

GASTRONOMÍA

Tesis previa a la obtención del título de Maestría en gastronomía con mención en gestión e innovación

AUTOR: Lic. Jhon Azael Tanai

Catucuamba

TUTOR: Ing. Andrea Belén Santander

Racines, Mgt.

"IMPACTO CULTURAL E INDUSTRIAL DEL MAL USO DEL TÉRMINO VINO EN BEBIDAS DE FRUTA FERMENTADAS EN LA PRODUCCIÓN VITIVINÍCOLA ECUATORIANA"

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutora del Trabajo de Titulación "IMPACTO CULTURAL E INDUSTRIAL DEL MAL USO DEL TÉRMINO VINO EN BEBIDAS DE FRUTA FERMENTADAS EN LA PRODUCCIÓN VITIVINÍCOLA ECUATORIANA" presentado por el estudiante Jhon Azael Tanai Catucuamaba, para optar por el título de **Magister en Gastronomía con Mención en Gestión e Innovación**, CERTIFICO que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y métodos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del Tribunal Examinador que se designó.

.....

Ing. Andrea Belén Santander, Mgt.
Tutora del Trabajo de Titulación

DECLARACIÓN DE ORIGINALIDAD

Yo Jhon Azael Tanai Catucuamba, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentada para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

A través de la presente declaración cedo mis derechos de propiedad intelectual correspondientes a este trabajo, a la Escuela de Gastronomía en la Facultad de Hospitalidad y Gestión Ambiental de la Universidad Internacional del Ecuador, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normatividad institucional vigente.

.....

Jhon Azael Tanai Catucuamba Autor del proyecto de investigación

APROBACIÓN DEL TUTOR En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación "IMPACTO CULTURAL E INDUSTRIAL DEL MAL USO DEL TÉRMINO VINO EN BEBIDAS DE FRUTA FERMENTADAS EN LA PRODUCCIÓN VITIVINÍCOLA ECUATORIANA" presentado por Jhon Azael Tanai Catucuamba, para optar por el Título de Maestría en Gastronomía con Mención en Gestión e Innovación. CERTIFICO Que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del Tribunal Examinador que se designe. Ciudad de Quito, 04 de octubre del 2023 Ing. Andrea Belén Santander Racines, Mgt.

.....

Andrea Belén Santander Racines Autor del proyecto de investigación

DEDICATORIA

En primer lugar quiero dedicar tanto este proyecto como la culminación de mi Maestría a mi madre Estherlia Catucuamba, quien con su empuje, dedicación, consejos y sobre todo el apoyo moral y económico que me ha brindado, no solo durante el proceso de estudios en la universidad, sino más bien, durante toda mi vida. Una persona que me logró sacar a delante a pesar de todas las adversidades que siempre estuvieron y estarán presentes, al final todo logro que realicé y realizaré en mi existencia se lo debo a ella, todos, más que de mi propiedad son de mi madre. También se la dedico a mi hermano Eduardo Catucuamba, alguien que ha estado incondicionalmente cerca de mí en todo proceso en el cual yo he pasado, con su soporte y ayuda en todo momento requerido siempre a mi disposición. Personas muy importantes en mi vida que han sido responsables de ver, apoyar, palpar y empujar hacia delante todos mis pasos, desde el inicio de mis andares hasta ahora y sin lugar a duda en el futuro también.

Asimismo dedico esto a mi familia y mis cuatro amigos cercanos ya casi hermanos, quienes desde el inicio estuvieron en todo mi transcurso de vida y claramente mi paso por todo el transcurso estudiantil.

AGRADECIMIENTO

Agradezco directamente a las personas inmiscuidas dentro del proyecto de investigación, quienes brindaron la apertura de expresar el conocimiento profesional que se necesitaba para concluir de la mejor manera y técnica, este documento. Quienes formaron parte del tiempo de estudio que direccionó el proceso de culminación de esta tesis y finalmente a mi directora Andrea Santander que con su experticia guio correctamente este proceso e hizo que acabara con éxito el mismo.

