



**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO Y HOTELERÍA
SECCIÓN DE POSGRADO**

**ESTUDIO DE LAS TENDENCIAS EN LA COCTELERÍA PARA
LOGRAR LA INNOVACIÓN EN LOS PRINCIPALES BARES
TRADICIONALES DEL CENTRO HISTÓRICO DE LIMA, 2018**

**PRESENTADA POR
LUIS ALBERTO SARMIENTO CAHUAS**

**ASESORA
ZULEMA YNES HASSINGER GONZALES**

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN
CIENCIAS GASTRONÓMICAS**

LIMA – PERÚ

2019



**Reconocimiento - No comercial - Compartir igual
CC BY-NC-SA**

El autor permite entremezclar, ajustar y construir a partir de esta obra con fines no comerciales, siempre y cuando se reconozca la autoría y las nuevas creaciones estén bajo una licencia con los mismos términos.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRES

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA
SECCIÓN DE POSGRADO EN TURISMO Y HOTELERÍA**

**ESTUDIO DE LAS TENDENCIAS EN LA COCTELERÍA PARA LOGRAR LA
INNOVACIÓN EN LOS PRINCIPALES BARES TRADICIONALES DEL
CENTRO HISTÓRICO DE LIMA, 2018**

**PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:
MAESTRO EN CIENCIAS GASTRONÓMICAS**

**PRESENTADO POR:
LUIS ALBERTO SARMIENTO CAHUAS**

**ASESOR:
Dra. ZULEMA YNES HASSINGER GONZALES**

LIMA – PERÚ

2019

DEDICATORIA

Mi tesis la dedico con todo mi amor y cariño a mi amada esposa Carolina Bobadilla, por su sacrificio y esfuerzo, por creer en mí en los momentos difíciles dándome su constante apoyo y comprensión.

A mis amados hijos Cristopher Alberto y Carolina del Rosario, por ser fuente de motivación e inspiración para poder superarme cada día más y así poder enfrentar los avatares de la vida y nos depare un futuro mejor.

A mis compañeros y amigos presentes y pasados, quienes sin esperar a cambio nada compartieron su conocimiento, alegrías y tristezas durante la presente investigación.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por ser el apoyo y fortaleza en los momentos de dificultad y debilidad.

Al señor Decano Doctor Johan Leuridan Huys, por la oportunidad y la formación brindada en mi alma mater la Universidad de San Martín de Porres.

A mi asesora y amiga, Dra. Zulema Ynes Hassinger Gonzales, por su dedicación, apoyo y aliento, para la elaboración de la investigación.

A los colegas bartenders profesionales Javier Cárdenas, Jorge Norabuena, Ernesto Rosado, por sus valiosos aportes en respuesta a la entrevista de expertos para esta investigación.

A todas las personas que me acompañaron en este proceso por su motivación e incondicional apoyo.

ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTOS	iii
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	iv
RESUMEN	vi
ABSTRACT	viii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO	6
1.1. Antecedentes de la investigación	6
1.2. Bases teóricas	12
1.2.1. Mixología o coctelería	12
1.2.2. Las Nuevas Tendencias de la Coctelería	14
1.2.3. Coctelería molecular	17
1.2.4. Coctelería conceptual	20
1.2.5. Coctelería artesanal.....	21
1.2.6. Coctelería orgánica.....	23
1.2.7. Coctelería biodinámica	24
1.2.8. Origen del coctel	25
1.2.9. Bares y tabernas tradicionales de Lima	29
1.2.10. Innovación	35
1.3. Definiciones de términos.....	36
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	39
2.1. Diseño metodológico	39
2.2. Procedimiento de muestreo	40

2.3.	Técnicas de recolección de la información	40
2.3.	Población y muestra	40
2.4.	Validez y confiabilidad de los instrumentos	40
3.5.	Aspectos éticos.....	40
CAPÍTULO III: RESULTADOS		42
3.1.	Análisis de las entrevistas.....	42
3.1.1.	Innovación en la coctelería	42
3.1.2.	Procesos en la elaboración de cocteles.....	43
3.1.4.	Originalidad.....	44
3.1.5.	Actualización profesional	45
3.1.6.	Cultura profesional.....	46
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		48
4.1.	DISCUSIÓN.....	48
4.2.	CONCLUSIONES	52
4.3.	RECOMENDACIONES.....	53
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS		55
ANEXOS		62

RESUMEN

El propósito de esta investigación es el estudiar de qué manera se presentan las nuevas tendencias de la coctelería para lograr la innovación en los principales bares tradicionales del Centro Histórico de Lima, 2018.

Se busca dilucidar conceptos, definiciones y, principalmente los criterios o puntos de vista de los especialistas que permitan profundizar respecto a las nuevas corrientes en la coctelería, y el impacto que generarían en los bares tradicionales del Centro Histórico de Lima.

Para la realización del presente estudio se utilizó el enfoque cualitativo y dentro de este al diseño de Investigación - acción en este caso respecto al estudio de las tendencias para la mejora de los principales bares del Centro Histórico de Lima, a través de aportes que brinde la presente investigación y resolver los problemas existentes para lograr la innovación.

Para la obtención de la muestra se recurrió al muestreo no probabilístico, por juicio de expertos, a través de la entrevista como técnica de recolección, aplicada a expertos bartenders de renombre nacional e internacional, quienes son conocedores de la problemática y las tendencias de los bares tradicionales del Centro Histórico de Lima. Las circunspecciones acerca de la confiabilidad de los

instrumentos de recolección de datos a partir de la entrevista se han establecido bajo las pautas del enfoque cualitativo de la investigación.

Palabras clave: coctelería, mixología, tendencias, innovación, coctel, barman, procesos.

ABSTRACT

The purpose of this research is to study how new trends in cocktails are presented to achieve innovation in the main traditional bars of the Historic Center of Lima, 2018.

It seeks to understanding concepts, definitions and, mainly the criteria or points of view of the specialists that allow to deepen with respect to the new currents in the cocktail bar, and the impact that they would generate in the traditional bars of the historic center of Lima.

For the realization of the present study, the qualitative approach was used and within this to the research-action design in this case regarding the study of the trends for the improvement of the main bars of the Historic Center of Lima, through contributions provided by this research and solve problems to achieve innovation.

In order to obtain the sample, non-probabilistic sampling was used, by expert opinion, through the interview as a collection technique, applied to expert bartenders of national and international renown, who are knowledgeable about the problems and trends of the bars Traditional Historical Center of Lima. The circumspections about the reliability of the data collection instruments from the interview have been established under the guidelines of the qualitative approach of the investigation.

Keywords: cocktail bar, mixology, trends, innovation, cocktail, barman, processes.

“Sólo si conocemos nuestra realidad y valoramos nuestro patrimonio cultural podemos influir con un mayor impacto en los procesos de construcción de una nación incluyente”. (Eccehomo y Sánchez)

INTRODUCCIÓN

En el mundo globalizado, toda ciencia, arte o disciplina, ha venido evolucionando constantemente; el desarrollo de nuevas tecnologías ha obligado también a modernizar los procesos generando con ello actualizaciones y renovación en todo campo del conocimiento o actividad humana. La coctelería siendo una disciplina directamente vinculada a la sociedad moderna, no es ajena a estos cambios, sino más bien, por la propia naturaleza de esta actividad, los sigue muy de cerca.

Las nuevas tendencias en la coctelería constantemente proponen términos y estilos en esta disciplina como la coctelería conceptual, la coctelería orgánica, la coctelería artesanal y la molecular, entre otras tendencias. Siguiendo la corriente de las nuevas tendencias, la coctelería peruana goza de una incontable variedad de insumos autóctonos que pueden enriquecer y posicionar esta actividad, de la misma forma que sucede con la gastronomía a la cual la coctelería está tan fuertemente vinculada.

Con esta investigación, se ha visto necesario estudiar el fenómeno de las nuevas tendencias en coctelería, describirlo y analizarlo a través del estudio conceptual y la entrevista a expertos en el tema; con el propósito de analizar su repercusión en la innovación en los principales bares del Centro Histórico de Lima.

Los bares tradicionales del Centro Histórico de Lima, son lugares emblemáticos con gran historia e importancia cultural, cuyas edificaciones remontan a épocas de elegancia, salón y cultura bohemia; asimismo, las bebidas clásicas como el pisco sour y el chilcano gozan de buena reputación hasta la actualidad, sin embargo aparentemente, no cuentan con una oferta innovadora.

Para analizar esta problemática a profundidad, es necesario conocer la influencia en la elaboración de los cocteles, como el clásico, moderno, creativo o estilo libre, por mencionar alguno de ellos, de igual manera, es imprescindible el estudio de las debilidades en la presentación de los cocteles lo que permitirá el logro de la innovación en los principales bares del Centro Histórico. Es así que dadas las características y potencialidad de los bares del Centro Histórico de Lima y la gama de oportunidades que podría ofrecerles las nuevas tendencias en la coctelería,

La presente investigación busca responder la pregunta general:

¿De qué manera el estudio de las tendencias en la coctelería contribuirá al logro de la innovación en los principales bares tradicionales del Centro Histórico de Lima?

Presentamos las siguientes preguntas específicas:

¿De qué manera los nuevos procesos de elaboración en la coctelería contribuyen al logro de la innovación en los principales bares tradicionales del Centro Histórico de Lima?

¿De qué manera la actualización profesional en las tendencias en la coctelería contribuye al logro de la innovación en los principales bares tradicionales del Centro Histórico de Lima?

Objetivo general:

Determinar de qué manera el estudio de las tendencias en la coctelería contribuirá al logro de la innovación en los principales bares tradicionales del Centro Histórico de Lima.

Objetivos específicos:

Determinar de qué manera los nuevos procesos de elaboración de cocteles contribuyen al logro de la innovación en los principales bares tradicionales del Centro Histórico de Lima.

Determinar de qué manera la actualización profesional en las tendencias en la coctelería contribuye al logro de la innovación en los principales bares tradicionales del Centro Histórico de Lima.

Justificación de la investigación:

Esta investigación constituye un aporte teórico y práctico para la innovación en la coctelería actual en el Perú, debido a que expone conceptos, percepciones, puntos de vista y juicios de renombrados especialistas en el campo, quienes con años de experiencia en la práctica y el sector académico engloban una

perspectiva clara desde el pasado, el presente y las proyecciones futuras de este campo ocupacional, planteando propuestas para la mejora en la calidad de los procesos en aras de la estandarización, sin dejar de aplicar técnicas y estilos diferentes, que transformen la materia prima dándole una identidad propia.

La visión proporcionada por la presente investigación, permitirá que los bares tradicionales del Centro Histórico de Lima se renueven, ya sea afianzando su visión tradicional o permitiéndose innovar sus propuestas; teniendo siempre una visión de permanencia a través de una propuesta atrayente para su público objetivo, de manera que permita que sea incluido dentro de una ruta gastronómica de la ciudad.

Esta investigación, también cuenta con una justificación social, en razón de que muchos estudiantes de carreras vinculadas al turismo y la gastronomía, podrán contar con una perspectiva actualizada de la realidad de los bares tradicionales en el Centro Histórico de Lima y a partir de ello, podrán plantear ideas en pro de lo tradicional o innovador en el tema de la coctelería.

Viabilidad de la investigación:

El estudio de investigación es viable en la medida que se pudo conseguir entrevistar a bartenders reconocidos en el sector hotelero, así también, contar con los recursos económicos y materiales necesarios para el procesamiento de la información.

Limitaciones de la investigación:

Delimitación temporal: 2018

Delimitación espacial: Principales Bares Tradicionales del Centro Histórico de Lima.

Delimitación Temática: Gastronomía, Bebidas alcohólicas

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. Antecedentes de la investigación

Internacional

Tumipamba, B. (2016) Desarrolló la Tesis “Proyecto para la creación de un Mixolo Bar molecular en Guayaquil”. Realizado en la Universidad de Guayaquil – Ecuador. El tipo de investigación fue de enfoque cuantitativo, nivel descriptivo con un diseño descriptivo simple; la población muestral estuvo conformada por 68 personas; la técnica utilizada fue la encuesta y el instrumento de medición fue el cuestionario estructurado. Resultados: el 72% de encuestados afirmaron que la mixología molecular nace de la base de una coctelería clásica; el 65% indicaron que ciertos consumidores no pueden beber licores puros, tales como: whisky, ron, vodka, el 82% afirmaron que la combinación con bebidas tonificantes como: extractos, jugos y pulpas y saborizantes es exquisita, el 90% de encuestados opinaron que una mixología para la elaboración de cócteles, manipula estados de la materia para crear nuevos sabores, texturas y efectos visuales en los cócteles. Con la mixología se brinda unas experiencias más interesantes a los bebedores, para lo cual se utilizan elementos como: cloruro de calcio, nitrógeno, líquido, óxido

nitroso, alginato entre otros; en algunos casos se utilizan nuevas herramientas como jeringas, descartables, sifones, diversos productos y en cuyas aplicaciones en la coctelería, hacen que la mixología molecular ecuatoriana, se constituye en una nueva forma de consumo en bebidas preparadas.

