | | |
|------------------|-----------|-------------|
| SI | 28 | 88% |
| NO | 4 | 13% |
| TAL VEZ | 0 | 0% |
| Total | 32 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”
Elaborado por: Andrés Recalde

Gráfico N° 48: Distribución porcentual del tipo de efecto relajante que causa la bebida al organismo.



Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”
Elaborado por: Andrés Recalde

El 88% de la población encuestada menciona que luego del consumo de la bebida esta le causo un efecto relajante, y en un 13% consecutivamente no sintió esta consecuencia en su organismo.

PREGUNTA N° 9d

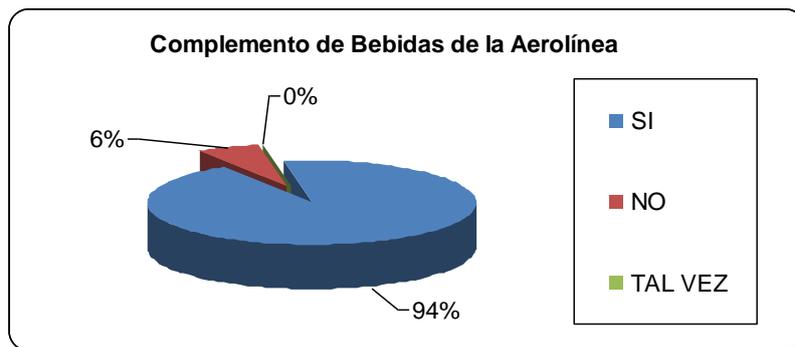
¿Le gustaría que este tipo de bebidas sean un complemento a las bebidas ofrecidas antes, durante y después del viaje?

Cuadro N° 49: Distribución porcentual del tipo de aprobación para que el producto sea complemento en las bebidas de la aerolínea.

| Complemento de Bebidas de la Aerolínea | | |
|--|-----------|-------------|
| SI | 30 | 94% |
| NO | 2 | 6% |
| TAL VEZ | 0 | 0% |
| Total | 32 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”
Elaborado por: Andrés Recalde

Gráfico N° 49: Distribución porcentual del tipo de aprobación para que el producto sea complemento en las bebidas de la aerolínea.



Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”
Elaborado por: Andrés Recalde

El 94% de la población encuestada considera que el producto presentado debería ser un complemento a las bebidas que ofrece la aerolínea a sus pasajeros, mientras que el 6% indica que no es necesario ofrecer este producto a la aerolínea.

PREGUNTA Nº 10d

Nos gustaría conocer sus comentarios y sugerencias sobre esta bebida

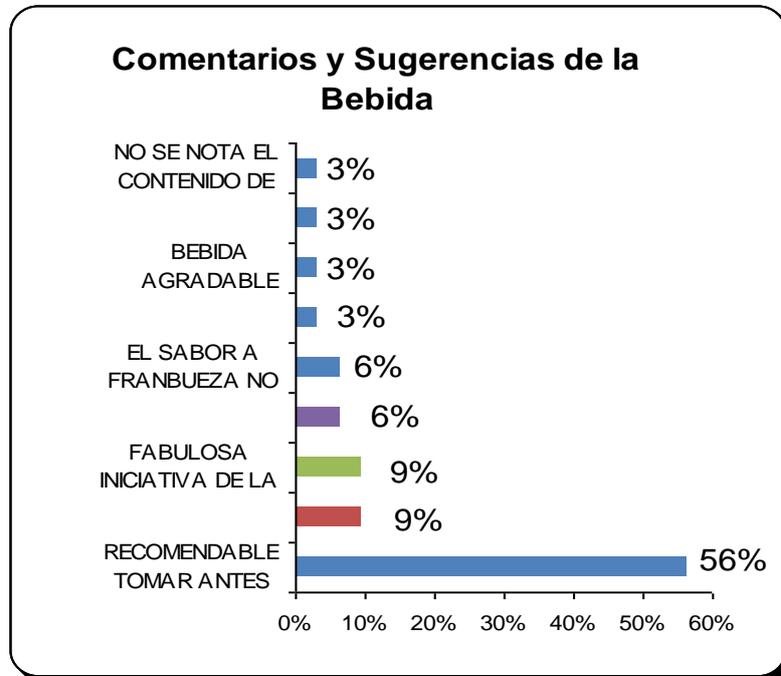
Cuadro Nº 50: Distribución porcentual de la tabulación de comentarios y sugerencia sobre el producto.

| Comentarios y Sugerencias de la Bebida | | |
|---|-----------|-------------|
| RECOMENDABLE TOMAR ANTES DEL VUELO | 18 | 56% |
| COMERCIALIZAR FUERA DE LA AEROLINEA | 3 | 9% |
| FABULOSA INICIATIVA DE LA AEROLINEA | 3 | 9% |
| SE ACOMPAÑARIAN BIEN CON UNAS PICADITAS | 2 | 6% |
| EL SABOR A FRANBUEZA NO SE DEGUSTA MUCHO EN JUGOS | 2 | 6% |
| EXELENTE PARA EL SIST. NERVIOSO | 1 | 3% |
| BEBIDA AGRADABLE | 1 | 3% |
| IMPORTANTE UTILIZAR PRODUCTOS NACIONALES | 1 | 3% |
| NO SE NOTA EL CONTENIDO DE ALCOHOL | 1 | 3% |
| Total | 32 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”
Elaborado por: Andrés Recalde

Gráfico N° 50

Distribución porcentual de la tabulación de comentarios y sugerencia sobre el producto.



Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”
Elaborado por: Andrés Recalde

El 56% de la población encuestada considera que es una bebida muy agradable, seguida de UN 9% de un apoyo para que el producto no solo se generado para aerolíneas sino también dirigida para otro tipo de mercado.

PROPUESTA BEBIDA “ENELDO`S FIZZ”

Características:

Fecha: 30 de Abril del 2011

Primer vuelo 19 pasajeros, de los cuales todos aceptan el consumo de la bebida, excepto un niño.

Segundo vuelo 19 pasajeros, en donde la aerolínea toma aun bebé que tiene mese de edad como pasajero. Tres personas no toman el producto ya que una no da razón, una señora se encuentra en estado de gestación y un cliente de la aerolínea indica nunca tener problemas en su sistema nervioso para el vuelo.

Tres personas desean tomar nuevamente el producto.

Total encuestados: 33

PREGUNTA N° 1e

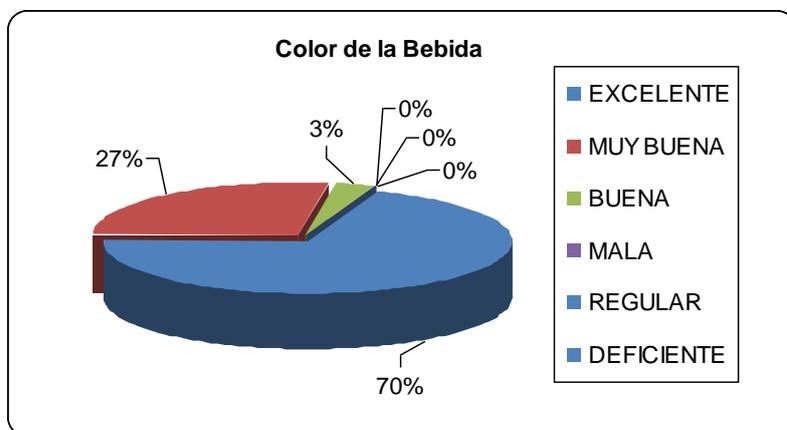
¿Las características que presenta la bebida “Eneldo`s Fizz” como color luego de su degustación es?

