



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ
FACULTAD DE EDUCACIÓN, TURISMO, ARTES Y HUMANIDADES
CARRERA DE HOSPITALIDAD Y HOTELERIA

TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

**CATÁLOGO DE VARIETADES DE ROMPOPE DE LA PROVINCIA
DE MANABÍ: ORIGEN, ELABORACIÓN Y PROPUESTA DE UN
PRODUCTO CON VALOR AGREGADO PARA SU
COMERCIALIZACIÓN**

Autor/a:

VERA VALDIVIESO VANESSA STEFANIA

Docente tutor:

LIC. GABRIELA SION

Manta - Manabí - Ecuador

CERTIFICO

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad de Educación, Turismo, Artes y Humanidades de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado preliminarmente el Trabajo de Integración Curricular bajo la autoría de la estudiante VERA VALDIVIESO VANESSA STEFANIA, legalmente matriculada en la carrera de HOSPITALIDAD Y HOTELERÍA, período académico 2025-2026(1), cumpliendo el total de **384 horas**, cuyo tema del proyecto o núcleo polémico es *"CATÁLOGO DE VARIEDADES DE ROMPOPE DE LA PROVINCIA DE MANABÍ: ORIGEN, ELABORACIÓN Y PROPUESTA DE UN PRODUCTO CON VALOR AGREGADO PARA SU COMERCIALIZACIÓN"*

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, y la originalidad del mismo, requisitos suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, Viernes, 08 de agosto de 2025.

Lo certifico,



SION SALTOS GABRIELA JANETH

Docente Tutor

APROBACIÓN DEL TRABAJO

El tribunal evaluador certifica:

Que el trabajo de la carrera titulado “CATÁLOGO DE VARIEDADES DE ROMPOPE DE LA PROVINCIA DE MANABÍ: ORIGEN, ELABORACIÓN Y PROPUESTA DE UN PRODUCTO CON VALOR AGREGADO PARA SU COMERCIALIZACIÓN”, ha sido realizado y concluido por la estudiante Vera Valdivieso Vanessa Stefania, el mismo que ha sido controlado y supervisado por los miembros del tribunal.

El trabajo de fin de carrera reúne todos los requisitos pertinentes en lo referente a la investigación y diseño que ha sido continuamente revisada por este tribunal en las reuniones llevada a cabo.

Para dar testimonio y autenticidad.

Firmamos:



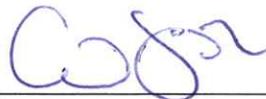
Ing. Ángela Farfán Tigre
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL



Ing. Anthony Navarrete García, Mg
MIEMBRO TRIBUNAL DE TITULACIÓN



Ing. Irene Rodríguez Pincay, Mg
MIEMBRO TRIBUNAL DE TITULACIÓN



Lic. Gabriela Sión Saltos, Mg
DOCENTE TUTOR DE TITULACIÓN

Vanessa Vera.

Vera Valdivieso Vanessa Stefania
ESTUDIANTE

DEDICATORIA

A Dios, fuente de sabiduría y fortaleza, por brindarnos la luz necesaria en cada paso de este camino.

A nuestras familias, pilares fundamentales de apoyo incondicional, quienes, con su paciencia, amor y fe constante, nos impulsaron a no rendirnos ante los desafíos que implicó este proceso investigativo y formativo.

A cada estudiante y docente que participó en este estudio, por su tiempo, disposición y confianza para compartir sus experiencias; gracias a ellos, esta investigación cobra sentido y profundidad.

Y, finalmente, a nosotros mismos, por la perseverancia, el compromiso y la dedicación con la que asumimos esta etapa, superando obstáculos, aprendiendo a través del esfuerzo y creyendo en la posibilidad de una educación transformadora.

AGRADECIMIENTO

Al culminar esta etapa tan bonita le quiero dar gracias a Dios por darme las fuerzas necesarias para seguir adelante, le agradezco también por guiarme a lo largo de esta hermosa etapa también quiero darles las gracias a mis padres María Valdivieso y Hermogenes Vera, quienes siempre han estado presente y no me permitieron desmallar y cumplir mi meta, a mis hermanas, hermano por ser parte fundamental de en este proceso por siempre estar conmigo en cada paso que doy este logro no solo es mío sino también de toda mi familia los cuales se han hecho presente en cada paso que doy en mi vida.

RECONOCIMIENTO

Nuestro más profundo agradecimiento a la Universidad Laica “Eloy Alfaro de Manabí”, por permitirnos ser parte de este lugar donde obtuvimos la oportunidad de desarrollarnos no solo en la área profesional, sino también crecer como personas donde reforzamos los valores, el conocimiento crítico que están entrelazadas con la realidad en lo social.

Agradecemos a la Facultad de Hospitalidad y Hotelería, por su acogida a su vez nos proporcionó herramientas tanto teóricas como prácticas para lograr desarrollar y comprender nuevas habilidades a implementar en el contexto,

A la tutora, por compartir su gran conocimiento, por su guía sólida y continua, y por el rigor académico con el cual nos acompañó; gracias a su apoyo este fue fundamental para culminar con éxito en este proyecto.

Y a todos nuestros profesores, que con dedicación y compromiso, inculcaron y despertaron, una mirada crítica, la curiosidad y la ética. Gracias por indicarnos nuevos horizontes hacia una comprensión profunda, para conseguir transformar el pensamiento y la práctica educativa.

Contents

APROBACIÓN DEL TRABAJO	iii
DEDICATORIA	iv
RECONOCIMIENTO	vi
RESUMEN	xi
1. Introducción	2
1.1. Objetivos de investigación	4
2. Fundamentación teórica	6
2.1. Orígenes históricos del rompopo en América Latina	6
2.2. Introducción y adaptación del rompopo en Ecuador	7
2.3. Patrimonio cultural inmaterial (UNESCO) ... ¡Error! Marcador no definido.	
2.4. Turismo gastronómico y desarrollo territorial	8
2.5. Clasificación por ingredientes	9
2.6. Técnicas de elaboración: artesanal vs. semi-industrial	10
3. Normativa y seguridad alimentaria	11
3.1. Regulaciones ecuatorianas sobre bebidas alcohólicas artesanales.... ¡Error! Marcador no definido.	
3.2. Buenas prácticas de manufactura y control de calidad	11
3.3. Innovaciones y tendencias de sabor	12
4. Comercialización del Rompopo	13
4.1. Impacto en empleo y emprendimiento femenino	14
4.2. Producción familiar y cadenas de valor rurales	14
4.3. Criterios de registro (ingredientes, proceso, origen)	14
4.4. Estrategias de difusión	15
5. Variedades de Rompopo	16
5.1. Fichas técnicas de los tipos de rompopo	16
6. Metodología	27
6.1. Variables investigadas	28
6.2. Procedimiento de análisis y herramientas utilizadas	30
6.3. Consideraciones éticas	30
7. Resultados	31
7.1. Distribución por rangos de edad	31

7.2.	Distribución por género	32
7.3.	Distribución por ocupación o profesión.....	33
7.4.	Lugar de residencia de los participantes	33
7.5.	¿Ha probado el Rompope Manabita?	34
7.6.	¿Ha consumido rompope en el último año?	35
7.7.	Frecuencia de consumo de rompope	35
7.8.	Lugares donde suelen consumir rompope.....	36
7.9.	Canales de adquisición del rompope.....	37
7.10.	Aspectos valorados más en el rompope	38
7.11.	Satisfacción con el sabor del rompope	38
7.12.	Preferencia por tipo de rompope	39
7.13.	Percepción del rompope como identidad cultural de Manabí.....	40
7.14.	Frecuencia de regalar rompope como producto tradicional	40
7.15.	Disposición a pagar más por rompope con valor agregado.....	41
7.16.	Presentación más atractiva para el rompope.....	41
7.17.	Canales de venta más adecuados para adquirir rompope.....	42
7.18.	Precio justo considerado para una botella de 500 ml de rompope artesanal ⁴³	
7.19.	Interés en conocer la historia y tradición del rompope.....	44
8.	Discusión.....	¡Error! Marcador no definido.
8.1.	Distribución sociodemográfica de consumo:.....	46
8.2.	Valor cultural:.....	46
8.3.	Impulso al patrimonio inmaterial	47
8.4.	Diversificación y Tendencias de Innovación	47
8.4.1.	Variedad de sabores y técnicas:	47
8.4.2.	Innovación sensorial controlada:	47
8.5.	Producción, Comercialización y Dinámicas de Valor	47
8.5.1.	Predominio artesanal y familiar:	47
8.5.2.	Cadenas de comercialización:.....	47
8.5.3.	Sensibilidad al precio y disposición al valor agregado:.....	48
8.6.	Riesgos, Retos y Buenas Prácticas.....	48
8.6.1.	Seguridad alimentaria y normativas:	48

8.6.2. Retos de escalabilidad:	48
8.6.3. Impactos para el Desarrollo Territorial y Proyección	48
8.6.4. Dinamizador económico local	48
8.7. Síntesis y Perspectivas	49
8.8. Cruce de resultados	49
9. Conclusiones	56
10. Recomendaciones	59
Referencias Bibliográficas	61

ÍNDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1 comparativa grupo 1</i>	25
<i>Tabla 2 comparativa grupo 2</i>	25
<i>Tabla 3 comparativa grupo 3</i>	26
<i>Tabla 4 comparativa grupo 4</i>	26
<i>Tabla 5 distribuciones de edad</i>	31
<i>Tabla 6 distribución de genero</i>	32
<i>Tabla 7 ocupación o profesión</i>	33
<i>Tabla 8 lugar de residencia</i>	33
<i>Tabla 9 ha probado el rompopo</i>	34
<i>Tabla 10 has consumido rompopo</i>	35
<i>Tabla 11 frecuencia de consumo</i>	35
<i>Tabla 12 lugar donde suelen consumir</i>	36
<i>Tabla 13 canales de adquisición</i>	37
<i>Tabla 14 aspectos valorados</i>	38
<i>Tabla 15 satisfacción con el sabor</i>	38
<i>Tabla 16 preferencia por tipo de rompopo</i>	39
<i>Tabla 17 percepción de rompopo</i>	40
<i>Tabla 18 frecuencia de regalar rompopo</i>	40
<i>Tabla 19 disposición a pagar</i>	41
<i>Tabla 20 presentación más atractiva</i>	41
<i>Tabla 21 canales de venta</i>	42
<i>Tabla 22 precio considerado</i>	43
<i>Tabla 23 Interés en conocer la historia y tradición</i>	44

RESUMEN

El presente estudio analiza el **rompopo manabita** como patrimonio alimentario local a través de un enfoque cuantitativo-descriptivo, aplicado mediante encuestas estructuradas a consumidores de la provincia de Manabí. Se indagaron aspectos de identidad, hábitos de consumo, valoración y percepciones sobre cualidades y potencial de la bebida. Los hallazgos presentan que el rompopo está vinculados a la cultura manabita: el 86.6% se lo conoce como un símbolo de identidad en la región en donde el 90% indica que ha degustado, lo que reconfirma su transmisión entre generaciones en la sociedad.

La mayoría de sus consumidores son jóvenes y adultos activos (21-45 años), quienes valoran su sabor y la naturalidad sus características, mencionadas por un 50% como sus nuevas variedades y presentaciones, pero el **sabor tradicional** sigue siendo el más apreciado (69.7%). Se observó que los consumidores del producto local y asisten a ferias de comidas y mejora la percepción de la calidad y autenticidad. Por medio de su producción familiar esta involucradas las mujeres que ayudan a mejorar la economía de su región y también respaldan las enseñanzas.

Más de un 58% de las personas encuestadas indicaron estar predispuesto a cancelar un mayor valor si este incorpora el valor agregado porque presenta, oportunidades para innovar y ampliar las ofertas. En conclusión, el rompopo manabita representa una **síntesis viva de tradición, innovación e identidad**, con potencial para impulsar el desarrollo local, fortalecer el emprendimiento y proyectar el patrimonio cultural a escala nacional e internacional, consolidándolo como referente gastronómico y motor de valorización territorial.

Palabras clave: rompopo manabita, patrimonio alimentario, identidad cultural, tradición.

ABSTRACT

This study analyzes Manabí eggnog as a local food heritage through a quantitative-descriptive approach, applied through structured surveys with consumers in the province of Manabí. Aspects of identity, consumption habits, appreciation, and perceptions about the beverage's qualities and potential were investigated. The findings show that eggnog is linked to Manabí culture: **86.6%** recognize it as a symbol of identity in the region, and 90% indicate they have tasted it, which reconfirms its transmission between generations and within society.

The majority of its consumers are young people and active adults (21-45 years old), who value its flavor and natural characteristics. **50%** mention its new varieties and presentations, but the traditional flavor remains the most appreciated (**69.7%**). It was observed that consumers of the local product attend food fairs, improving their perception of quality and authenticity. Through their family production, women are involved, helping to improve their region's economy and also supporting the teachings.

More than **58%** of those surveyed indicated they were willing to pay a higher price if the product incorporates added value because it presents opportunities for innovation and expansion. In conclusion, Manabí rompopo represents a living synthesis of tradition, innovation, and identity, with the potential to drive local development, strengthen entrepreneurship, and promote cultural heritage nationally and internationally, consolidating it as a gastronomic benchmark and driver of territorial appreciation.

Keywords: Manabí rompopo, food heritage, cultural identity, tradition.

1. Introducción

La historia culinaria del rompopo, no solo comparte gustos, sino también relatos, identidades y estilos de vida los cuales se transforman junto a las poblaciones que las habitan. Desde este punto de vista, el rompopo manabita aparece como una bebida representativa que logra integrarlo el patrimonio cultural de Manabí, se encuentra situada en la costa ecuatoriana. Con su forma en que se preparar, utilizando ingredientes como yemas de huevo, azúcar, leche, canela y aguardiente, esto ha perdurado a lo largo del tiempo y se adaptó a las condiciones sociales y económicas actuales. (Barreiro Carranza & Cedeño Tarabo, 2024)

Esta bebida es parte de Manabí donde se ha servido en festivales, reuniones familiares incluyendo sus costumbres. A pesar del vínculo que presenta con la identidad local, el rompopo ha sido tradicionalmente excluido dentro de los procesos de estandarización y venta a gran escala. Su producción sigue siendo en su mayoría de manera artesanal y asegura su autenticidad y sabor tradicional.

En este marco, surge la necesidad de rescatar, clasificar y proponer mejoras a las distintas variantes del rompopo producidas en Manabí, como una forma de salvaguardar el patrimonio intangible y, al mismo tiempo, explorar su potencial comercial.

Diversos estudios sobre gastronomía tradicional señalan que el valor agregado aplicado a productos autóctonos permite no solo revitalizar prácticas ancestrales, sino también abrir mercados locales e internacionales para comunidades que antes estaban excluidas de estos procesos (Soledispa Martha, 2025).

Por lo tanto el rompopo, al igual que varios productos tradicionales, no solo es una bebida; si no también es la conservación de los saberes ancestrales que encadenan conocimientos, prácticas y afectos que se transmiten, los estudios que se presentan son

un componente de una estrategia educativa y práctica que se tienen como finalidad reforzar los saberes y evolucionar nuevos procesos de elaboración.

El objetivo principal del estudio es crear un catálogo con una variedad de tipos de rompopo manabita, que contengan su procedencia, las técnicas de elaboración y una propuesta que ayude con valor añadido y con esto logre su acceso a todos los mercados extensos. Al utilizar una metodología cualitativa y descriptiva que abarca las entrevistas de productores locales, realizadas en otras partes de Ecuador. (Mader, 2023)

El sabor del rompopo radica, en sus ingredientes y la gran variedad que se puede incorporar para resaltar el rompopo con otros sabores como cacao, café, piña, maní e incluso maracuyá, esta diversidad que puede ser presentada no se ha registrado de manera formal. El presente catálogo tiene la finalidad de cubrir las necesidades del cliente sin perder la esencial que caracteriza al rompopo artesanal.

Según Moisés Alcívar (2022), en lo económico actualmente se impulsa a las comunidades rurales en este escenario, donde el rompopo da la oportunidad viable para poder generar ingresos, de manera específica integrando conceptos de identidad culturales y variabilidad de producto. El rompopo como patrimonio cultural permite promoción dentro de circuitos turísticos y gastronómicos.