Acosta A. (2014), realizó la investigación: “Elaboración del Manual de Operaciones, para el Área Coctelería del Laboratorio de Servicios de la Carrera de Ingeniería en Ecoturismo de la Universidad Técnica de Cotopaxi-Ecuador”. El tipo de investigación fue de enfoque cuantitativo y nivel descriptivo; cuyo diseño fue descriptivo simple, no experimental y transversal. La técnica utilizada fue el análisis documental y bibliométrica; siendo sus instrumentos de recolección de datos: Las fichas de registro: bibliográficas, hemerográficas y las fichas de investigación: textual, resumen, comentario y paráfrasis. Resultados: se realizó una categorización de variables, subcategorización de las dimensiones y la elaboración de indicadores de estudio; para profundizar la investigación. La guía se desarrolló con base a revisiones bibliográficas sobre coctelería, orientadas a la elaboración de bebidas sujetas a estándares de calidad. El manual de operaciones busca estabilizar y documentar procesos estandarizados de calidad, en las operaciones, acciones preventivas, correctivas y una mejora continua, a través de las normas ISO. El manual forma parte de una herramienta para que el estudiante pueda realizar sus prácticas y actividades con calidad y eficiencia, constituyendo profesionales de calidad y calidez humana al servicio de la sociedad.

Romero J. (2016), planteó una investigación sobre la “Mixología molecular aplicada a cócteles con licores representativos del Ecuador y su aporte a la diversidad gastronómica Nacional Universidad Técnica de Ambato”. El objetivo logrado fue: conocer la mixología molecular aplicada a cocteles con licores representativos del Ecuador y su aporte a la diversidad turística gastronómica nacional. El tipo de investigación fue de enfoque cuantitativo y nivel descriptivo; con un diseño no experimental y transeccional. La población muestral estuvo conformada por 120 personas de Azúa Loja, Manaví, Imbabura y Bolívar, de los diferentes lugares turísticos del Ecuador. Resultados: el 80% de encuestados afirmaron que la mixología molecular, produce impactos novedosos en las técnicas de coctelería. El 70% de elementos de la muestra que participaron en la investigación indicaron que la mixología genera aún desinterés por parte de las personas inmersas en la creatividad gastronómica y coctelera. Tenían un desconocimiento de las potencialidades turísticas el turismo de entrenamiento. Finalmente, después del análisis e interpretación de resultados, permitió concluir que en el Ecuador falta una mayor capacitación en mixología molecular, por estos motivos se ha planteado, la formulación de recetario de coctelería, utilizando licores representativos del Ecuador a través de la utilización de técnicas moleculares, que será de una gran ayuda para satisfacer a los turistas.

Enlil, R. (2019), con la investigación “Drinking Decisions: Twentieth-Century Marketing and Tradition in New Orleans Alcoholic Beverage Trends” que se traduce como “Tomando decisiones: el Marketing del Siglo XX, tradición y tendencias en las bebidas alcohólicas en Nueva Orleans”. Que consiste en una investigación de tipo cualitativa donde examinó cuidadosamente guías de bares,

anuncios, artículos de periódicos, reseñas y otro tipo de documentación escrita investigando investiga sobre la cultura ética en Nueva Orleans desde principios del siglo XVIII, cuando la ciudad era un puerto importante para los Estados Unidos, siendo una metrópoli cosmopolita, llena de hospitalidad y talentosos bartenders. Posteriormente, luego del racionamiento estricto durante la Segunda Guerra Mundial, el turismo de consumo tomó las calles de la ciudad y las bebidas alcohólicas se convirtieron en elementos culturales. Una ciudad donde se habían preservado los edificios tradicionales del viejo mundo, resultó ser muy atractiva para el turismo.

El turismo, la tecnología y las tendencias modernas tentaron a los propietarios de bares a modernizar sus opciones de bebidas, ofreciendo bebidas al aire libre, de rápida preparación, mecánicamente mezcladas, económicas y en copas baratas y desechables, sin embargo, los pobladores locales aún demandaban bebidas tradicionales como el Sazerac y el Suissesse. La ciudad atendía dos mundos con propuestas de bebidas adecuadas a la nueva dependencia económica del turismo, así como al nostálgico residente local que persistentemente demandaba cócteles de generaciones anteriores.

Hoy, en pleno siglo XXI los consumidores en los Estados Unidos exigen experiencias culinarias que se remontan a tiempos más simples, cuando los platos se hacían con recetas tradicionales, naturales y auténticas, esas solicitudes llegan también a los bares y un nuevo movimiento de "cócteles artesanales" ha impregnado la industria de la hospitalidad con bartenders y mixólogos mostrando las bebidas clásicas antes "olvidadas". Pero en Nueva Orleans aunque continúa prosperando el mercado turístico que de manera feliz sorbe daiquiris congelados y vaga por las calles con cervezas de gran tamaño; en los hoteles, restaurantes,

salones y en muchas casas de larga data, las viejas recetas de bebidas no se han olvidaron y hoy están más vigentes que nunca.

Angelini G. y Ayala M. (2014), en su investigación titulada “La evolución de las Bebidas a través de la Historia”. Llevada a cabo desde el Instituto Superior N° 4044 “SOL”, de la ciudad de Santa Fe – Argentina, para obtener el grado de Bachiller en Gestión Gastronómica, llegaron a las siguientes conclusiones: que la ciencia, la sociedad y la gastronomía van de la mano y pueden trabajar conjuntamente, tal es el caso de la mixología molecular. La globalización nos permite ampliar nuestra carta de bebidas al máximo pudiendo acceder a ingredientes para la preparación de famosos tragos de la coctelería mundial y de países a miles de kilómetros de distancia, y no solo eso sino también conocer más sobre cada bebida, su historia y las costumbres que se dan alrededor de la misma, teniendo en cuenta que hoy en día en nuestra sociedad las comidas y bebidas van de la mano y una complementa a la otra, logrando mejores resultados en el paladar del comensal y todo esto se logró con miles de años de evolución, pues siempre que en sociedad aumentan los conocimientos, aumenta también la sed de nuevas experiencias.

Nacional

Figuroa, A. (2018), Realizó un estudio sobre el “Análisis del uso de la Coctelería Molecular en el Bulevar del distrito de Barranco”, siendo una investigación no experimental de enfoque cuantitativo, el diseño de la investigación fue de tipo longitudinal y descriptivo, los indicadores de estudio fueron medidos a través de encuestas aplicadas mediante muestreo no

probabilístico por conveniencia a 20 clientes que usaron los servicios de los bares en Barranco y a su vez se encuestó también a los bármanes que laboran en los dos bares más representativos del distrito. El cuestionario fue sometido a un proceso para su validez utilizando el Alfa de Cronbach. Resultados: el 100% de los bármanes o bartenders encuestados afirman que sí conocen sobre la coctelería molecular. El 100% de los encuestados indican que su nivel de conocimientos sobre esta nueva tendencia de coctelería es medio. El 50% indica que si sabe sobre las técnicas de la coctelería molecular. El 50% señala que si recibió alguna capacitación sobre coctelería molecular. El 100% señala que la coctelería molecular es útil porque hacen que los cocteles sean más atractivos y del modo gourmet. Conclusión: el análisis del consumo y existencia de bares de coctelería molecular en la ciudad de Barranco muestra resultados que revelan que las personas encuestadas están abiertas a nuevas experiencias y a la creación de cocteles.

Gaspar, J. (2018), con la tesis “La Mixología Conceptual y su relación con el Desarrollo del Turismo de Entretenimiento en la ciudad de Huánuco – 2018” lleva a cabo una investigación de enfoque cuantitativo de nivel correlacional de diseño descriptivo. En su investigación ha elegido cuatro establecimientos representativos que expenden cocktails y bebidas alcohólicas en la ciudad de Huánuco. Utilizó el muestreo no probabilístico por conveniencia, la muestra estuvo conformada por 100 consumidores que fueron deducidos en consideración a la frecuencia de visitas que realizan a dichos establecimientos, escogiendo así a 25 personas por cada lugar mencionado, en un periodo de 30 días. La investigación dio como resultado que la cultura ética incide significativamente en

el desarrollo del turismo de entretenimiento, porque forma las bases para un mayor conocimiento en cuanto a mixología conceptual y su relación con el desarrollo económico y social en la ciudad de Huánuco. Determinó también que la experiencia sensorial tiene alta incidencia en el desarrollo del turismo de entretenimiento, porque cada vez son más los clientes que evalúan la calidad de un producto con todos los sentidos, y no es tan determinante el factor costo – producto. Finalmente determinó que la innovación de la mixología conceptual tiene un alto índice de incidencia en el desarrollo del turismo de entretenimiento, porque fomenta el interés por probar y experimentar con bebidas y cocktails distintos que a su vez exige nuevas formas de servicio en bares y afines.

1.2. Bases teóricas

1.2.1. Mixología o coctelería

Miranda, X. (2011), afirma que la mixología es lo que antiguamente era la coctelería. El termino mixología implica el conocimiento profundo de la elaboración y combinación de destilados, en otras palabras, es el conocimiento por buscar nuevos sabores y sensaciones mostrados en un cocktail. Asimismo, Chocano, A. (2014) concluye que los más grandes exponentes de las teorías de la coctelería, conceptualizan a la mixología como la coctelería innovadora y generadora de tendencias, enfocada en los procesos de creación e investigación que transforman el acto de consumir un cocktail en una experiencia sin igual, llevando su degustación a la máxima expresión.

Al respecto, ambos autores coinciden en señalar que la mixología es mucho más que el acto de mezclar bebidas, sino que involucra un conocimiento profundo, la investigación y experimentación por encontrar nuevos sabores, en la búsqueda de sensaciones y experiencias significativas para la persona que degusta estas bebidas, por tanto viene a ser un tipo de arte que depende de los conocimientos, la inspiración y el talento del bartender.

Por su naturaleza, y dada la dinámica de la sociedad moderna, la mixología no puede ser estática sino debe estar en constante evolución, es así que Ríos, D. (2014), afirma que la mixología representa una nueva perspectiva en el mundo de la coctelería, ante la cual los bartender deben buscar aprender más, innovar constantemente; añadido a esto, los bartender o nuevos mixólogos deben conocer temas relacionados con la química básica, decoración, y aprender sobre el uso y la combinación de especias, frutas, verduras, entre otros (Cocteleria.com, 2014).

Por consiguiente, es claro que esta profesión precisa de exponentes bien capacitados quienes deben echar mano a diferentes áreas del conocimiento y la ciencia, sin dejar de lado la innovación que vaya en paralelo con las corrientes que demanda el mercado del turismo y la gastronomía de hoy.

Chocano, A. (2014), profundiza mucho más en la definición pues considera a la mixología como el conocimiento más profundo de los destilados, su elaboración y sobre todo su mezcla, conocer los productos con los que se mezclan, por qué se mezclan, cómo se mezclan; es saber buscar un sabor y una

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

Finalmente, Chocano, A. (2014) afirma que al hablar de mixología o gastronomía, encontraremos que es un mundo tan amplio por explorar en el cual podemos encontrar la esencia de la creación e historia de la infinita diversidad de platos y cocteles que existen hoy en día, pero es claro que al hablar de mixología no podemos dejar de traer a nuestra mente la palabra “cocktail” o “coctelería”.

En base a los conceptos presentados, es posible afirmar entonces que tanto la coctelería como la mixología son términos que puede usarse indistintamente, con la salvedad de que mixología es un término más moderno y vanguardista.

1.2.2. Las Nuevas Tendencias de la Coctelería

Cameron G. (2016), manifiesta que no se puede hablar de la coctelería o la mixología moderna y sus tendencias sin hablar de Dale DeGroff, quien es el presidente y fundador del museo de “*América Cockail*”, el primer museo del mundo dedicado a la educación en mixología. DeGroff ha sido ganador de dos certámenes James Bernard, es considerado mixólogo maestro y autor del *Essential Cocktail* y *The Craft of the cocktail*. Es actualmente el bartender vivo más influyente del mundo, desde hace tres décadas y desde los años 80, lideró la tendencia gourmet para recrear los cocteles clásicos más reconocidos. DeGroff es también reconocido por reinventar la profesión de bartending, con una

propuesta que actualmente continúa desarrollándose. Entre otros aciertos, DeGroof introdujo el Pisco Sour, el Mezcal, Margarita y Sangría con Vodka o Cognac en los restaurantes estadounidenses más famosos de la segunda mitad del S. XX como *The Four Seasons*, *The Tavern on the Green* y posteriormente *The Rainbow Room* y *el Windows on the World*. Las bebidas que DeGroof introdujo, hoy son famosas nuevamente, por eso se dice que él estuvo adelantado 40 años a su tiempo.

