

**Ciencia y Tecnología de Alimentos**  
**Septiembre - diciembre ISSN 1816-7721, pp. 27-34**

**ENCUESTA POBLACIONAL SOBRE EL CONSUMO DE COCTELES  
ANALCOHÓLICOS**

*Yojhansel Aragüez-Fortes<sup>1\*</sup>, Ivania Rodríguez<sup>1</sup>, Alejandra Amador<sup>2</sup>, Yeni Almaguer<sup>2</sup>, Jorge A. Pino<sup>1,2</sup> y  
Pedro Borges<sup>1</sup>*

<sup>1</sup>*Instituto de Investigaciones para la Industria Alimenticia, Carretera al Guatao km 3 ½, CP 19200, La  
Habana, Cuba.*

<sup>2</sup>*Instituto de Farmacia y Alimentos. La Habana, Cuba.*

*E-mail: yojansel@iiaa.edu.cu*

*Recibido: 14-07-2021 / Revisado: 03-08-2021 / Aceptado: 20-08-2021 / Publicado: 30-08-2021*

**RESUMEN**

El objetivo del trabajo fue realizar una encuesta poblacional descriptiva sobre el conocimiento de los cocteles analcohólicos e interés en su consumo. Se realizó con un muestreo aleatorio estratificado con 120 personas, cuyas edades estuvieron entre 18 a 73 años y el 53 % fueron del sexo femenino. La investigación reflejó que el 77 % de los participantes ha consumido cocteles analcohólicos en alguna ocasión y que el 87 % mostró interés en su consumo, sin una diferencia significativa para esta aceptación en cuanto al sexo ni edad. Los cocteles más demandados son los a base de frutas tropicales y cítricos. El consumo de estas bebidas es preferentemente en reuniones familiares y en cuanto al lugar, la preferencia fue en hoteles, seguido de las playas y restaurantes, mientras que menos consumo se prefiere en los centros nocturnos, independientemente de la edad y sexo. En la adquisición de estas bebidas prima la calidad y no el precio, independientemente del sexo y edad. Por todo lo anterior, la producción de cocteles analcohólicos posee un interés comercial que generaría una fuente de salud e ingresos económicos.

**Palabras clave:** cocteles analcohólicos, consumo, encuesta poblacional.

**ABSTRACT**

**Population survey on the consumption of non-alcoholic cocktails**

The objective of this work was to carry out a descriptive population survey on the knowledge of non-alcoholic cocktails and interest in their consumption. It was carried out with a stratified random sampling with 120 people, whose ages ranged from 18 to 73 years and 53% were female. The research showed that 77% of the participants had consumed non-alcoholic cocktails on some occasion and that 87% showed interest in their consumption, without a significant difference for this acceptance in terms of sex or age. The most popular cocktails would be those based on tropical and citrus fruits. The consumption of these drinks would be preferably in family gatherings and as for the place, the preference was in hotels, followed by beaches and restaurants, while less consumption is preferred in nightclubs, regardless of age and sex. In the acquisition of these drinks, quality and not price prevail, regardless of gender and age. For all the above, the production of non-alcoholic cocktails is an interesting market niche that would generate a source of health and economic income.

**Keywords:** non-alcoholic cocktails, consumption, population survey.

---

**\*Yojhansel Aragüez-Fortes:** *Licenciado en Ciencias Alimentarias (IFAL, 2013). Máster en Ciencias Alimentarias (IFAL, 2016). Investigador agregado. Sus principales líneas de trabajo han sido análisis de compuestos volátiles, microencapsulación de saborizantes, secado por aspersion de jugos de frutas y obtención de productos naturales.*

## INTRODUCCIÓN

A diferencia de otras drogas blandas como el café y el tabaco, el alcohol modifica la personalidad de quien lo consume en exceso y afecta de forma importante su conciencia (1). El consumo nocivo de bebidas alcohólicas es uno de los principales factores de riesgo para la salud de la población mundial y tiene una repercusión directa sobre muchas de las metas relacionadas con la salud de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, incluidas las de salud materno infantil, enfermedades infecciosas y no transmisibles, salud mental, traumatismos e intoxicaciones (2).