En esta investigación pretende lograr contribuir al fortalecimiento de las economías a través de preservar los productos tradicionales que presentan un potencial de forma simbólica como económica, el catálogo expuesto se convertirá en un documento de referencias para proponer nuevas formas de consumo del rompopo para explorar nuevos escenarios (Ministerio de Turismo, 2024)

Aquí hablemos del reconocimiento de Manabí como región gastronómica 2026

1.1. Objetivos de investigación

Objetivo general

Elaborar un catálogo que identifique las variedades de rompopo, recetas y puntos de comercialización, entre otras informaciones, de esta forma contribuir en la preservación del patrimonio cultural y gastronómico de Manabí.

Objetivos específicos

1. Recopilar información sobre el origen de la bebida y su presencia en los diferentes cantones de Manabí.
2. Repertorio las variedades de rompopo según su método de elaboración e ingredientes.

Elaborar un catálogo de variedades de rompopo para que la imagen de esta bebida sea puesta en valor (con fines comerciales).

a) Justificación del estudio:

La creación de un catálogo de variedades de rompopo en la provincia de Manabí responde a una necesidad imperiosa de documentar, conservar y promover las expresiones culinarias que conforman el patrimonio cultural inmaterial de las comunidades montubias y urbanas manabitas. El rompopo, bebida dulce a base de leche, huevo, azúcar y licor, tiene profundas raíces históricas, religiosas y socioculturales, tanto a nivel nacional como latinoamericano.

Como lo mencionan Alcívar y Loor (2022), el rompopo es identidad gastronómica transmitida a través de generaciones, también representa un punto de reconocimiento como patrimonio inmaterial del Ecuador. Promueve las necesidades como el eje de desarrollo frente a la gran demanda de globalización alimentaria.

En el mismo sentido, Barreiro Carranza (2024), en su investigación para la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, desarrolla un modelo de ruta turística basada en la elaboración y comercialización del rompopo, con el objetivo de fomentar el turismo gastronómico y el desarrollo comunitario. Esta propuesta permite dinamizar las economías locales, promover el emprendimiento familiar y revalorizar la cocina ancestral (Barreiro Carranza & Cedeño Tarabo, 2024).

La variedad de recetas, con ingredientes y métodos de fácil elaboración del rompopo en las diversas parroquias de Manabí es sorprendente. Algunas versiones implementan los elementos como el maní dorado, el cacao de la zona, la canela o el vino de pechiche, destacando la diversidad y riquezas agrícolas en diversas regiones. Esta variedad surtida de recetas requiere una organización no solo regirse a la preparación.

La universidad Técnica de Cotopaxi indica que los conocimientos montubios vinculados a la gastronomía tradicional son esenciales para impulsar el turismo cultural sostenible y reforzar las identidades locales. El rompopo forma parte de este patrimonio, y su registro puede ser incluido en planes educativos, patrimoniales y turísticos a nivel nacional. (Estefany, 2024)

Grandes eventos como la feria “Manabí Tierra Hermosa”, que es organizada por el Instituto de Economía Popular y Solidaria (IEPS), se ha podido apreciar un repunte en el interés del público hacia los productos locales, los cuales el rompopo artesanal de Manabí es el que sobresale es el sabor tradicional. La misma tiene lugar en la provincia

de Manabí específicamente en el cantón de Portoviejo, esto se realiza en noviembre y coincide con la provincialización. Reuniendo a una gran cantidad de emprendedores tanto de la zona rural como urbana aprovechando el instante y dando a conocer sus productos típicos desde bebidas, dulces, productos agrícolas y artesanías.

La participación de productores de rompopo en este tipo de espacios comerciales representa una oportunidad significativa para la promoción, comercialización y posicionamiento del producto dentro y fuera de la provincia, así como un impulso directo a la generación de empleo local y a la dinamización de las economías familiares (Solidaria, 2018).

Este proyecto de catálogo también se alinea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), en particular con el ODS 8 (trabajo decente y crecimiento económico) y el ODS 11 (ciudades y comunidades sostenibles), al promover el emprendimiento local, la revalorización del patrimonio intangible y la inclusión productiva de mujeres, jóvenes y personas mayores, quienes suelen estar a cargo de la transmisión de estas recetas (Naciones Unidas Ecuador, 2025), (Universidad Tecnica Central , 2025))

Además, el rompopo no es únicamente una bebida festiva; en muchos hogares manabitas su preparación está ligada a rituales familiares, fiestas religiosas y celebraciones comunitarias. Al igual que ocurre con otros productos patrimoniales, su pérdida implicaría un vacío cultural importante. Por ello, elaborar este catálogo no solo preserva el conocimiento técnico, sino también el sentido profundo de pertenencia y continuidad cultural (Naciones Unidas Ecuador, 2025)

2. Fundamentación teórica

2.1. Orígenes históricos del rompopo en América Latina

El rompopo es una bebida tradicional de origen conventual que surgió en los siglos coloniales de América Latina, particularmente en México, donde fue elaborado por

primera vez por las monjas clarisas del Convento de Santa Clara en Puebla. Esta bebida, inspirada en recetas europeas como el ponche de huevo o "eggnog", fue adaptada en el Nuevo Mundo con ingredientes locales como el aguardiente de caña.

Su preparación de manera tradicional incluye los ingredientes: yema de huevo, azúcar, leche, canela y un chorrito de vainilla teniendo de resultado una bebida cremosa, dulce y levemente alcohólica, obtuvo de manera rápida el reconocimiento de símbolo en celebraciones familiares, lo que ha logrado ser transmitida de generación en generación en territorios coloniales, adquiriéndolos como propios en varias regiones. (Acosta, 2025).

2.2. Inserción y adecuación del rompo en Ecuador

Sin embargo, según UNESCO el rompo es parte del legado cultural a pesar que no existe un registro exacto de su introducción, pero esta bebida fue adoptada por varias comunidades, donde es de gran relevancia en festividades fiestas patronales, navidad y entre otros, con el ingrediente local el aguardiente siendo reconocida como Patrimonio cultural inmaterial. (2024)

A diferencia de otras regiones, en Ecuador el rompo ha evolucionado con sabores autóctonos, adaptando su preparación a costumbres locales y destacándose por su elaboración artesanal, sin conservantes ni procesos industrializados, lo que lo convierte en una expresión viva del patrimonio cultural alimentario (Galeev, 2024), (Zurita, EU Sabor, 2023)).

El patrimonio cultural inmaterial comprende aquellas manifestaciones vivas de la cultura transmitidas por generaciones, abarcando tradiciones, prácticas sociales, conocimiento y formas de expresión. Según UNESCO (2003), incluye artes culinarias y saberes relativos a la alimentación, lo que convierte a bebidas como el rompo en

patrimonio alimentario reconocido que vincula memoria colectiva y pertenencia cultural (Medranda Suarez, 2020).

Un análisis de varias investigaciones muestra que el patrimonio alimentario es “un entramado de prácticas y conocimientos, valores y creencias, técnicas y representaciones sobre qué, cuándo, cómo se come” (Gallegos Torres & Santana Rivera, 2018).

Este método facilitara la comprensión el rompopo como un producto que integra festividades, prácticas y ventas artesanales, fortaleciendo su posición clave culturales manabitas. Asimismo, se ha relacionado y apreciado como patrimonio gastronómico vinculando el desarrollo con la cultura culinaria. El rompopo es identificado como símbolo cultural para la conservación de las políticas culturales. (Gallegos Torres & Santana Rivera, 2018) (Solarte, 2010).

2.3. Turismo gastronómico y desarrollo territorial

El turismo gastronómico es una modalidad turística centrada en experiencias culinarias locales. Este tipo de turismo permite a los visitantes conectar con la identidad de un destino a través de su gastronomía, convirtiéndose en un motor de desarrollo económico y cultural (Benalcazar, 2022). En Manabí, productos como el rompopo representan una oportunidad turística por su autenticidad, sabor y vinculación patrimonial.

Varias investigaciones reflejan las rutas culinarias centradas en productos típicos (vino en Mendoza, café en Oaxaca, pescados en Brasil) generando fuentes de trabajo, refuerzan mercados locales que permiten la exportación de servicios vinculados relacionados al turismo de experiencias (Prieto Delgadillo & Triana Valiente, 2019) .

En Ecuador, investigaciones en Cuenca indican que el turismo gastronómico contribuyen de manera significativa al avance de territorio, aunque es necesario mejorar la oferta de productos disponibles, (Junior, 2024). La elaboración de un catálogo especialmente de rompopo manabita, al posesionar esta bebida como un recurso valioso que puede impulsar la economía, crear empleo y reforzar la identidad cultural en la región.

2.4. Clasificación por ingredientes

En Manabí, la forma más extendida de rompopo es la tradicional, preparada con ingredientes básicos como yemas de huevo, leche, azúcar, vainilla, canela y licor de caña, dando como resultado una bebida cremosa, amarilla y de sabor festivo. Esta variante se mantiene fiel a la receta colonial que ha recorrido América Latina, reforzando su valor como patrimonio gastronómico regional. (Análisis del Folklore Montuvio, Referente a las Bebidas Artesanales de Manabí); (Muentes Calderon Maria, 2019).

En un estudio realizado por la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí (2019), se desarrollaron adaptaciones que sustituyen parcialmente el aguardiente por licores de café o cacao, buscando sabores innovadores y atractivo sensorial. El rompopo con 40 % de licor de cacao fue el más valorado por catadores locales, con una apreciación de sabor de 4.55/5 y una viscosidad ideal de 26 cp., lo que confirma que estos ingredientes potencian las propiedades del rompopo sin alejarlo de su esencia tradicional.

Además, variantes tropicales incorporan ingredientes típicos de la región como coco, cacao y frutas locales. Recetas populares como el rompopo de coco (con leche de coco, especias y ron) y el de cacao ambas adaptaciones orientadas al público local y turístico—muestran la riqueza de sabores que emergen al fusionar tradición y producto

regional. (Análisis del Folklore Montuvio, Referente a las Bebidas Artesanales de Manabí)

2.5. Técnicas de elaboración: artesanal vs. semi-industrial

La elaboración artesanal del rompopo en Manabí corresponde a un proceso manual y doméstico, transmitido de forma intergeneracional. Consiste en cocinar la leche aromatizada con canela y vainilla, batir las yemas y el azúcar aparte, luego unirlos y cocinar a fuego lento hasta lograr una textura espesa, para finalmente enfriar y emborrachar con licor. Este proceso garantiza autenticidad y control casero de la calidad (Jgt, 2019).

El método semi-industrial se introduce principalmente en procesos productivos vinculados a planes de negocio o iniciativas de producción a mayor escala, donde se aplican estándares básicos de seguridad alimentaria, sin dejar de lado el carácter artesanal del producto. Este modelo permite responder a una demanda más amplia, manteniendo aspectos tradicionales en la receta y presentación.

Un ejemplo representativo de esta modalidad es el proyecto “Sabores de Salinas”, ubicado en el cantón Salinas, provincia de Santa Elena, el cual ha desarrollado un modelo básico de negocio que incluye el uso de tanques de mezcla, control de tiempos y temperaturas, buenas prácticas de manufactura, así como etiquetado y envasado adecuados para una producción limitada con fines comerciales.

Esta propuesta une la tradición del rompopo artesanal hecho a mano con normas éticas y garantizando la seguridad del producto facilitando su venta en ferias locales, supermercados y canales institucionales (Sanchez, 2019). Gracias a este tipo de vivencias resultara útil para emprendimientos manabitas sin sacrificar la identidad cultural del

rompope, incorporando prácticas semi-industriales que garanticen la calidad, presentación y adherencia normativa.

Las diferencias entre ambos métodos radican en la escala y en la rigurosidad del control microbiológico. Mientras que lo artesanal depende del saber y la experiencia familiar, los procesos semi-industriales usualmente incluyen registros básicos de temperatura, tiempos de pasteurización, esterilización de envases y etiquetado, cumpliendo regulaciones alimentarias mínimas se busca mantener la inocuidad sin sacrificar sabores autóctonos.

3. Normativas y seguridad alimentaria

3.1. Normativa de consumo de alcohol artesanal en Ecuador.

En el Ecuador, el Ministerio de turismo (2024), cuenta con la regulación de bebidas alcohólicas artesanales como el rompope, éstas ordenan cumplimientos de medidas procurando cuidar las condiciones sanitarias y procurando la salud, el ARCSA (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria).

Estas regulaciones buscan salvaguardar la salud de los consumidores sin ser motivo para obstaculizar la producción artesanal, facilitando que pequeños productores obtengan registros simplificados o certificaciones como el “Sello Hecho a Mano”. Adicionalmente, el Código Orgánico de la Salud (COS) establece los requisitos para la elaboración, envasado y comercialización de bebidas artesanales. (Ministerio de Turismo, 2024). Cumplir con estas regulaciones asegura no solo que sea legal el producto, y a su vez sea competitivo.

3.2. Buenas prácticas de manufactura y control de calidad

La implementación de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) es crucial para asegurar la inocuidad y calidad del rompopo. Estas prácticas incluyen limpieza y desinfección de instalaciones, control de temperatura, manejo higiénico de materias primas y capacitación continua del personal. Estudios desarrollados en Manabí destacan la importancia de cumplir con estándares de manufactura, tanto para restaurantes como para emprendimientos artesanales (Suarez Chiriguayo, 2020)

Las BPM también contemplan el monitoreo de riesgos y auditorías internas o externas, que permiten detectar y corregir fallos en el proceso (Villacis, 2024). Estas acciones no solo cumplen con la normativa nacional, sino que generan confianza en los consumidores y aumentan la reputación del producto. Finalmente, integrar sistemas de control de calidad mejora la estandarización del sabor, textura y presentación del rompopo, lo que facilita su posicionamiento comercial tanto a nivel local como nacional.

3.3. Innovaciones y tendencias de sabor

Las innovaciones en el rompopo manabita reflejan un esfuerzo por diversificar sabores para nuevos mercados. El uso de licores de cacao y café no solo aporta notas de sabor intensas, sino también valor agregado nutricional, ya que se aprovechan productos locales como el cacao fino y el café de especialidad, fortaleciendo la conexión con la identidad regional (Muentes Calderon Maria, 2019) .

Además de cacao y café, hay variantes que combinan sabores tropicales como coco, cacao, almendra, nuez, guanábana y más —como reporta un emprendedor en redes sociales, quien comercializa hasta nueve sabores diferenciados (incluyendo café y coco), lo cual demuestra una tendencia a innovar manteniendo la esencia del rompopo manabita (Margot, 2024).

La demanda de productos novedosos impulsa la creación de sabores limitados y ediciones especiales para ferias o festividades, como rompopo de cacao infusionado o versiones sin huevo destinadas a personas con alergias, lo que abre nuevas oportunidades de mercado. Estas tendencias reflejan un equilibrio entre tradición, innovación gastronómica y adaptabilidad a necesidades contemporáneas.

4. Comercialización del Rompopo

Las ferias gastronómicas, mercados locales y rutas turísticas constituyen canales clave para la venta directa del rompopo artesanal, permitiendo que este producto tradicional se posicione no solo como bebida de consumo ocasional, sino también como un bien cultural vinculado al territorio. Este escenario, de actividades como “Saboreando Ecuador”, organizados por el Ministerio de Turismo del Ecuador y otras entidades locales, han impulsado el consumo de la bebida con la identidad culinaria del país (Ministerio de agricultura y ganadería, 2023).

Estos tipos de iniciativas dan a conocer a los pequeños productores, endureciendo el vínculo entre la oferta y la demanda, al mismo tiempo que provocan competencia e innovación. Dando paso a la Economía Popular y Solidaria, dentro de las ferias solidarias organizadas por el IEPS (Instituto de Economía Popular y Solidaria) permitiendo que el productor proceda en lo comercial, comprimiendo la mediación de mediadores y aumentando así la rentabilidad. (IEPS), 2018).