Según Gaspar, J. (2018), El cierre o toque final que llevará un cóctel es parte de las tendencias del bartending de hoy, es el caso de los cócteles ahumados, que se pueden realizar en un decantador de vinos o directamente en el recipiente de servicio con el empleo de especias, maderas, flores secas, frutas, las cuales le transmitirán a la mezcla un delicado y placentero aroma, y un gusto más exótico. Junto a esta propuesta, los cocteles añejados, los retro chic, entre otros, son algunas de las tendencias que presentan los actuales bartenders, magos de la mixología en la barra.

Ortiz, P. (2017), sostiene que en el futuro, ser mixólogo se convertirá en una “carrera” y no solo en un “trabajo”. Existiendo una diferencia entre un barman y un bartender y entre un bartender y un mixólogo; en el Siglo XX se consideraba que en un trabajo a una persona le pagan por la función que desempeña, sometido a la oferta y la demanda; en cambio, la carrera tiene características fundamentales como el profesionalismo, los conocimientos, las habilidades, la pasión y la creatividad y un amor profundo por lo que se hace; considerando que estas cualidades no están en el ámbito del trabajo que se realiza, sino que forma

parte del contexto de la carrera; en consecuencia el mixólogo del Siglo XXI, tendrá muchos conocimientos, no solamente de herramientas, licores, técnicas, destilados y la clásica coctelería, la concepción hasta allí la constituye el trabajo de bartender, sino también poseerá nuevos y abundantes conocimientos sobre el mercado online, la economía digital; el conocimiento, dominio y puesta en valor de la marca personal; tendrá formación y estará a la vanguardia no sólo de la coctelería, sino también de la nanotecnología, repostería, nutrición, impresión 3D, nuevos modelos, asociados al bar, que le proporcionarán una visión de negocios en la nueva era de un Bar.

Asimismo, Córdova, K., Navia, T. & Villón, D. (2010), sostienen que se están presentando nuevas corrientes, estilos e innovaciones en la coctelería, antes las personas estaban acostumbradas a consumir calidad más que cantidad y faltaba cultura para beber una buena bebida.

De igual manera Sotelo, S., Meza, M. & Vela, S. (2009), mencionan la importancia de resaltar que en el Perú los cocteles son preparados usualmente de manera artesanal en casa, reuniones, encuentros, fiestas, entre otras ocasiones, por ello en los últimos años han surgido empresas que han decidido ofrecer esta bebida de forma envasada, lista para el consumo.

Las nuevas tendencias en la coctelería y mixología responden a las demandas por novedades, nuevas experiencias sensoriales y propuestas sorprendentes que el mundo posmoderno demanda, es así que han surgido corrientes como:

La mixología molecular, conceptual, orgánica, artesanal, biodinámica, entre otras tendencias que se desarrollarán en la presente investigación.

1.2.3. Coctelería molecular

Existe una tendencia o forma de mixología que convierte a los cocteles en mezclas más científicas, esta tendencia es denominada coctelería molecular. O’Gorman, A. (2010) Afirma que esta coctelería se puede definir como el estudio de las transformaciones físicas y químicas que ocurren en la elaboración de un coctel, siendo su objetivo el de entender el comportamiento de los alimentos a la hora de mezclarlos.

Por otra parte, Hervé, T. (2006), menciona que la coctelería y la gastronomía molecular abarcan la transformación y los fenómenos asociados con el beber y/o comer. En tal sentido, la coctelería y la gastronomía molecular busca elaborar algo completamente distinto basado en el arte y en el estudio de las propiedades químicas y físicas de los alimentos.

Basado en estos conceptos, podemos deducir que la coctelería o mixología molecular, utiliza acertadamente de las ciencias como la física y la química para entender el comportamiento de los ingredientes al mezclarlos y va más allá puesto que experimenta con ingredientes y procesos para llegar a sabores, texturas y presentaciones novedosas. Reforzando esta idea, autores como Ortiz, P. (2015), mencionan que la coctelería o mixología molecular, parte de la idea de dar a los consumidores nuevas experiencias, que van desde los tragos más “simples” hasta los más “elaborados” con base en ingredientes o procedimientos

tradicionales, pero agregando un nuevo sabor o presentación gracias al uso de técnicas de la gastronomía como: congelar, flamear, entre otros.

Gaspar, J. (2018) afirma que las bases de la mixología molecular están en la gastronomía molecular, que es la aplicación de la ciencia en las creaciones culinarias. El término “Gastronomía molecular” fue acuñado por el científico francés Herve This y el físico Nicholas Kurti, quienes buscaron, mediante análisis y técnicas científicas aplicadas a los ingredientes obtener resultados igual de nutritivos, naturales y con un sabor novedoso. Sumado a esto, Graham, B. (2018) sostiene que en el ambiente de la coctelería siempre ha existido un toque de ciencia, ya que como sabemos la densidad de líquidos es muy usada, siendo los licores o aguardientes con mayor grado alcohólico pesan menos que los más suaves. Así en la parte baja se trata de utilizar jarabes, la parte media licores de colores vivos de baja graduación y la parte alta reservada para aguardientes o líquidos poco pesados, es así como obtenemos nuestros ya conocidos tragos de color.

Gaspar, J. (2018), también afirma que la mixología molecular se basa en dos conceptos fundamentales que son la combinación explosiva de sabores y la aplicación de conceptos físicos y químicos (naturales).

Entre algunas de las técnicas más populares, descritas por Graham, B. (2018), tenemos la Esferificación, técnica basada en el proceso culinario de formar un líquido en esferas. Ya sea tan pequeños como el caviar o tan grande como la yema de huevo; la suspensión. Esta técnica, también conocido como

engrosamiento, consiste en espesar el líquido de las bebidas, en la mayoría de casos con la ayuda de goma de xantano para crear objetos como frutas, hierbas, entre otras; la emulsificación es la técnica de transformar un líquido en espuma, dentro de esta técnica la lecitina de soya es muy usada en este proceso junto a una batidora de mano; la gelificación técnica que consiste en esculpir los sabores en sabrosas perlas. Actualmente, es una de las técnicas más utilizadas en la mixología y dependiendo de la naturaleza y grado de concentración del agente gelificante se puede obtener una amplia variedad de texturas.

Figuroa, A. (2018) distingue las siguientes técnicas de la coctelería molecular:

- Técnica de las bebidas carbonatadas: se utiliza el sifón para sodas y cápsulas de CO₂.
- Técnica del bruleé: se usa el soplete para caramelizar la bebida.
- Técnica del nitrógeno líquido: para dar el aspecto de humo o niebla.
- Técnica de los cocteles gelificados: gelificar los sabores en sabrosas perlas.
- Técnica de las espumas: se usa el sifón, claras y grasas.
- Técnica del caviar o la esferificación: Gelatinizar el exterior de la bebida pero los medios se mantienen líquidos.

Así también, Figuroa, A. (2018) identifica los insumos más comúnmente empleados para desarrollar estas técnicas como: el colapez, alginato de sodio, citrato de sodio, cloruro de calcio, gluconolactato cálcico, goma xanthana, óxido nitroso, dióxido de carbono, hidrógeno, dextrosa, glucosa, féculas, entre otros elementos.

Finalmente afirmamos que la coctelería o mixología molecular es una corriente novedosa en la industria de la gastronomía y el bartending, y responde a una corriente innovadora, que apela a lo experimental, lo sorprendente, el estímulo a las nuevas sensaciones que reten los sentidos del consumidor posmoderno.

1.2.4. Coctelería conceptual

Díaz, A. (2015) afirma que la mixología conceptual es la pasión por investigar y aprender todo acerca de la base de un cóctel, de dónde viene, de qué está elaborado, analizar sabores, aromas, texturas, colores, densidades, niveles de volumen alcohólico; conjugando equilibrio y armonía en su contenido.

Díaz, A. (2015), añade también que “El corazón de la mixología conceptual nace en la producción, en el cuidado de los detalles, cuyo objetivo final es llevar al cliente una experiencia líquida”.

Por consiguiente deducimos que mixología conceptual es entender lo que agregamos a un cocktail, saber que si existe un ingrediente en una receta debe cumplir una función que conocemos y que podemos manejar perfectamente. Es dibujar nuestro propio mundo, es ampliar nuestra capacidad de crear.

Gaspar, J. (2018), identifica los siguientes principios de la mixología conceptual:

- Utilizar productos de estación
- Utilizar un elemento para crear varias sensaciones

- Conocer y entender los insumos
- Aplicar técnicas de cocina a la coctelería
- Elegir dos elementos principales
- Crear un elemento sorpresa
- Dar una identidad
- Respeto por el hielo
- Trabajar en equipo

Por consiguiente, la mixología conceptual retorna al principio de conocer los orígenes de un cocktail, el porqué de sus ingredientes y en base a ello entender el sentido de su composición, sabores, presentación, y demás características, es elevar la mixología a algo más que una afición o una tarea de mezclar ingredientes, sino más bien obliga a profundizar en sus fundamentos para finalmente tener productos más completos y perfeccionados.

Ríos, D. (2014), concluye que la mixología conceptual es el futuro de la coctelería y en los años venideros será vital, si buscamos vivir en un mercado donde muchos poseen experiencia, talento y categoría. Eso sí, no todos.

1.2.5. Coctelería artesanal

Partiendo por lo que implica el término artesanal, que es todo lo que se hace desde su comienzo, siguiendo técnicas tradicionales, (Significados.com 2019) y a partir de los insumos básicos provenientes de la naturaleza como son las frutas, semillas, plantas aromáticas, tubérculos, entre otros, la coctelería

artesanal parte de insumos preferentemente libres de industrialización y químicos.

La coctelería artesanal está basada en el uso de plantas y/o hierbas aromáticas en infusiones de agua o alcohol, que utilizados en la elaboración de bebidas realza y amplifica la experiencia con los aromas, texturas y sabores que nacen a partir de diferentes mezclas (The conversation, 2016). Cabe recalcar que muchos de los destilados emblemáticos de nuestros tiempos, son producto del procesamiento de diversos insumos vegetales. Por lo cual el utilizar herbáceos en la elaboración de un coctel no solo realza naturalmente al destilado que se utilice sino que amplía la variedad de experiencias sensoriales que se va a obtener como parte de un homenaje de los regalos de nuestra naturaleza. (Worldclass, 2015).

El primer concepto nos proporciona una idea completa de lo que implica la coctelería artesanal, que básicamente responde a la corriente actual en el mundo de buscar lo más originario, que vaya en armonía con la naturaleza, libre de insumos industrializados o químicamente tratados; cuyo beneficio para el consumidor está también en experimentar aromas y sabores novedosos.

Un país como el Perú que cuenta con una geografía privilegiada que da origen a una inmensa variedad de insumos naturales como semillas, cortezas, plantas aromáticas, raíces, frutas, hortalizas, tubérculos, flores, entre otras variedades, que han sido utilizadas por cientos de años en el acervo tradicional como remedios, ingredientes y en otros usos; representa para el bartender o

mixólogo peruano, una caja de tesoros interminables que están en obligación de aprovechar.

Finalmente, resaltar que Bartenderone (2011) afirma que la coctelería tradicional es una elección saludable, teniendo en cuenta que en Latinoamérica ha aumentado el uso de infusiones y tisanas debido a la cultura detox que cada vez está más en tendencia. Por lo cual el aprovechar este impulso es una grandiosa oportunidad para lograr nuevas experiencias con insumos que no tiene un origen artificial y resultan beneficiosos para la salud y el organismo. (Bartenderone, 2011).

1.2.6. Coctelería orgánica

Hernández, R., Santa Cruz, L. & Tosse, A. (2017) consideran que la gastronomía orgánica es aquella producida con técnicas tradicionales, libres de aditivos, hormonas, tóxicos, transgénicos y sustancias químicas, por lo que no daña la tierra, añaden que tanto los cultivos como la crianza de animales usan prácticas ancestrales, abono natural y son realizadas en pequeñas granjas, sin someter a los animales a estrés ni maltratos.

De este concepto deriva la coctelería orgánica, que se apega a la utilización de insumos orgánicos, es decir, utiliza productos agrícolas o agroindustriales que se obtiene por medio de un proceso saludable, sin daños al medio ambiente y libres de agroquímicos y transgénicos.

Delgado, K. (2015), identifica dos modalidades de la tendencia orgánica en la gastronomía que son la tendencia vegetariana y la tendencia vegana; los

primeros siguen una dieta rica en vegetales y no suelen comer carne, aunque pueden permitirse consumir algunos productos derivados de los animales como los lácteos o sus derivados, los huevos o la miel; mientras que los de tendencia vegana, se abstienen completamente de consumir cualquier alimento de origen animal; por tanto, no solo no consumen carne sino tampoco huevos, leche ni miel y su alimentación se basa exclusivamente en productos de origen vegetal como las frutas, las verduras, los cereales, las legumbres y los frutos secos.