Tabla de contenido

1	INT	<i>RODUCCIÓN</i>	13
2	PL A	ANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	14
	2.1	Formulación del problema	14
	2.2	Sistematización del problema	
3	OR	JETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	
J	3.1	Objetivo general	
	3.2	Objetivos específicos	
4		STIFICACIÓN	
5	MA	RCO TEÓRICO	18
	5.1	Historia mundial del vino.	
	5.1.		
	5.1.2	1	
	5.1.3		
	5.1.4		
	5.1.5		
	5.1.0 5.1.		
	5.1.		
	5.1.9	<u> </u>	
	5.1.	=	
	5.1.		
	5.2	Etimologías	24
	5.2.	e e e e e e e e e e e e e e e e e e e	
	5.2.		
	5.2.		
	5.2.4		
	5.2.		
6	Hie	toria nacional del vino	25
U			
	6.1	La Vitis vinífera en Ecuador	
7	Imp	ortancia de la producción de vino en el Ecuador	26
8	Vin	0	27
	8.1	Elaboración del vino	27
	8.2	Expansión del vino	28
	8.3	Clima y viñedo	28
9		ducción mundial del vino	
_	9.1	Tendencias mundiales del mercado del vino	
	9.1 9.1.		
	9.1.	•	
	9.1.	•	
1		roducción de vino en Feuador	31

11 Consumo mundial del vino	31
11.1 Tendencias en los principales consumidores del vino	31
11.2 Consumo del vino en Asia	32
11.3 Consumo del vino en América	32
11.4 Consumo nacional	
11.4.1 Dos hemisferios	
11.4.2 Chaupi Estancia Winery	
11.4.3 Precios mundiales del vino	
12 Producción del vino en el ecuador (superficie, producción, variedades,	
importaciones y exportaciones)	35
12.1 Superficie	35
12.2 Producción	36
12.2.1 Chaupi Estancia Winery	
12.2.2 Dos Hemisferios	
12.3 Variedades	38
12.3.1 La Toscana	
12.3.2 Vinos don césar	
13 Importaciones y exportaciones	39
13.1 Importaciones	
13.2 Exportaciones	
•	
14 Producción de bebidas fermentadas denominadas vino en el ecuador	
14.1 Superficie	40
14.2 Producción	41
14.3 Variedades	42
14.3.1 Mortiño	42
14.3.2 Uvilla	42
14.3.3 Mora	_
14.3.4 Maracuyá	
14.3.5 Naranja	43
15 Comercio exterior de bebidas fermentadas denominadas vino	44
15.1 Importaciones	44
15.2 Exportaciones ecuatorianas	44
15.3 Posicionamiento de bebidas alcohólicas, elaboradas bajo un proceso sin	milar al
vino. 45	
16 Denominación de origen	49
16.1 Historia	49
16.2 Normativa nacional de las denominaciones de origen, requisitos y	
organizaciones que entregan dicho reconocimiento.	50
16.3 Requisitos	
16.4 Procesos	

16.4.1 Identificación	52
16.5 Expediente	52
16.5.1 Pliego de Condiciones (receta técnica del producto)	52
16.6 Organizaciones que entregan dicho reconocimiento	54
16.7 Ventajas y limitaciones para hacer una denominación bebidas de fruta fermentadas	
17 Mal uso del término vino	56
18 Propuesta de identificación y nombre propio a las bebidas	s de fruta fermentadas58
19 Investigación de campo	59
19.1 Vino Ecuatoriano	60
19.2 Ecuador, un mercado para bebidas de fruta fermenta	adas61
19.3 Término vino en estas bebidas de fruta fermentadas.	61
19.4 Consecuencias locales	62
19.5 Consecuencias de internacionales	62
19.6 Impacto	62
20 Marco metodológico materiales y métodos	64
20.1 Organización metodológica	
20.2 Enfoques de investigación	
20.3 Técnicas de investigación	
20.4 Propuesta metodológica	
20.5 Zona de estudio	
21 Análisis e interpretación de resultados	
22 Conclusiones	
23 Recomendaciones	
24 Referencias bibliográficas	
24 Kejerencias vivuograjicas	00
Índice de tablas	
Tabla 1 Matriz de empresas industriales en el mercado ecuatoriano ex frutas fermentadas.	pendedor de bebidas de
Tabla 2	
Matriz de empresas artesanales en el mercado ecuatoriano expresas frutas fermentadas.	pendedor de bebidas de
Tabla 3	51
Denominaciones de origen protegidas ecuatorianas	
Tabla 4	
Matriz de análisis de respuestas de sommeliers, Ecuador 2023	368

Tabla 5	69
Matriz de análisis de respuestas de vendedores y productores de vino, Ecuador 202	369
Tabla 6	69
Matriz de análisis de respuestas de vendedores y productores de bebidas de fruta	60
fermentada, Ecuador 2023	69
Índice de figuras	
Personas aficionadas al vino	73
Figura 1	73
Pregunta No.1	73
Figura 2	74
Pregunta No.2	
Figura 3	74
Pregunta No.3	
Figura 4	75
Pregunta No.4	
Figura 5	76
Pregunta No.5	
Figura 6	77
Pregunta No.6	
Figura 7	77
Pregunta No.7	
Figura 8	78
Pregunta No.8	
Figura 9	79
Pregunta No.9	
Figura 10	79
Pregunta No.10	
No consumidores de vino	80
Figura 1	
Pregunta No.1	
Figura 2	81
Pregunta No.2	
Figura 3	82
Pregunta No.3	
Figura 4	82
Pregunta No.4	
Figura 5	
Pregunta No.5	
Figura 6 Pregunta No.6	
1 loguilla 190.0	04