El consumo total de alcohol por habitante en la población mundial de más de 15 años aumentó de 5,5 L de alcohol puro en el 2005 a 6,4 L en el 2010 y se mantuvo en el nivel de 6,4 L en el 2016 (2). En Cuba, investigaciones de la Unidad Nacional de Promoción de Salud y Prevención de Enfermedades (Prosalud) han demostrado que más del 45 % de la población mayor de 15 años consume bebidas alcohólicas, fundamentalmente en los rangos de edades comprendidos entre 15 y 44 años; mientras, la mayoría de los dependientes alcohólicos tienen entre 25 y 42 años (3).

El consumo de alternativas no alcohólicas, particularmente aquellas elaboradas con productos naturales, es algo que agradecerán todas las personas deseosas de velar por su salud. Los cocteles analcohólicos son una buena alternativa para compartir en un ambiente festivo de manera responsable y también tienen cabida en el mundo de la coctelería. Estos van dirigidos a los conductores, mujeres embarazadas, niños, intolerantes al alcohol, entre otros, de manera que también puedan disfrutar de un buen coctel sin ingerir alcohol (4, 5). Un coctel analcohólico es considerado como una alternativa alimentaria de gran beneficio para todos, ya que no contiene alcohol, es más natural, aporta nutrientes, es hidratante, es apto también para personas que no pueden beber alcohol o sufren de alguna enfermedad y brinda al consumidor sensaciones placenteras de sabor y presentación (6).

La técnica de encuesta poblacional es ampliamente utilizada como procedimiento de investigación, pues permite la posibilidad de aplicaciones masivas para la obtención de información de modo rápido y eficaz. La encuesta puede ser efectuada, de modo esporádico y coyuntural, con el fin de tantear la opinión pública en

relación con algún tema de interés (7). Una investigación de este tipo permitiría conocer si los cocteles analcohólicos tendrán aceptación en la población cubana, y saber a qué segmento se deben dirigir, así como conocer las preferencias de los consumidores potenciales de tal forma que pueda lanzarse un producto con las características por ellos deseadas.

El objetivo de este trabajo fue realizar una encuesta poblacional descriptiva sobre el conocimiento de los cocteles analcohólicos e interés en su consumo.

## MATERIALES Y MÉTODOS

Se realizó una encuesta, con un muestreo aleatorio estratificado, con 120 personas reclutadas por su interés y posibilidades. Esta muestra representó un margen de error del 10 % y un nivel de confianza del 90 %. Los participantes fueron trabajadores del Instituto de Investigaciones para la Industria Alimenticia (IIIA) y estudiantes del Instituto de Farmacia y Alimentos (IFAL), cuyas edades estuvieron entre 18 a 73 años y el 53 % fueron del sexo femenino.

Las preguntas realizadas fueron: (1) ¿Ha consumido cocteles sin alcohol?, (2) ¿Está interesado en consumir cocteles sin alcohol?, (3) ¿Preferiría usted una bebida alcohólica o un coctel sin alcohol? (bebida alcohólica, coctel sin alcohol, dependiendo de la ocasión), (4) ¿Ha escuchado sobre los beneficios de consumir cocteles sin alcohol?, (5) ¿Sabiendo los beneficios del coctel sin alcohol (no contiene alcohol, tiene vitaminas, es digestivo) estaría dispuesto a sustituir el coctel tradicional?, (6) ¿Qué tipo de coctel sin alcohol le agrada consumir: a base de frutas tropicales, cítricos, cremosos, tipo frozen, dulces, otros?, (7) ¿En qué lugares le gustaría consumir los cocteles sin alcohol? (hoteles, centros nocturnos, playas, restaurantes, otros), (8) ¿En qué ocasiones consumiría un coctel sin alcohol? (reuniones familiares, eventos formales, fiestas, otros), (9) ¿Para adquirir cocteles sin alcohol que prima en usted? (sabor, calidad, precio) y (10) ¿Qué tan dispuesto está a consumir un coctel sin alcohol de buena calidad y con un costo razonable? (muy interesado, podría consumirlo, no me interesa para nada).

Los resultados de la encuesta se procesaron por la prueba de Chi-cuadrado (8) mediante el programa XLSTAT ver. 2019.2.2. (Addinsoft, Boston, USA).

## RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Con el fin de tener criterios acerca del conocimiento y aceptación del consumo de cocteles analcohólicos por los consumidores, se hizo una encuesta poblacional en la que las respuestas se agruparon por sexo y edad (adultos > 30 años y jóvenes ≤ 30 años) para analizar la información.