Deducimos entonces que la mixología no es ajena a las diferentes tendencias de consumo que la sociedad moderna adopta, como es el caso del gusto por lo orgánico, y yendo más allá por lo vegetariano y vegano, todo ello en la búsqueda de la armonía con la naturaleza y la disminución del impacto ecológico. Este tipo de opciones es adoptado principalmente por los jóvenes milenios quienes conscientes de los problemas que la sobreexplotación de productos naturales, el uso excesivo de químicos en la naturaleza y el surgimiento de los productos transgénicos han causado en la ecología global, hoy en día optan por seguir corrientes que minimicen el impacto y sean más amigables con la naturaleza y, desde el plano individual menos nocivo o tóxico para la persona que los consume.

1.2.7. Coctelería biodinámica

Koepft, H. (2001) define a la agricultura biodinámica como un método de agricultura ecológica basado en las teorías de Rudolf Steiner que surgió en 1924 en Kberwitz, Silesia - Polonia y que en base a la antroposofía, ofrece una visión espiritual de la naturaleza. Este tipo de agricultura considera las granjas como

organismos complejos y hace hincapié en la interrelación entre suelos, plantas y animales, tratando el conjunto como un sistema en equilibrio.

Como en otras formas de agricultura ecológica, la agricultura biodinámica evita el uso de fertilizantes, pesticidas y herbicidas industriales y se diferencia de ellos en que hace uso de preparados vegetales y minerales como aditivos para el compost y aerosoles para el terreno, así como en el seguimiento de un calendario de siembra basado en el movimiento de los astros.

El término biodinámico es aplicable a la mixología cuando se busca que esta actividad haga uso de ingredientes provenientes de una agricultura basada en los principios biodinámicos, que fundamentalmente se orientan a la producción de alimentos que aseguren la buena salud del cuerpo y el espíritu para las generaciones presentes y futuras, alimentos exentos de residuos químicos nocivos, cultivados sin contaminar el ambiente, sin devastar los paisajes ni destruir las comunidades animales y vegetales.

1.2.8. Origen del coctel

Al mencionar la coctelería es importante mencionar a Vargas, H. (2014), según los tratados revisados, el concepto de coctel tiene una procedencia inglesa, se origina de la palabra inglesa *cock tail*, que significa cola de gallo. La mezcla contiene distintos ingredientes; por eso terminó en diferentes versiones consideradas en el proceso de descubrimiento de América, muchos se aficionaron en las peleas de gallos, quienes aportaban durante la colonia, a las peleas de gallo que organizaban en los hostales y tabernas en diferentes partes del país. En

estas peleas de gallos presentaban diferentes mezclas de bebidas, con distintos colores; por lo que algunos de los participantes comentaron que el brebaje se parecía a una cola de gallo; de esta manera las palabras se popularizaron para denominar a la mezcla de bebidas. Pasaron los tiempos y el coctel siempre estuvo ligado a los eventos de pelea de gallos, el ocio y a la diversión. De esta manera el concepto traspaso las fronteras, a través del tiempo, y su importancia fue relevante, para ser utilizados en reuniones conquistaron significados nuevos. De esta manera el coctel no solamente se refiere a un combinado, sino que ahora se hace alusión a una fiesta o reunión que se tienen al final de la tarde y se consumen bebidas de este tipo.

Por otra parte, Vargas, H. (2014), afirma que los cocteles generalmente se clasifican en sin alcohol y con alcohol, las bebidas sin alcohol, en su composición, no tienen algún contenido alcohólico, preparados especialmente con jugos de frutas, siendo de este modo aptos para cualquier tipo de personas, inclusive para los niños .

Depende de la elección de cada momento y con la compañía adecuada, para elegir un perfecto combinado para cada momento y tomarse un coctel, siempre es un momento agradable; circunstancias para experimentar sensaciones nuevas, y poder disfrutar de sabores únicos y diferentes en cada situación y lugar; hace experimentar sensaciones nuevas y disfrutar más de cada instante en que nos encontramos.

Se presentan momentos más sencillos para saber que coctel pedir o simplemente elaborar. En este sentido si se quiere elaborar solamente faltaría conocer los ingredientes y combinar mejor, las mezclas adecuadas en el transcurso del día, combinando las texturas; presentando diferentes tipos de cocteles; en este sentido los bartender presentan los diferentes tipos como los cocteles con refrescos; asimismo volviendo la mirada a la importancia de la preparación de los cocteles, Acosta A. & Usuña H. (2013), refieren que es determinante utilizar los insumos perfectos desde la copa más apropiada, el hielo a utilizar los elementos decorativos se añadirán en relación a cada coctel; fijar la mezcla, la cual no solo es la elección adecuada de los insumos sino los elementos decorativos que se utilizarán, para añadir en función del refresco, que debe llevar cada coctel, también es verificar las cantidades de variedad de sabores y de categorías, para realizar las combinaciones infinitas en sofisticación y originalidad; porque cada refresco tiene diferentes características en intensidad, sabor, amargor, aroma o dulzor; características que sirven arpa resaltar sus cualidades de una mezcla y para potenciarlo. Así como un coctel que pueda incluir una bebida refrescante con gas ampliará el aroma y sabor, dándole cierta acidez. En relación a los sabores se pueden utilizar para destacar o enmascarar ciertas características al combinado. Un ejemplo: el limón puede disminuir el dulzor de los elementos, mientras que otros de cola pueden arrestar la acidez. Asimismo, en relación a la hora del día en que se tome el combinado existirá siempre un refresco espacial que permitirá el disfrute de la mañana, abriendo el apetito, realizar la digestión después de una comida o para la distracción entre amigos en una determinada tarde.

Aspecto importante es lo que mencionan Acosta A. & Usuño H. (2013), al referirse acerca del saber que ingredientes y refrescos se van a utilizar, de acuerdo a los gustos, la hora de tomarlos la época del año en que nos encontramos, el día en que se van a saborear es tal vez la parte más importante, aunque no son los aspectos totales; sin embargo es necesario conocer algunos trucos sobre como presentar el coctel, la temperatura especial, el recipiente más adecuado a utilizar y la mejor decoración que tengamos a la mano, ayudará a la creación de un perfecto combinado.

Es importante destacar que al prepararse un coctel el orden de los factores sí alteran el producto, no es como en la matemática. En el momento de la mezcla de los ingredientes que se va a utilizar, es necesario tener en cuenta que las bebidas refrescantes que se van a añadir al final, si tienen gas, antes de servirlo; porque al agitarse en la coctelera, pueden perderse las burbujas, y por esta razón su efecto refrescante y potenciador del sabor, de allí la importancia del toque personal del profesional actualizado listo para innovar en sus productos, es el momento de cuidar al máximo todos los detalles porque es la etapa de terminar la elaboración del coctel; con una especial presentación llamativa y atractiva; sin caer en la presentación extravagante; predominado una presentación elegante por sobre todo.

En el mundo de la coctelería existen todo un protocolo que marcan el sabor; por esta razón siempre será necesario conocer las normas principales por las que se rigen el arte de mezclar bebidas y en especial buscar la profesionalización y la actualización en la nuevas tendencias sin olvidar que el bartender tiene que cuidar su apariencia personal estando siempre perfectamente

vestido, finalmente es importante recordar la base de la práctica del bartender que al iniciar la elaboración de un coctel se debe disponer la mise en place, es decir, siempre hay que colocar todo lo que se va a utilizar sobre la barra: refrescos, bebidas, ingredientes, frutas ya lavadas y peladas, tabla de cortar, licuadora, colador, cucharas, cucharillas, cubitera de hielo, servilleta, pinzas, paño de cristal, copas, coctelera y posavasos.

1.2.9. Bares y tabernas tradicionales de Lima

Un bar tradicional es un establecimiento donde se expenden bebidas alcohólicas y aperitivos; son lugares de diversión y encuentro, que generalmente son más concurridos de noche y donde el cliente siempre encuentra música y un ambiente vivo de interacción y no se ciñen a una temática o corriente moderna.

Los bares tradicionales cuentan con una barra que separa al público del personal de trabajo, una zona dotada de maquinaria, cristalería y materiales necesarios para la preparación de los tragos y las culinarias a vista del cliente. Estos establecimientos se especializan por tener algo importante que lo singularice; puede ser un trago, el servicio, la decoración o algún otro elemento en juego. (Rojas, 2006).

Poniendo hincapié en el término tradicional que denota la actitud o conducta de seguir las ideas, normas o costumbres del pasado y como tal implica una diferencia ante lo moderno, o innovador. En este sentido, tradicional es equivalente a conservador.

Entre los bares tradicionales más sobresalientes del Centro Histórico de Lima que consideramos:

- Bar del Gran Hotel Bolívar
- Bolivarcito – Hoy el Bulevarcito (Plaza San Martín)
- Bar Maury
- El Cordano
- Piano Bar Múnich
- Café Zela
- Café Dominó
- Bar Monarca
- Casa Belga Restaurant

De estos bares tradicionales, nos centraremos en los cuatro primeros: el bar del Gran Hotel Bolívar, el Bolivarcito, el Bar Maury y el Cordano principalmente por razones como: antigüedad, historia y gozar de reconocimiento como patrimonio cultural.

El Bar del Hotel Bolívar

Ubicado en el Jr. de la Unión 958, Centro Histórico de Lima; allí se hospedaron figuras importantes del cine mundial. Su clásico bar con decoración colonial tiene como trago emblema su famoso Pisco Sour Catedral y beberlo desde la vista de su balcón que da hacia la Plaza San Martín.

El Hotel fue construido en el año 1924 para hospedar a los invitados a las celebraciones del primer centenario de la Batalla de Ayacucho durante el mandato

del presidente Augusto B. Leguía. La construcción fue por iniciativa de los hermanos Augusto y Fernando Wiese, la obra estuvo a cargo de la compañía estadounidense Fred T. Ley & Corporation y el diseño estuvo a cargo del arquitecto peruano Rafael Marquina. El hotel cuenta con 250 habitaciones, pero en la actualidad solo 100 estaban hábiles.

Luego de su inauguración, el hotel fue comparado con los grandes hoteles de ese entonces, como el Ritz de París, el Savoy de Londres y el hotel Plaza de Nueva York. Baz (2016), describe al hotel: “Era un edificio moderno y elegante, con diseño colonial, decorado y amoblado con materiales y muebles de la mejor calidad y lujo, la mayoría importados de Europa. Para la inauguración se contrató a Ernesto Oechsner, maître del Hotel Ritz de Londres, y como chef de cuisine al suizo José Heanggi”.

En su época, el Hotel Bolivar representó un cambio de vida para la sociedad limeña pues allí se realizaron las reuniones y celebraciones más importantes Baz (2016), refiere: “Los miércoles era el “Te Danzant” y los sábados se realizaban las famosas cenas bailables. Sin embargo, el hotel alcanzó el auge en la década de los cincuenta, teniendo como protagonistas al Grill Bolívar y el Bar inglés, con huéspedes y comensales a grandes artistas, famosos y personajes del momento, como Ernest Hemingway, Richard Nixon, Charles de Gaulle, Ava Gardner, Orson Welles, Nat King Cole, Cantinflas, Marcel Marceau, Jorge Luis Borges, Pablo Neruda, Mick Jagger, Keith Richards, los Rolling Stones, entre otros”.

El hotel Bolívar cuenta con 5 salones: El Salón Bolívar que tiene capacidad para 80 personas; El salón el Patio con capacidad para 120 personas; el Salón Dorado con capacidad para 70 personas; el Salón América con capacidad para 140 personas; y finalmente, el Gran Salón Principal, con capacidad para 400 personas, en este último se realizaron la mayoría de las celebraciones y grandes eventos. Por otro lado, el hotel cuenta con dos bares, el Bar inglés y el Cocktail Lounge. Por los años 40, se sumó el Grill Bolívar, que es restaurante, bar y salón de espectáculos.

En el año 1962, el hotel fue vendido al empresario John W. Mecon, luego en 1979, pasó a manos de la empresa de inversiones Gran Hotel Bolívar S.A. y posteriormente en el 2003, pasó a manos de la empresa panameña Huró Equities Inc. El 28 de diciembre de 1972, el Gran Hotel Bolívar fue declarado monumento nacional por la Resolución Suprema N°2900.

El Bolivarcito – Hoy el Bulevarcito (Plaza San Martín)

Ubicado también en el emblemático Gran Hotel Bolívar, el Bolivarcito y el bar del hotel, dos estupendos lugares para disfrutar grandes versiones de nuestro coctel de bandera: el Pisco Sour. Este no solo fue uno de los primeros bares en servir este trago a partir de la década de 1920, sino que el glamour y la fama que tuvo en el siglo pasado hizo que fuera visitado por conocidos personajes como Ernest Hemingway, Keith Richards, Orson Wells y Mick Jagger.

Actualmente El Bolivarcito o Bulevarcito no solo cuenta con una propuesta de bar, sino que también ofrece un atractivo menú a la hora de almuerzo. Un clásico de clásicos.

Bar Maury

Ubicado en jirón Ucayali 310, Centro Histórico de Lima, es uno de los mejores lugares del Centro de Lima, acogedores y con historia; ideal para probar el trago emblema del Perú, el pisco sour. Este bar es parte del Hotel del mismo nombre que fuera refundado en 1848 al modernizarse La Posada de Pedro Maury ciudadano francés o catalán que le dio el nombre. La primera posada data de inicios de la República (1826).