Cuadro N° 51: Distribución porcentual del tipo de aprobación del color de la bebida luego de su consumo.

| Color de la Bebida | | |
|---------------------------|-----------|-------------|
| EXCELENTE | 23 | 70% |
| MUY BUENA | 9 | 27% |
| BUENA | 1 | 3% |
| MALA | 0 | 0% |
| REGULAR | 0 | 0% |
| DEFICIENTE | 0 | 0% |
| Total | 33 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”
Elaborado por: Andrés Recalde

Gráfico N° 51: Distribución porcentual del tipo de aprobación del color de la bebida luego de su consumo.



Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”
Elaborado por: Andrés Recalde

El 70% de la población encuestada considera que el color de la bebida es excelente, mientras que en un 27% consecutivamente indica estar muy buena.

PREGUNTA N° 2e

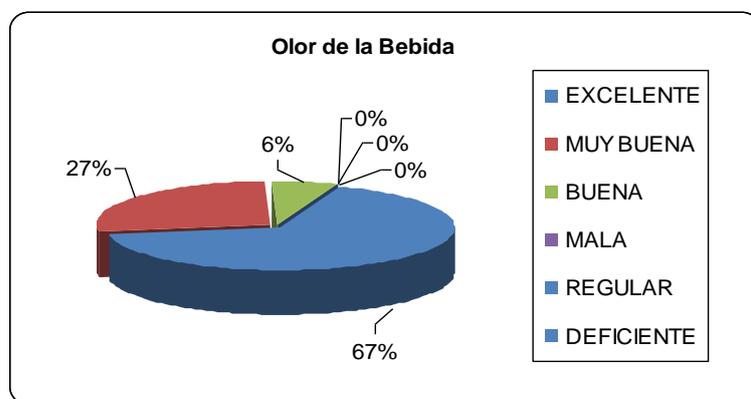
¿Las características que presenta la bebida “Eneldo`s Fizz” como olor luego de su degustación es?

Cuadro N° 52: Distribución porcentual del tipo de aprobación del olor de la bebida luego de su consumo.

| Olor de la Bebida | | |
|-------------------|-----------|-------------|
| EXCELENTE | 22 | 67% |
| MUY BUENA | 9 | 27% |
| BUENA | 2 | 6% |
| MALA | 0 | 0% |
| REGULAR | 0 | 0% |
| DEFICIENTE | 0 | 0% |
| Total | 33 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”
Elaborado por: Andrés Recalde

Gráfico N° 52: Distribución porcentual del tipo de aprobación del olor de la bebida luego de su consumo.



Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”
Elaborado por: Andrés Recalde

El 67% de la población encuestada considera que el olor de la bebida es excelente, mientras que en un 27% opinan que está muy buena, dejando en un disminuido 6% el ítem de buena.

PREGUNTA N° 3e

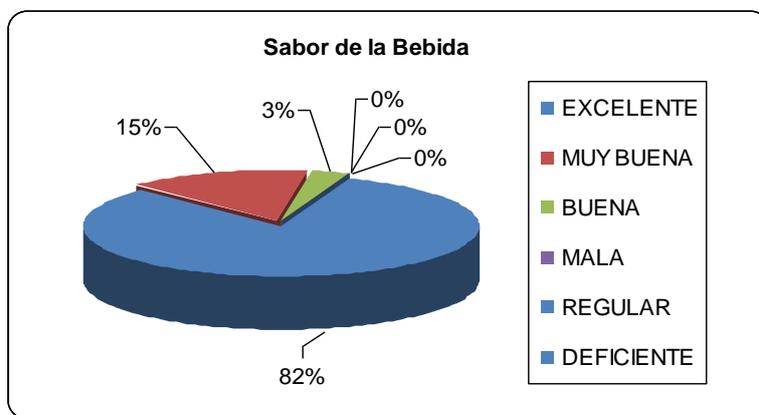
¿Las características que presenta la bebida “Eneldo`s Fizz” como sabor luego de su degustación es?

Cuadro N° 53: Distribución porcentual del tipo de aprobación del sabor de la bebida luego de su consumo.

| Sabor de la Bebida | | |
|--------------------|-----------|-------------|
| EXCELENTE | 27 | 82% |
| MUY BUENA | 5 | 15% |
| BUENA | 1 | 3% |
| MALA | 0 | 0% |
| REGULAR | 0 | 0% |
| DEFICIENTE | 0 | 0% |
| Total | 33 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”
Elaborado por: Andrés Recalde

Gráfico N° 53: Distribución porcentual del tipo de aprobación del sabor de la bebida luego de su consumo.



Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”

Elaborado por: Andrés Recalde

El 82% de la población encuestada considera que el sabor de la bebida luego de su degustación es excelente, mientras que en un 15% considera estar muy buena.

PREGUNTA N° 4e

¿Las características que presenta la bebida “Eneldo`s Fizz” como aroma luego de su degustación es?

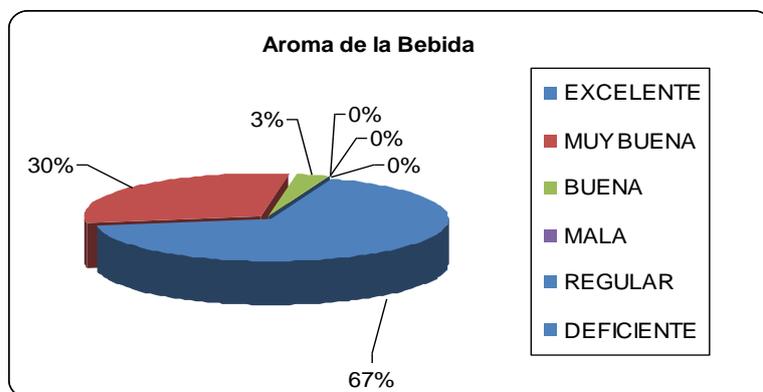
Cuadro N° 54: Distribución porcentual del tipo de aprobación del aroma de la bebida luego de su consumo.

| Aroma de la Bebida | | |
|--------------------|-----------|-------------|
| EXCELENTE | 22 | 67% |
| MUY BUENA | 10 | 30% |
| BUENA | 1 | 3% |
| MALA | 0 | 0% |
| REGULAR | 0 | 0% |
| DEFICIENTE | 0 | 0% |
| Total | 33 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”

Elaborado por: Andrés Recalde

Gráfico N° 54: Distribución porcentual del tipo de aprobación del aroma de la bebida luego de su consumo.



Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”
Elaborado por: Andrés Recalde

El 67% de la población encuestada especulan que el aroma de la bebida es excelente, mientras que en un 30% consideran que es muy buena.

PREGUNTA N° 5e

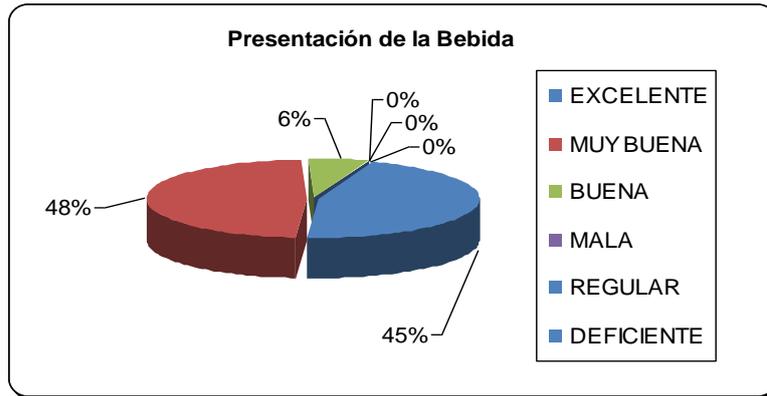
¿Las características que presenta la bebida “Eneldo`s Fizz” como la presentación luego de su degustación es?

Cuadro N° 55: Distribución porcentual del tipo de aprobación de la presentación de la bebida luego de su consumo.

| Presentación de la Bebida | | |
|---------------------------|-----------|-------------|
| EXCELENTE | 15 | 45% |
| MUY BUENA | 16 | 48% |
| BUENA | 2 | 6% |
| MALA | 0 | 0% |
| REGULAR | 0 | 0% |
| DEFICIENTE | 0 | 0% |
| Total | 33 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”
Elaborado por: Andrés Recalde

Gráfico N° 55. Distribución porcentual del tipo de aprobación de la presentación de la bebida luego de su consumo.



Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”
Elaborado por: Andrés Recalde

El 48% de la población encuestada considera que la presentación final de la bebida es muy buena, mientras que en un 45% la observan como excelente.

PREGUNTA Nº 6e

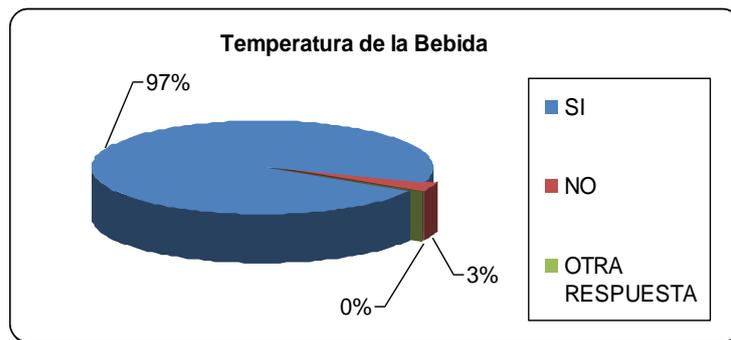
¿La temperatura de la bebida considerando que esta se presenta fría, es de su agrado?

Cuadro Nº 56: Distribución porcentual del tipo agrado a la temperatura de la bebida.

| Temperatura de la Bebida | | |
|--------------------------|-----------|-------------|
| SI | 32 | 97% |
| NO | 1 | 3% |
| OTRA RESPUESTA | 0 | 0% |
| Total | 33 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”
Elaborado por: Andrés Recalde

Gráfico Nº 56: Distribución porcentual del tipo agrado a la temperatura de la bebida.



Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”
Elaborado por: Andrés Recalde

El 97% de la población encuestada considera que la temperatura en la que se presenta la bebida es de su agrado y solo un 3% de los pasajeros no prefieren la bebida fría.

PREGUNTA N° 7e

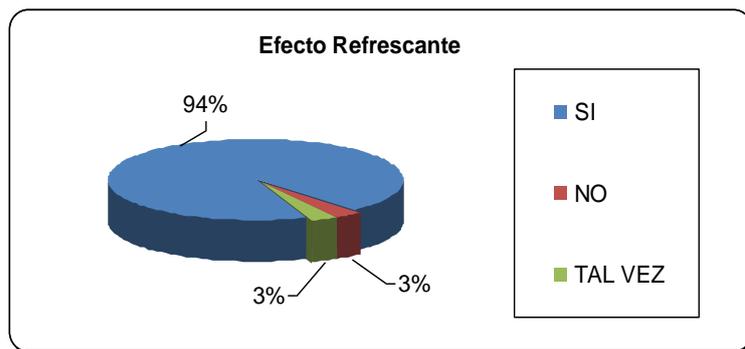
¿La bebida le ha proporcionado un efecto refrescante a su organismo?

Cuadro N° 57: Distribución porcentual de efecto refrescante que causa la bebida al organismo.

| Efecto Refrescante | | |
|--------------------|-----------|-------------|
| SI | 31 | 94% |
| NO | 1 | 3% |
| TAL VEZ | 1 | 3% |
| Total | 33 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”
Elaborado por: Andrés Recalde

Gráfico N° 57: Distribución porcentual de efecto refrescante que causa la bebida al organismo.



Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”
Elaborado por: Andrés Recalde

El 94% de la población encuestada menciona que luego del consumo de la bebida esta le causo un efecto refrescante, y en un mínimo 3% no tuvieron ninguna reacción esperada en su organismo o tal vez apreciaron el efecto causado.

PREGUNTA N° 8e

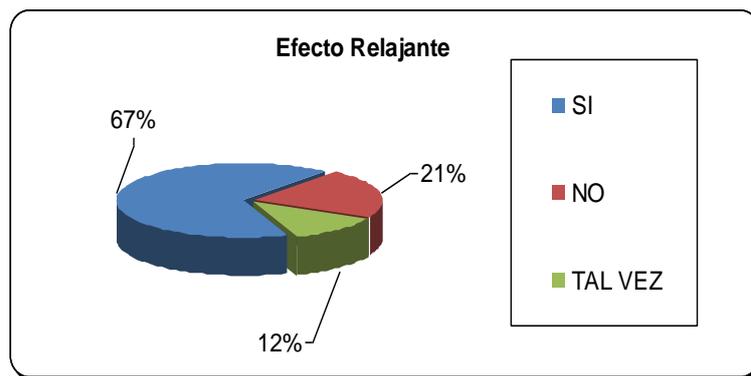
¿La bebida le ha proporcionado un efecto relajante a su organismo?

Cuadro N° 58: Distribución porcentual del tipo de efecto relajante que causa la bebida al organismo.

| Efecto Relajante | | |
|------------------|-----------|-------------|
| SI | 22 | 67% |
| NO | 7 | 21% |
| TAL VEZ | 4 | 12% |
| Total | 33 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”
Elaborado por: Andrés Recalde

Gráfico N° 58: Distribución porcentual del tipo de efecto relajante que causa la bebida al organismo.



Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”
Elaborado por: Andrés Recalde

El 67% de la población encuestada menciona que luego del consumo de la bebida esta le causo un efecto relajante. En un 21% no apreciaron ninguna consecuencia en su organismo, seguido de un 12% en donde talvez hubo una reacción por este efecto.

PREGUNTA N° 9e

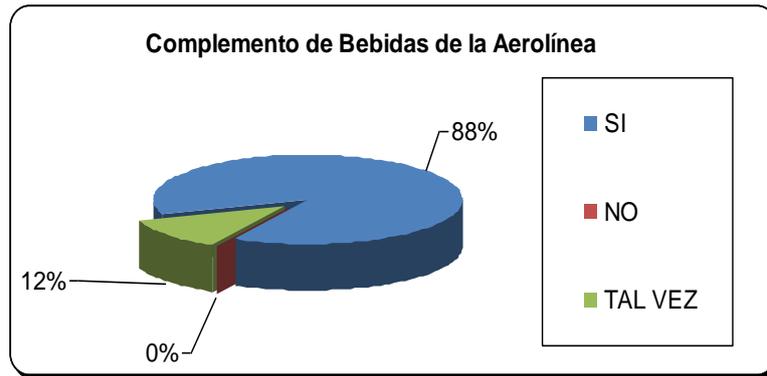
¿Le gustaría que este tipo de bebidas sean un complemento a las bebidas ofrecidas antes, durante y después del viaje?

Cuadro N° 59: Distribución porcentual del tipo de aprobación para que el producto sea complemento en las bebidas de la aerolínea.

| Complemento de Bebidas de la Aerolínea | | |
|--|-----------|-------------|
| SI | 38 | 88% |
| NO | 0 | 0% |
| TAL VEZ | 5 | 12% |
| Total | 43 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”
Elaborado por: Andrés Recalde

Gráfico N° 59: Distribución porcentual del tipo de aprobación para que el producto sea complemento en las bebidas de la aerolínea.



Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”
Elaborado por: Andrés Recalde

El 88% de la población encuestada considera que el producto presentado debería ser un complemento a las bebidas que ofrece la aerolínea a sus pasajeros, mientras que el 12% indica que esta podría ser una alternativa que ingrese a la aerolínea para su innovación en esta área.