Por otra parte, los recorridos turísticos, se centran en la gastronomía o patrimonial, el rompopo, también cuenta con su historia cultura local, lo han comenzado a visualizarlo de manera de recuerdo comestible integrando sus ventas a el circuito turístico de Manabí presentándose como una oportunidad para mejorar las experiencia de los visitantes, fomentando ofertas turísticas (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2021).

4.1. Impacto en empleo y emprendimiento femenino

La elaboración y comercialización del rompope artesanal ha sido históricamente liderada por mujeres, quienes encuentran en esta actividad una vía de sustento económico y expresión cultural. Este producto impulsa el micro emprendimiento femenino, fortalece la autonomía económica y promueve la equidad de género. En contextos donde las oportunidades laborales son limitadas, las mujeres rurales encuentran en la producción de rompope una alternativa viable y sostenible. Según estudios sobre turismo y empleo en Ecuador, las actividades vinculadas al turismo gastronómico generan ocupaciones especialmente para mujeres. El empoderamiento económico derivado del emprendimiento con rompope también repercute en una mayor participación comunitaria y acceso a redes de apoyo. Asimismo, favorece la transferencia de conocimientos intergeneracionales y la formación de liderazgos femeninos en el ámbito rural.

4.2. Producción familiar y cadenas de valor rurales

Las comunidades rurales en Manabí dependen de la producción en el hogar es fundamental, porque los pequeños productores producen el rompope usando técnicas tradicionales. Ellos unen sus conocimientos combinando todos los saberes ancestrales, generando un producto de primera, fomentando ingresos y reforzando los conocimientos de las nuevas generaciones. Mostrando resiliencia frente a la climática y crisis económica.

Cuando se integra a cooperativas o asociaciones, la producción familiar accede a mejores condiciones de comercialización y capacitación técnica. Finalmente, su inclusión en estrategias de desarrollo territorial permite conectar al rompope con mercados especializados, impulsando su valorización como producto identitario y de calidad.

4.3. Criterios de registro (ingredientes, proceso, origen)

Para crear un catálogo exhaustivo de rompopo en Manabí, los criterios de registro deben abarcar aspectos esenciales como ingredientes, proceso de elaboración y origen geográfico. Esto permite una clasificación adecuada y útil para análisis posteriores. Según Rodríguez y Pérez (2021), en la catalogación de productos artesanales se recomienda documentar cada ingrediente con denominaciones específicas y sus proporciones, puesto que esto es vital para distinguir variantes como rompopo tradicional, de café, cacao o frutas.

El proceso de cómo elaborar es importante conocer cada etapa, maceración, cocción, pasteurización, tiempo de reposo y tipo de licor. Según los autores Henry Jurado & Efrén Insuasty (2021), Destacan que las ficha debe detallar completamente la temperaturas, el tiempos y utensilios utilizados en cada proceso, para facilitar la reproducción y la estandarización del catálogo.

Por último, la historia originaria del rompopo, el cantón y las comunidades en Manabí donde lo producen ayudara a identificar las regiones para fortalecer los vínculos como la identidad cultural y local. Para ello, se recomienda geo referenciar cada productor para poder mapear la oferta por cantón (ej. Manta, Portoviejo, Rocafuerte), siguiendo modelos como los usados en inventarios de biodiversidad en Ecuador.

4.4. Estrategias de difusión

La visibilidad del catálogo depende de una difusión multimodal. Primero, se propone una página web o micro sitio con catálogo digital que contenga diferentes tipos de rompopo, información cultural, recetas, contactos de productores. Esto permite a consumidores, turistas y emprendedores acceder a la información de forma dinámica.

La Feria del Mar en Manta sí existe como evento y es una vitrina importante para la promoción de productos del mar con valor agregado, incluida la gastronomía local.

Esta feria ha sido organizada en ocasiones recientes por el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP) en coordinación con el Gobierno Provincial de Manabí. El 24 de marzo tuvo lugar la primera feria gastronómica de productos en la plaza cívica, donde hubo más de 70 emprendedoras con platillos tradicionales. Además, busca acortar brechas de intermediación y fortalecer el trabajo local, generando ingresos directos a las familias involucradas (1) (3).

En cuanto a periodicidad, la feria del mar no parece tener un calendario fijo estable aún registrado públicamente, pues los informes indican su realización en fechas puntuales como eventos especiales o festivales regionales, con la posibilidad de que se repita anualmente o según organización del MAGAP y actores asociados (1)(3)(4).

Adicionalmente, la Feria Agroindustrial Bicentenario “Hecho 100% en Manabí,” organizada por la Prefectura de Manabí en coordinación con CONGOPE y el Municipio de Manta, tiene lugar en la Terminal de Cruceros de Manta y se celebra regularmente, por ejemplo, en noviembre, con una importante oferta de productos agroindustriales, artesanías y gastronomía local, siendo otro escenario clave para presentar catálogos digitales y sistemas interactivos para difusión y venta (2).

5. Variedades de Rompopo

5.1. Fichas técnicas de los tipos de rompopo

Las fichas técnicas son herramientas clave que contienen datos estructurados sobre cada variante de rompopo. Deben incluir: nombre del producto, ingredientes y sus proporciones, descripción sensorial (color, aroma, sabor, textura), proceso de elaboración, fecha de fabricación y vida útil. Esta estructura coincide con las propuestas de (FAO, 1999) para registro alimentario, aunque adaptadas al contexto artesanal.

Para una descripción completa se pueden incluir características aspectos como tipo de embalaje envase, el volumen de la botella, costo aproximado e imágenes del producto. Agregando estos detalles más sencillos para facilitar su uso en las plataformas digitales y en diseño de envases atractivos. Debido que el rompope es una bebida típica tradicional con numerosas variedades en Ecuador y América Latina.

Se continúa con la presentación del catálogo con variedad de preparaciones indicando el paso a paso de su elaboración.

Ficha Técnica 1: Rompope Tradicional Manabita

Grupo objetivo: Consumidores de sabores locales, sin necesidad de licor

Porciones: 10 vasos

Ingredientes:

- 1 litro de leche
- 5 yemas
- $\frac{3}{4}$ taza de azúcar
- $\frac{1}{2}$ taza de maní tostado molido
- 1 cda de vainilla

Procedimiento:

Licuar el maní con parte de la leche hasta obtener una pasta homogénea.

Calentar con el resto de la leche y azúcar.

Añadir las yemas batidas y cocinar sin hervir.

Agregar la vainilla. Enfriar y refrigerar.

Ficha Técnica 2: Rompopo de Café o Cacao

Grupo objetivo: Consumidores con preferencia por sabores intensos

Porciones: 10 vasos

Ingredientes:

- 1 litro de leche
- 5 yemas
- 1 taza de azúcar
- 2 cdas de café soluble o cacao puro
- 1 cdta de vainilla
- 1 taza de ron oscuro

Procedimiento:

Calentar la leche con el café/cacao hasta que se disuelva completamente.

Batir las yemas con el azúcar e integrar lentamente la leche tibia.

Cocinar a baño maría hasta que la mezcla espese ligeramente.

Retirar del calor, incorporar la vainilla y el ron.

Refrigerar por al menos 12 horas antes de servir.

Grupo 2: Personas Intolerantes a la Lactosa o Veganas

Ficha Técnica 3: Rompopo con Leche de Coco o Soja

Grupo objetivo: Personas con intolerancia a la lactosa, veganos

Porciones: 8 vasos

Ingredientes:

- 800 ml de leche de coco o soja
- 5 yemas (o 3 cdas de maicena si es vegano)
- $\frac{3}{4}$ taza de azúcar morena
- 1 rama de canela
- 1 cdta de vainilla
- $\frac{1}{2}$ taza de licor (opcional)

Procedimiento:

Infusionar la leche vegetal con canela.

Batir yemas con azúcar o disolver maicena en leche fría.

Añadir a la mezcla tibia y cocinar a fuego medio removiendo.

Retirar del fuego, incorporar vainilla y licor si se desea.

Dejar enfriar y refrigerar.

Ficha Técnica 4: Rompopo Bajo en Grasa y sin Huevo

Grupo objetivo: Personas con colesterol alto, dietas bajas en grasa y veganos

Porciones: 8 vasos

Ingredientes:

- 800 ml leche descremada o vegetal baja en grasa
- 2 cdas de fécula de maíz (sustituye al huevo)
- ½ taza de stevia líquida
- 1 cdta de vainilla
- 1 rama de canela
- ½ taza de bebida de almendra (opcional)

Procedimiento:

Disolver la fécula de maíz en parte de la leche fría.

Calentar el resto de la leche con la canela.

Incorporar la mezcla espesa, cocinar a fuego bajo hasta obtener textura cremosa.

Añadir el edulcorante y la vainilla.

Dejar enfriar. Refrigerar en envase esterilizado

Grupo 3: Personas con Diabetes (sin azúcar refinada)

Ficha Técnica 5: Rompope Endulzado con Panela o Stevia

Grupo objetivo: Personas con diabetes o con dieta libre de azúcares refinados

Porciones: 10 vasos

Ingredientes:

- 1 litro de leche
- 5 yemas

- ½ taza de panela rallada o 2 cdas de stevia líquida
- 1 rama de canela
- 1 cdta de vainilla
- ¾ taza de licor (opcional)

Procedimiento:

Calentar la leche con canela y panela hasta disolver completamente.

Batir las yemas e incorporar la leche tibia poco a poco.

Cocinar a baño maría hasta espesar.

Añadir vainilla y, si se desea, el licor. Dejar enfriar y refrigerar.

Ficha Técnica 6: Rompope sin Alcohol

Grupo objetivo: Niños, embarazadas, personas abstemias o con restricción médica

Porciones: 10 vasos

Ingredientes:

1 litro de leche

6 yemas

¾ taza de azúcar

1 rama de canela

¼ taza de esencia de ron o almendra disuelta en agua

1 cdta de vainilla

Procedimiento:

Calentar la leche con canela y azúcar.

Batir las yemas y agregarlas lentamente a la leche tibia.

Cocinar a fuego bajo hasta espesar.

Añadir la esencia aromática como sustituto del alcohol.

Refrigerar al menos 12 horas antes de servir.

Ficha Técnica 7: Rompope con Maní Tostado

Grupo objetivo: Consumidores de sabores locales, sin necesidad de licor

Porciones: 10 vasos

Ingredientes:

- 1 litro de leche
- 5 yemas
- $\frac{3}{4}$ taza de azúcar
- $\frac{1}{2}$ taza de maní tostado molido
- 1 cdta de vainilla

Procedimiento:

Licuar el maní con parte de la leche hasta obtener una pasta homogénea.

Calentar con el resto de la leche y azúcar.

Añadir las yemas batidas y cocinar sin hervir.

Agregar la vainilla. Enfriar y refrigerar.

Ficha Técnica 8: Rompopo de Almendras

Grupo objetivo: Público que prefiere bebidas aromáticas, sin alcohol

Porciones: 8 vasos

Ingredientes:

- 800 ml leche
- 5 yemas
- ½ taza de azúcar
- ½ taza de almendras tostadas y licuadas
- 1 cdta esencia de almendra

Procedimiento:

Licuar las almendras con parte de la leche.

Calentar con el resto de la leche y el azúcar.

Añadir yemas, cocinar hasta espesar.

Agregar esencia de almendra. Dejar enfriar y refrigerar

Ficha Técnica 9: Rompopo con Vino de Pechiche (suave y artesanal)

Grupo objetivo: Consumidores que prefieren fermentados suaves, sin licores destilados

Porciones: 10 vasos

Ingredientes:

- 1 litro de leche
- 6 yemas
- $\frac{3}{4}$ taza de azúcar
- 1 taza de vino de pechiche artesanal
- Canela y vainilla

Procedimiento:

Calentar la leche con canela.

Batir las yemas con azúcar y añadir lentamente a la leche tibia.

Cocinar sin hervir, removiendo constantemente.

Una vez fría, incorporar el vino. Refrigerar.

Ficha Técnica 10: Rompopo de Frutas Naturales (fresa o maracuyá)

Grupo objetivo: Niños, jóvenes o personas que prefieren sabores tropicales

Porciones: 8 vasos

Ingredientes:

- 800 ml leche
- 5 yemas

- ¾ taza de azúcar
- ½ taza de pulpa de fruta (fresa o maracuyá)
- ½ taza de jugo natural o infusión (como sustituto de licor)

Procedimiento:

Cocinar la leche con la fruta y azúcar hasta integrar bien.

Añadir yemas batidas y cocinar hasta espesar.

Sustituir el licor con jugo o infusión aromática. Refrigerar.

Ficha Técnica 1: Rompope Tradicional Manabita

Ficha Técnica 2: Rompope de Café o Cacao

Tabla 1 comparativa grupo 1

Receta	Porciones	Leche	Endulzante	Yemas	Licor	Notas adicionales
Tradicional	10	Entera	Azúcar blanca	6	Aguardiente	Sabor clásico y especias
Café o cacao	10	Entera	Azúcar blanca	5	Ron oscuro	Intensidad por ingredientes

Grupo 2: Personas Intolerantes a la Lactosa o Veganas

Ficha Técnica 3: Rompope con Leche de Coco o Soja

Ficha Técnica 4: Rompope Bajo en Grasa y sin Huevo

Tabla 2 comparativa grupo 2

Receta	Porciones	Leche	Endulzante	Yemas/Fécula	Licor	Sustituciones
Coco o soja	8	Leche vegetal	Azúcar morena	5 o maicena	Opcional	Sustituto de leche animal
Bajo en grasa y	8	Descremada o vegetal	Stevia	Fécula de maíz	No	Sin grasa, sin huevo ni licor

sin
huevo

Grupo 3: Personas con Diabetes (sin azúcar refinada)

Ficha Técnica 5: Rompopo Endulzado con Panela o Stevia.

Tabla 3 comparativa grupo 3

Receta	Porciones	Leche	Endulzante	Yemas	Licor	Observaciones
Con panela o stevia	10	Entera	Panela o stevia	5	Opcional	Alternativa para diabéticos

Grupo 4: Personas que no consumen alcohol

Ficha Técnica 6: Rompopo sin Alcohol

Ficha Técnica 7: Rompopo con Maní Tostado

Ficha Técnica 8: Rompopo de Almendras

Ficha Técnica 9: Rompopo con Vino de Pechiche

Ficha Técnica 10: Rompopo de Frutas Naturales

Tabla 4 comparativa grupo 4

Receta	Porciones	Leche	Endulzante	Yemas	Sustituto del licor	Notas adicionales
Sin alcohol	10	Entera	Azúcar	6	Esencia de ron/almendra	Apta para niños y embarazadas
Maní tostado	10	Entera	Azúcar	5	Ninguno	Sabor local
Almendras	8	Entera	Azúcar	5	Esencia de almendra	Textura aromática
Vino de pechiche	10	Entera	Azúcar	6	Vino artesanal (fermentado)	Alternativa suave al licor
Frutas naturales	8	Entera	Azúcar	5	Jugo o infusión natural	Frutas tropicales frescas

Desde una perspectiva nutricional y cultural, se observa una creciente demanda por versiones alternativas del rompopo que mantengan su valor simbólico y artesanal pero que se adapten a los estilos de vida y condiciones de salud actuales. Por ejemplo, las versiones sin lactosa y sin huevo son vitales para personas con intolerancias o alergias,

mientras que el uso de stevia o panela permite ofrecer opciones para personas con diabetes sin renunciar al sabor.

El alcohol, tradicional en la preparación del rompopo, ha sido sustituido exitosamente por infusiones naturales, esencias o jugos, lo cual facilita la inclusión de niños, embarazadas y personas que siguen principios religiosos o médicos restrictivos. Busca promover la inclusión y respeto de consumidores manteniendo el sabor y aroma del rompopo

Esta investigación identifica que el rompopo manabita brinda la posibilidad de convertirse en un producto selecto de expansión nacional e internacional, busca destacar y a su vez mantener un equilibrio en lo tradicional así como en adaptación evolutiva. Las fichas técnicas presentadas constituyen una base para la formación gastronómica, la promoción patrimonial y el emprendimiento local en torno a esta bebida tradicional.