Desde principios del S. XVIII, el Hotel pasó por diversos propietarios, en 1911 lo adquirieron los señores José Visconti y Samuel Velásquez; en 1945, solo el Hotel pasó a manos de Antonio Bergna Maturo, quien en 1954 lo demolió para construir el nuevo edificio de 6 pisos. Orrego (2009), refiere “El nuevo bar, con entrada directa por la calle de Bodegones 399, se encontraba adornado por tres óleos del pintor indigenista José Sabogal con evocaciones de Lima antigua. Pero fueron sus pisco sours los que dieron mucho que hablar en las décadas del 50 al 70 a este bar”.

En 1986, a la decadencia del Centro Histórico de Lima, el Hotel y su bar también decayeron, pese a los denodados esfuerzos de sus administradores Arturo Rubio Feijóo y José Picasso Salinas.

Hoy en día, el hotel es operado por Inversiones Turísticas Maury S.A.C., integrante de un grupo hotelero de Hong Kong, que lo adquirió a los herederos de Antonio Bergna en 1998. Actualmente sigue operando en la misma esquina de Bodegones con Villalta y es testigo viviente de la historia republicana del Perú. Tiene 64 habitaciones y 12 suites con jacuzzi; el restaurante “El Salón de los

Espejos”; otros dos restaurantes, uno criollo y el otro oriental; y, lógicamente, su tradicional bar”.

El Cordano

Está situado en Jr. Ancash 202 esquina con Carabaya, frente a la Casa de la Literatura Peruana. Es conocido por haber atendido a literatos importantes como Martín Adán, Mario Vargas Llosa, Julio Ramón Ribeyro y tantos otros. Se caracteriza por su ya reputado pisco sour, chilcanos, vinos o vodkas, sus clásicos sándwiches de jamón del país, platos criollos y su café espresso.

El Inventario turístico del Perú del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) refiere sobre el bar Cordano:

“Fundado el 13 de enero de 1905 por los genoveses Vigilio Botano y los hermanos Luis y Antonio Cordano, inicialmente como un bazar y, a mediados de ese mismo año ya inician sus labores como Salón - Restaurante. Ubicado estratégicamente frente a la ex estación de ferrocarril Desamparados y a un lado de palacio de Gobierno, fue en sus mejores momentos el rincón de políticos, intelectuales y trasnochadores bohemios de Lima. Gozó de pompa y circunstancias, pues varios presidentes de la República degustaron aquellos platos que hoy todavía desfilan por las mesas de mármol y granito, como los riñoncitos al vino o los sesos a la romana, o bebieron sus célebres chilcanos de pisco. Y en sus paredes retumban aún célebres acuerdos y conversaciones. En el año 1978 los descendientes de la familia Cordano deciden dejar el negocio en manos de sus trabajadores, los que en la actualidad lo administran. Durante los años

que tiene al servicio de sus clientes ha sido visitado por muchas personalidades del mundo político y social de Lima sin mencionar a los jefes de estado que han sido asiduos comensales. El establecimiento tiene un área de 280 m² dividido en tres salones, con capacidad de 150 personas”.

En el año 2005 la Municipalidad de Lima le otorgó al bar El Cordano un reconocimiento por su Centenario de vida. Ha sido también declarado Patrimonio Cultural de la Nación por R.J. No. 009-1989-INC/J el 26 de Abril de 1989.

1.2.10. Innovación

La innovación está en todas partes, está en el mundo de los bienes (tecnología) pero también en el mundo de las palabras: la innovación es discutida en la literatura científica y técnica, pero también en ciencias sociales como la historia, la sociología, la administración y la economía. La innovación es también una idea central en el imaginario popular, en los medios y en la política pública. En suma, la innovación se ha convertido en un emblema de la sociedad moderna y en la panacea para resolver muchos problemas (Godin, 2008).

La innovación es un fenómeno portador de transformaciones en gran escala, ella es la base de lo que hoy se denomina sociedad del conocimiento y es también uno de los motores de la globalización y en sus diferentes matices significativos, la innovación comporta la capacidad de asumir los cambios y desarrollar capacidades creativas (Albornoz, 2009).

El sentido amplio del término innovación tiene la ventaja de su mayor cobertura y por lo tanto da la sensación de una inmediata comprensión de su significado, aunque se trata, en realidad, de uno de esos términos polisémicos que permiten que todos piensen que están hablando de lo mismo, aunque en realidad se estén refiriendo a cosas diferentes. Por ello, un significado tan amplio no es apropiado para fijar políticas necesariamente focalizadas. (Albornoz, 2009)

A partir de los diferentes conceptos analizados, se deduce que la innovación tiende a buscar la posición competitiva de las empresas mediante el uso de nuevas tecnologías y también de conocimientos recientes. Así, la innovación se implementa a través de procesos organizacionales, técnicos, comerciales, entre otros para transformar tanto la producción como la comercialización de productos o servicios en una empresa.

1.3. Definiciones de términos

Bar: Un bar (del inglés bar, barra), es un establecimiento comercial donde se sirven bebidas principalmente alcohólicas y aperitivos, generalmente para ser consumidos de inmediato en el mismo establecimiento en un servicio de barra. La persona que atiende el bar suele estar de pie, tras la barra y en el mundo anglosajón se le ha denominado tradicionalmente como barman. (Mesa y Bar, 2011)

Bar tradicional: Establecimiento donde se expenden bebidas alcohólicas y aperitivos; son lugares de diversión y encuentro, que generalmente son más concurridos de noche y donde el cliente siempre encuentra música y un ambiente vivo de interacción. Los bares tradicionales cuentan con una barra que separa al

público del personal de trabajo, una zona dotada de maquinaria, cristalería y materiales necesarios para la preparación de los tragos y las culinarias a vista del cliente. Estos establecimientos se especializan por tener algo importante que lo singularice; puede ser un trago, el servicio, la decoración o algún otro elemento en juego. (Rojas, 2006)

Aperitivo: Es un tipo de comida o bebida ligera que se toma antes del primer plato, ya sea antes del almuerzo o la comida al medio día, o la cena, en muchos países no lo tienen como costumbre o lo hacen en ocasiones especiales, como cumpleaños, navidad o año nuevo. (Ecured, s/a)

Coctel: Es una preparación a base de una mezcla de diferentes bebidas, que contiene por lo general dos o más tipos de bebidas, aunque algunas de ellas pueden ser bebidas no alcohólicas, a base de ingredientes como jugos, frutas, miel, leche o crema, especiales, entre otros insumos. (Hernandez, 2008 p.9)

Coctelería: Es el estudio de la relación entre las bebidas, las frutas, las flores, las hierbas, los helados y cualquier otro ingrediente comestible que pueda ser transformado en líquido por distintos métodos de preparación. Los procesos de preparación son construidos (directos) efervescencia. (Hernandez, 2008 p.9)

Elaboración: Es el proceso de trabajo, construcción y preparación de materiales, objetos o cosas para transformarlas en elementos de mayor complejidad. La elaboración puede darse sobre materias primas y otros objetos materiales, como también en espacios teóricos como cuando se habla de

elaboración de hipótesis discursos o teorías, como producto humano. (Rizo, 2008 p.2)

Estilo: La palabra puede ser utilizada en diversos ámbitos, aunque su uso más habitual está asociado a la apariencia, estética o la delineación de algo. (Lopez, s/a p.2)

Mezcla: Es una materia constituida por diversas moléculas. Las materias formadas por moléculas que son todas iguales, en cambio, reciben el nombre de sustancia químicamente pura o compuesto químico; por lo tanto, están formadas por varias sustancias que no mantienen interacciones químicas; las propiedades de los diversos componentes pueden incluso ser distintas entre sí. (Escobar, s/ p.3)

Problemática: La problemática comprende caracterizar el problema planteando en forma general e identificando los componentes específicos del problema de investigación de la coctelería que permite diseñar y conducir de forma adecuada el problema de investigación a estudiarse. (Escuela de Ciencias Básicas Tecnológicas, s/a)

Refresco: Es una bebida preparada con o sin agua carbonatada, edulcorantes que pueden ser naturales, fructuosa, colorantes, antioxidantes, estabilizadores de acidez que se toma fría o al tiempo. (ANFABRA, Elaboración de las bebidas, 2006 p.65)

Tendencia: El diccionario de la Real Academia española define tres significados de tendencia: 1(inclinación en los hombres y en las cosas hacia determinados fines; 2(fuerza por la cual un cuerpo se inclina hacia otro o hacia alguna cosa y; 3(idea religiosa, económica, política, artística, etc.; que se orienta en determinada dirección. (Ogbum, 2000 p.212)

Textura: Al igual que el color o la forma, la textura es una característica o cualidad de las superficies de todo lo que nos rodea. Por lo tanto, es una cualidad que se puede percibir tanto por el tacto como por la vista. Pueden ser naturales y artificiales según su origen; y según su percepción táctiles y visuales. (Contreras, 2010 P.58).

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. Diseño metodológico

Para la realización del presente estudio se utilizará el enfoque cualitativo y dentro de este al diseño de Investigación-acción tal como lo menciona Hernandez, Fernandez, & Baptista (2014), ya que se estudia una situación para mejorar la acción del mismo campo, en este caso el estudio de las tendencias para la mejora del principales bares del Centro Histórico de Lima, a través de aportes que brinde la presente investigación y resolver los problemas existentes para lograr la innovación.

2.2. Procedimiento de muestreo

Para la obtención de la muestra se recurrió al muestreo no probabilístico, por juicio de expertos, debido a que el investigador selecciona las unidades que serán muestra en base a su conocimiento y juicio profesional, estas muestras son frecuentes en estudios cualitativos.

2.3. Técnicas de recolección de la información

Se utilizará la entrevista como técnica de recolección: “La entrevista cualitativa es más íntima, flexible y abierta, esta se define como una reunión para conversar e intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado)” (Hernández, Fernandez, & Baptista p. 418)

2.3. Población y muestra

Por ser cualitativa se obtendrá a través de la entrevista a expertos bartenders de renombre nacional e internacional, quienes son conocedores de la problemática de los bares en el Centro Histórico de Lima.

2.4. Validez y de los Instrumentos

Las circunspecciones acerca de la confiabilidad de los instrumentos de recolección de datos a partir de la entrevista se han establecido bajo las pautas del enfoque cualitativo de la investigación.

3.5. Aspectos éticos

Para la realización de la tesis se consideró la originalidad y autenticidad del tema de investigación, se tuvo respeto a la autoría de las citas y fuentes textuales,

bibliográficas de la biblioteca física y virtual de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad San Martín de Porres. El investigador tuvo la obligación de respetar y proteger a los participantes contra cualquier coerción.

CAPÍTULO III

RESULTADOS

3.1. Análisis de las entrevistas

A continuación se presenta el análisis de la entrevista estructurada aplicada a tres especialistas conocedores de las tendencias y la problemática actual de la coctelería, la entrevista se llevó a cabo a cada especialista por separado, se efectuó una grabación en audio que posteriormente fue transcrita y adjuntada en los anexos del presente documento.

Los especialistas entrevistados fueron Jorge Norabuena (JN), Javier Cárdenas (JC), y Ernesto Rosado (ER).

Se siguió una pauta temática que servirá de guía para el presente análisis:

3.1.1. Innovación en la coctelería

Mientras que el primer entrevistado (JN) atribuye la innovación a la invención del hielo, pasando por la coctelería de autor y los bares temáticos de hoy en día; afirma también que todo esto es resultado del crecimiento económico, sin dejar de lado la cada vez más creciente concurrencia femenina a los bares lo cual brinda diversidad a las opciones de consumo y genera consecuentemente tendencias como el flair, la mixología y la coctelería tiki.

El segundo entrevistado (JC) identifica los efectos de la innovación en la presentación de tragos más atractivos a la vista, la variación y experimentación en las mezclas, el uso de aparatos cada vez más modernos y el progreso de las técnicas de preparación; la causa de estas corrientes innovadoras, según el entrevistado serían la corriente actual a nivel mundial que busca lo novedoso y otra causa sería el despunte de la gastronomía peruana.

Finalmente el tercer entrevistado (ER), atribuye la innovación en la coctelería, principalmente a que los bartenders están cada vez más especializados y son capaces de preparar sus propios insumos sin la necesidad de recurrir al mercado para conseguirlos, dando como resultado los bares con temática y sello personal del bartender.

3.1.2. Procesos en la elaboración de cocteles

Respecto a la pregunta sobre ¿qué aspectos se han modificado y cuáles otros se mantienen en la coctelería de hoy?, el primer entrevistado (JN) opinó que se ha llegado a modificar formulas, mezclas y los mismos procesos de preparación de los cocteles, esto debido principalmente a la introducción de nuevos artefactos e insumos. A su vez, el mismo entrevistado señala que todavía se mantienen procesos tradicionales como el agitado, el colado, molido, batido, flameado, entre otras técnicas que aún están vigentes al día de hoy.