PREGUNTA N° 10e

Nos gustaría conocer sus comentarios y sugerencias sobre esta bebida

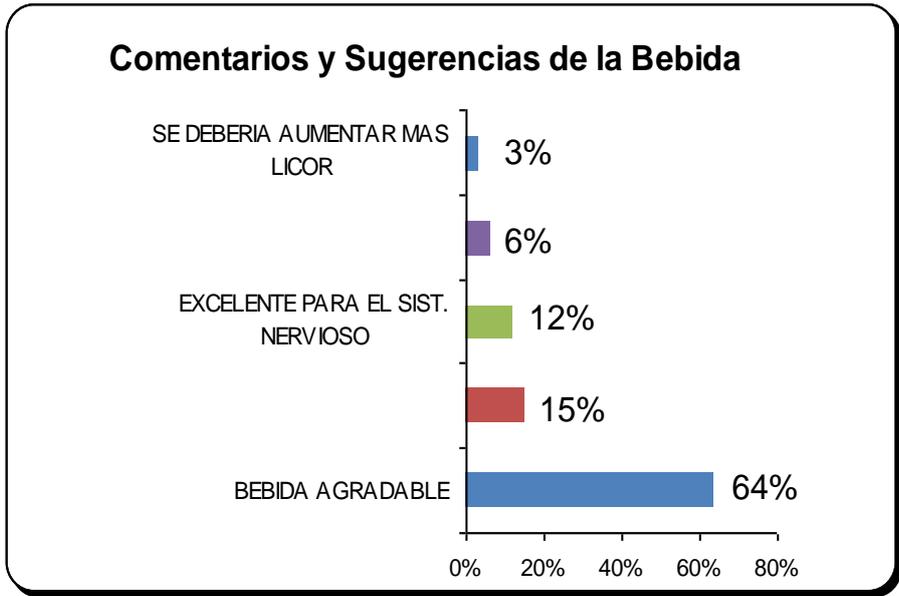
Cuadro N° 60

Distribución porcentual de la tabulación de comentarios y sugerencia sobre el producto.

| Comentarios y Sugerencias de la Bebida | | |
|---|-----------|-------------|
| BEBIDA AGRADABLE | 21 | 64% |
| NO SE VE ATRACTIVA SU PREPARACIÓN | 5 | 15% |
| EXCELENTE PARA EL SIST. NERVIOSO | 4 | 12% |
| BUENA INICIATIVA PARA PROMOVER PRODUCTOS NACIONALES | 2 | 6% |
| SE DEBERIA AUMENTAR MAS LICOR | 1 | 3% |
| Total | 33 | 100% |

Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”
Elaborado por: Andrés Recalde

Gráfico N° 60: Distribución porcentual de la tabulación de comentarios y sugerencia sobre el producto.



Fuente: Encuesta realizada a clientes de aerolínea “Saereo”
Elaborado por: Andrés Recalde

El 64% de la población encuestada considera que es una bebida muy agradable, seguida de un 15% de un comentario en el que indica que no es atractiva la elaboración de la bebida aunque el sabor dice todo lo contrario.

MARCO CONCLUSIVO

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.2 Conclusiones

- Se identificó varias especias que se producen en nuestro país, todas ellas con una característica en común, proporcionar un efecto de relajación al sistema nervioso del cuerpo humano.
- Las especias que se escogieron para la preparación de las bebidas fueron por cumplir en su mayor parte con el requerimiento del proyecto, es por ello la elaboración de 5 recetas que permitan una elección por parte del cliente.
- Su proceso de elaboración permite obtener los sabores, texturas, olores, entre otras cosas que dan realce a una bebida, por lo que la técnica de la maceración y su mezcla directa de los ingredientes nos ayudan de manera favorable para generar este producto nutritivo.
- En general, todas las bebidas tuvieron mucha acogida teniendo con una inclinación a productos realizados con especias naturales, de preferencia que estén fríos o al clima, lo cual permitiría iniciar una innovación en el área de alimentos y bebidas de las aerolíneas.

4.3 Recomendaciones

- Se recomienda disminuir la cantidad de ingredientes que pueden ser de mayor pronunciación las cuales disminuyan el sabor o valor nutricional de las bebidas.
- De la misma manera, es aconsejable ofrecer las bebidas antes del vuelo para evitar algún tipo de alteración en el organismo.
- Tomando en cuenta la observación de los pasajeros se debería utilizar más sabores como variedad e impulsar el producto también en nichos de mercado que no este enfocado solo a aerolíneas.

CAPITULO V

LA PROPUESTA

5.1 *Resumen Ejecutivo*

La elaboración de la bebida permite innovar el servicio que ofrece el área de alimentos y bebidas de las aerolíneas y genera un beneficio a los consumidores por ingerir productos nacionales y naturales.

5.2 *Datos Informativos*

5.2.1 *Tema:*

“Preparación de una bebida gratificante y relajante en base a especias aromáticas para ser proporcionada a pasajeros que utilizan el servicio de aerolíneas”

5.2.2 *Responsable:*

Sr. Edison Andrés Recalde Aguas.

5.2.3 *Beneficiarios:*

Los beneficiarios del proyecto son los usuarios de Saereo S.A.

5.2.4 *Presupuesto de ejecución:*

El monto que se ha designado para la ejecución de la propuesta de bebidas para aerolíneas equivale a los siguientes rubros:

Cuadro N° 61

Distribución del Presupuesto para la ejecución del proyecto.

| Costo de Elaboración de la Propuesta | |
|--------------------------------------|------------------|
| Materia Prima (Compras) | \$ 206,77 |
| Trasporte | \$ 14,75 |
| Alquiler de Menaje | \$ 20,66 |
| Recurso Materiales | \$ 6,42 |
| Total | \$ 248,60 |

Elaborado por: Andrés Recalde

5.2.5 Plazo:

El tiempo utilizado para aplicar ejecutar el plan piloto de degustación de las bebidas fue de 5 días laborables para la aerolínea. La propuesta se pondrá en práctica hasta el año 2012

5.2.6 Financiamiento:

El tipo de financiamiento está a cargo del investigador en un 85%, mientras que el 15% restante se lo obtuvo a través de un aporte obtenido en el IECE.

5.2.7 Recursos y convenios:

- *Recursos materiales*
 - Menaje de Cocina
 - Impresiones y copias para aplicar encuestas
 - Materia Prima
- *Recursos financieros*
 - Prestamos del IECE
 - Gasto personal
- *Talento humano*
 - Representante de la elaboración de la propuesta (Sr. Andrés Recalde)
 - Ayudante para la elaboración de la Propuesta (Sra. Lourdes Aguas)

5.3 Antecedentes

Las aerolíneas están enfocadas a dar un servicio de calidad antes, durante y después del viaje, preocupándose más de la seguridad y el confort de los pasajeros. Una parte del catering de este medio de transporte son las bebidas, en donde se ofrece una repetitiva gama de productos como los jugos con sabor artificial, gaseosas, entre otros, dejando atrás el consumo de productos naturales.

5.4 Justificación

Un producto novedoso es lo que desea el cliente de hoy en día en las aerolíneas, que complemente el servicio que brinda este tipo de transporte, brindando relax y seguridad durante el viaje.

En tal virtud se pretende motivar a los viajeros al consumo de productos netamente naturales y realizados a base de componentes (ingredientes) originarios de nuestro país, obteniendo un beneficio de relax y placer al individuo sin consecuencias secundarias que afecten la salud.

5.5 Objetivos:

5.5.1 Objetivo General

- Crear una bebida relajante que sea del agrado de las personas que utilizan los servicios de transporte aéreos en viajes nacionales e internacionales mediante un producto innovador en este segmento de mercado.

5.5.2 Objetivos Específicos

- Elaborar la bebida en presencia de los pasajeros para que conozcan el contenido de la misma.
- Ofrecer el producto natural y de fácil preparación en cualquier momento del viaje.

5.6 Análisis de Factibilidad e Impactos

Factibilidad Social:

Considerando la crisis económica y las repercusiones que muchos productos tienen sobre la salud física y mental de los usuarios, es totalmente factible incentivar a cambios en el ámbito Gastronómico que traigan beneficios en los hábitos alimenticios y nutricionales.