6. Metodología

La presente investigación adoptó un enfoque cuantitativo, descriptivo y transversal, orientado a identificar las percepciones, prácticas de consumo y valoración del rompopo manabita en contextos urbanos y rurales. Para ello, se diseñó una encuesta estructurada con preguntas cerradas que recogieron datos demográficos, de consumo y preferencia. El estudio se enmarca dentro de los parámetros de análisis territorial y ruralidad propuestos en metodologías de categorización rural ecuatoriana.

En varios cantones manabitas fueron seleccionados los habitantes para ser parte de la población, donde tiene mayor concentración el rompopo, como Rocafuerte, Portoviejo, Flavio Alfaro, Jipijapa y Montecristi. Se realizaron encuestas en las zonas urbanas (62%) y en rurales (38%), garantizando una representación igualitaria. En las zonas rurales se evidenció una gran identidad cultural sobre conocimientos en la

elaboración artesanal del rompopo, y en las urbanas indica un patrón de consumo. (Jácome-Villacrés, Macías-Barberan, & Zambrano-Cedeño, Análisis del Folklore Montuvio, Referente a las Bebidas Artesanales de Manabí, 2021)

Se utilizaron formularios digitales (Google Forms) para aplicar la encuesta entre abril y julio de 2025. La muestra total fue de 164, cuyos datos fueron tabulados en Excel para facilitar el análisis cuantitativo. Se garantizó la voluntariedad y el anonimato de los participantes conforme a las buenas prácticas de investigación académica.

6.1. Población

En investigación, la población se define como el conjunto total de elementos o individuos que comparten una o más características comunes y sobre los cuales se desea obtener información (Hernández-Sampieri et al., 2014). En esta investigación, la muestra está compuesta por habitantes de la provincia de Manabí que habitan en los cantones donde está la tradición de la elaboración y consumo del rompopo. Esto incluye a los consumidores habituales de la bebida, de igual las personas que se encuentran vinculadas de forma explícita o implícita a la producción artesanal. Permitiendo responder el análisis sobre el rompopo como un producto del patrimonio gastronómico.

Muestra

La muestra se entiende como el subconjunto representativo de la población del cual se obtiene la información necesaria para el estudio, seleccionada mediante procedimientos estadísticos o no estadísticos (Otzen & Manterola, 2017). Para esta investigación se trabajó con una muestra de 164 participantes, seleccionados mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia, dada la accesibilidad y disposición de los encuestados. La distribución territorial de la muestra contempló un 62 % de participantes en zonas urbanas y un 38 % en zonas rurales, con el fin de capturar posibles diferencias en hábitos de consumo y percepción cultural del rompopo. Los datos demográficos

indicaron predominio de personas entre 21 y 30 años (34,76 %), seguidos de menores de 20 años (25,61 %), lo que refleja un perfil mayoritariamente joven en el consumo de esta bebida.

6.2. Instrumento de recolección de datos

El instrumento de recolección de datos es la herramienta diseñada para obtener la información necesaria, asegurando que sea válida, confiable y adecuada al objetivo de la investigación (Hernández-Sampieri et al., 2014). En este estudio se empleó una encuesta estructurada compuesta por preguntas cerradas, elaborada en base a variables como datos sociodemográficos, hábitos de consumo, preferencias de sabor, frecuencia de compra, canales de adquisición y percepción del rompope como elemento cultural. El cuestionario se aplicó de manera presencial en puntos estratégicos como ferias, mercados y espacios comunitarios, lo que permitió obtener información directa de consumidores y potenciales compradores. Las respuestas recogidas proporcionaron datos cuantitativos que fueron organizados en tablas de frecuencia y analizados para identificar tendencias y oportunidades de innovación en el producto. Preguntas de la encuesta en Anexo 1.

6.3. Variables investigadas

Las variables incluidas en la encuesta se definieron en función de los objetivos específicos del estudio. Se recopilaron datos sobre: frecuencia de consumo, variedades preferidas (tradicional, café, cacao, frutas), percepción de calidad, criterios de compra (precio, sabor, presentación), así como conocimiento del origen y proceso de elaboración del producto. También se consideró la zona de residencia (urbana/rural) como variable clave para identificar patrones diferenciados de consumo.

Al analizar las variables y datos sociodemográficos entre ellos: género, edad, ocupación y nivel de educativo. Permitted identificar relaciones en las preferencias de

sabor y el perfil del consumidor. Dando como resultados que las mujeres en un promedio de edad (30 y 50 años) son quienes consumen con mayor frecuencia en las zonas rurales, por otro lado los jóvenes en lo urbano presentan curiosidad al conocer que pueden encontrar rompopo con sabores como frutas o cacao.

El atributo sensorial (aroma, color, sabor, textura) fue valorado con una escala de Likert, preguntas libres abiertas o de opción múltiples. Esta permitió evaluar la aceptación del producto y sirvió para sustentar la elaboración de fichas técnicas por tipo de rompopo. La sistematización se basó en modelos metodológicos aplicados a productos agroalimentarios con enfoque territorial.

6.4. Procedimiento de análisis y herramientas utilizadas

Los datos recolectados fueron ingresados en hojas de cálculo y analizados utilizando funciones estadísticas básicas de Excel, como frecuencia, porcentajes y gráficos comparativos. Se utilizó una matriz de tabulación cruzada para identificar diferencias significativas entre las zonas rurales y urbanas en cuanto a prácticas de consumo y valoración de calidad del rompopo. Esta metodología permitió observar la distribución geográfica de las preferencias.

6.5. Consideraciones éticas

La presente investigación fue desarrollada con un estricto apego a principios éticos fundamentales que garantizan la transparencia, la confidencialidad y el respeto por los derechos de los participantes. Primero, se consiguió el consentimiento informado de todos los integrantes, incluyendo estudiantes y profesores, aclarándoles de forma sencilla y accesible, detallando que pueden retirar del proceso si ellos desean retirarse.

Los alumnos, presentaron la autorización del tutor legal, la encuesta será de forma anónima esta será decodifica. Los datos serán confidenciales y tendrán un fin de manera

exclusiva para fines académicos no será compartida con terceras personas ajenas al estudio.

7. Resultado

Exposición de datos recolectados en el análisis cuantitativo de la encuesta que se implementó a los integrantes del estudio. Los resultados permitieron conocer el perfil de la población encuestados, asociando las variables de género, edad y ocupación. Además, se proporciona una caracterización de los consumidores y productores del rompopo manabita, con el fin de identificar tendencias relevantes para la puesta en valor cultural, gastronómico y comercial de esta bebida tradicional. Las tablas y porcentajes han sido calculados sobre la base de respuestas válidas

7.1. Distribución por rangos de edad

Tabla 5 distribuciones de edad

Distribución de la edad de los participantes (n = 164)

Edad	Frecuencia	Porcentaje (%)
Menos de 20 años	42	25.61
21-30	57	34.76
31-45	38	23.17
46-60	26	15.85
Más de 60	1	0.61

Se observa que el grupo mayoritario corresponde a jóvenes adultos entre 21 y 30 años (34.76%), seguido por menores de 20 años (25.61%) y personas de 31 a 45 años (23.17%). Este perfil indica que el producto es conocido y consumido principalmente por un público joven, posiblemente estudiantes o jóvenes trabajadores, lo que abre oportunidades para campañas de marketing dirigidas a este segmento. La escasa

participación de mayores de 60 años (0.61%) puede indicar menor interés o acceso en este grupo, o bien que el producto tiene una popularidad más marcada en generaciones recientes.

Análisis:

La muestra está compuesta mayormente por jóvenes adultos de 21 a 30 años, con buen número de menores de 20 años y adultos jóvenes (31-45). La población mayor de 60 años es escasa, indicando un perfil principalmente juvenil.

7.2. Distribución por género

Tabla 6 distribución de genero

Distribución por género de los participantes (n = 164)

Género	Frecuencia	Porcentaje (%)
Femenino	94	57.32
Masculino	63	38.41
Prefiero no decir	7	4.27

El predominio femenino (57.32%) podría estar relacionado con una mayor propensión a responder encuestas o con que el producto tiene una mayor aceptación o tradición en mujeres, quienes suelen ser decisoras en compras para el hogar. La presencia masculina (38.41%) también es importante, lo que indica consumo transversal. El grupo que prefirió no decirlo (4.27%) sugiere apertura o inconformidad con categorías binarias tradicionales, reflejando diversidad social en el consumidor.

Análisis:

Se observa una participación predominante de mujeres, aunque hay presencia relevante de hombres y un pequeño grupo que prefirió no declarar su género.

7.3. Distribución por ocupación o profesión

Tabla 7 ocupación o profesión

Ocupación de los participantes (n = 164)

Ocupación	Frecuencia	Porcentaje (%)
Estudiante	74	45.12
Empleado/a	27	16.46
Ama de casa	16	9.76
Independiente	11	6.71
En busca de empleo	10	6.10
Otro	13	7.93
Sin declaración	13	7.93

La alta proporción de estudiantes (45.12%) confirma el carácter juvenil de la muestra, alineado con la edad. Empleados (16.46%) y amas de casa (9.76%) representan un segundo y tercer grupo importante, reflejando distintos perfiles de consumo. La presencia de independientes y desempleados también da un panorama del alcance del producto en diferentes niveles socioeconómicos. El grupo sin declaración puede indicar alguna reticencia o desconocimiento de la pregunta.

Análisis:

La mayoría de los encuestados son estudiantes, lo que indica predominancia de población joven. Los empleados, amas de casa y otros ocupan porcentajes menores.

Tabla 8 lugar de residencia

7.4. Lugar de residencia de los participantes

Residencia	Frecuencia	Porcentaje (%)
Zona urbana 4	117	71.34
Zona rural	47	28.66

El predominio de residentes urbanos (71.34%) indica que la difusión y disponibilidad del rompopo está mayormente en ciudades o centros poblados, aunque la participación rural (28.66%) es significativa. Esto podría relacionarse con accesibilidad y presencia de puntos de venta en zonas urbanas, pero dejando una oportunidad para fortalecer la penetración en zonas rurales, donde la tradición puede ser fuerte.

Análisis:

Predomina la participación de personas residentes en zona urbana, reflejando un mayor acceso o interés desde entornos urbanos.

Tabla 9 ha probado el rompopo

7.5. ¿Ha probado el Rompopo Manabita?

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje (%)
Sí	139	84.76
No	16	9.76
Desconozco	9	5.49

El alto porcentaje que afirma haber probado el rompopo (84.76%) es positivo para los productores y el posicionamiento del producto, reflejando buena penetración de mercado. No obstante, la existencia de un 9.76% que no lo ha probado y un 5.49% que lo desconoce indica un nicho de mercado potencial a captar mediante estrategias de promoción y educación.

Análisis:

Amplia mayoría conoce y ha probado el producto, con una pequeña proporción que no lo ha probado o desconoce el rompopo.

Tabla 10 has consumido rompopo

7.6. ¿Ha consumido rompopo en el último año?

Respuesta 6	Frecuencia	Porcentaje (%)
Sí	98	59.76
No	66	40.24

Que solo el 59.76% haya consumido rompopo en los últimos 12 meses indica que el producto no es de consumo frecuente para todos. Esto puede deberse a que es considerado más como un producto festivo o especial que de uso regular, lo cual coincide con otros resultados relacionados a frecuencia y contexto de consumo. Debe valorarse si se busca incentivar un consumo más habitual o mantenerlo como producto especial.

Análisis:

Más de la mitad ha consumido rompopo recientemente, pero aún un 40% no lo ha hecho, señalando potencial para incremento en consumo.

Tabla 11 frecuencia de consumo

7.7. Frecuencia de consumo de rompopo

Frecuencia 7	Frecuencia	Porcentaje (%)
Varias veces al año	52	31.71
Una vez al año	64	39.02
Nunca	44	26.83

Frecuencia 7	Frecuencia	Porcentaje (%)
Mensualmente	1	0.61
Frecuentemente	2	1.22
Sin respuesta	1	0.61

La mayoría consume rompopo “una vez al año” (39.02%) o “varias veces al año” (31.71%), con solo un 1.83% que consume mensualmente o frecuentemente. Esto refuerza la idea de un consumo esporádico ligado a festividades o celebraciones. Estrategias de expansión del mercado podrían explorar formas de aumentar la habitualidad, como por ejemplo con nuevas presentaciones o sabores.

Análisis:

El consumo es fundamentalmente esporádico y bajo frecuencia mensual o frecuente.

Tabla 12 lugar donde suelen consumir

7.8. Lugares donde suelen consumir rompopo

Lugar 8	Frecuencia	Porcentaje (%)
Reuniones familiares	66	40.24
Cuando regalan o brindan	24	14.63
Fiestas tradicionales	33	20.12
En casa	22	13.41
Otro	2	1.22
Sin declaración u otro	17	10.37

Los principales canales son “directo al productor” (28.05%) y “supermercados” (24.39%), lo que implica tanto un comercio tradicional/directo como un moderno. Ferias

gastronómicas y tiendas locales también son importantes, lo que abre la ventana para fortalecer canales diversificados y acercar más el producto a diferentes consumidores. La entrega a domicilio, aunque menor, muestra una tendencia creciente en consumo cómodo y personalizado.

Análisis:

El consumo está ligado principalmente a ambientes familiares y festividades culturales, denotando su rol en tradiciones.

Tabla 13 canales de adquisición

7.9. Canales de adquisición del rompo

Canal 9	Frecuencia	Porcentaje (%)
Directo al productor	46	28.05
Supermercados	40	24.39
Ferias gastronómicas	27	16.46
Tiendas locales	38	23.17
Entrega a domicilio	12	7.32
Otros / No lo compro	18	10.98

Los principales canales son “directo al productor” (28.05%) y “supermercados” (24.39%), lo que implica tanto un comercio tradicional/directo como un moderno. Ferias gastronómicas y tiendas locales también son importantes, lo que abre la ventana para fortalecer canales diversificados y acercar más el producto a diferentes consumidores. La entrega a domicilio, aunque menor, muestra una tendencia creciente en consumo cómodo y personalizado.

Análisis:

Los canales más populares son la compra directa y supermercados, señalando allí oportunidades de promoción y mejora.

Tabla 14 aspectos valorados

7.10. Aspectos valorados más en el rompo

Aspecto 10	Frecuencia	Porcentaje (%)
Sabor	78	47.56
Naturalidad de ingredientes	26	15.85
Dulzura	14	8.54
Textura	12	7.32
Presentación	2	1.22

El sabor (47.56%) es el factor determinante para la mayoría, lo cual es clave para mantener la calidad del producto y la lealtad del cliente. El porcentaje de cada ingredientes naturales (15.85%) indica una preocupación por la calidad y por usar productos naturales en la comida. La dulzura y textura son características que influyen en los consumidores.

Análisis:

Después del gusto, la fuente natural de los ingredientes es más significativa; Sin embargo, cómo se presenta el artículo tiene una importancia menor.

Tabla 15 satisfacción con el sabor

7.11. Satisfacción con el sabor del rompo

Nivel de satisfacción 11	Frecuencia	Porcentaje (%)
Muy satisfecho/a	79	48.17
Satisfecho/a	47	28.66
Neutral	16	9.76
Insatisfecho/a	5	3.05
Muy insatisfecho/a	1	0.61

El 76.83% está satisfecho o muy satisfecho, indicando que el rompopo cumple con las expectativas sensoriales del consumidor. Poca insatisfacción (3.66%) y neutralidad (9.76%) sugiere estabilidad en la percepción del producto. Sostenibilidad en el proceso de producción conservará esta buena imagen.

Análisis:

Predomina una alta satisfacción con el sabor, con mínima insatisfacción.

Tabla 16 preferencia por tipo de rompopo

7.12. Preferencia por tipo de rompopo

Tipo	Frecuencia	Porcentaje (%)
Tradicional	131	79.88
Bajo contenido de alcohol	20	12.20
Sabores innovadores (café, chocolate, etc.)	13	7.93

El 79.88% prefiere la fórmula tradicional, mostrando apego a la receta clásica y al sabor original. Sin embargo, un 20.13% opta por variaciones, creando oportunidad para diversificación del producto que pueda atraer nuevos segmentos sin perder fidelidad.

Análisis:

Mayor preferencia por el tipo tradicional; una minoría considera variantes con menos alcohol o sabores nuevos.