Figura 7	
Pregunta No.7	
Figura 8	85
Pregunta No.8	
Figura 9	86
Pregunta No.9	
Figura 10	86
Pregunta No.10	86

RESUMEN

La denominación y clasificación de los licores de frutas fermentadas es un argumento mal fundamentado en las empresas dedicadas a esta industria, ya sea por desconocimiento o por regulaciones gubernamentales, impactando directamente en la cultura y producción vitivinícolas ecuatorianas. Estas bebidas elaboradas a partir de frutas distintas de la uva, ofrecen sabores y perfiles aromáticos diferentes, sin embargo plantean interrogantes sobre su denominación como "vino". Esta investigación pretende analizar mediante la diversidad de vertientes que tiene el tema para corregir el problema, considerando aspectos legales, históricos, técnicos, a través de las perspectivas de expertos, productores, académicos y consumidores y no consumidores. Esta búsqueda pretende impulsar en el conocimiento correcto de los néctares de frutas fermentadas, incentivando la diversidad y la singularidad en la cultura vitivinícola, estimulando su comercialización y reconocimiento. Procurando llegar a conclusiones que contribuyan al consentimiento más preciso que fundamente el vino en el mercado.

ABSTRACT

The denomination and classification of fermented fruit liquors are a debatable topic in companies dedicated to this industry, whether due to lack of knowledge or government regulations, directly impacting viticultural societies. These beverages, made from fruits other than grapes, offer different flavors and aromatic profiles; however, they raise questions regarding their classification as 'wine.' This research aims to analyze the various aspects of this issue to address the problem, taking into consideration legal, historical, and technical aspects, through the perspectives of experts, producers, academics, and consumers. This quest aims to promote a more accurate understanding of fermented fruit nectars, encouraging diversity and uniqueness in viticultural culture, stimulating their commercialization and recognition. Ultimately, seeking to reach conclusions that contribute to a more precise consensus that underpins the wine market

1 INTRODUCCIÓN

En lo que se refiere a bebidas fermentadas, existe una gran variedad de productos que en la actualidad han tomado mucha fuerza por la cantidad de promoción que se está manejando, lo que facilita que estos productos ganen notoriedad, más aún considerando el desconocimiento del mercado ecuatoriano respecto a la cultura vitivinícola.

Sin embargo, existe un debate respecto al uso del término vino en las bebidas de fruta que no sea uva, fermentadas con un proceso similar al del vino, sobre si es o no correcto denominarlas de esta manera. Esta situación ha generado reacciones entre productores, entidades gubernamentales que rigen lineamientos sobre las mercancías y sociedades vitivinícolas que pueden sufrir un impacto directo, considerando que etimológica e históricamente la definición del término vino se crea estrictamente a partir de la uva.

En esta investigación se realizará un análisis a profundidad de varios parámetros que influyen en el uso de este término, entre ellos: denominaciones de origen, clasificación de bebidas de frutas fermentadas y métodos de elaboración, con el objetivo de abordar de manera correcta parámetros sobre esta problemática y la huella que esta causa, se explorarán aspectos técnicos, históricos, legales, etimológicos y la perspectiva de consumidores potenciales, productores, empresarios y expertos sommeliers.

Este estudio pretende impulsar el comercio de estas bebidas mediante la propuesta de una denominación de origen y nombre propio, valorizándolas de manera imperativa en la industria, y creando así, la preservación de sabores ancestrales, tradiciones, obteniendo de esta manera una comprensión más clara y coherente que valorizará la enología y su industria vitivinícola.

2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Actualmente en el país se crean con mucha rapidez varios emprendimientos de bebidas fermentadas a base de frutas que no son uvas, ya sea de manera industrial o artesanal son denominadas vino de manera errónea ya que la definición correcta es: bebida alcohólica que se consigue por fermentación del jugo de la uva, por otro lado el origen de este término también es asociado con la vid o vitis vinífera que es la planta de esta misma fruta.