Factibilidad económico-financiera:

Las facilidades que proporcionan ahora las instituciones financieras nos permiten realizar este proyecto con toda disposición y comodidad.

Factibilidad ambiental:

El tipo de producto utilizado para la elaboración de las distintas bebidas son encontradas con toda facilidad lo cual no genera ningún tipo de afectación o impacto negativo al medio ambiente.

5.7 Fundamentación Técnica

5.7.1 FODA

Cuadro N° 62

Distribución de factores positivos y negativos que afectan interna y externamente al proyecto.

| FORTALEZAS (F) | OPORTUNIDADES (O) |
|---|--|
| Es una bebida natural Causa efectos positivos al organismo Buen servicio. Atención Inmediata y oportuna Producto de Calidad | Obtención de nuevos nichos de mercado Generar fuentes de Ingreso Captar mercados que no estén vinculados con aerolíneas. |
| DEBILIDADES (D) | AMENAZAS (A) |
| Bebidas desconocidas para el cliente. Poco conocimiento del perfil del cliente. Espacio físico reducido | Perder aceptación del producto. Disminuir el mercado potencial por el ingreso de otros productos con mayor promoción |

Elaborado por: Andrés Recalde

5.7.2 Estudio de mercado

Mercado potencial

Son los clientes frecuentes de aerolíneas quienes por conocer el servicio que le brinda una aerolínea estarán de acuerdo en incursionar con este producto en este medio de transporte.

Perfil del cliente

Los clientes son personas de un nivel socio – económico estable medio – alto. La propuesta está dirigida para personas de toda edad.

Producto

El servicio como producto y la comprensión de las dimensiones de las cuales está compuesto es fundamental para el éxito de cualquier organización de marketing de servicios. Como ocurre con los bienes, los clientes exigen beneficios y satisfacciones de los productos de servicios. Se debe saber “crear un producto nuevo o mejorar un producto existente que cubra las necesidades del mercado«. Darle un producto adecuado al mercado es definir un producto (funciones, calidad, empaque, etc.) de acuerdo a sus necesidades.

Plan de marketing

Plaza: La venta directa es el método escogido de distribución para un servicio por elección o debido a la inseparabilidad del servicio y del proveedor. Se selecciona la venta directa por elección, para sacar ventajas de marketing como mantener un mejor control del servicio.

Precio: Las decisiones sobre precio son de una importancia capital en la estrategia de marketing tanto para las de consumo como para servicios. En un estudio exploratorio que hicimos previo a la ejecución de la propuesta, se detectó que el precio, en opinión de los ejecutivos, era la variable de marketing más importante y la de mayor frecuencia en la toma de decisiones con respecto al manejo de las recetas estándar los precios son accesibles, cómodos. Es de decir, el precio está basado al costo y al mercado.

Publicidad: La promoción de los servicios y productos puede ser realizada a través de dos formas tradicionales, de tal manera de poder influir en las degustaciones de los de productos. Estas formas son:

- Venta personal: definida como la presentación personal de los servicios en una conversación con uno o más futuros compradores con el propósito de hacer ventas.
- Promoción de ventas (degustaciones): actividades de marketing distintas a la publicidad, venta personal y relaciones públicas que estimulan las compras de los clientes y el uso y mejora de efectividad del distribuidor.

Evaluación

Los resultados se reflejan a partir de las encuestas de satisfacción sobre los productos realizados en donde se obtuvo los siguientes resultados.

De acuerdo a la información obtenida por parte de los clientes frecuentes y no frecuentes de la aerolínea se determina que el proyecto es rentable de acuerdo al capacidad financiera que este lleva ya que aplicando la formula establecida por el "VAN" los resultados que expulsa es superior al cero, lo cual indica que está sobre el punto de equilibrio obteniendo una ganancia favorable.

No hay ningún tipo de un mal impacto ambiental ya que los producto utilizados son de gran producción lo cual no genera escases ni daños a la naturaleza.

5.7.3 Visión

Ser líderes en el campo de Alimentos y Bebidas en aerolíneas para brindar este servicio a todo el sector aeroportuario del país y América Latina.

5.7.4 Misión

Proporcionar estrategias claras y oportunas para la correcta administración y atención en el área de Alimentos y Bebidas de aerolíneas, que generen satisfacción en los clientes y permitan obtener mayores ingresos.

RECETARIO

Receta Estándar 1:

Nombre del cóctel: Frozen Tropical

Código: 001

Número de porciones: 1 vaso

Peso por porción: 250 ml

Fecha de elaboración: 01/04/2011

Cuadro N° 63

Distribución de ingredientes con costos y pesos (brutos) para elaboración de bebida

| INGREDIENTES | | | | | |
|-------------------|--------------------|--------|-----------------|--------|------|
| INGREDIENTES | CANTIDAD | PRECIO | PRECIO UNITARIO | | % |
| Néctar de durazno | 1000 ml. / 32 onz. | \$1,61 | \$0,0503 | c/onz. | 80% |
| Granadina | 500 ml / 16 onz. | \$1,59 | \$0,0993 | c/onz. | 20% |
| Perejil | 200 gr. | \$0,45 | \$0,002 | c/gr. | 100% |
| Clavo de Olor | 12 gr. | \$0,48 | \$0,04 | c/gr. | 90% |
| Hielo | 500 gr. | \$0,70 | \$0,001 | c/gr. | 50% |

Elaborado por: Andrés Recalde

Cuadro N° 64

Distribución de ingredientes con costos y pesos (netos) para elaboración de bebida

| INGREDIENTES | | | | |
|-------------------|----------|-----------------|--------|--------------|
| INGREDIENTES | CANTIDAD | PRECIO UNITARIO | | PRECIO TOTAL |
| Néctar de durazno | 2 onz | \$0,0503 | c/onz. | \$0,1006 |
| Granadina | 1 onz. | \$0,0993 | c/onz. | \$0,0993 |
| Perejil | 50 gr. | \$0,002 | c/gr. | \$0,10 |
| Clavo de Olor | 5 gr. | \$0,04 | c/gr. | \$0,20 |
| Hielo | 15 gr. | \$0,001 | c/gr. | \$0,02 |

| | |
|---------------|---------------|
| TOTAL: | \$0,52 |
|---------------|---------------|

Elaborado por: Andrés Recalde

Cuadro N° 65

Cálculo de P.V.P de la receta

| |
|----------------------------------|
| $CMP = \$ 0,52 + 10\% = \$ 0,57$ |
|----------------------------------|

| |
|-------------------------------------|
| $PVP = CMP * 100 / MC$ |
| |
| $PVP = \$0,57 * 100 / 28 = \$ 2,04$ |

| |
|------------------------|
| $PVP + 22\% = \$ 2,49$ |
|------------------------|

Elaborado por: Andrés Recalde

➤ **PROCEDIMIENTO:**

1. Licuar el perejil con agua y el clavo de olor, cernir y separar el líquido. (1)
2. En la licuadora mezclar (1) con el néctar de durazno y la granadina. Agregar hielo cilíndrico y licuar hasta triturar el hielo y mezclar los ingredientes.
3. Servir en un vaso largo.
4. Decorara con hojas de menta o una rodaja de naranja al borde, poner un removedor y un sorbete.

➤ **ANALIS NUTRICIONAL:**

Cuadro N° 66

Distribución de ingredientes con valor nutricional

| ALIMENTO | CANT. | KCAL | PROTEINAS | GRASAS | CH2O | FIBRA |
|-------------------|--------|-------|-----------|--------|-------|-------|
| Néctar de Durazno | 2 onz | 28,57 | 0,29 | 0,00 | 6,57 | 0,29 |
| Granadina | 1 onz. | 76,18 | 0,00 | 0,00 | 20,95 | 0,00 |
| Perejil | 50 gr. | 31,5 | 1,65 | 0,5 | 6,55 | 0,9 |

| | | | | | | |
|---------------|-------------------|---------------|--------------|--------------|--------------|-------------|
| Clavo de Olor | 5 gr. | 2,1 | 0,035 | 0,035 | 0,42 | 0,03 |
| Hielo | 15 gr. | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| TOTAL | 155,71 gr. | 138,35 | 1,975 | 0,535 | 34,49 | 1,22 |

Elaborado por: Andrés Recalde

➤ **PROPIEDAD Y BENEFICIO PARA EL VIAJERO:**

La bebida proporciona efectos antioxidantes, contra el estrés, anti-envejecimiento, protege contra el sol, anti-anémico y estimula la digestión.

