**Recuperación tecnológica de una bebida ancestral (mistela sampedrina) de la región andina colombiana**

Reina Uribe Y A (1), Ramos Navarro L D (1), López Rodríguez J N (1).

(1) Corporación Universitaria Unitec, Calle 76 No. 12-58, Bogota D.C., Colombia.

Dirección de e-mail: yennyreina@unitec.edu.co

RESUMEN

La recuperación de productos ancestrales es uno de los principales recursos para mejorar la seguridad alimentaria en Colombia y en el mundo, y dentro de este campo la recuperación de las bebidas ancestrales puede ser un referente para reconocer y aprovechar productos que pueden tener beneficios nutricionales y tecnológicos para ser industrializados y puestos a disposición del mercado actual cuidando su historia y patrimonio.

La mistela sampedrina es bebida autóctona de las fiestas de San Pedro y San Juan en el departamento Huila, en el centro del país, la cual era muy consumida hace bastantes años, pero que gracias a las nuevas rutinas gastronómicas se fue perdiendo. El objetivo de esta investigación fue la recuperación de una formulación base del producto y su posterior análisis, para comenzar este proceso, se llevó a cabo una investigación cualitativa, en la cual realizo una recopilación bibliográfica donde se definió que era la mistela, su historia e importancia, además de su formulación casera. Se inició con la etapa exploratoria, donde se llevaron a cabo procesos de experimentación con los ingredientes base de la receta tradicional de la Mistela Sampedrina. Como resultado se obtuvo la receta base del producto.

Una vez estandarizada la receta, se prosigue con la definición del plan estratégico para su industrialización, para ello se cree pertinente delimitar una población en la cual se aplicaría, para ello la comunidad joven del municipio de Chía, Cundinamarca, fue la elegida para realizar el estudio. Ya que, según el documento diagnóstico realizado por la Alcaldía de Chía en el año 2020, este municipio era el quinto más poblado del departamento de Cundinamarca con 149.570 mil habitantes, de este total, el 19,20% correspondería a jóvenes que se encuentran en el rango de edad de consumo de bebidas alcohólicas.

Para proseguir con el plan estratégico, se inicia con la búsqueda del nombre de la marca, y teniendo en cuenta el origen de la población escogida, se hace una recopilación de información sobre la historia cultural del municipio. En esta se halló que Chía era una ciudad muy importante para el pueblo muisca, a partir de este hecho se comenzó a realizar un análisis respecto a su cultura, se concluyó que el más representativo de esta comunidad era mito de la diosa que le da el nombre a este territorio; el nombre de esta diosa es Chía o Huitaca, teniendo en cuenta la naturaleza de la historia, se decidió colocarle como nombre a la marca en desarrollo “Huitaca: licores macerados”.

Se concluye el proceso al realizar unas encuestas, en donde se evaluó a 50 jóvenes de la población para analizar la aceptación que tendría el producto, los resultados arrojaron que los jóvenes estarían interesados en probar el licor. Lo siguiente que se hizo fue realizar un grupo focal, en el cual se escogieron 5 sujetos de prueba de manera aleatoria entre los encuestados; se obtuvo, tal y como se preveía, una excelente aceptación entre los individuos.

Palabras Clave: Mistela Sampedrina, revalorización, cultura, Huitaca, licor macerado