Tabla 17 percepción de rompopo

7.13. Percepción del rompopo como identidad cultural de Manabí

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje (%)
Sí	136	82.93
No	3	1.83
No estoy seguro/a	25	15.24

Un 82.93% identifica el rompopo como símbolo de identificación de Manabí, lo que justifica esfuerzos para potenciar su marketing cultural y posicionarlo como patrimonio inmaterial. Este reconocimiento cultural añade valor emocional y puede sustentar campañas de promoción turística y gastronómica.

Análisis:

Existe un fuerte reconocimiento del producto como parte de la identidad cultural local.

Tabla 18 frecuencia de regalar rompopo

7.14. Frecuencia de regalar rompopo como producto tradicional

Frecuencia	Frecuencia	Porcentaje (%)
Solo en ocasiones especiales	150	91.46
Frecuentemente	9	5.49
Nunca	5	3.05

Con un 91.46% que regala rompopo solo en ocasiones especiales, el producto se mantiene como un obsequio cargado de significado y exclusividad. Esto puede limitar la frecuencia de compra, pero también da oportunidad a campañas asociadas a festividades específicas (Navidad, fiestas familiares).

Análisis:

Se percibe que el rompopo es un regalo típico para momentos especiales, no para uso frecuente.

Tabla 19 disposición a pagar

7.15. Disposición a pagar más por rompopo con valor agregado

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje (%)
Sí	129	78.66
No	25	15.24
Depende del precio	10	6.10

El alto interés (78.66%) en pagar más por valor agregado muestra que existe un mercado dispuesto a premiar innovaciones como empaques especiales o ingredientes orgánicos. Esto puede ser una ruta efectiva para mejorar la rentabilidad sin perder base tradicional.

Análisis:

Existe un amplio interés por pagar un precio premium si el producto ofrece empaque especial, ingredientes orgánicos o sabores nuevos.

Tabla 20 presentación más atractiva

7.16. Presentación más atractiva para el rompopo

Presentación	Frecuencia	Porcentaje (%)
Botella de vidrio decorativa	144	87.80
Pack de sabores variados	14	8.54
Frasco pequeño de degustación	6	3.66
Otros	0	0

La botella de vidrio decorativa es claramente preferida (87.80%), favoreciendo la imagen de un producto artesanal y distintivo. Este elemento es un factor estratégico para atraer clientes que valoran la presentación como una extensión del producto y la cultura.

Análisis:

La botella decorativa de vidrio es la presentación preferida, considerada atractiva por la mayoría.

Tabla 21 canales de venta

7.17. Canales de venta más adecuados para adquirir rompopo

Canal	Número de menciones	% sobre encuestados
Supermercados	140	85.37
Directamente al productor	130	79.27
Tiendas locales	110	67.07
Entrega a domicilio	80	48.78

Canal	Número de menciones	% sobre encuestados
Ferias gastronómicas	75	45.73
Tiendas gourmet	60	36.59
Tiendas en línea	50	30.49

Los supermercados destacan (85.37%) como principal canal, seguido por compra directa al productor (79.27%) y tiendas locales (67.07%). Esto indica un mercado con puntos variados de distribución, combinando lo formal y tradicional. La presencia de canales digitales y entrega a domicilio es menor pero relevante para futura expansión.

Análisis:

Los supermercados y la compra directa al productor son los canales preferidos, pero también hay buena aceptación de tiendas locales y domicilio, con menor preferencia para venta online.

Tabla 22 precio considerado

7.18. Precio justo considerado para una botella de 500 ml de rompope artesanal

Rango de precio	Frecuencia	Porcentaje (%)
Menos de \$5	70	42.68

Rango de precio	Frecuencia	Porcentaje (%)
Entre \$5 y \$10	85	51.83
Más de \$10	9	5.49

La mayoría considera justo un rango entre \$5 y \$10 (51.83%), seguido por menos de \$5 (42.68%). Solo una minoría (5.49%) acepta precios superiores. Esto fija una referencia clara para estructurar precios competitivos y accesibles, alineados con expectativas del consumidor.

Análisis:

La mayoría considera justo un precio entre \$5 y \$10. Hay quienes prefieren un precio menor a \$5 y solo una pequeña minoría acepta más de \$10.

Tabla 23 Interés en conocer la historia y tradición

7.19. Interés en conocer la historia y tradición del rompopo

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje (%)
Sí	158	96.34
No	6	3.66

El interés casi unánime (96.34%) evidencia que el patrimonio cultural asociado es un componente clave para la promoción y fidelización. Incorporar storytelling y elementos históricos en marketing puede fortalecer el vínculo emocional con la marca y producto.

Análisis:

El interés por la historia y tradición es casi unánime, siendo un valor importante a destacar en la promoción y venta del rompo.

Comentarios y sugerencias (resumen general cualitativo)

- Los participantes destacan que el rompo es muy rico, con sabor tradicional que representa la cultura manabita.
- Se sugieren mejoras en el nivel de licor, textura y presentación (preferencia por botellas decorativas).
- Se enfatiza la importancia de mantener la tradición, pero también de innovar con sabores y empaques.
- Se observa un deseo por mayor promoción y difusión a nivel nacional y en ferias.
- Algunos mencionan la necesidad de control de calidad para garantizar consistencia.

Análisis Comparativo

Desde una perspectiva nutricional y cultural, se observa una creciente demanda por versiones alternativas del rompo que mantengan su valor simbólico y artesanal pero que se adapten a los estilos de vida y condiciones de salud actuales. Por ejemplo, las versiones sin lactosa y sin huevo son vitales para personas con intolerancias o alergias, mientras que el uso de stevia o panela permite ofrecer opciones para personas con diabetes sin renunciar al sabor.

El alcohol, tradicional en la preparación del rompo, ha sido sustituido exitosamente

por infusiones naturales, esencias o jugos, lo cual facilita la inclusión de niños, embarazadas y personas que siguen principios religiosos o médicos restrictivos. Estas adaptaciones no solo diversifican el mercado del rompopo, sino que también promueven la inclusión y el respeto por la diversidad de los consumidores, manteniendo siempre la identidad manabita en los ingredientes, aromas y técnicas utilizadas.

8. Controversia

El rompopo manabita presenta raíces con una rica herencia colonial y conventual, adaptada a cada producto de la región. Se transmiten desde los padres a hijos, fortaleciendo las tradiciones de la cocina familiar, lo que confirma su importancia como un emblema en patrimonio cultural y reafirmando su valor en la vida social, en familiar y celebraciones de populares y religiosos.

Dentro de Manabí el rompopo presenta su "marca original" gracias a ingredientes autóctonos (como leche, huevos frescos, aguardiente hecho de forma tradicional y especias) el sabor depende de cada cantón, a su vez de la creatividad de los pequeños productores, al manifestar su temple y adaptación a mantener esta tradición. (Barreiro Carranza & Cedeño Tarabo, 2024)

Distribuciones sociodemográfica del consumo:

Los resultados indican que los consumidores no distinguen edades o sector sociodemográficos, donde predomina con predominio los jóvenes (21-30 años) y de manera recurrente las mujeres en la elaboración y consumo

Valores culturales:

Hay un impresionante 86.6% opinan que el rompopo es un símbolo de identidad cultural de Manabí. El deseo de reconocer la historia (79.8%) y la predisposición para

conceder en momentos especiales (79.8%) fortalecen su posición como producto representativo, en unión cultural.

8.1. Impulsos al patrimonio inmaterial

Estas costumbres se ajustan a las declaraciones de UNESCO (2024), patrimonio cultural inmaterial: el rompopo no solo llega consigo los procesos culinarios, sino también proporciona un sentido de identidad y continuidad.

8.2. Diversificación y Tendencias de Innovación

8.2.1. Variedad de sabores y técnicas:

Aunque el tipo tradicional es el favorito (69.7%), existe una tendencia creciente hacia la diversificación (café, cacao, frutas, avena), expandiendo la oferta para públicos jóvenes y turistas, sin erosionar la base tradicional.

8.2.2. Innovación sensorial controlada:

Estudios técnicos han confirmado que el uso de licor de cacao al 40% en sustitución parcial del aguardiente tradicional mejora el perfil sensorial (sabor y textura), logrando una valoración de 4.3/5 en catadores y una viscosidad óptima. Esto demuestra que el avance tecnológico local puede sumarse a la autenticidad sin sacrificar la esencia identitaria.

8.3. Producción, Comercialización y Dinámicas de Valor

8.3.1. Predominio artesanal y familiar:

La elaboración del rompopo recae principalmente en microemprendimientos familiares, en su mayoría liderados por mujeres, lo que fortalece la inclusión y el empoderamiento económico femenino en zonas rurales. Este circuito artesanal garantiza calidad, autenticidad y la transmisión de conocimientos intergeneracionales.

8.3.2. Cadenas de comercialización:

Los principales canales son supermercados, ferias, venta directa al productor y tiendas gourmet. El 44.5% prefiere la compra directa al productor, reflejo de confianza y búsqueda de autenticidad. Las ferias y rutas turísticas posicionan al rompopo como souvenir premium y atractivo para el turismo gastronómico, ampliando su proyección de valor.

8.3.3. Sensibilidad al precio y disposición al valor agregado:

La mayoría prefiere pagar entre \$5 y \$10 por 500 ml, pero existe una considerable apertura (58%) a precios superiores si el producto incorpora valor (empaques innovadores, ingredientes orgánicos, sabores nuevos), dando oportunidad para estrategias de diferenciación y segmentación de mercado.

8.4. Riesgos, Retos y Buenas Prácticas

8.4.1. Seguridad alimentaria y normativa:

Las preocupaciones sanitarias asociadas al uso de huevos crudos exigen la aplicación de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM), control de temperatura y sistemas de higiene, esenciales para asegurar la inocuidad y viabilidad comercial en mercados más exigentes.

8.4.2. Retos de escalabilidad:

El paso a una producción semi-industrial requiere balancear la estandarización y el control de calidad sin mermar el carácter artesanal y la percepción de autenticidad del producto.

8.4.3. Impactos para el Desarrollo Territorial y Proyección

8.4.4. Dinamizador económico local

El rompopo actúa como motor dinamizador en el territorio, articulando actividades productivas locales, fortaleciendo el microemprendimiento y generando empleo rural por su demanda en ferias, fiestas y rutas turísticas.

El desarrollo de un catálogo estructurado según variedad, procedencia, procesos y puntos de venta posiciona al rompopo como patrimonio vivo, listo para ser valorizado con herramientas digitales y estrategias de turismo gastronómico.

8.5. Síntesis y Perspectivas

El análisis revela que el rompopo manabita es un caso ejemplar de patrimonio gastronómico integrado, que une pasado y presente, tradición y modernidad, economía y cultura. La riqueza en sabores, sus circuitos cortos de distribución, la preeminencia femenina y la valoración por consumidores y turistas consagran esta bebida como expresión identitaria, motor de emprendimiento y foco de innovación en Manabí.

Para el futuro, consolidar el catálogo, promover la formación en BPM y fomentar canales digitales y rutas turísticas especializadas potenciarán la salvaguardia y desarrollo sostenible del rompopo manabita —garantizando que su sabor, historia y valor social sigan vigentes para próximas generaciones.

8.6. Cruce de resultados

Análisis Triangulado: Preferencias y Valoración del Rompopo Manabita según Edad

Perfil demográfico y consumo

La muestra analizada está compuesta principalmente por adultos jóvenes y adultos medios:

21-30 años: 34.5%

31-45 años: 28.6%

Menos de 20 años: 17.6%

46-60 años: 19.3%

Esto indica un predominio de jóvenes adultos y adultos activos, segmentos que según el marco teórico suelen estar más abiertos a la innovación, pero mantienen vínculos fuertes con prácticas culturales heredadas (UNESCO, 2003; Medranda, 2020).

Preferencias de sabor y tipo de rompopé

Sabor tradicional: Es el más apreciado, con un 69.7% de preferencia global. Al analizar por edad, se observa que los adultos jóvenes (21-30 años) y adultos medios (31-45) lideran esta predilección, probablemente por combinar nostalgia familiar con autonomía de consumo.

Sabores innovadores (café, cacao, frutas): Aunque minoritarios (11.8% global), ganan cierta tracción en el grupo menor de 30 años, interesado en nuevas experiencias sensoriales y productos con valor agregado.

Bajo contenido alcohólico: Preferencia ligeramente mayor en personas mayores de 46 años y menores de 20, que buscan opciones menos alcohólicas por razones de salud o restricciones legales/sociales.

Valoración de atributos

Sabor es el aspecto más valorado en todos los grupos etarios (52.1% del total), pero especialmente pronunciado en el rango 21-45 años, para quienes el gusto es crucial en la decisión de compra.

Naturalidad de ingredientes se destaca más en adultos jóvenes (21-30), reflejando tendencias contemporáneas de consumo saludable y artesanal.

Presentación atractiva resalta en el grupo de 21-30 años, que favorece la "botella decorativa" y el empaque creativo: esto sugiere oportunidades de marketing focalizado en este rango.

Satisfacción y frecuencia de consumo

Muy satisfechos con el sabor: Mayor porcentaje en el segmento 31-45 años, seguido por 21-30 años. Esto respalda la hipótesis de que el aprecio por el rompopo está estrechamente ligado a quienes crecieron consumiéndolo en el entorno familiar y social manabita.

Frecuencia de consumo: El patrón “varias veces al año” predomina en jóvenes adultos (21-30) y adultos (31-45). Los menores de 20 tienden a reportar consumos ocasionales (probablemente acompañados de familia), y los mayores de 46 muestran preferencias más ocasionales o limitadas.

Identidad cultural y disposición a innovar

Representa identidad cultural: Adultos jóvenes y medios (también los grupos mayores) reconocen el rompopo como símbolo patrimonial, pero los de 21-45 años asocian además la tradición con potencial de innovación (packaging, nuevos sabores, historia del producto).

Disposición a pagar más por valor agregado: Es levemente superior en los segmentos 21-30 y 31-45 años, que consideran importante el empaque, los ingredientes orgánicos y la diferenciación sobre el producto estándar.

La triangulación de datos demuestra que el rompopo manabita goza de mayor aceptación y gusto entre el rango etario de 21-45 años. Estos consumidores combinan un fuerte apego por la identidad y el sabor tradicional con un interés progresivo por la innovación (sabores nuevos, empaques atractivos, historia y valor agregado).

Jóvenes adultos (21-30): Son los más abiertos a innovaciones y productos diferenciados, pero sin perder la preferencia por el sabor “clásico” y la autenticidad.

Adultos medios (31-45): Valoran especialmente el sabor, la satisfacción sensorial y el rol del rompo en celebraciones e identidad cultural.

Menores de 20 y mayores de 46 años: Constituyen nichos de menor intensidad de consumo, pero con perfiles de preferencia hacia el rompo menos alcohólico (salud o costumbre), sugiriendo oportunidades para nuevos productos/variedades.

Variedades de Rompo y Preferencias por Segmentos de Consumo

El rompo tradicional es la variedad predominante en la provincia de Manabí (69.7% de preferencia), siendo transversalmente apreciada en todos los segmentos etarios, pero con mayor intensidad entre adultos jóvenes y adultos medios (21-45 años).

Las variantes como rompo de café, cacao, frutas y otras innovaciones tienden a despertar mayor interés en consumidores jóvenes (menores de 30 años) y en perfiles con mayor apertura a la novedad. En el catálogo se pueden mapear recetas junto a la edad y ocupación del consumidor, permitiendo identificar oportunidades de diversificación para públicos específicos.

Métodos de Elaboración y Percepción de Calidad

Existe una relación directa entre la preferencia por métodos artesanales y la valoración de atributos como sabor, naturalidad y calidad percibida.

Cruzar datos sobre lugares de adquisición (ej. ferias, venta directa al productor, supermercados) con la percepción de calidad muestra que la compra directa y en ferias se asocia a un mayor aprecio por la autenticidad y la historia del producto.

El catálogo puede destacar no solo la receta base, sino también los procesos (artesanal vs. semi-industrial), vinculando puntos de comercialización y confianza del consumidor.