La Fig. 1 muestra la respuesta a la pregunta ¿Ha consumido cocteles sin alcohol? Las respuestas fueron mayoritariamente afirmativas (moda: 92). La prueba Chi-cuadrado indicó que hubo dependencia de sexo y edad con relación a la respuesta. La respuesta afirmativa fue más probable en mujeres jóvenes, diferente por ejemplo a la respuesta de los hombres adultos don-

de fue casi tan frecuente decir Sí como No. Lo que está claro fue una mayor frecuencia en el Sí, pero más acentuada en mujeres, y dentro de ellas, las jóvenes.

La Fig. 2 presenta la respuesta a ¿Está interesado en consumir cocteles sin alcohol? El consumo de alcohol, junto al del tabaco, es parte inseparable de la cultura cubana desde los tiempos de antaño, de forma tal que la cara comercial de Cuba en el mundo es la del ron y tabaco (1). No obstante, un porcentaje grande de los encuestados mostró interés en el consumo de cocteles analcohólicos, lo que resulta interesante para el mercado pues generaría una fuente de salud e ingresos económicos. La prueba Chi-cuadrado mostró que no hubo diferencias significativas para esta aceptación en cuanto al sexo ni edad del consumidor potencial.

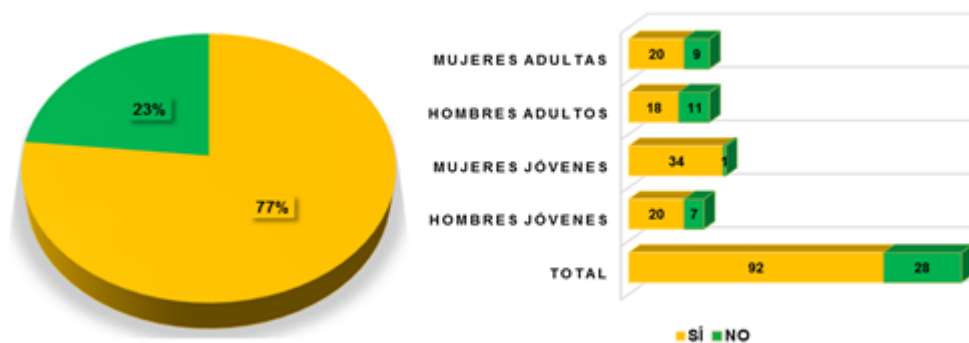


Fig. 1. Respuesta a ¿Ha consumido cocteles sin alcohol?

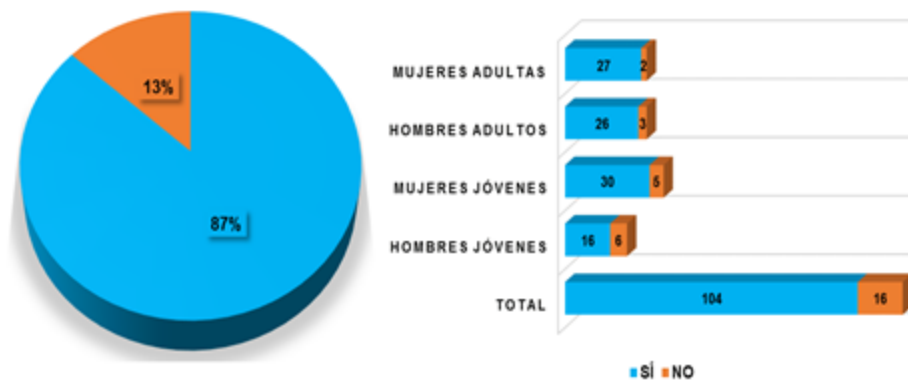


Fig. 2. Respuesta a ¿Está interesado en consumir cocteles sin alcohol?

En relación con la respuesta a ¿Preferiría usted una bebida alcohólica o coctel sin alcohol? (Fig. 3), prácticamente la mitad de los encuestados respondieron que depende de la ocasión. Si se toma la tabla de contingencia combinando edad y sexo se tiene que no existe dependencia entre esta variable combinada y la respuesta. Las pruebas Chi-cuadrado considerando independientemente el sexo y la edad mostraron que tampoco existió dependencia. La frecuencia observada para cada respuesta fue independiente de la edad y sexo.