Receta Estándar 2

Nombre del cóctel: Limonada con té helado.

Código: 002

Numero de porciones: 1 vaso

Peso por porción: 250 ml

Fecha de elaboración: 01/04/2011

Cuadro N° 67

Distribución de ingredientes con costos y pesos (brutos) para elaboración de bebida

| INGREDIENTES | | | | | |
|--------------------------|---------------------|--------|-----------------|-------|------|
| INGREDIENTES | CANTIDAD | PRECIO | PRECIO UNITARIO | | % |
| Limón Meyer | 1 und. | \$0,15 | \$0,15 | c/u | 100% |
| Azúcar | 1 kg. / 1000 gr. | \$0,84 | \$0,00084 | c/gr. | 15% |
| Te mosqueta | 1000 ml / 32 onz | \$0,25 | \$0,0078 | c/onz | 100% |
| Crema de Menta blanca | 750 ml / 24 onz | \$7,27 | \$0,3029 | c/onz | 80% |
| Naranja | 1 und. | \$0,10 | \$0,10 | c/u | 2% |

| | | | | | |
|-------|---------|--------|---------|-------|-----|
| Hielo | 500 gr. | \$0,70 | \$0,001 | c/gr. | 50% |
|-------|---------|--------|---------|-------|-----|

Elaborado por: Andrés Recalde

Cuadro N° 68

Distribución de ingredientes con costos y pesos (netos) para elaboración de bebida

| INGREDIENTES | | | | |
|--------------------------|----------|-----------------|-------|---------------|
| INGREDIENTES | CANTIDAD | PRECIO UNITARIO | | PRECIO TOTAL |
| Limón Meyer | ½ und. | \$0,15 | c/u | \$0,075 |
| Azúcar | 30 gr. | \$0,00084 | c/gr. | \$0,025 |
| Te mosqueta | 2 onz | \$0,0078 | c/onz | \$0,016 |
| Crema de Menta blanca | 1 onz | \$0,3029 | c/onz | \$0,3029 |
| Naranja | 1/8 und. | \$0,10 | c/u | \$0,0125 |
| Hielo | 5 gr. | \$0,001 | c/gr. | \$0,01 |
| TOTAL: | | | | \$0,45 |

Elaborado por: Andrés Recalde

Cuadro N° 69

Cálculo de P.V.P de la receta

$$\text{CMP} = \$ 0,45 + 10\% = \$ 0,50$$

$$\text{PVP} = \text{CMP} * 100 / \text{MC}$$

$$\text{PVP} = \$0,50 * 100 / 28 = \$ 1,79$$

$$\text{PVP} + 22\% = \$ 2,18$$

Elaborado por: Andrés Recalde

➤ **PROCEDIMIENTO:**

1. Pelar el limón meyer y licuar con el agua y el azúcar. (1)
2. Prepara el te y este debe estar endulzado al gusto. (2)
3. En un vaso largo o vaso highball poner hielo y agregar la mezcla (1) y (2) junto con la crema de menta.
4. Mezclar suavemente con una cuchara de bar.
5. Decorara con la corteza de limón en espiral dentro del vaso y una rodaja de naranja en el borde.
6. Se puede ocupar crema de menta verde si no tenemos a disposición la blanca.

➤ **ANALIS NUTRICIONAL:**

Cuadro N° 70

Distribución de ingredientes con valor nutricional

| ALIMENTO | CANT. | KCAL | PROTEINAS | GRASAS | CH2O | FIBRA |
|-----------------------|-------------------|---------------|-------------|-------------|--------------|-------------|
| Limón Meyer | ½ und. | 11,4 | 0,24 | 0,06 | 3,24 | 0,48 |
| Azúcar | 30 gr. | 115,8 | 0,24 | 0,06 | 29,91 | 0,00 |
| Te mosqueta | 2 onz | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 28,57 | 0,00 |
| Crema de Menta blanca | 1 onz | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Naranja | ⅓ und. | 3,00 | 4,00 | 1,00 | 1,04 | 1,00 |
| Hielo | 5 gr. | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| TOTAL | 160,71 gr. | 130,20 | 4,48 | 1,12 | 62,76 | 1,48 |

Elaborado por: Andrés Recalde

➤ **PROPIEDAD Y BENEFICIO PARA EL VIAJERO:**

La bebida proporciona vitaminas C, B, K, ácido cítrico, pectina, caroteno. Es laxante, diurético, anti-oxidante, astringente, contra las infecciones, regula los desequilibrios inmunológicos, contra el cansancio.

Receta Estándar 3

Nombre del cóctel: Fruit Cup.

Código: 003

Numero de porciones: 4 pax

Peso por porción: 250 ml

Fecha de elaboración: 01/04/2011

Cuadro N° 71

Distribución de ingredientes con costos y pesos (brutos) para elaboración de bebida

| INGREDIENTES | | | | | |
|----------------------|------------------|--------|-----------------|-------|------|
| INGREDIENTES | CANTIDAD | PRECIO | PRECIO UNITARIO | | % |
| Crema de menta verde | 750 ml / 24 onz | \$7,27 | \$0,3029 | c/onz | 70% |
| Manzana | 1 kg. / 1000 gr. | \$2,02 | \$0,0020 | c/gr. | 90% |
| Duraznos en almíbar | 820 gr. | \$1,94 | \$0,0024 | c/gr. | 75% |
| Albahaca | 50 gr. | \$0,75 | \$0,015 | c/gr. | 100% |
| Romero | 45 gr. | \$0,49 | \$0,0108 | c/gr. | 100% |
| Hojas de menta | 45 gr. | \$0,49 | \$0,0108 | c/gr. | 5% |
| Azúcar | 2 kg. / 2000 gr. | \$1,68 | \$0,00084 | c/gr. | 40% |
| Hielo | 500 gr. | \$0,70 | \$0,001 | c/gr. | 50% |

Elaborado por: Andrés Recalde

Cuadro N° 72

Distribución de ingredientes con costos y pesos (netos) para elaboración de bebida

| INGREDIENTES | | | | |
|----------------------|----------|-----------------|-------|--------------|
| INGREDIENTES | CANTIDAD | PRECIO UNITARIO | | PRECIO TOTAL |
| Crema de menta verde | 2 ½ onz | \$0,6058 | c/onz | \$0,76 |

| | | | | |
|----------------------------|---------|-----------|-------|---------------|
| Manzana | 40 gr. | \$0,004 | c/gr. | \$0,08 |
| Duraznos en almíbar | 60gr. | \$0,0048 | c/gr. | \$0,14 |
| Albahaca | 40 gr. | \$0,03 | c/gr. | \$0,6 |
| Romero | 30 gr. | \$0,0216 | c/gr. | \$0,3 |
| Hojas de menta | 10 gr. | \$0,0216 | c/gr. | \$0,1 |
| Azúcar | 380 gr. | \$0,00168 | c/gr. | \$0,32 |
| Hielo | 30 gr. | \$0,001 | c/gr. | \$0,03 |
| TOTAL: | | | | \$2,33 |

Elaborado por: Andrés Recalde

Cuadro N° 73

Cálculo de P.V.P de la receta

$$\text{CMP} = \$ 1,17 + 10\% = \$ 1,29$$

$$\text{PVP} = \text{CMP} * 100 / \text{MC}$$

$$\text{PVP} = \$1,29 * 100 / 28 = \$ 4,61$$

$$\text{PVP} + 22\% = \$ 5,62$$

Elaborado por: Andrés Recalde

➤ **PROCEDIMIENTO:**

1. Cortar la manzana y el durazno en brunoisse. (1)
2. En una olla calentar agua y poner la albahaca junto con el romero. Cernir, y dejar enfriar. (2)
3. En una olla calentar a temperatura media el agua y verter el azúcar, agitar y reservar (jarabe de goma).