Variedad y Punto de Comercialización

Variedad Canales principales Público clave

Tradicional Supermercados, ferias Adultos 21-45

Café, cacao, frutas ferias, gourmet, cafés Jóvenes/adultos jóvenes

Bajo alcohol Venta directa, familiar Adultos mayores, jóvenes menores de edad

Este cruce permite orientar el catálogo hacia la presencia real de cada tipo en los mercados y ferias locales, ayudando a decidir estrategias de promoción y distribución.

Región de Origen (Cantón) y Diversidad de Recetas

La recopilación por cantón permite distinguir focos de producción artesanal: Manta y Portoviejo destacan en rompopo tradicional y variantes como café y cacao; Chone en versiones con cacao local; Jipijapa y Santa Ana con recetas de maracuyá, avena y especias andinas.

El catálogo puede incorporar mapas y fichas técnicas geo referenciadas, cruzando origen, variantes y puntos de compra (ferias, tiendas, productores familiares).

Valoración de Presentación y Disposición a Pagar

Cruzar la preferencia de presentación (ej. botella de vidrio decorativa, packs, frascos de degustación) con la disposición a pagar revela que consumidores de 21-45 años están más dispuestos a pagar un precio superior por presentaciones novedosas, lo que favorece la comercialización premium y la valorización comercial. Este cruce

fundamenta el desarrollo de líneas diferenciadas dentro del catálogo para públicos “regalo” y turistas.

Presencia y Significado Cultural

El sentimiento de identidad cultural asociado al rompope es alto en todos los segmentos, pero se refuerza en contextos urbanos y en consumidores con contacto habitual con tradiciones familiares y ferias. Integrar estos datos en el catálogo, junto a testimonios y registros históricos, enriquecerá la dimensión patrimonial del producto e impulsará su valor simbólico.

Importancia de las metas del Catálogo

Recopilación de datos: permite la identificación de las recetas culinarias sino los patrones de consumos reales, personales y distribución geográfica del rompope en Manabí.

Repertorio variado: Al organizar las técnicas, componentes y situaciones de los consumidores la bebida, para potenciar lo tradicional y las nuevas creaciones artesanales con la gran variedad de sabores.

Puesta en valor comercial y cultural: La integración de variables como origen, tipo, canal de comercialización y segmentos consumidores, orienta el catálogo hacia una herramienta que fomente la preservación, multiplicación y promoción del patrimonio gastronómico manabita, alineado con el turismo, la cultura y el desarrollo económico sostenible.

8.7. Presentación del Catálogo

Se ha preparado el catálogo de variedades de rompope de la provincia de Manabí tomando en consideración las respuestas de los encuestados sobre los gustos y preferencias en el consumo y adquisición en la provincia de Manabí de la bebida

tradicional Rompopo. En este catálogo podemos encontrar la reseña histórica y cultural, así como recetas de elaboración del Rompopo. De igual manera, en este catálogo se da a conocer a varios productores de esta bebida con la intención de que tengan visibilidad y un mapa de ubicación de estos productores en los diferentes cantones de Manabí. Se propone además un producto con valor agregado como ejemplo de presentación de esta bebida para su difusión y comercialización.

8.8. Desarrollo del prototipo, imagen de marca y estrategia de comercialización

Con base en los resultados de la investigación de mercado, se propone un prototipo de rompopo artesanal saborizado con maracuyá, manteniendo la receta base tradicional pero incorporando un ingrediente frutal que aporta frescura y diferenciación sensorial. Este sabor ha sido seleccionado considerando la apertura de los consumidores hacia innovaciones (42 % manifestó interés por sabores frutales) y su coherencia con la identidad agroproductiva de la provincia de Manabí, donde el maracuyá es un cultivo de alta disponibilidad. Los datos para obtener el dulzor (preferencia del 38 % de los encuestados) mientras que la medida alcohólica suave (42 %), garantizando la tendencia y atractivo grupo joven-adulto identificados como los principales consumidores. (FAO, 1999)

El envase seleccionado fue de vidrio de 500 ml, con etiqueta ilustrada y tipografía artesanal, decisión respaldada por el 47 % de los encuestados que consideró este formato el más atractivo. La marca busca transmitir autenticidad, calidad y pertenencia territorial, alineándose con las tendencias de consumo que valoran el origen y la historia del producto (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2018).

Para el posicionamiento y comercialización, se planteó una estrategia híbrida de canales cortos y medios digitales. El entorno local, se dará preferencia a las

participaciones en festividades gastronómicas, los mercados especializados tienen una mayor consideración a los productos artesanales, un 53 % de los compradores obtiene el rompopo en este tipo de lugares. En el ámbito digital, se implementará un plan de marketing de plataformas sociales.

Asimismo, se considerará la participación en plataformas de comercio electrónico enfocadas en productos gourmet, para expandir el alcance hacia mercados regionales y nacionales. Esta combinación de canales busca construir una marca diferenciada, con arraigo local pero proyección comercial amplia, en coherencia con las recomendaciones para el desarrollo del turismo y la gastronomía sostenible en Ecuador (Organización Mundial del Turismo [OMT], 2019).



9. Conclusiones

El rompopo tiene un origen colonial con raíces en los conventos de monjas clarisas en México durante el siglo XVII, siendo originalmente una bebida exclusiva y festiva elaborada con ingredientes como leche, yemas de huevo, azúcar y especias. Su receta ha

sido transmitida y adaptada en distintas regiones, incluyendo la provincia de Manabí en Ecuador, donde ha desarrollado una identidad propia basada en el uso de ingredientes locales, especialmente el licor puro de caña conocido como “puntas”. (Zurita, 2023)

En cantones como Chone, Rocafuerte, Portoviejo y Jipijapa, la preparación artesanal y casera del rompopo se ha mantenido viva como un legado tradicional que se comparte de generación en generación, vinculándose con celebraciones importantes como la Navidad y las fiestas patronales. Esto se refleja en el reconocimiento que el 82.93% de los encuestados otorga al rompopo como un símbolo de la identidad cultural de Manabí, y en el interés del 96.34% en conocer su historia y tradiciones, lo cual subraya su valor como patrimonio cultural inmaterial de la región. (Análisis del Folklore Montuvio, Referente a las Bebidas Artesanales de Manabí)

En cuanto a las variedades del rompopo en Manabí, se identificaron tres grandes categorías que reflejan la diversidad de ingredientes y métodos de elaboración artesanal. La variedad tradicional, que es la más consumida y valorada, se elabora con leche entera, yemas, azúcar, canela, clavo de olor y licor de caña, siguiendo un proceso de cocción cuidadoso, mezcla y reposo para maduración. Esta versión es preferida por el 79.88% de los participantes. La segunda variedad es el rompopo con bajo contenido alcohólico, que reduce o sustituye el alcohol por esencias aromáticas para atender a niños, personas mayores o quienes prefieren un perfil más suave; esta alternativa cuenta con un 12.20% de preferencia. (digital, 2023)

Finalmente, el rompopo con sabores innovadores incorpora ingredientes como café, chocolate, frutas tropicales y otros, respondiendo a una demanda de diversificación y modernización, con un 7.93% de preferencia. La categorización evidencia la aceptación de la receta clásica con el entusiasmo por innovar y conservar la esencia artesanal.

Los hallazgos también demuestran la factibilidad y necesidad de diseñar un catálogo especial de rompopo manabita, que integre su historia cultural, con una variedad de presentaciones y redes de ventas con el fin de reforzar un producto que es patrimonio cultural destacando la gran trascendencia que el rompopo representa en la historia (Gallegos Torres & Santana Rivera, 2018). Además, debería contener fichas técnicas detalladas por variedad, que describan ingredientes, procesos, presentaciones y sugerencias de consumo para estandarizar la producción y facilitar su promoción.

El directorio de puntos de venta y canales de comercialización es fundamental, considerando que supermercados, compra directa al productor, tiendas locales, ferias y entrega a domicilio cubren gran parte del mercado según la encuesta. La presentación con botella de vidrio decorativa, preferida por el 87.80%, junto a la disposición del 78.66% para pagar más por productos con valor agregado, orientan hacia mejoras en el empaque y productos diferenciados que aumenten su atractivo. Sobre costos la mayoría de los establecimientos aceptaron como intervalo considerable de \$5 y \$10, logrando un balance entre lo competitivo y la rentabilidad. Finalmente indican las opiniones de los consumidores es primordial preservar el sabor clásico pero también evolucionar e innovar con nuevos sabores

En resumen la combinación de la historia, la cultura local y las percepciones de los clientes demuestran que el rompopo manabita es más que una bebida, representa el símbolo cultural con gran valor emocional y comercial. La elaboración de un catálogo comprensivo contribuirá a preservar esta riqueza, visibilizar a los productores, fortalecer la tradición y promover el turismo gastronómico, además de abrir nuevas oportunidades de mercado, garantizando que la esencia artesanal y cultural del rompopo se mantenga viva y vigente en el tiempo. (Cabrera Chávez & Basurto Cedeño, 2019)

10. Recomendaciones

Se recomienda estandarizar y clasificar las principales variedades del rompopo, diferenciando aquellas que responden a la receta tradicional, a versiones sin alcohol y a innovaciones con sabores como café, maní o frutas. Esta estandarización, que incluye la definición de ingredientes, método de preparación, tiempos de cocción y número de porciones, facilitará tanto la difusión del conocimiento como la comercialización organizada del producto, permitiendo visibilizar su diversidad sin perder su esencia artesanal.

Es igualmente importante reforzar el valor cultural del rompopo como símbolo de identificación. Dado que más del 80% de los encuestados lo relacionan con la identidad manabita, se sugiere integrar en su promoción elementos visuales, lingüísticos y simbólicos propios de la región. El uso de Etiquetas con frases locales, tonos y diseños representativos de la cultura manabita pueden elevar el significado del producto y establecerlo como un símbolo referencial a su identidad. (digital, 2023)

Mediante el término innovación se sugiere impulsar el desarrollo con nuevas variedades de rompopo sin dejar de lado lo artesanal. La variación con bajo contenido alcohol y sabores contemporáneos se deberán enfocar en publicidad hacia los niños y personas mayores despertar su curiosidad, y ampliar el producto sin alterarlo.

La perspectiva comercial, los datos evidencian una clara preferencia por los canales de ventas como los supermercados y la compra directa al productor. Por este motivo se recomienda reforzar dichos puntos de venta así como ferias gastronómicas, tienda local o plataforma digital Incluir directorios de productos con información de ubicación, contacto y horarios, para facilitar la conexión entre consumidores y locales, para brindar una mejor atención.

La forma de presentar del rompopo también debe ser llamativa, se sugiere promover botellas de vidrio con un toque decorativo, que pueda proyectar una imagen de calidad, sin dejar abandonado lo artesanal y elegancia, de la bebida frente a los consumidores. Además, desarrollar la temática de acuerdo a cada festividad o celebración familiar. (Navidad, fiestas patronales) para fortalecer su rol como regalo tradicional.

En cuanto al precio, es importante conseguir un equilibrio entre accesibilidad y económica. Un gran número de encuestados considera justo el precio de \$5 y \$10 es, por esa razón que se pueden brindar variedad en precio permitiendo que esté al alcance de todo los consumidores con varias presentaciones y puedan adquirir el producto. (Syrups, 2023)

Para concluir el uso del catálogo no sirva solo de manera informativa sino también educativa y turística. Su inclusión en eventos culturales, ferias, instituciones educativas y restaurantes ayudara a fomentar un mayor consumo consciente e identificación de sus procesos artesanal. Además, incluir los códigos QR con recetas grabadas, entrevistas a productores que les permita conocer más sobre la historia.

Referencias Bibliográficas

(s.f.).

Acosta, E. (26 de 5 de 2025). *SCRIBD*. Obtenido de SCRIBD:
<https://es.scribd.com/document/867198734/Marco-teorico-Rompopo>

Ambrosy Velarde, L. (2012). Educación para la sexualidad con enfoque de género . *Coordinación educativa y cultural* , 1-138.

Asamblea Nacional del Ecuador. (20 de Octubre de 2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Obtenido de https://www.asambleanacional.gob.ec/sites/default/files/documents/old/constitucion_de_bolsillo.pdf

Barreiro Carranza, Y. Y., & Cedeño Tarabo, B. D. (2024). *Creación de la ruta gastronómica del rompopo para el desarrollo del turismo gastronómico del cantón Rocafuerte*. doi:<https://repositorio.ulead.edu.ec/handle/123456789/7406>

Benalcazar, H. (2022). *Researchgate*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/369366948_Benalcazar_H_2022_El_turismo_gastronomico_en_la_ciudad_de_Cuenca_Ecuador_Tesis_de_maestria_Universidad_de_Jaen

Bravo, R. J. (2024). “LA CULTURA DEL PUEBLO MONTUBIO DEL CANTÓN ROCAFUERTE COMO UN RECURSO PARA FORTALECER LA OFERTA TURÍSTICA EN LA PROVINCIA DE MANABÍ. *Repositorio UTC*.

Cabrera Chavéz, A. M., & Basurto Cedeño, E. M. (2019). *Patrimonio cultural inmaterial del cantón Manta*. Manta - Manabí – Ecuador: Universitaria .

Castillo, J. D. (2019). Perspectives of Ecuadorean teachers and students on the importance of addressing comprehensive sexuality education. *Sex Education, Health Education*, <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/he-10-2014-0093/full/html>.

Creswell, J. W. (2018). *Diseño y conducción de investigación con métodos mixtos*. Thousand Oaks, CA: SAGE.

Diamond, J. (2020). *¿ Por qué es divertido el sexo? la evolución de la sexualidad*. Obtenido de https://scholar.google.es/scholar?start=10&q=Evoluci%C3%B3n+del+t%C3%A9rmino+sexualidad+en+la+educaci%C3%B3n+&hl=es&as_sdt=0,5&as_ylo=2016&as_yhi=2020

digital, M. (27 de 09 de 2023). Rompopo: con ésta fácil receta puedes crear tu propia bebida. Mexico. Obtenido de <https://www.milenio.com/estilo/como-hacer-rompopo-receta-facil>

Estefany, B. R. (Agosto de 2024). *LA CULTURA DEL PUEBLO MONTUBIO DEL CANTÓN*. Obtenido de <https://repositorio.utc.edu.ec/server/api/core/bitstreams/08c5f620-09d0-4691-8366-15201b05bde8/content>

FAO. (1999). *Directrices para la producción, elaboración, etiquetado y comercialización de alimentos producidos orgánicamente*. Codex Alimentarius. Documento GL 32-1999. Obtenido de https://www.fao.org/input/download/standards/360/cxg_032s.pdf

Galeev, O. (16 de 12 de 2024). *MY TRIP ECUADOR*. Obtenido de <https://mytrip2ecuador.com/es/navidad-en-ecuador-una-guia-de-tradiciones-festivas-y-celebraciones/>

Gallegos Torres, K. A., & Santana Rivera, G. M. (2018). FOTOREPORTAJE DE LAS BEBIDAS DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO. *dspace*, 38. doi:https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/15941/1/UPS-QT13113.pdf?utm_source=chatgpt.com

González Gómez, Y. (2015). Docente ara la sexualidad algunas reflexiones en el proceso educativo escolar. *Actualidades investigativas en educación*, 1-16.

Hernández Sampieri, R. F.-C.-L. (2014). Metodología de la investigación (6.^a ed.). *McGraw-Hill Education*.