Aunque desde el punto de vista tecnológico existe una argumentación que afirma que hay frutas que mantienen la acidez, y azúcares que pueden lograr una bebida en condiciones perfectas similares al vino. Pero desde el punto de vista histórico, tradicional, etimológico y por definición en sociedades vitivinícolas, esta industria no tendría relevancia.

Si bien es cierto en varios países vitivinícolas existen legislaciones con parámetros específicos que debe cumplir una bebida para llamarse vino, como por ejemplo que debe ser elaborado a base de la uva.

En Latinoamérica también existe el consumo de bebidas afrutadas fermentadas con el nombre vino, (La alimentación latinoamericana, 2013). No obstante, en el Ecuador existen estos licores de frutas fermentadas están estableciendo una industria que se está comercializando de manera importante en el mercado, mediante sus características propias distintivas, creando una variedad amplia en opciones diferentes, tal como es la empresa el Último Inca, organización que se dedica principalmente a esta operación (Vino el Último inca – oficial, 2023).

Cabe recalcar que la producción y comercialización desmedida de este tipo de bebidas, utilizando el término vino en el Ecuador traerá repercusiones en las sociedades vitivinícolas, causando un desconocimiento de la existencia de vinos de uva ecuatorianos, generando también un impacto en la producción y comercialización de estas bebidas. Esta situación ha formado diversas opiniones a nivel nacional e internacional sobre la calidad, denominación e impacto que causan estos licores, así como también el descontento por parte de profesionales y personas provenientes de países con amplia historia y trayectoria vitivinícola.

2.1 Formulación del problema

¿Cuál es el impacto que causa el mal uso del término vino en bebidas de fruta fermentadas en la producción y cultura vitivinícola ecuatoriana en el año 2023?

2.2 Sistematización del problema

¿Existe desconocimiento sobre la existencia del vino de uva producido en Ecuador?

¿Es inapropiado llamar "vino" a los productos elaborados a partir de frutas distintas de la uva, sabiendo que tienen sus propias características y categorías?

¿Es posible dar un nombre propio a las bebidas de fruta fermentadas bajo un concepto de promover mayor identidad nacional?

3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Objetivo general

Analizar el impacto del mal uso del término vino en bebidas de fruta fermentadas en las sociedades vitivinícolas ecuatorianas en el año 2023 y sus consecuencias.

3.2 Objetivos específicos

- Conceptualizar el vino en sociedades del Ecuador que desconocen el correcto uso del término y su aplicación.
- Identificar las implicaciones de aludir como vino a las bebidas de fruta fermentadas no provenientes de la uva en las sociedades vitivinícolas del Ecuador.
- Desarrollar el concepto de identidad ecuatoriana en las bebidas de fruta fermentadas nacionales, con una propuesta de término propio y realizando el proceso de investigación para ayudar a la obtención de la denominación de origen.

4 JUSTIFICACIÓN

La comercialización de licores de frutas fermentadas llamadas vino causa discusión entre conocedores vitivinícolas y confusión en personas poco inmersas en este ámbito, puesto que, existe una clasificación, así mismo, denominación la cual determina históricamente que este término es usado exclusivamente para una bebida alcohólica a partir de la fermentación del jugo de uva.

Claramente la industria de estas bebidas va en ascenso, lo que tiene como resultado que las sociedades vitivinícolas entren a una competencia en el mercado, opacando su existencia en consumidores que desconocen el vino como tal, exponiendo prioritariamente estas bebidas como algo innovador que se comercializa incluso de manera informal ya que es muy común encontrar en las calles vehículos con letreros de venta de bebidas fermentadas a base de frutas, tomando en cuenta que brebajes de tal tipo ya existían en la América precolombina. El Ecuador al ser un país con una cultura vitivinícola que se encuentra en desarrollo, en la actualidad tiene un mercado que fácilmente se deja persuadir por estos productos, haciendo creer que esas bebidas son verdadero vino ecuatoriano, lo que afecta directamente en el volumen de producción, venta y consumo de los reales vinos de uva nacionales, como también, la exportación de estas bebidas crea una atmósfera errónea internacional sobre el vino del país.

Es importante reconocer este tipo de bebidas de manera ancestral y hacer que tengan mayor identidad con un término propio, creando una denominación de origen e impulsando el comercio de estas bajo un nombre propio autóctono, que resalte la identidad nacional vernácula anterior a la colonia. Incentivando a las regulaciones y legislaciones que tomen un enfoque directo al vino y estas bebidas, impulsando su comercialización consensuada de las mismas.

Del mismo modo los productores vitivinícolas, enaltecerían su producto beneficiando así la denominación ecuatoriana y sus sociedades enológicas locales e internacionales, además las bebidas afrutadas tomarán el lugar debido en su clasificación.