La Fig. 4 muestra la respuesta a ¿Ha escuchado sobre los beneficios de consumir cocteles sin alcohol? Se puede afirmar que la encuesta está dividida casi

equivamente. Por tanto, sería prudente iniciar una campaña educativa para promover el consumo de los cocteles analcohólicos.

En relación con la respuesta a ¿Sabiendo los beneficios del coctel sin alcohol (no contiene alcohol, tiene vitaminas, es digestivo) estaría dispuesto a sustituir el coctel tradicional? (Fig. 5), nuevamente no hay una tendencia clara en las respuestas de las personas y si bien hay encuestados que estarían dispuestos a sustituir un coctel alcohólico tradicional por uno analcohólico, otros no respondieron así. Por separado, sexo y edad, tampoco existe dependencia entre las variables, lo que confirma la necesidad de una campaña educativa.

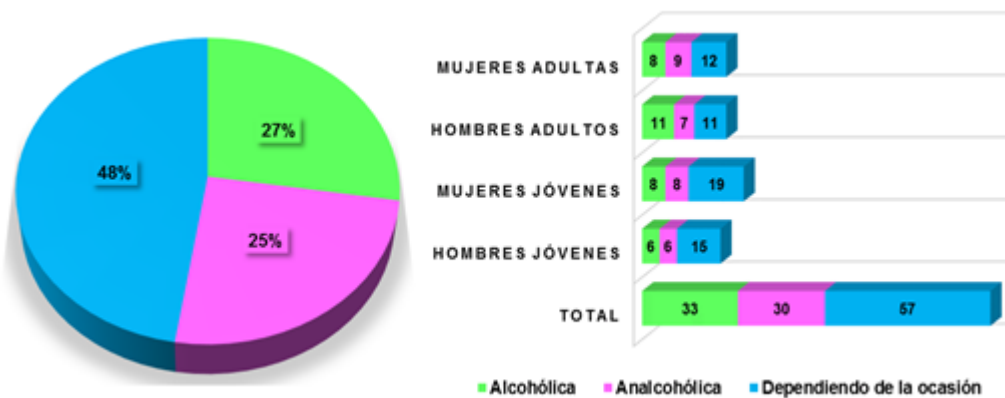


Fig. 3. Respuesta a ¿Preferiría usted una bebida alcohólica o coctel sin alcohol?



Fig. 4. Respuesta a ¿Ha escuchado sobre los beneficios de consumir cocteles sin alcohol?

La Fig. 6 muestra la respuesta a ¿Qué tipo de coctel sin alcohol le agradaría consumir? Los planteamientos fueron mayoritarios hacia los cocteles de frutas tropicales (moda: 51) y cítricos (moda: 34), de donde se desprende que los cocteles analcohólicos con estas frutas tendrían una mayor aceptación por los consumidores. La prueba Chi-cuadrado mostró que existe diferencia por sexo en la respuesta con un nivel de significación del 95 %. La preferencia en las mujeres es cocteles cítricos en primer lugar (25 %) y tropicales en segundo (22 %), a diferencia de los hombres, los cuales

no mostraron una clara preferencia por los cocteles cítricos (9 %), solo por los tropicales (29 %). Este comportamiento es similar en ambos grupos de edades.

La Fig. 7 presenta la respuesta a ¿En qué lugares le gustaría consumir los cocteles sin alcohol? De forma global, la preferencia estuvo en los hoteles, seguido de las playas y los restaurantes, menos consumo se prefiere en los centros nocturnos u otros. Este comportamiento fue independiente de la edad y el sexo.



Fig. 5. Respuesta a ¿Sabido los beneficios del coctel sin alcohol (no contiene alcohol, tiene vitaminas, es digestivo) estaría dispuesto a sustituir el coctel tradicional?



Fig. 6. Respuesta a ¿Qué tipo de coctel sin alcohol le agradaría consumir?