IEPS), I. d. (2018). *Ferías solidarias: fortaleciendo el comercio justo en el Ecuador*. Quito: IEPS. Obtenido de <https://www.economia.gob.ec/ieps/>

Jácome-Villacrés, L. V., Macías-Barberan, J. R., & Zambrano-Cedeño , J. M. (Octubre de 2021). *Análisis del Folklore Montuvio, Referente a las Bebidas Artesanales de Manabí*. Obtenido de [file:///D:/Downloads/Dialnet-AnalisisDelFolkloreMontuvioReferenteALasBebidasArt-8383722%20\(2\).pdf](file:///D:/Downloads/Dialnet-AnalisisDelFolkloreMontuvioReferenteALasBebidasArt-8383722%20(2).pdf)

Jácome-Villacrés, L. V., Macías-Barberan, J. R., & Zambrano-Cedeño, J. M. (4 de 10 de 2021). *Análisis del Folklore Montuvio, Referente a las Bebidas Artesanales de Manabí*. Obtenido de <file:///D:/Downloads/Dialnet-AnalisisDelFolkloreMontuvioReferenteALasBebidasArt-8383722.pdf>

Jgt, F. (17 de septiembre de 2019). *Scrid*. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/426175716/Elaboracion-de-Rompop>

Junior, M. R. (2024). Turismo Gastronómico y Desarrollo Local en el. *Geo. UEG – Goiá.*

Jurado Gámez, H., & Insuasty Santacruz, E. (2021). *Procedimiento de tecnología de leche*. Obtenido de <https://sired.udenar.edu.co/7321/1/libro%20leche%20digital.pdf>

Mader, M. (2023). *Elaboración de rompope sin huevo*. Obtenido de <https://itsep.edu.ec/wp-content/uploads/2024/04/ITSEP-EC-PCA-2023-0017.pdf>

Margot, R. D. (11 de junio de 2024). Rompope Casero 🍪. 9 Sabores: almendra, nuez, café, coco, cacao, guanábana, cacahuete, natural y queso de bola. Jalapaneca,, Mexico: Facebook.

Medina Noriega, M. (2017). Formación de maestro en educación sexual. *Sujeto de la educacion*, 1-4.

Medranda Suarez, G. A. (2020). Las bebidas tradicionales quiteñas para la diversificación turística: Centro Histórico. *Dspace UCE*, 131. doi:<https://www.dspace.uce.edu.ec/server/api/core/bitstreams/4408b3ab-9113-4067-8ae8-ba2c5c068e0c/content>

Ministerio de agricultura y ganaderia. (2023). *Saboreando Ecuador: Gastronomía como identidad cultural y motor turístico*. Quito: Gobierno del Ecuador. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/saboreando-ecuador/>

Ministerio de Educación del Ecuador. (Febrero de 2017). *Ley orgánica de educación intercultural*. Obtenido de https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/02/Ley_Organica_de_Educacion_Intercultural_LOEI_codificado.pdf

Ministerio de Turismo. (11 de Diciembre de 2024). *Manabí fue designada como Región Mundial de Gastronomía por el IGCAT*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/manabi-fue-designada-como-region-mundial-de-gastronomia-por-el-igcat/>

Moises Alcivar, L. (21 de mayo de 2022). *Scrib*. Obtenido de <https://es.scribd.com/presentation/575121773/alcivar-moises-loor-marilexi-El-rompope-como-Patrimonio-Cultural-Inmaterial>

Movilla Ricaurte, N. (2022). Educación integral de la sexualidad : Un desafío curricular inaplazable para las instituciones educativas. *Revista Arbitrada del Cie*, 310-321. Obtenido de <https://revista.grupocieg.org/wp-content/uploads/2021/12/Ed.53310-321-Movilla-Nerys.pdf>

Muentes Calderon Maria, V. A. (2019). Perceso de elaboración industrial o artesanal de bebidas alcoholicas. *Repositorio de Uleam*, https://repositorio.uleam.edu.ec/bitstream/123456789/1730/1/ULEAM-IAL-0035.pdf?utm_source=chatgpt.com.

Naciones Unidas Ecuador. (2025). *Naciones Unidas. Objetivos de Desarrollo sostenible* . Obtenido de <https://ecuador.un.org/es/sdgs/8>

Prieto Delgadillo, M. F., & Triana Valiente, M. F. (2019). LAS RUTAS GASTRONÓMICAS EN EL DEPARTAMENTO DEL. *Redalyc*.

Rodriguez Figueroa, A., Jorquera Aracena, N., Carillo Reyes, A., Cortez Flores, K., García Varas, A., Herrera Chantire, N., & Valenzuela Jacob, A. (2023). Percepción de los adolescentes y profesores sobre la educación sexual en Chile 2011 - 2021. *Revista Matronería*, 19-22. doi:<https://doi.org/10.22370/revmat.1.2023.3522>

Rodríguez Figueroa, A., Jorquera Aracena, N., Carillo Reyes, A., Cortez Flores, K., García Varas, A., Herrera Chantire, N., & Valenzuela Jacob, A. (9 de Junio de 2023). *Percepción de los adolescentes y profesores sobre la educación sexual en Chile 2011 - 2021*. Obtenido de <https://revistas.uv.cl/index.php/matroneria/article/view/3522/3587>

Sanchez. (2019). Plan de negocio para la comercialización del rompo de la abuelita. *Repositoria USG*.

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2021). *Plan Nacional de Desarrollo Turístico 2021-2025*. Quito: Gobierno del Ecuador. Obtenido de <https://www.planificacion.gob.ec/plan-nacional-turismo-2021-2025/>

Simovska, V. &. (2015). Sexuality education in different contexts: limitations and possibilities. Health Education. *Health Education*. doi:<https://doi.org/10.1108/HE-10-2014-0093>

Solarte, C. U. (2010). Patrimonio cultural alimentario . *Flacso Andes*.

Soledispa Martha, J. E. (abril de 2025). El valor agregado en la comercialización de productos agrícolas: caso los vergeles, parroquia el anegado. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*. doi:10.37811/cl_rcm.v9i2.17185

Solidaria, I. N. (2018). IEPS impulsa comercialización de productos de Manabí con valor agregado. *IEPS impulsa comercialización de productos de Manabí con valor agregado*. Obtenido de <https://www.economiasolidaria.gob.ec/ieps-impulsa-comercializacion-de-productos-de-manabi-con-valor-agregado/>

Suarez Chiriguayo, S. J. (2020). EVALUACIÓN DE LAS BUENAS PRÁCTICAS DE MANUFACTURA (B.P.M) EN LOS RESTAURANTES DEL CANTÓN MANTA. *Repositorio Uleam*.

Syrups, N. (6 de Diciembre de 2023). *Cada Botella, una Historia: El Rompope de Navalli en Navidad*. Obtenido de <https://www.navallisyrops.com/post/cada-botella-una-historia-el-rompope-de-navalli-en-navidad-rompope-quito>

UNESCO. (19 de Abril de 2024). *UNESCO celebra junto a Ecuador el Día Nacional del Patrimonio Cultural*. Obtenido de <https://www.unesco.org/es/articulos/unesco-celebra-junto-ecuador-el-dia-nacional-del-patrimonio-cultural#:~:text=Vivo%20el%20Patrimonio%E2%80%9D%2C%20que%20presenta,ecuadoriano%20al%20Buque%20Escuela%20Guayas.&text=La%20ceremonia%20concluye%20con%20la>

Universidad Tecnica Central . (2025). *ODS 8 - Trabajo decente y crecimiento económico*. Obtenido de <https://ute.edu.ec/objetivos-de-desarrollo-sostenible/ods-8-trabajo-decente-y-crecimiento-economico/>

Vergara, M. (2021). *Oportunidades curriculares de educacion integral en sexualidad*. Quito: Manthra Comunicación.

Villacis, Y. G. (2024). Desarrollo de un Manual de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) para la empresa El Último Inca – Vinos Cotopaxi ubicada en la comunidad Quinticusig, cantón Sigchos, provincia de Cotopaxi. *Repositorio UTA*.

Zurita, A. (8 de Diciembre de 2023). *EU Sabor*. Obtenido de <https://sabor.eluniverso.com/rompope-la-bebida-que-nacio-en-un-convento-y-ahora-acompana-la-navidad/>

Zurita, A. (28 de 12 de 2023). *Rompope: la bebida que nació en un convento y ahora acompaña la Navidad*. Obtenido de <https://sabor.eluniverso.com/rompope-la-bebida-que-nacio-en-un-convento-y-ahora-acompana-la->

ANEXO 1: ENCUESTA CONSUMO Y VALORACIÓN DEL ROMPOPE MANABITA

La presente encuesta forma parte del proyecto de investigación para la obtención del título de Licenciada en Hospitalidad y Hotelería. El objetivo de esta encuestas es verificar si los consumidores de la bebida de rompope en Manabí, para constatar si tiene aceptación en el mercado, preferencias de sabor, frecuencia de compra y factores que influyen en su elección.

Su participación es confidencial. Se solicita responder con total sinceridad, sus respuestas son muy valiosas para el éxito de este estudio.

¡Gracias por su tiempo y colaboración!

1. ¿Cuál es su edad? Respuesta necesaria. Opción única.

- Menos de 20 años
- 21-30
- 31-45
- 46-60
- Más de 60

2. ¿Cuál es su género? Respuesta necesaria. Opción única.

- Femenino
- Masculino
- Prefiero no decirlo

3. ¿Cuál es su ocupación? Respuesta necesaria. Opción única.

- Estudiante
- Empleado/a
- Independiente
- Ama de casa
- En busca de empleo
- Otro

4. Lugar de residencia. Respuesta necesaria. Opción única.

- Zona urbana

– Zona rural

5. ¿Ha probado el rompopo Manabita? Respuesta necesaria. Opción única.

– Si

– No

– Desconozco de qué se trata

6. ¿Ha consumido rompopo en el último año? Respuesta necesaria. Opción única.

– Si

– No

7. ¿Con qué frecuencia consume rompopo? Respuesta necesaria. Opción única.

– Nunca

– Una vez al año

– Varias veces al año

– Mensualmente

– Semanalmente

8. ¿Dónde suele consumir rompopo? Respuesta necesaria. Opción única.

– En casa

– En reuniones familiares

– En fiestas tradicionales

– Cuando me regalan / me brindan

– Otro

9. ¿Dónde suele adquirir el rompopo? Respuesta necesaria. Opción única.

– Tiendas locales

– Ferias gastronómicas

– Directamente al productor

– No lo compro

10. ¿Qué aspectos valora más en el rompopo? Respuesta necesaria. Opción única.

- Sabor
- Textura
- Dulzura
- Presentación
- Precio
- Naturalidad de los ingredientes

11. ¿Qué tan satisfecho/a está con el sabor del rompopo que ha probado? Respuesta necesaria. Opción única.

- Muy satisfecho/a
- Satisfecho/a
- Neutral
- Insatisfecho/a
- Muy insatisfecho/a

12. 12. ¿Qué tipo de rompopo prefiere? Respuesta necesaria. Opción única.

- Tradicional
- Con sabores innovadores (café, chocolate, etc.)
- Con bajo contenido de alcohol
- Sin alcohol

13. ¿Considera que el rompopo representa la identidad cultural de Manabí?

Respuesta necesaria. Opción única.

- Sí
- No
- No estoy seguro/a

- 14. ¿Con qué frecuencia regalaría rompopo como producto tradicional? Respuesta necesaria. Opción única.**
- Nunca
 - Solo en ocasiones especiales
 - Frecuentemente
- 15. ¿Estaría dispuesto/a, a pagar más por un rompopo con valor agregado (empaquete especial, ingredientes orgánicos, sabores nuevos)? Respuesta necesaria. Opción única.**
- Sí
 - No
 - Depende del precio
- 16. ¿Qué tipo de presentación le parecería más atractiva? Respuesta necesaria. Opción única.**
- Botella de vidrio decorativa
 - Frasco pequeño de degustación
 - Pack de sabores variados
 - Otros
- 17. ¿Qué canales de venta le parecen más adecuados para adquirir rompopo? Respuesta necesaria. Elección múltiple.**
- Supermercados
 - Tiendas gourmet
 - Tiendas en línea
 - Directamente al productor
 - Entrega a domicilio
- 18. ¿Qué precio considera justo por una botella de 500 ml de rompopo artesanal? Respuesta necesaria. Opción única.**

- Menos de \$5
- Entre \$5 y \$10
- Más de \$10

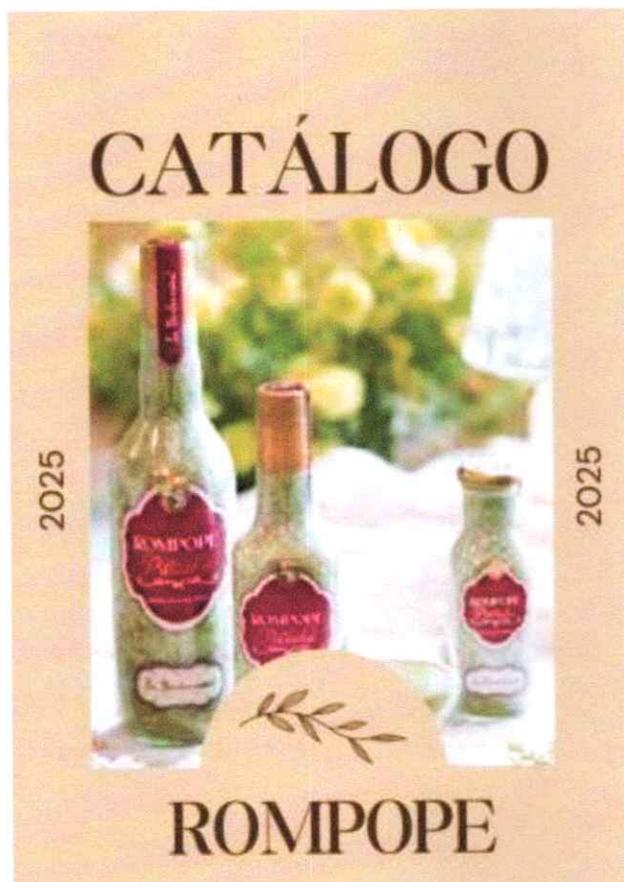
19. ¿Le interesaría conocer la historia y tradición del rompope como parte del producto? Respuesta necesaria. Opción única.

- Sí
- No
- Indiferente

20. ¿Desea dejar algún comentario o sugerencia sobre el rompope Manabita?

Respuesta abierta.

Anexo:



ROMPOPE CON VINO DE PECHICHE (SUAVE Y ARTESANAL)



- INGREDIENTES**
- 1 litro de leche
 - 6 yemas
 - ½ taza de azúcar
 - 1 taza de vino de pechiche artesanal
 - Canela y vainilla

PRECIO: \$14

PREPARACION

- CALENTAR LA LECHE CON CANELA.
- BATIR LAS YEMAS CON AZÚCAR Y AÑADIR LENTAMENTE A LA LECHE TIBIA.
- COCINAR SIN HERVIR, REMOVIENDO CONSTANTEMENTE.
- UNA VEZ FRÍA, INCORPORAR EL VINO. REFRIGERAR



CARACTERISTICAS GENERALES

SABOR Y AROMA

- DULCE Y CREMOSO, CON NOTAS DE VAINILLA, CANELA.
- EL TOQUE FUERTE Y AROMÁTICO DEL LICOR DE CAÑA.

TEXTURA

- ESPESA Y ATERCIOPELADA GRACIAS AL USO DE YEMAS DE HUEVO Y LECHE.
- BIEN BATIDO PARA LOGRAR SUAVIDAD Y SIN GRUMOS.

COLOR

- AMARILLO CLARO O DORADO, PRODUCTO DE MEZCLA DE YEMAS Y LECHE.

ROMPOPE DE FRUTAS NATURALES (FRESA O MARACUYÁ)



- INGREDIENTES**
- 800 ml leche
 - 5 yemas
 - ½ taza de azúcar
 - ½ taza de pulpa de fruta (fresa o maracuyá)
 - ½ taza de jugo natural o infusión (como sustituto de licor)

PRECIO: \$15

PREPARACION

- Cocinar la leche con la fruta y azúcar hasta integrar bien.
- Añadir yemas batidas y cocinar hasta espesar.
- Sustituir el licor con jugo o infusión aromática. Refrigerar.

ROMPOPE TRADICIONAL MANABITA



- INGREDIENTES**
- 1 litro de leche
 - 5 yemas
 - ½ taza de azúcar
 - ½ taza de maní tostado molido
 - 1 cdta de vainilla

PRECIO: \$12

PREPARACION

- LICUAR EL MANÍ CON PARTE DE LA LECHE HASTA OBTENER UNA PASTA HOMOGÉNEA.
- CALENTAR CON EL RESTO DE LA LECHE Y AZÚCAR.
- AÑADIR LAS YEMAS BATIDAS Y COCINAR SIN HERVIR.
- AGREGAR LA VAINILLA. ENFRIAR Y REFRIGERAR

ROMPOPE DE CAFE O CACAO



INGREDIENTES

- 1 LITRO DE LECHE
- 5 YEMAS
- 1 TAZA DE AZÚCAR
- 2 CDAS DE CAFÉ SOLUBLE O CACAO PURO
- 1 CDTA DE VAINILLA
- 1 TAZA DE RON OSCURO

PRECIO: \$16

PREPARACIÓN

- Calentar la leche con el café/cacao hasta que se disuelva completamente.
- Batir las yemas con el azúcar e integrar lentamente la leche tibia.
- Cocinar a baño maría hasta que la mezcla espese ligeramente.
- Retirar del calor, incorporar la vainilla y el ron.
- Refrigerar por al menos 12 horas antes de servir.