4. Poner en una jarra las mezclas (1), (2) y el jarabe de goma, junto con la crema de menta y dejar macerar de 15 a 20 min. En la refrigeradora.
5. En un baso largo poner una rodaja de naranja y macerar un poco, agregar la mezcla obtenida y decorar con hojas de menta.

➤ **ANALIS NUTRICIONAL:**

Cuadro N° 74

Distribución de ingredientes con valor nutricional

| ALIMENTO | CANT. | KCAL | PROTEINAS | GRASAS | CH2O | FIBRA |
|----------------------|-------------------|---------------|-------------|-------------|------------|-------------|
| Crema de menta verde | 2 ½ onz | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Manzana | 40 gr. | 39,60 | 0,32 | 0,08 | 10,56 | 1,20 |
| Duraznos en almíbar | 60gr. | 49,80 | 0,36 | 0,12 | 11,82 | 0,00 |
| Albahaca | 40 gr. | 16,80 | 1,72 | 0,64 | 2,08 | 0,52 |
| Romero | 30 gr. | 60,00 | 1,5 | 3,00 | 12,00 | 0,00 |
| Hojas de menta | 10 gr. | 6,7 | 0,37 | 0,09 | 0,68 | 0,8 |
| Azúcar | 380 gr. | 1466,80 | 3,04 | 0,76 | 378,86 | 0,00 |
| Hielo | 30 gr. | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| TOTAL | 661,43 gr. | 1639,7 | 7,31 | 4,69 | 416 | 2,52 |

Elaborado por: Andrés Recalde

➤ **PROPIEDAD Y BENEFICIO PARA EL VIAJERO:**

La bebida favorece la digestión, espasmos gástricos, abre el apetito, vómitos, malestar intestinal, inflamación gingival, favorece la producción de leche en las mamás que están en la lactancia. Apoya el sistema circulatorio y nervioso, también es beneficioso para la hipotensión (tensión baja) el agotamiento o estrés.

Receta Estándar 4

Nombre del plato: Mix de Frambuesa.

Código: 004

Numero de porciones: 1 pax

Peso por porción: 250 ml.

Fecha de elaboración: 01/04/2011

Cuadro N° 75

Distribución de ingredientes con costos y pesos (brutos) para elaboración de bebida

| INGREDIENTES | | | | | |
|--------------------|--------------------|--------|-----------------|-------|------|
| INGREDIENTES | CANTIDAD | PRECIO | PRECIO UNITARIO | | % |
| Pulpa de Frambuesa | 450 gr. | \$3,34 | \$0,0074 | c/gr. | 90% |
| Azúcar | 1 kg. / 1000 gr. | \$0,84 | \$0,0008 | c/gr. | 25% |
| Eneldo | 500 gr. | \$0,50 | \$0,001 | c/gr. | 100% |
| Limón | 1 und. | \$0,05 | \$0,05 | c/u | 15% |
| Zumo de Limón | 1 lt. / 32 onz | \$1,43 | \$0,044 | c/onz | 5% |
| Hierba Buena | 45 gr. | \$0,51 | \$0,011 | c/gr. | 45% |
| Champagne | 750 ml / 24 onz | \$4,44 | \$0,19 | c/onz | 60% |
| Hielo | 500 gr. | \$0,70 | \$0,001 | c/gr. | 50% |

Elaborado por: Andrés Recalde

Cuadro N° 76

Distribución de ingredientes con costos y pesos (netos) para elaboración de bebida

| INGREDIENTES | | | | |
|--------------|----------|-----------------|-------|--------------|
| INGREDIENTES | CANTIDAD | PRECIO UNITARIO | | PRECIO TOTAL |
| Pulpa de | 300 gr. | \$0,0074 | c/gr. | \$2,22 |

| | | | | |
|----------------------|----------------------|----------|-------|---------------|
| Frambuesas | | | | |
| Azúcar | 125 gr. | \$0,0008 | c/gr. | \$0,10 |
| Eneldo | 250 gr. | \$0,001 | c/gr. | \$0,25 |
| Limón | 2 und. | \$0,05 | c/u | \$0,10 |
| Zumo de Limón | 3 onz | \$0,044 | c/onz | \$0,13 |
| Hierba Buena | 40 gr. | \$0,011 | c/gr. | \$0,44 |
| Champagne | 175 ml. / 5 ½ onz | \$0,19 | c/onz | \$1,04 |
| Hielo | 20 gr. | \$0,001 | c/gr. | \$0,02 |
| TOTAL: | | | | \$4,30 |

Elaborado por: Andrés Recalde

Cuadro N° 77

Cálculo de P.V.P de la receta

$$\text{CMP} = \$ 0,86 + 10\% = \$ 0,95$$

$$\text{PVP} = \text{CMP} * 100 / \text{MC}$$

$$\text{PVP} = \$0,95 * 100 / 28 = \$ 3,39$$

$$\text{PVP} + 22\% = \$ 4,14$$

Elaborado por: Andrés Recalde

➤ **PROCEDIMIENTO:**

1. Cocinar el eneldo y poner unas gotas de limón antes que este lista para que mantenga un aroma y sabor parecido al anís. (1)
2. En un vaso largo poner hojas de hierba buena con un dash de zumo de limón y jarabe de goma o azúcar, y procedemos a macerar (estrujar).

3. Agregar hielo, el champagne, la mezcla (1) y la pulpa de frutas.
4. Mezclar suavemente con una cuchareta.
5. Decorar con un slice de manzana en el borde u hojitas de menta.

➤ **ANALIS NUTRICIONAL:**

Cuadro N° 78

Distribución de ingredientes con valor nutricional

| ALIMENTO | CANT. | KCAL | PROTEINAS | GRASAS | CH2O | FIBRA |
|----------------------------|----------------------|---------------|--------------|-------------|---------------|------------|
| Pulpa de Frambuesas | 300 gr. | 109,09 | 0,00 | 0,00 | 27,27 | 0,00 |
| Azúcar | 125 gr. | 482,5 | 1,00 | 0,25 | 124,62 | 0,00 |
| Eneldo | 250 gr. | 130 | 7,25 | 0,00 | 18,25 | 0,00 |
| Limón | 2 und. | 28 | 1,30 | 0,10 | 8,60 | 0,10 |
| Zumo de Limón | 3 onz | 18,86 | 0,00 | 0,00 | 4,63 | 0,00 |
| Hierba Buena | 40 gr. | 26,08 | 1,5 | 0,37 | 2,75 | 3,2 |
| Champagne | 175 ml. / 5 ½ onz | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Hielo | 20 gr. | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| TOTAL | 1077,84 gr. | 794,53 | 11,05 | 0,72 | 186,12 | 3,3 |

Elaborado por: Andrés Recalde

➤ **PROPIEDAD Y BENEFICIO PARA EL VIAJERO:**

La bebida ofrece un ligero efecto sedante. Tiene propiedades estimulantes.

Receta Estándar 5

Nombre del cóctel: Eneldo`s Fizz.

Código: 005

Numero de porciones: 1 vaso

Peso por porción: 250ml.