Por su parte (JC), menciona que sí se han modificado aspectos tanto que “se han roto los paradigmas de las mezclas y algunos tabúes, dando como resultado cocteles modernos, de autor en los que las fórmulas originales pasan a segundo plano”; pero que a su vez, todavía quedan personas clásicas que se

mantienen en el uso de la coctelera y de insumos tradicionales. Por último (ER), reconoce que la innovación se ha dado más por el lado de la técnica identificando a su decir: “cocktails con técnicas como el estanciado algo parecido al blue blazer pero sin fuego, técnicas moleculares, con más énfasis también el shaking o batido, las nuevas propuestas del gin tonic por ejemplo se han modificado, ya no es directo sino más bien es buscar saborizar el gin con el producto a buscarle el sabor determinado”. El entrevistado coincide con (JC), al reconocer que existen técnicas clásicas que todavía se mantienen.

3.1.4. Originalidad

Respecto a la originalidad versus la innovación, al consultar a los expertos si la innovación afecta la originalidad y al solicitarles determinar qué características debe mantener el coctel para que no se vea afectada su originalidad, las respuestas fueron diversas; en principio (JN), menciona que la introducción de procedimientos e insumos innovadores suman y aportan al coctel, realzando el sabor y la presentación y; a su vez, añade que el límite para no afectar la originalidad de un coctel es que se mantenga el sabor original, el color y el aroma.

Por su parte (JC), opinó que la “innovación”, influye definitivamente pero no en todos os casos de manera positiva, pues en muchos casos, se ridiculiza y hasta se puede degradar un trago clásico y, lejos de agregar valor a la coctelería tradicional, le resta, y es poco consistente”. Aduce que innovación no es igual a inventiva, atribuyendo a la inventiva la capacidad de crear un producto con suficientes atributos para permanecer vigente por mucho tiempo. El segundo entrevistado también opinó que un coctel debe “cumplir el objetivo para el cual fue

creado, el equilibrio de sabor, la consistencia y el suficiente peso para lograr en el consumidor el mismo efecto agradable en su paladar, siempre que regrese al bar; este es un reto pero también responde al profesionalismo y la preparación del bartender, así la tarea estará completa”. Finalmente, el último entrevistado (ER), tuvo una opinión muy puntual, refiriendo que la innovación permite que el bartender cree sus propias recetas acorde a la temática establecida por la casa bar. Añadió también que el coctel siempre mantiene su originalidad, sobre todo si se respetan las marcas de los tragos base para cada preparación.

3.1.5. Actualización profesional

En referencia a la necesidad de capacitación de los profesionales respecto a las tendencias del sector, nuestro primer entrevistado (JN), opinó que son los profesionales de la barra quienes necesitan estar siempre un paso adelante con la innovación y añade que “los propietarios de bares innovadores están desechando las reglas tradicionales y reclamando espacio para la creatividad, están también estableciendo formas más innovadoras de conectarse más profundamente con los clientes y a su vez están satisfaciendo los gustos de los bebedores que tienen un saludable desprecio por la conformidad”. Añade a esta idea que “los bartenders siempre han sido adoptadores tempranos de tendencias para conectarse con la gente”. Concluye también que es necesaria la capacitación, entre otras razones para que el bartender brinde un servicio de calidad.

Por su parte el segundo entrevistado (JC), reconoce que las tendencias proliferantes son recogidas por muchos propietarios de bares quienes abren su oferta a segmentos de mercado que buscan lo innovador; sin embargo recalca respecto al bebedor clásico que “difícilmente se deja influenciar por tendencias, las

puede probar, pero seguirá siendo fiel a su paladar”. El segundo entrevistado añade también que es necesaria la capacitación de los profesionales del bar pero incide en que esta capacitación se amplíe a la investigación de campos afines que les permita concebir nuevas ideas y adaptar técnicas con las cuales innovar, consideró que “la capacitación no está en las recetas, sino en el conocimientos de los procesos”.

Así también nuestro tercer entrevistado (ER), opinó que la influencia de grandes bares y marcas importantes tienen mucho que ver en la capacitación de los profesionales de la barra y consideró también que las capacitaciones deben orientarse al uso de equipos de última generación de marcas reconocidas.

3.1.6. Cultura profesional

En relación a la cultura o dicho de otro modo el horizonte de conocimientos por los que debe transitar un bartender en el ejercicio de su profesión, el primer entrevistado (JN), aseveró que un profesional completo debe tener conocimiento en campos como “la elaboración de cocteles, el conocimiento de las bebidas y sus funciones, ser buen anfitrión, buen vendedor, buen controlador de sus costos, conocer de administración y tener una personalidad amable y cálida.”

Respecto a este mismo punto, el segundo entrevistado (JC), consideró que dentro de la cultura profesional de un bartender es fundamental considerar que “El conocimiento profundo de las materias primas que utiliza para la preparación es muy importante, conocer sus texturas, sabores, nivel de intensidad. Conocer también la biodiversidad del entorno en que vive y se desempeña para echar mano de los insumos que tiene cerca, allí entran en juego los saberes ancestrales

que son transmitidos por tradición con los cuales el peruano es privilegiado, hacer uso de tecnologías productivas, diseño y gestión de experiencias; teniendo también en cuenta lo que involucra el consumo del alcohol”. Añadió también que la cultura del bartender frente a las corrientes innovadoras, debe considerar al cliente clásico y que la innovación también se puede dar en el servicio, la atmósfera y los acompañamientos. Concluyó que “La innovación por la innovación no tiene sentido, es necesario conocer al cliente y así determinar el o los aspectos en los que se precisa la innovación”.

La opinión de nuestro tercer entrevistado (ER), considera que es vital la capacitación en los cuadros profesionales, básicamente en temas como “las técnicas básicas de coctelería, la coctelería internacional es el ABC, para que un bartender pueda sobresalir, leer muchos libros para actualizarse para tener una mejor dicción y este pueda expresarse mejor”. Adujo finalmente que muchas veces la capacitación de los bartender corre por cuenta propia y no reciben el apoyo de los propietarios de las empresas, y que los salarios que éstos perciben son incluso menores que los de los mozos o incluso que el personal de seguridad del bar.

CAPÍTULO IV

DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. DISCUSIÓN

Teniendo como base los resultados de las entrevistas a profundidad a los expertos y las investigaciones consignadas en el marco teórico de la presente investigación, se discuten los siguientes puntos:

En lo que respecta a los **nuevos procesos de elaboración de cocteles**, los entrevistados coincidieron en que la coctelería moderna o mixología, ha modificado procesos y técnicas debido a que existen nuevos artefactos y equipos de última generación, sumado a ello, la aparición de técnicas actuales o nuevas formas de preparar los tragos, aquí (ER), menciona la coctelería molecular, el estaciado, entre otras técnicas novedosas. Reforzando lo opinado por los expertos, mencionamos a autores como Graham, B. (2018), quien identifica dentro de la coctelería molecular nuevas técnicas como la esferificación, la suspensión, la emulsificación, la gelificación, entre otras técnicas novedosas; y Figueroa, A. (2018), quien señala que los insumos más comúnmente empleados para desarrollar estas técnicas en procesos novedosos de la coctelería molecular son el colapez, alginato de sodio, citrato de sodio, cloruro de calcio, gluconolactato cálcico, goma xantana, óxido nitroso, dióxido de carbono, hidrógeno, dextrosa, glucosa, féculas, entre otros elementos.

Coincidiendo con los expertos identificamos que las nuevas tendencias que demandan procesos y técnicas modernas son la coctelería artesanal, la orgánica y la coctelería biodinámica, entre otras; estos tres tipos de coctelería obligan a los bartenders a preparar sus propios insumos, partiendo de principios de respeto por lo natura y auténtico, dejando de lado los insumos procesados o químicamente tratados y cada una de ellas con su propios estilo y principios los cuales han sido ampliamente explicados en el marco teórico de ésta investigación.

Al tocar el tema de **actualización profesional**, (JC), opino que es necesaria la capacitación de los profesionales, partiendo de la necesidad del propio bartender de investigar campos afines que le permita concebir nuevas ideas y adaptar técnicas con las cuales innovar, el experto consideró que “la capacitación no está en las recetas, sino en el conocimiento de los procesos”. Este último punto coincide con lo tocado en el tema anterior, donde se puso en relieve que las tendencias de la coctelería han obligado a los bartender a modificar sus procesos y técnicas, por consiguiente también obligará a los profesionales en el área a capacitarse para hacer uso óptimo de los equipos de última generación, de las técnicas modernas y los insumos.

En relación a este punto, Ortiz, P. (2017), sostiene que en el futuro, ser mixólogo se convertirá en una “carrera” y no solo en un “trabajo”, puesto que la carrera tiene características fundamentales como el profesionalismo, los conocimientos, las habilidades, la pasión y la creatividad y un amor profundo por lo que se hace; y estas cualidades no están en el ámbito del trabajo que se realiza, sino que forma parte del contexto de la carrera.

Considerando que los **bares tradicionales del Centro Histórico de Lima** datan de la primera mitad del S. XX e incluso, algunos como el Bar Queirolo, de finales del S. XIX, son lugares emblemáticos con historia y tradición. Las edificaciones en las que operan, remontan al pasado glorioso de Lima y son un deleite a la vista de quienes los visitan; sumado a ello su buena ubicación y la gran reputación de la que gozan sus bebidas, en especial el pisco sour y el chilcano, acompañados de botanas de acervo también tradicional; estos bares representan joyas de amplio valor cultural y turístico para el país.

Sin embargo al ser lugares de tradición, lugares clásicos, pueden también ser catalogados como obsoletos donde lo antiguo o añejo lejos de ser atrayente puede causar rechazo o repulsión.

Partiendo del concepto de innovación de Albornoz (2009), quien la define como un fenómeno portador de transformaciones en gran escala, ella es la base de lo que hoy se denomina sociedad del conocimiento y es también uno de los motores de la globalización y en sus diferentes matices significativos, la innovación comporta la capacidad de asumir los cambios y desarrollar capacidades creativas.

En base a este concepto, es posible inferir que la innovación no se trata solamente de renovar elementos tangibles para darles una imagen de modernidad sino, más allá de eso, propicia la transformación en base a los nuevos conocimientos, tecnologías y técnicas que van surgiendo día a día en el mundo moderno, las cuales no pueden ser ignoradas. Por tanto, para los bares

tradicionales del Centro Histórico de Lima, la clave está en identificar aquellos aspectos en los que requieren implementar medidas innovadoras, ya sea equipamiento acorde con los últimos avances de la tecnología, implementación de técnicas más rápidas, eficientes o atractivas al público, productos con presentaciones más novedosas y cautivantes a la vista del cliente, nivel de atención y servicio profesional, tecnología para la agilización de procesos, entre otras medidas. Estas propuestas juntas o separadas pueden ser adoptadas por los bares en pro de la innovación. Y a decir de nuestro primer entrevistado (JN), “los propietarios de bares innovadores están desechando las reglas tradicionales y reclamando espacio para la creatividad, están también estableciendo formas más innovadoras de conectarse más profundamente con los clientes y a su vez están satisfaciendo los gustos de los bebedores que tienen un saludable desprecio por la conformidad”, de este modo, el experto refuerza la idea que para muchos propietarios de bares, la innovación es una necesidad y un estilo de operación.

Sin embargo, a decir de nuestro segundo entrevistado (JC), “La innovación por la innovación no tiene sentido, es necesario conocer al cliente y así determinar el o los aspectos en los que se precisa la innovación”, y añade que “el cliente conocedor difícilmente se deja influenciar por tendencias, las puede probar, pero seguirá siendo fiel a su paladar”. Por consiguiente, tener en cuenta las preferencias de los clientes, identificar el *target* o el público objetivo al cual se quiere orientar el negocio para en base a ello adoptar las nuevas tendencias en la coctelería, teniendo como resultado que los bares del Centro Histórico de Lima adopten medidas innovadoras efectivas para la satisfacción de sus clientes y por consecuencia el éxito del negocio.

4.2. CONCLUSIONES

1. Los estudios de los nuevos procesos en la elaboración de cocteles sí contribuyen a la innovación de los bares, y los obliga a adoptar técnicas de elaboración más específicas acorde con la tendencia de la coctelería que quieran adoptar; del mismo modo los motiva a hacer uso de tecnología moderna, sin que esto altere la originalidad de sus cocteles es decir manteniendo el sabor original, el color y el aroma de sus bebidas clásicas más reconocidas.
2. La capacitación profesional y la cultura del mixólogo permiten el conocimiento del profesional y forman parte de una carrera que va más allá de seguir nuevas recetas, sino se orientan hacia el dominio de los procesos, la investigación para ampliar su rango de conocimientos en campos afines a la coctelería, añadiendo a ello pasión, arte y profesionalismo; esta medida contribuirá significativamente a la innovación en los bares tradicionales los cuales podrán contar con profesionales que investiguen y dominen procesos y técnicas para la satisfacción de los paladares más sofisticados y exigentes.
3. Concluimos, finalmente que la actualización es parte fundamental en el profesional y que el estudio de las nuevas tendencias proporcionará el conocimiento y dominio de los procesos y técnicas en los bares contribuyendo a mejorar el servicio a través de las preferencias y demandas del cliente que concurre a los principales bares del Centro Histórico de Lima.