ROMPOPE SIN ALCOHOL



INGREDIENTES

- 1 litro de leche
- 6 yemas
- ½ taza de azúcar
- 1 rama de canela
- ½ taza de esencia de ron o almendra disuelta en agua
- 1 cdta de vainilla

PRECIO: \$12

PREPARACION

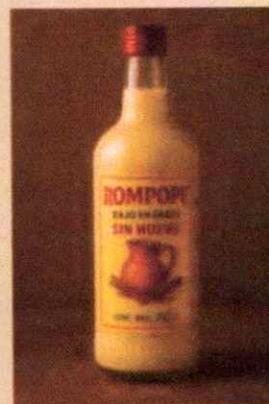
- CALENTAR LA LECHE CON CANELA Y AZÚCAR.
- BATIR LAS YEMAS Y AGREGARLAS LENTAMENTE A LA LECHE TIBIA.
- COCINAR A FUEGO BAJO HASTA ESPESAR.
- AÑADIR LA ESENCIA AROMÁTICA COMO SUSTITUTO DEL ALCOHOL.
- REFRIGERAR AL MENOS 12 HORAS ANTES DE SERVIR.



HISTORIA Y ORIGEN

El rompope ecuatoriano, una deliciosa bebida cremosa a base de yemas, leche, azúcar y licor, tiene raíces que se remontan a la época colonial. Su origen se atribuye a los conventos de Puebla, México, donde las monjas Clarisas lo elaboraban como bebida exclusiva para autoridades, consolidándose luego como tradición navideña.

ROMPOPE BAJO EN GRASA Y SIN HUEVO



INGREDIENTES

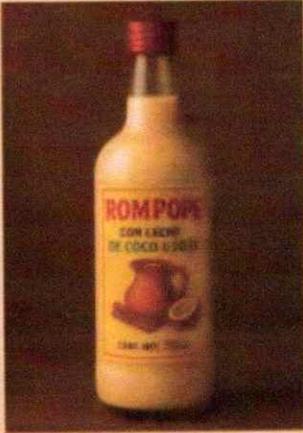
- 800 ML LECHE DESCREMADA O VEGETAL BAJA EN GRASA
- 2 CDAS DE FÉCULA DE MAÍZ (SUSTITUYE AL HUEVO)
- ½ TAZA DE STEVIA LÍQUIDA
- 1 CDTA DE VAINILLA
- 1 RAMA DE CANELA
- ½ TAZA DE BEBIDA DE ALMENDRA (OPCIONAL)

PRECIO: \$14

PREPARACIÓN

- Disolver la fécula de maíz en parte de la leche fría.
- Calentar el resto de la leche con la canela.
- Incorporar la mezcla espesa, cocinar a fuego bajo hasta obtener textura cremosa.
- Añadir el edulcorante y la vainilla.
- Dejar enfriar. Refrigerar en envase esterilizado.

ROMPOPE CON LECHE DE COCO O SOJA



INGREDIENTES

- 800 ML DE LECHE DE COCO O SOJA
- 5 YEMAS (O 3 CDAS DE MAICENA SI ES VEGANO)
- ½ TAZA DE AZÚCAR MORENA
- 1 RAMA DE CANELA
- 1 CDTA DE VAINILLA
- ½ TAZA DE LICOR (OPCIONAL)

PRECIO: \$14

PREPARACIÓN

- Infundonar la leche vegetal con canela.
- Batir yemas con azúcar o disolver maicena en leche fría.
- Añadir a la mezcla tibia y cocinar a fuego medio removiendo.
- Retirar del fuego, incorporar vainilla y licor si se desea.
- Dejar enfriar y refrigerar.

ROMPOPE CON MANÍ TOSTADO



INGREDIENTES

- 1 litro de leche
- 5 yemas
- ½ taza de azúcar
- ½ taza de maní tostado molido
- 1 cdta de vainilla

PRECIO: \$12

PREPARACION

- LICUAR EL MANÍ CON PARTE DE LA LECHE HASTA OBTENER UNA PASTA HOMOGÉNEA.
- CALENTAR CON EL RESTO DE LA LECHE Y AZÚCAR.
- AÑADIR LAS YEMAS BATIDAS Y COCINAR SIN HERVIR.
- AGREGAR LA VAINILLA. ENFRIAR Y REFRIGERAR.

ROMPOPE DE ALMENDRAS



INGREDIENTES

- 800 ml leche
- 5 yemas
- ½ taza de azúcar
- ½ taza de almendras tostadas y licuadas
- 1 cdta esencia de almendra

PRECIO: \$16

PREPARACION

- LICUAR LAS ALMENDRAS CON PARTE DE LA LECHE.
- CALENTAR CON EL RESTO DE LA LECHE Y EL AZÚCAR.
- AÑADIR YEMAS, COCINAR HASTA ESPESAR.
- AGREGAR ESENCIA DE ALMENDRA. DEJAR ENFRIAR Y REFRIGERAR.

ROMPOPE ENDULZADO CON PANELA O STEVIA



INGREDIENTES

- 1 litro de leche
- 5 yemas
- ½ taza de panela rallada o 2 cdas de stevia líquida
- 1 rama de canela
- 1 cdta de vainilla
- ½ taza de licor (opcional)

PRECIO: \$12

PREPARACION

- CALENTAR LA LECHE CON CANELA Y PANELA HASTA DISOLVER COMPLETAMENTE.
- BATIR LAS YEMAS E INCORPORAR LA LECHE TIBIA POCO A POCO
- COCINAR A BAÑO MARÍA HASTA ESPESAR.
- AÑADIR VAINILLA Y, SI SE DESEA, EL LICOR. DEJAR ENFRIAR Y REFRIGERAR.

CATÁLOGO

2025



2025

ROMIPOPE



HISTORIA Y ORIGEN

El rompopo ecuatoriano, una deliciosa bebida cremosa a base de yemas, leche, azúcar y licor, tiene raíces que se remontan a la época colonial. Su origen se atribuye a los conventos de Puebla, México, donde las monjas Clarisas lo elaboraban como bebida exclusiva para autoridades, consolidándose luego como tradición navideña .



CARACTERISTICAS GENERALES

SABOR Y AROMA

- DULCE Y CREMOSO, CON NOTAS DE VAINILLA, CANELA.
- EL TOQUE FUERTE Y AROMÁTICO DEL LICOR DE CAÑA.

TEXTURA

- ESPESA Y ATERCIOPELADA GRACIAS AL USO DE YEMAS DE HUEVO Y LECHE.
- BIEN BATIDO PARA LOGRAR SUAVIDAD Y SIN GRUMOS.

COLOR

- AMARILLO CLARO O DORADO, PRODUCTO DE MEZCLA DE YEMAS Y LECHE.

ROMPOPE TRADICIONAL MANABITA



INGREDIENTES

- 1 litro de leche
- 5 yemas
- $\frac{3}{4}$ taza de azúcar
- $\frac{1}{2}$ taza de maní tostado molido
- 1 cdta de vainilla

PRECIO: \$12

PREPARACION

- LICUAR EL MANÍ CON PARTE DE LA LECHE HASTA OBTENER UNA PASTA HOMOGÉNEA.
- CALENTAR CON EL RESTO DE LA LECHE Y AZÚCAR.
- AÑADIR LAS YEMAS BATIDAS Y COCINAR SIN HERVIR.
- AGREGAR LA VAINILLA. ENFRIAR Y REFRIGERAR

ROMPOPE DE CAFE O CACAO



INGREDIENTES

- 1 LITRO DE LECHE
- 5 YEMAS
- 1 TAZA DE AZÚCAR
- 2 CDAS DE CAFÉ SOLUBLE O CACAO PURO
- 1 CDTA DE VAINILLA
- 1 TAZA DE RON OSCURO

PRECIO: \$16

PREPARACIÓN

- Calentar la leche con el café/cacao hasta que se disuelva completamente.
- Batir las yemas con el azúcar e integrar lentamente la leche tibia.
- Cocinar a baño maría hasta que la mezcla espese ligeramente.
- Retirar del calor, incorporar la vainilla y el ron.
- Refrigerar por al menos 12 horas antes de servir.

ROMPOPE CON LECHE DE COCO O SOJA



INGREDIENTES

- 800 ML DE LECHE DE COCO O SOJA
- 5 YEMAS (O 3 CDAS DE MAICENA SI ES VEGANO)
- $\frac{3}{4}$ TAZA DE AZÚCAR MORENA
- 1 RAMA DE CANELA
- 1 CDTA DE VAINILLA
- $\frac{1}{2}$ TAZA DE LICOR (OPCIONAL)

PRECIO: \$14

PREPARACIÓN

- Infusionar la leche vegetal con canela.
- Batir yemas con azúcar o disolver maicena en leche fría.
- Añadir a la mezcla tibia y cocinar a fuego medio removiendo.
- Retirar del fuego, incorporar vainilla y licor si se desea.
- Dejar enfriar y refrigerar.

ROMPOPE BAJO EN GRASA Y SIN HUEVO



INGREDIENTES

- 800 ML LECHE DESCREMADA O VEGETAL BAJA EN GRASA
- 2 CDAS DE FÉCULA DE MAÍZ (SUSTITUYE AL HUEVO)
- ½ TAZA DE STEVIA LÍQUIDA
- 1 CDTA DE VAINILLA
- 1 RAMA DE CANELA
- ½ TAZA DE BEBIDA DE ALMENDRA (OPCIONAL)

PRECIO: \$14

PREPARACIÓN

- Disolver la fécula de maíz en parte de la leche fría.
- calentar el resto de la leche con la canela.
- Incorporar la mezcla espesa, cocinar a fuego bajo hasta obtener textura cremosa.
- Añadir el edulcorante y la vainilla.
- Dejar enfriar. Refrigerar en envase esterilizado

ROMPOPE ENDULZADO CON PANELA O STEVIA



INGREDIENTES

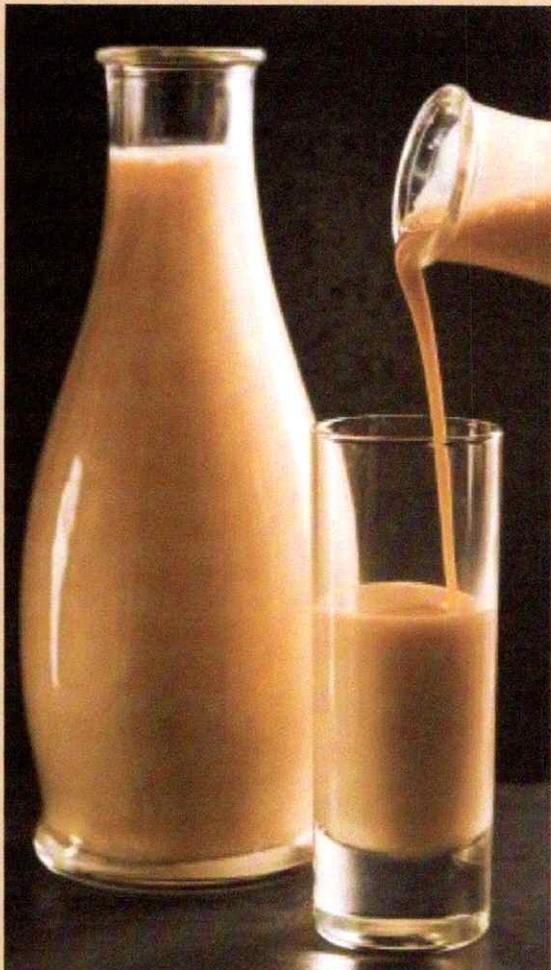
- 1 litro de leche
- 5 yemas
- ½ taza de panela rallada o
2 cdas de stevia líquida
- 1 rama de canela
- 1 cdta de vainilla
- ¾ taza de licor (opcional)

PRECIO: \$12

PREPARACION

- CALENTAR LA LECHE CON CANELA Y PANELA HASTA DISOLVER COMPLETAMENTE.
- BATIR LAS YEMAS E INCORPORAR LA LECHE TIBIA POCO A POCO.
- COCINAR A BAÑO MARÍA HASTA ESPESAR.
- AÑADIR VAINILLA Y, SI SE DESEA, EL LICOR. DEJAR ENFRIAR Y REFRIGERAR.

ROMPOPE SIN ALCOHOL



INGREDIENTES

- 1 litro de leche
- 6 yemas
- $\frac{3}{4}$ taza de azúcar
- 1 rama de canela
- $\frac{1}{4}$ taza de esencia de ron o almendra disuelta en agua
- 1 cdta de vainilla

PRECIO: \$12

PREPARACION

- CALENTAR LA LECHE CON CANELA Y AZÚCAR.
- BATIR LAS YEMAS Y AGREGARLAS LENTAMENTE A LA LECHE TIBIA.
- COCINAR A FUEGO BAJO HASTA ESPESAR.
- AÑADIR LA ESENCIA AROMÁTICA COMO SUSTITUTO DEL ALCOHOL.
- REFRIGERAR AL MENOS 12 HORAS ANTES DE SERVIR.

ROMPOPE CON MANÍ TOSTADO



INGREDIENTES

- 1 litro de leche
- 5 yemas
- $\frac{3}{4}$ taza de azúcar
- $\frac{1}{2}$ taza de maní tostado molido
- 1 cdta de vainilla

PRECIO: \$12

PREPARACION

- LICUAR EL MANÍ CON PARTE DE LA LECHE HASTA OBTENER UNA PASTA HOMOGÉNEA.
- CALENTAR CON EL RESTO DE LA LECHE Y AZÚCAR.
- AÑADIR LAS YEMAS BATIDAS Y COCINAR SIN HERVIR.
- AGREGAR LA VAINILLA. ENFRIAR Y REFRIGERAR.

ROMPOPE DE ALMENDRAS



INGREDIENTES

- 800 ml leche
- 5 yemas
- ½ taza de azúcar
- ½ taza de almendras tostadas y licuadas
- 1 cda esencia de almendra

PRECIO: \$16

PREPARACION

- LICUAR LAS ALMENDRAS CON PARTE DE LA LECHE.
- CALENTAR CON EL RESTO DE LA LECHE Y EL AZÚCAR.
- AÑADIR YEMAS, COCINAR HASTA ESPESAR.
- AGREGAR ESENCIA DE ALMENDRA. DEJAR ENFRIAR Y REFRIGERAR

ROMPOPE CON VINO DE PECHICHE (SUAVE Y ARTESANAL)



INGREDIENTES

- 1 litro de leche
- 6 yemas
- $\frac{3}{4}$ taza de azúcar
- 1 taza de vino de pechiche artesanal
- Canela y vainilla

PRECIO: \$14

PREPARACION

- CALENTAR LA LECHE CON CANELA.
- BATIR LAS YEMAS CON AZÚCAR Y AÑADIR LENTAMENTE A LA LECHE TIBIA.
- COCINAR SIN HERVIR, REMOVIENDO CONSTANTEMENTE.
- UNA VEZ FRÍA, INCORPORAR EL VINO. REFRIGERAR

ROMPOPE DE FRUTAS NATURALES (FRESA O MARACUYÁ)



INGREDIENTES

- 800 ml leche
- 5 yemas
- $\frac{3}{4}$ taza de azúcar
- $\frac{1}{2}$ taza de pulpa de fruta (fresa o maracuyá)
- $\frac{1}{2}$ taza de jugo natural o infusión (como sustituto de licor)

PRECIO: \$15

PREPARACION

- Cocinar la leche con la fruta y azúcar hasta integrar bien.
- Añadir yemas batidas y cocinar hasta espesar.
- Sustituir el licor con jugo o infusión aromática. Refrigerar.