Fecha de elaboración: 01/04/2011

Cuadro N° 79

Distribución de ingredientes con costos y pesos (brutos) para elaboración de bebida

| INGREDIENTES | | | | | |
|----------------|---------------------|---------|-----------------|-------|------|
| INGREDIENTES | CANTIDAD | PRECIO | PRECIO UNITARIO | | % |
| Azúcar | 1 kg. / 1000 gr. | \$0,84 | \$0,0008 | c/gr. | 45% |
| Zumo de limón | 1000 ml / 32 onz | \$1,43 | \$0,04 | c/onz | 30% |
| Vodka | 750 ml / 24 onz | \$16,50 | \$0,69 | c/onz | 80% |
| Soda Blanca | 1750 ml / 56 onz | \$0,92 | \$0,02 | c/onz | 30% |
| Clara de huevo | 1 und | \$0,12 | \$0,12 | c/u | 70% |
| Eneldo | 500 gr. | \$0,50 | \$0,001 | c/gr. | 100% |
| Hielo | 500 gr. | \$0,70 | \$0,001 | c/gr. | 50% |

Elaborado por: Andrés Recalde

Cuadro N° 80

Distribución de ingredientes con costos y pesos (netos) para elaboración de bebida

| INGREDIENTES | | | | |
|-----------------------|-----------------|-----------------|-------|---------------|
| INGREDIENTES | CANTIDAD | PRECIO UNITARIO | | PRECIO TOTAL |
| Azúcar | 187 gr. | \$0,0008 | c/gr. | \$0,15 |
| Zumo de limón | ½ onz. | \$0,04 | c/onz | \$0,02 |
| Vodka | ½ onz. | \$0,69 | c/onz | \$0,35 |
| Soda Blanca | 2 onz. | \$0,02 | c/onz | \$0,04 |
| Clara de huevo | 1 und | \$0,12 | c/u | \$0,12 |
| Eneldo | 90 gr. / 3 onz. | \$0,001 | c/gr. | \$0,09 |
| Hielo | 10 gr. | \$0,001 | c/gr. | \$0,01 |
| TOTAL: | | | | \$0,78 |

Elaborado por: Andrés Recalde

Cuadro N° 81

Cálculo de P.V.P de la receta

$$\text{CMP} = \$ 0,78 + 10\% = \$ 0,86$$

$$\text{PVP} = \text{CMP} * 100 / \text{MC}$$

$$\text{PVP} = \$ 0,86 * 100 / 28 = \$ 3,07$$

$$\text{PVP} + 22\% = \$ 3,75$$

Elaborado por: Andrés Recalde

➤ **PROCEDIMIENTO:**

1. En una olla calentar a temperatura media el agua y verter el azúcar, agitar y reservar (jarabe de goma).
2. Poner todos los ingredientes en una coctelera y batir.

3. En un vaso largo con hielo poner el líquido de la coctelera y agregar la soda la final.
4. Decorar con una cereza al fondo y una rodaja de limón al borde del vaso. Poner sorbete y removedor.

➤ **ANALIS NUTRICIONAL:**

Cuadro N° 82

Distribución de ingredientes con valor nutricional

| ALIMENTO | CANT. | KCAL | PROTEINAS | GRASAS | CH2O | FIBRA |
|-----------------------|--------------------|---------------|-------------|-------------|---------------|-------------|
| Azúcar | 187 gr. | 721,82 | 1,496 | 0,37 | 186,44 | 0,00 |
| Zumo de limón | ½ onz. | 3,14 | 0,00 | 0,00 | 0,77 | 0,00 |
| Vodka | ½ onz. | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Soda Blanca | 2 onz. | 23,80 | 0,00 | 0,00 | 5,71 | 0,00 |
| Clara de huevo | 1 und | 14,10 | 2,08 | 0,04 | 0,00 | 0,00 |
| Eneldo | 90 gr. / 3 onz. | 46,8 | 2,61 | 0,00 | 6,57 | 0,00 |
| Hielo | 10 gr. | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| TOTAL | 416,99 gr. | 809,66 | 6,18 | 0,41 | 199,49 | 0,00 |

Elaborado por: Andrés Recalde

➤ **PROPIEDAD Y BENEFICIO PARA EL VIAJERO:**

La bebida ofrece un ligero efecto sedante.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

TEXTOS:

- Mann, C and Staba, J.: The chemistry, Pharmacology, and Commercial Formulations of Chamomile, in Herbs, Spices, and Medicinal Plants: Recent Advances in Botany, Horticulture, and Pharmacology, vol 1, L.E. Craker and J.E. Simon, eds., Oryx Press, Phoenix, Arizona, 1986, pp 233-280.
- Foster, S. Chamomile. 1996. 2nd. Ed. Botanical Series, no. 307. Austin, Texas: American Botanical Council
- Salamon Dr I (1992) Production of Chamomile in Slovakia. Journal of Herbs, Spices and medicinal Plants 1 (1/2).
- Schilcher, H.: Die Kamille, Wissenschaftliche Verlagsgesellschaft, Stuttgart, 1987, 152pp. Traducción al español en altavista.com.
- Marlene, R. 2003. Guía agro-culinaria de Cotacachi, Ecuador y sus alrededores. Cali (Colombia). IPGRI – Américas.
- Lucía, T. 2008. Enciclopedia de la Plantas útiles del Ecuador. QUITO. Herbario QCA de la Escuela de Ciencias Biológicas de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
- Arnaldo, B. 2000. Los recursos vegetales aromáticos en Latinoamérica: su aprovechamiento industrial para la producción de aromas y sabores. La Plata. CYTED.

PUBLICACIONES ACCESIBLES VÍA WWW:

- http://www.alimentacionynutricion.org/es/index.php?mod=content_detail&id=94
- <http://www.personal.redestb.es/martin/fito.htm>
- <http://www.laf.uq.edu.au>
- <http://www.rain-tree.com/chamomile.htm>
- <http://www.planeta.i.com.uy/ralejand/planeta.i.com.uy/manzanilla.htm>
- <http://www.chamomile.co.uk/references.htm>

ANEXOS

BEBIDAS:

“ FROSEN DE FRUTAS ”

Bebida 1



Bebida 1.1



Fuente: Cuadro N° 63

Presentación del producto final

Bebida 2



Bebida 2.1



“ FRUIT CUP ”

Bebida 2.3



Fuente: Cuadro N° 67

Presentación del producto final

Bebida 3



“ ENELDO´S FIZZ ”

Bebida 3.1



Fuente: Cuadro N° 71

Presentación del producto final

Bebida 4



Bebida 4.1



**“ LIMONADA CON TE
HELADO ”**

Fuente: Cuadro N° 75

Presentación del producto final

Bebida 5



Bebida 5.1



“ MIX DE FRAMBUEZA ”

Fuente: Cuadro N° 79

Presentación del producto final

PREPARACIÓN DE PRODUCTO PARA LA DEGUSTACIÓN:



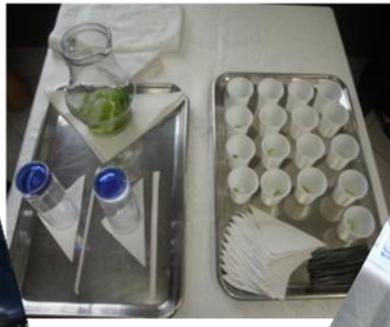
PREPARACIÓN 1



PREPARACIÓN 1.1



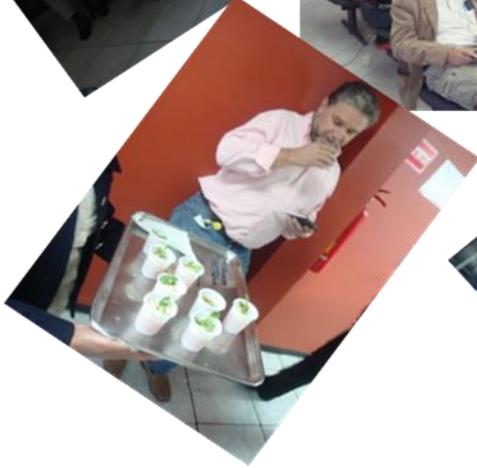
MONTAJE



ENTREGA DEL PRODUCTO



**SALA DE
PREEMBARQUE**



**SALA DE
PREEMBARQUE**