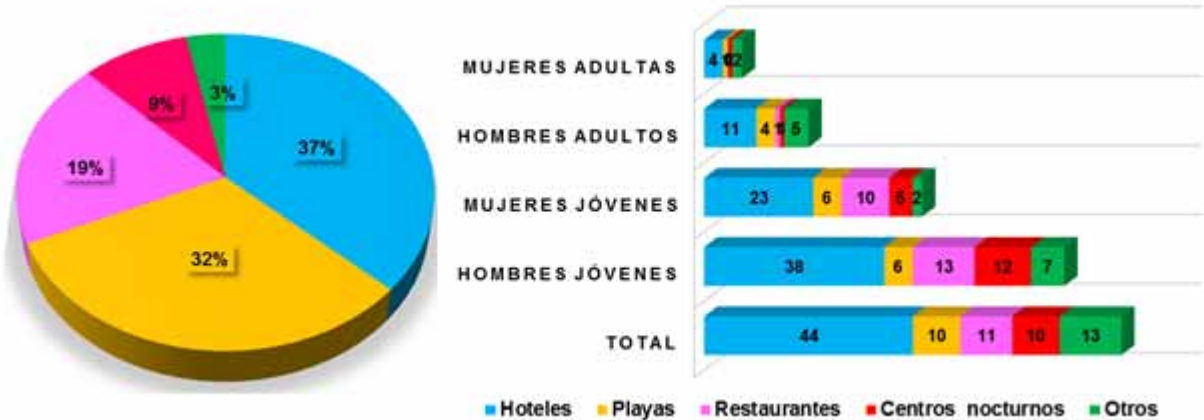


Fig. 7. Respuesta a ¿En qué lugares le gustaría consumir los cocteles sin alcohol?

En relación con la respuesta a ¿En qué ocasiones consumiría un coctel sin alcohol? (Fig. 8), la moda con la mayor frecuencia de respuestas fue en reuniones familiares. Le siguieron en preferencia los eventos formales, hubo un porcentaje bajo en fiestas y aun menor en otras ocasiones no especificadas. Este comportamiento fue independiente de la edad y sexo. Igual resultado se obtuvo analizando edad y sexo por separado.

La Fig. 9 presenta la respuesta a ¿Para adquirir cocteles sin alcohol que prima en usted? Las respuestas muestran que el precio no fue una categoría importante para los encuestados, la calidad fue la respuesta más frecuente. Y este resultado fue independiente del sexo y edad.

La Fig. 10 muestra la respuesta a ¿Qué tan dispuesto está a consumir un coctel sin alcohol de buena calidad y con un costo razonable? La mayoría de los encuestados coincidió en que estarían muy interesados y otro porcentaje grande en que podría consumirlo, lo cual indica nuevamente las potencialidades de consumo del nuevo producto. La prueba Chi-cuadrado arrojó que los sexos responden de forma diferente a esta pregunta con un nivel de significación del 90 %. La población femenina es la más interesada en el consumo de estas bebidas.

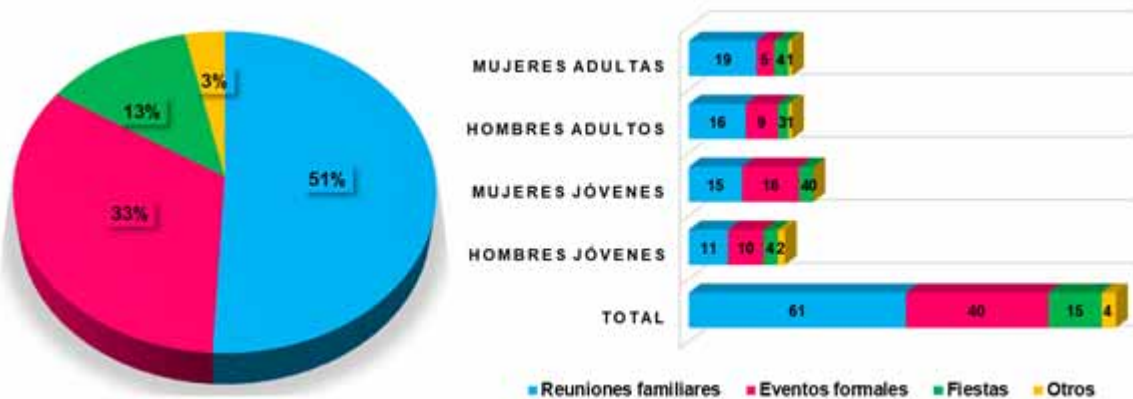


Fig. 8. Respuesta a ¿En qué ocasiones consumiría un coctel sin alcohol?