4.3. RECOMENDACIONES

1. Se recomienda que los bares del Centro Histórico de Lima se aventuren a adoptar técnicas de elaboración acorde con las nuevas tendencias de la coctelería lo que permitirá la innovación en el proceso de los cocteles; del mismo modo se les motiva a hacer uso de tecnología moderna para optimizar sus procesos y servicio sin que esto altere la originalidad de sus cocteles que son ya reconocidos por la originalidad de su sabor, presentación, el color y aroma.
2. Se recomienda que los mixólogos sean capacitados constantemente dado que ejercen una profesión que va más allá de seguir nuevas recetas, sino se orientan hacia el dominio de los nuevos procesos; se recomienda incidir en la investigación, exploración de su entorno, teniendo en cuenta la variedad de alternativas que ofrece el país en materia prima para la gastronomía y el bartending; así también se recomienda ampliar su rango de conocimientos en campos afines a la coctelería, añadiendo a ello pasión, arte y profesionalismo, para de esta manera dar paso a la innovación en los bares tradicionales los cuales podrán contar con profesionales cada vez más cualificados e innovadores en el mercado de la gastronomía.
3. Se recomienda la actualización permanente en la práctica de los conocimientos y técnicas de las nuevas tendencias de la coctelería por

parte de los profesionales para así contribuir a un tipo de innovación acorde y eficaz que tenga en cuenta las preferencias y demandas del cliente que concurre a los principales bares del centro histórico de Lima.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Acosta, A. (2014). *Elaboración del manula de operaciones, para el área de coctelería del laboratorio de servicios de la carrera de ingeniería en ecoturismo de la Universidad Técnica de Cotopaxi*. Ecuador: Universidad Técnica de Cotopaxi. Recuperado el 02 de Julio de 2018, de <http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/2617/1/T-UTC-00153.pdf>

Acosta, A., & Usuña, H. (2013 p.12). *Elaboración del manual de operaciones, para el área de coctelería del laboratorio de servicios de la carrera de ingeniería en ecoturismo de la Universidad Técnica de Cotopaxi*". Latacunga: Universidad Tecnica de Cotopaxi. Obtenido de <http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/2617/1/T-UTC-00153.pdf>

Alcázar, C. (2010). *Análisis de la Producción del Pisco en la Región de Tacna*. Universidad Nacional Jorge Basadre & Grohman. Tacna.

Alvarado, O. (1998). *Gestión Educativa. Enfoques y Procesos*. Lima: Edit.

ANFABRA. (2006 p.65). *Elaboración de las bebidas*. Madrid. Obtenido de http://www.refrescantes.es/wp-content/uploads/2013/11/Libro_Blanco_Bebidas_Refrescantes_ANFABRA.pdf

ANFABRA. (2010 p.45). *"Los refrescos en la coctelería"*. Asociación Nacional de fabricnates bebidas refrescantes analcohólicas. Obtenido de

<http://www.refrescantes.es/wp-content/uploads/2013/11/libro-refrescos-cocteleria-ANFABRA.pdf>

Angelini, G y Ayala, M. (2014) La Evolución de las Bebidas a Través de la Historia. INSTITUTO SUPERIOR N° 4044 "SOL" Seminario de Integración Santa Fe. Obtenido de: <http://repotur.yvera.gob.ar/bitstream/handle/123456789/4604/La%20Evoluci%C3%B3n%20de%20las%20Bebidas%20a%20trav%C3%A9s%20de%20la%20Historia.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Chocano, A. (2009). *Docente – Ángel Chocano La mixología y Gastronomía en Tendencia Molecular.*

Contreras, W. (2010 P.58). *Procesamiento digital de textura, Técnicas utilizadas en aplicaciones actuales del CBIR.* Lima: Universidad Nacional de San Marcos. Obtenido de [file:///C:/Users/hp/Downloads/3267-11464-1-PB%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/hp/Downloads/3267-11464-1-PB%20(1).pdf)

Córdova, K., Navia, T., & Villón, T. (2010). *Proyecto de Elaboración y Comercialización Artesanal de Cocteles Sin Alcohol a base de Frutas Tropicales en San Marino Shopping Center.*

Córdova, K., Navia, T. & Villón, D. (2010 p.15). *"Proyecto de elaboración y comercialización artesanal de cocteles sin alcohol a base de frutas tropicales"*. Guayaquil -Ecuador: Escuela Politécnica del Litoral. Obtenido de

<http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/10682/1/PROYECTO%20COCTELES%5B1%5D.pdf>

Delgado, C. & Pescoran. B. (2015) *Propuesta Estratégica de Marketing para la marca de Cocteles Piccoli en la Ciudad Chiclayo 2015*. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo.

Ecured. (s/a). *Aperitivo*. Recuperado el 21 de 08 de 2018, de <https://www.ecured.cu/Aperitivo>.

Enlil, R. (2019) (Drinking Decisions: Twentieth-Century Marketing and Tradition in New Orleans Alcoholic Beverage Trends) *Tomando decisiones: El Marketing del Siglo XX, tradición y tendencias en las bebidas alcohólicas en Nueva Orleans*. Univesidad de Nueva Orleans.

Erazo v. (2011) *Creación y Promoción de nuevos Cocteles elaborados con Babaco y Chihualcán*.

Escobar, A. (s/ p.3). *Conceptos básicos sobre mezcla*. Obtenido de <https://www.analfatecnicos.net/archivos/64.ConceptosBasicosMezcla-AntonioEscobar-Hispasonic.pdf>

Escuela de Ciencias Básicas Tecnológicas. (s/a). *Definición del problema*. Obtenido de <https://repository.unad.edu.co/bitstream/10596/5586/1/DefProblema.pdf>

Figuroa, A. (2018) Análisis del uso de la coctelería molecular en el bulevar del distrito de Barranco, Lima, Universidad San Martín de Porres Recuperado

de:http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/3939/3/figueroa_haa.pdf

Gaspar, J. (2018) “*La mixología conceptual y su relación con el Desarrollo del turismo de entretenimiento en la Ciudad de Huánuco – 2018*” Universidad de Huánuco Facultad de Ciencias Empresariales Escuela Académica Profesional de Turismo, Hotelería y Gastronomía.

Hernandez, J. (2008 p.9). *Coctel para todos*. Lima. Recuperado el 20 de 08 de 2018, de <https://todorecurso.files.wordpress.com/2010/04/cocteles-para-todos.pdf>

Hernández, R., Santa Cruz, L. & Tosse, A. (2017) Análisis de viabilidad para la creación del restaurante bar “Tástaro” en la ciudad de Santiago de Cali. Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium. Obtenido de; <https://repository.unicatolica.edu.co/bitstream/handle/20.500.12237/529/FUCLG0017415.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Koepf, H. (2001) *¿Que Es La Agricultura Biodinamica?* Editorial Rudolf Steiner Madrid. Obtenido de: <https://latierraquepisamos.files.wordpress.com/2014/10/c2bfque-es-la-agricultura-biodinamica-herbert.pdf>

Lopez, R. (s/a p.2). *Estilo, concepto histórico y uso actual*. Universidad de Alcalá. Obtenido de: <https://ebuah.uah.es/dspace/bitstream/handle/10017/7362/Estilo%20Concepto.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Magaña, J. (2015). *Mixología*. México. Recuperado el 02 de Julio de 2018, de https://medimum.com//@elefan_teperu/mixolotea-nuevas-tendencias-en-la-coctelería-966fac18f082
- Martiarena, C. & Quispe, D (2008). *Plan de Negocio para la Exportación de Aguaje*. Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Mejía, Mejía y Bravo (2014) *Tendencias gastronómicas: La encrucijada entre lo tradicional y lo innovador*. CULINARIA Revista virtual especializada en Gastronomía.
- Mignogna, G (2009) *Plan de Exportación del Oisco Chileno a EE.UU*. Santiago de Chile.
- Ogburn, W. (2000 p.212). *Tendencias Sociales*. Universidad de Chicago. Obtenido de file:///C:/Users/hp/Downloads/Dialnet-TendenciasSociales-758118.pdf
- Ortiz, P. (2017). *Nuevas tendencias coctelería*. Lima. Recuperado el 02 de Julio de 2018, de <http://pepeorts.com/nuevas-tendencias-cocteleria-2017-2020-final/>
- Paz, M. (2009) *Pisco por la razón o la fuerza El debate entre Perú y Chile sobre la Denominación de origen del Pisco, y sus Implicaciones*. Santiago, Chile.
- Rizo, J. (2008 p.2). *Técnicas de preparación y servicios de bebidas*. Managua, Nicaragua. Obtenido de <http://enah.edu.ni/files/uploads/biblioteca/830.pdf>

- Romero, J. (2016 p.27). Ecuador: Universidad Tecnica de Ambato. Obtenido de <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/25109/1/TESIS%20FINAL%20JOSUE%20ROMERO.pdf>
- Salinas, K. & León, V. (2016). *Comportamiento de Compra del Consumidor de Bares de Coctelería en la Ciudad de Trujillo*". Trujillo –Perú. Universidad Privada del Norte.
- Toledo, V. (2012). *Evolución de los Componentes Volátiles del Pisco Puro Quebranta (vitis vinífera l. var. quebranta)* obtenido de la destilación en Falca Yalambique a diferentes condiciones de aireación durante la Etapa de Reposo. Universidad Nacional Agraria la Molina Lima.
- Torres, C. (2016). *"Mixología molecular aplicada a cocteles con licores representativos del Ecuador y su aporte a la diversidad gastronómica Nacional"*. Ecuador: Universidad Técnica de Ambato. Recuperado el 02 de Julio de 2018
- Torres, C. (2016 p.26). Ecuador: Universidad Técnica de Ambato. Obtenido de http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/82/1/TL_DelgadoCarrascoKarolin_PescoranPericheBetzabeth.pdf
- Torres, W. (2010). *Asociatividad como Estrategia para Desarrollar las Exportaciones de Pisco del Valle de Cañete*. Universidad San Martín de Porres. Lima.

Tovar, J (2014). *Proyecto de Exportación de la Bebida Exótica "Torito de Cacahuete" originaria de Tlacotalpan Veracruz, México y con destino a España*. Universidad Autónoma del Estado de México.

Tumipamba, B. (2016). *Proyecto para la creación de un mixolo bar molecular en Guayaquil*. Ecuador: Universidad de Guayaquil-Ecuador. Recuperado el 02 de Julio de 2018, de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/12440/1/Tesis%2086%20Proyecto%20para%20la%20creación%20de%20un%20Mixolo%20bar%20molecular%2>

Vargas, H. (2014 p.27). *"Investigación y creación de un cocktail Bar Lounge en Guayaquil"*. Guayaquil-Ecuador: Universidad de Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/17374/1/TESIS%20Gs.%20146%20-%20Investigaci%C3%B3n%20y%20creaci%C3%B3n%20de%20un%20cocktail%20bar%20lounge.pdf>

ANEXOS

ANEXO 1
GUIÓN DE LA ENTREVISTA

Guion de Entrevista	
1.	<u>Innovación en la coctelería</u>
1.1	¿Cuáles son los aspectos que han innovado significativamente la coctelería?
1.2	¿A qué atribuye la innovación en la coctelería?
2.	<u>Procesos en la elaboración de cocteles</u>
2.1	¿Qué aspectos en la elaboración de cocteles considera, se han modificado?
2.2	En la actualidad ¿Qué procesos tradicionales para la elaboración de cocteles se mantienen?
3.	<u>Originalidad</u>
3.1	¿De qué manera considera que la innovación en la coctelería influye en la originalidad de los cocteles?
3.2	¿Qué características debe mantener el cóctel para considerar que no se ha afectado su originalidad?
4.	<u>Actualización profesional</u>
4.1	¿De qué manera han influenciado las tendencias de los cocteles en los

bares y profesionales?
4.2 ¿Considera usted que son necesarias las capacitaciones de los profesionales del bar, respecto a las tendencias en su área?
5. <u>Cultura profesional</u>
5.1 ¿Qué aspectos considera forman parte de la cultura profesional de un bartender?
5.2 ¿Cuál es la relación entre la cultura profesional del bartender y las tendencias en los bares?