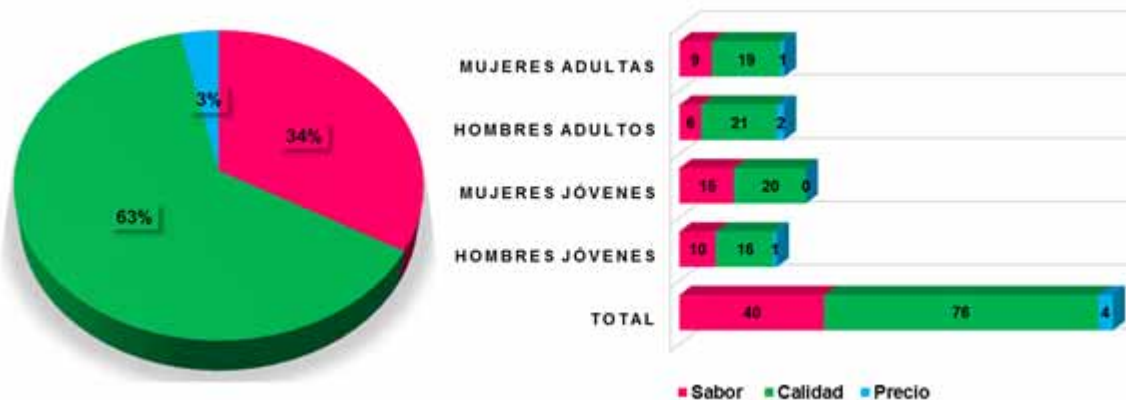


Fig. 9. Respuesta a ¿Para adquirir cocteles sin alcohol que prima en usted?



Fig. 10. Respuesta a ¿Qué tan dispuesto está a consumir un coctel sin alcohol de y con un costo razonable?

## CONCLUSIONES

La investigación reflejó que el 77 % de las personas encuestadas ha consumido cocteles analcohólicos en alguna ocasión y que el 87 % mostró interés en su consumo, sin una diferencia significativa para esta aceptación en cuanto al sexo y edad. Hay un desconocimiento de los beneficios del consumo de este tipo de bebida por lo que es necesaria una campaña educativa para promover el consumo de los cocteles analcohólicos. Los cocteles más demandados serían los a base de frutas tropicales y cítricos. El consumo de estas bebidas sería preferentemente en reuniones familiares y

en cuanto al lugar, la preferencia fue en hoteles, seguido de las playas y restaurantes, mientras que menos consumo se prefiere en los centros nocturnos, independientemente de la edad y sexo. En la adquisición de estas bebidas prima la calidad y no el precio, independientemente del sexo y edad. Por todo lo anterior, la producción de cocteles analcohólicos resulta interesante para el mercado, lo que generaría una fuente de salud e ingresos económicos.

## REFERENCIAS

1. Figueredo O, Domínguez LE. Alcoholismo: un gusto con sabor a muerte (Internet). Disponible en: <http://www.cubadebate.cu/opinion/2013/09/14/alcoholismo-un-gusto-con-sabor-a-muerte-fotos>. Acceso 23 mayo 2021.
2. OPS. Informe sobre la situación mundial del alcohol y la salud 2018. Resumen. Washington, DC: Organización Panamericana de la Salud; 2019.
3. OPS/OMS-MINSAP. Proyecto local OPS/OMS-MINSAP: Un paso más contra el alcoholismo y la violencia en Colón. Acceso 23 mayo 2021.
4. Arun A, Disalva X, Murali M. A study on formulation and acceptability of anti-cold mocktails with vitamin C enriched ingredients. *Asian J Pharm Clin Res* 2018; 11(12):183-6.
5. Quirantes HA. Cubahora Cocina de Cuba (Internet). Disponible en: <https://www.cubahora.cu/blogs/cocina-de-cuba/tragos-sin-alcohol-bajos-en-calorias-y-a-la-cubana>. Acceso 28 abril 2021.
6. Henderson G. Mocktail morning: a pilot programme for better hydration. *Nursing and Residential Care* 2016; 18:585-7.
7. Casas Anguita J, Repullo-Labrador JL, Donado-Campos J. La encuesta como técnica de investigación. *Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos (I)*. *Atención Primaria* 2003; 31(8):527-38.
8. Martínez C. *Estadística Básica Aplicada*. Bogotá: Ecoe Ediciones; 2011.