ANEXO 2
ENTREVISTAS
ENTREVISTA 1

Guion de Entrevista a JORGE NORABUENA	
1.	<u>Innovación en la coctelería</u>
1.1	¿Cuáles son los aspectos que han innovado significativamente la coctelería?
	La mixología, el flair, la invención de la coctelera, la coctelería tiki.
1.2	¿A qué atribuye la innovación en la coctelería?
	<p>La historia de la coctelería ha tenido momentos.</p> <p>El hielo uno de los principales hitos de la coctelería, imaginarse un coctel sin hielo es impensable.</p> <p>La coctelería de autor.</p> <p>La temática de los bares.</p> <p>El creciente poder económico y el protagonismo social del género femenino han hecho que este sector lance al mercado nuevos productos que emocionalmente empaticen con ambos género, y que el consumo sea en mayor aceptación.</p> <p>La fusión de la coctelería con la gastronomía.</p> <p>La creación de nuevos productos.</p> <p>El uso de nuevos implementos y utensilios.</p>
2.	<u>Procesos en la elaboración de cocteles</u>
2.1	¿Qué aspectos en la elaboración de cocteles considera, se han modificado?
	<p>Formulas: Se preparan formulas y recetas con insumos en forma manual usando artefactos, eléctricos, mecánicos.</p> <p>Mezcla: Se preparan bebidas y snacks con uso de equipos alimentados por energía eléctrica (licuadora, batidora y/o gas licuado de petróleo, sopletes)</p> <p>Preparación: Se clasifican pesan, cortan, acondicionan insumos como: hielo verduras, frutas entre otros.</p>
2.2	En la actualidad ¿Que procesos tradicionales para la elaboración de cocteles se mantienen?

El agitado (shaking) y el uso de la cuchara imperial.

Colado (straining) Cuando un bebida contiene huevos, zumos de frutas o crema, es imprescindible agitar los ingredientes

Molido (muddling)

Batida (blending) Hay ciertas elaboraciones que necesitan del uso de una batidora eléctrica ya que contienen frutas u otros ingredientes que no se descomponen por agitación. Hay ciertos cócteles que necesitarán de hielo en su batida

Construcción (building) Por lo general, esta técnica se basa en colocar, apoyar o hacer flotar ciertos ingredientes en la parte superior del vaso en el que se sirve el cóctel.

Estratificación (layering)

Por leyes de condensación y densidad, se puede jugar con los diferentes ingredientes, de tal manera que se pueda presentar un cóctel con distintas capas, consiguiendo una presentación muy original. Para ello se debe conocer el peso aproximado de los ingredientes y de los licores.

Flameado (flaming)

El flameado es el método por el cual se prende fuego a un cóctel o licor, normalmente para alterar y mejorar el sabor de una bebida. Es importante saber que se debe realizar esta técnica con mucha precaución. Algunos licores se prenden con mucha facilidad, por lo que en ocasiones será mejor calentar una pequeña cantidad de licor en una cuchara y mezclarlo posteriormente con el cóctel.

3. Originalidad

3.1 ¿De qué manera considera que la innovación en la coctelería influye en la originalidad de los cocteles?

Le aportan sabor, matizan el exceso de dulzor, de amargor o de acidez, los hacen más atractivos con su color y contribuyen a que el conjunto de los ingredientes se aprecie como uno solo en el paladar.

Al usar productos poco frecuentes en coctelería da como resultado mezclas modernas.

3.2 ¿Qué características debe mantener el cóctel para considerar que no se ha afectado su originalidad?

Manteniendo su sabor color y aroma y respetando su receta original.
4. <u>Actualización profesional</u>
4.1 ¿De qué manera han influenciado las tendencias de los cocteles en los bares y profesionales?
<p>Los cócteles están liderando el camino a escala global con bartenders que experimentan con ingredientes y juegan con las tecnologías para satisfacer los sentidos. Pero en un mundo en el que constantemente estamos buscando la próxima gran novedad, necesitan estar un paso más adelante que los demás.</p> <p>Los propietarios de bares innovadores están desechando las reglas tradicionales y reclamando espacio para la creatividad: hacer lo que quieren de la forma en que quieren hacerlo.</p> <p>Los propietarios de bares y las marcas de bebidas que marcan tendencia están estableciendo formas aún más innovadoras de conectarse más profundamente con los clientes.</p> <p>Los propietarios de bares adelantados están satisfaciendo los gustos de los bebedores que tienen un saludable desprecio por la conformidad.</p> <p>Los bartenders siempre han sido adoptadores tempranos de tendencias para conectarse con la gente.</p>
4.2 ¿Considera usted que son necesarias las capacitaciones de los profesionales del bar, respecto a las tendencias en su área?
<p>Con la capacitación se busca incrementar los niveles de eficiencia y eficacia de los trabajadores del sector, es de imprescindible importancia conocer cuáles son las fortalezas, debilidades, habilidades, estudios, perspectivas y opiniones de los mismos encontrándonos con resultados impresionantes en cuanto a desconocimiento de aspectos básicos, que un barman idealmente debe de conocer. Para brindar servicios de calidad.</p>
5. <u>Cultura profesional</u>
5.1 ¿Qué aspectos considera forman parte de la cultura profesional de un bartender?
<p>Experto en la elaboración de cocteles</p> <p>Experto en el conocimiento de las bebidas y sus funciones.</p> <p>Anfitrión</p>

Vendedor
 Controlador de sus costos
 Administración
 Personalidad.

ENTREVISTA 2

Guion de Entrevista a JAVIER CÁRDENAS	
1.	<u>Innovación en la coctelería</u>
1.1	¿Cuáles son los aspectos que han innovado significativamente la coctelería?
	Se ha innovado tanto en la presentación de las bebidas, haciéndolas más atractivas a la vista y respondiendo a tendencias y modas en el sector, las mezclas también se han variado, respondiendo a gustos de propietarios y clientes, en la búsqueda de probar nuevas combinaciones, acentuar sabores; finalmente también se ha innovado en las técnicas, con el avance de la tecnología, se cuenta con equipos y utensilios cada vez más modernos y útiles para la preparación.
1.2	¿A qué atribuye la innovación en la coctelería?
	A la corriente actual en el mundo, que busca lo novedoso, lo retador a los sentidos, nuevos sabores, nuevas experiencias; así también se debe al despunte de la gastronomía peruana, al valor, reconocimiento y relevancia que están teniendo los productos peruanos, tanto dentro como fuera del territorio.
2.	<u>Procesos en la elaboración de cocteles</u>
2.1	¿Qué aspectos en la elaboración de cocteles considera, se han modificado?
	Que se han roto los paradigmas de las mezclas y algunos tabúes, dando como resultado cocteles modernos, de autor en los que las fórmulas originales pasan a segundo plano.
2.2	En la actualidad ¿Que procesos tradicionales para la elaboración de cocteles se mantienen?
	Se mantiene para algunos clásicos, el uso de la coctelera, insumos clásicos y en casos es la base para la elaboración de los nuevos cocteles están la

coctelería molecular, la temática, la orgánica, entre otras.
3. <u>Originalidad</u>
3.1 ¿De qué manera considera que la innovación en la coctelería influye en la originalidad de los cocteles?
Influye definitivamente pero no en todos los casos de manera positiva, pues en muchos casos, se ridiculiza y hasta se puede degradar un trago clásico y, lejos de agregar valor a la coctelería tradicional se le resta y es poco consistente, más volátil, innovación no es igual a inventiva, porque innovación es, muchas veces, ir de acuerdo a la moda, pero la inventiva es crear un nuevo producto que tenga los suficientes atributos para permanecer y eso no se hace todos los días.
3.2 ¿Qué características debe mantener el cóctel para considerar que no se ha afectado su originalidad?
Cumplir su objetivo para el cual fue creado, el equilibrio de sabor, la consistencia y el suficiente peso para lograr en el consumidor el mismo efecto agradable en su paladar, siempre que regrese al bar; este es un reto pero también responde al profesionalismo y la preparación del bartender, así la tarea estará completa.
4. <u>Actualización profesional</u>
4.1 ¿De qué manera han influenciado las tendencias de los cocteles en los bares y profesionales?
El mercado se ve influenciado por las tendencias de las grandes propuestas socioculturales, actualmente una de las tendencias proliferantes es la inclinación por lo saludable, la búsqueda del bienestar y el equilibrio, y los productos que recojan esta tendencia gozarán de la preferencia del público consumidor. Algunos bares recogen estas tendencias y abren su oferta a otros segmentos de mercado; aunque no olvidemos que el bebedor clásico, difícilmente se deja influenciar por tendencias, las puede probar, pero seguirá siendo fiel a su paladar.
4.2 ¿Considera usted que son necesarias las capacitaciones de los profesionales del bar, respecto a las tendencias en su área?
Considero que sí, no necesariamente específicas para los profesionales del bar, pero el profesional que quiera actualizar sus conocimientos, está

obligado a visitar campos afines, para de allí sacar ideas y adaptar técnicas que le permitan innovar sus productos, considero que la capacitación no está en las recetas, sino en el conocimientos de los procesos.

5. Cultura profesional

5.1 ¿Qué aspectos considera forman parte de la cultura profesional de un bartender?

El conocimiento profundo de las materias primas que utiliza para la preparación es muy importante, conocer sus texturas, sabores, nivel de intensidad. Conocer también la biodiversidad del entorno en que vive y se desempeña para echar mano de los insumos que tiene cerca, allí entran en juego los saberes ancestrales que son transmitidos por tradición con los cuales el peruano es privilegiado, hacer uso de tecnologías productivas, diseño y gestión de experiencias; teniendo también en cuenta de los que involucra el consumo del alcohol.

5.2 ¿Cuál es la relación entre la cultura profesional del bartender y las tendencias en los bares?

Su relación es estrecha y directa, pero esta tienen que ir en concordancia con el segmento de mercado o cliente consumidor, el profesional puede innovar, pero si el cliente es un clásico, su oferta no tendrá mayor relevancia. La innovación, no solamente tienen que estar en el coctel, también se puede innovar en el servicio, en la atmosfera, en los acompañamientos, etc. La innovación por la innovación no tiene sentido, es necesario conocer al cliente y así determinar el o los aspectos en los que se precisa la innovación.

ENTREVISTA 3

Guion de Entrevista a ERNESTO ROSADO	
1. <u>Innovación en la coctelería</u>	
1.1 ¿Cuáles son los aspectos que han innovado significativamente la coctelería?	
	Los aspectos que han innovado son que el Bartender actual es un chef en la producción de sus propios insumos, y es capaz de elaborar insumos como: Syrups, Bitters, Vermouths, Garnish, entre otros.
1.2 ¿A qué atribuye la innovación en la coctelería?	
	A que los bares puedan encontrar una temática más personal, creando diferentes bebidas acorde a su estilo que él quiera imprimir como sello único.
2. <u>Procesos en la elaboración de cocteles</u>	
2.1 ¿Qué aspectos en la elaboración de cocteles considera, se han modificado?	
	Por ejemplo cocktails con técnicas como el estanciado algo parecido al blue blazer pero sin fuego, técnicas moleculares, con más énfasis también el shaking o batido, las nuevas propuestas del Gin Tonic por ejemplo se han modificado, ya no es directo sino más bien es buscar saborizar el gin con el producto a buscarle el sabor determinado.
2.2 En la actualidad ¿Que procesos tradicionales para la elaboración de cocteles se mantienen?	
	Shaking, Floating pero también hay floating como el swizzles con hielo frappe, stir, directo con algunas variantes solo en el caso de vodkas, gin & whiskies.
3. <u>Originalidad</u>	
3.1 ¿De qué manera considera que la innovación en la coctelería influye en la originalidad de los cocteles?	
	Pues gracias a ello el bartender o mixólogo, puede crear sus propias bebidas de acuerdo a la temática establecida por la casa bar.
3.2 ¿Qué características debe mantener el cóctel para considerar que no se ha afectado su originalidad?	
	El cocktail siempre mantiene su originalidad, lo que sucede ahora se trabaja con marcas las cuales cada casa destiladora tiene sus productos y balances

de acuerdo a lo estipulado por la misma casa, no es lo mismo la graduación y sabor de un whiskey bourbon de tal marca que otra de otra marca, son muy distintos sus procesos desde su cultivo hasta la misma destilación y añejamiento.

4. Actualización profesional

4.1 ¿De qué manera han influenciado las tendencias de los cocteles en los bares y profesionales?

Bueno en si los grandes bares y las mismas marcas han influenciado con ello a través de concursos millonarios del cual los bartender demuestran su destreza en dicho certamen.

4.2 ¿Considera usted que son necesarias las capacitaciones de los profesionales del bar, respecto a las tendencias en su área?

Sí hay capacitaciones y a manera de interpretar de cada uno, pero para ello debemos tomar en cuenta de equipos de última tecnología como ronner de sous vide, deshidratadores o en tal caso emplear hornos rational, siphones, paco jet, entre otros.

5. Cultura profesional

5.1 ¿Qué aspectos considera forman parte de la cultura profesional de un bartender?

Las técnicas básicas de coctelería, la coctelería internacional es el ABC para que un bartender pueda sobresalir, leer muchos libros para actualizarse para tener una mejor dicción y este pueda expresarse mejor.

5.2 ¿Cuál es la relación entre la cultura profesional del bartender y las tendencias en los bares?

Pues solo ellos se están adaptando a estas nuevas tendencias, y asumen ese rol de la temática al cual tienen que servir, el detalle es los honorarios, más tareas, más capacitaciones y son los que ganan menos que un mozo, cocinero hasta el mismo seguridad.