De manera que este estudio pretende contribuir en el establecimiento claro de la definición, impulsando el buen uso en términos brindando claridad objetiva del reconocimiento de los vinos, siendo afines con las sociedades vitivinícolas que promueven la expansión de este selecto grupo, para convertirse en un país de alto renombre enólogo en Latinoamérica.

CAPÍTULO PRIMERO

5 MARCO TEÓRICO

5.1 Historia mundial del vino.

Desde las cosechas más antiguas del planeta el vino ha sido relacionado como una bebida espirituosa con un carácter histórico de magnitud de suma jerarquía, se dice que fue inventada por el Dios Baco o Dios del vino, en la cultura grecorromana Sileno le enseñó a plantar la vid o Dionisio hijo de Zeus que mitológicamente fueron la misma persona según la interpretación de cada civilización (Vivanco, 2018).

Esta bebida se considera por vestigios una de las más antiguas en la humanidad, afirmando que hubo hallazgos de residuos de viñedos en la zona del Cáucaso, ubicado entre Europa oriental y Asia occidental (Fabara y Noboa, 2011). Tomando en cuenta que, los viñedos son extensiones inmensas de terreno donde está cultivada la vid o como su nombre científico enuncia "Vitis vinífera".

5.1.1 Vitis vinifera

Esta es una planta trepadora que puede crecer deliberadamente, de hecho, es un arbusto que consigue desarrollarse en zonas climáticas predilectas para la especie sin necesidad de cultivo. Es decir, en algunos lugares esta crece sin manipulación del ser humano, además su linaje le permite que sea una mata muy resistente y con muy poca probabilidad de que esta muera. Cabe recalcar que existen diversos factores que perjudican su crecimiento y buena exposición de la baya, como plagas, cambios de clima, etc. Pero eso no significa que la planta muera. Su fruto es la uva, la cual puede ser consumida directamente del racimo o en este caso es materia prima fundamental para la elaboración del vino u otras bebidas alcohólicas y no alcohólicas.

Desde aproximadamente 5000 años atrás en Egipto y Europa la Vitis Vinifera ha dejado vestigios de su existencia en esta zona, teniéndola como referencia directa a su producto conceptualizado como vino. Tal como lo afirman Fabara y Noboa (2011) "Su origen parece haber sido entre los mares Negro y caspio, donde todavía crece en condiciones silvestres. Esta planta adquirió importancia cuando se extendió a los países del mediterráneo y por todo el imperio romano". De esta manera es como crecieron las sociedades de alta excelencia enológica permitiendo un importante desarrollo en España, Francia, Italia, y en pequeña

relevancia a nivel comercial (siendo países con un producto de calidad) Bulgaria, Alemania, Hungría, Portugal, no obstante, es importante recalcar que en considerables países más de los continentes occidentales también existe la vinicultura.

Por otro lado, en América los responsables de introducir la planta fueron los colonizadores en sus respectivas colonias, dejando de esta manera arraigada varias especies que fomentaron el cultivo y el consumo. En países como Argentina, Chile, Estados Unidos y algo menor en Uruguay, Perú, México, Brasil, igualmente en naciones contiguas.

5.1.2 El vino en el imperio Romano

El Imperio Romano fue parte fundamental del eje social, cultural e incluso económico de la ciudad, siendo el vino uno de los mayores legados de los territorios conquistados. Algo ciertamente claro es que el cultivo de la vid y el tributo al vino fueron, en realidad, una de las apropiaciones de la antigua Roma en época de conquista.

Los romanos exhibieron su gran practicidad y conocimientos tecnológicos en relación con el cultivo de la vid y la elaboración del vino, utilizando toneles de madera para el transporte de la uva, en esta época comenzaron a experimentar con el injerto de uva con diferentes variedades, produciendo un centenar de vinos diferentes.

Fue en esta época cuando el crecimiento económico alcanzó su punto máximo, impulsando la actividad económica en la antigua Roma y siendo símbolo de riqueza, poder y lujo, donde el vino blanco representaba a nobles y altos funcionarios, se servía en copas de cristal en las cenas familiares y reuniones de negocios, mientras que el tinto se servía en las tabernas populares, llegando a ser de consumo masivo hasta tal punto que se importaban vinos de Grecia, producto utilizado en la elaboración de platos romanos. Desde Italia, el cultivo de la vid se extiende hacia Galia (Francia). Los galos imitaron a sus vecinos del norte de Europa, que usaban toneles de madera para almacenar cerveza y estos toneles para almacenar vino. Un tercio de la vieja Europa está plantado de vid y se produce vino en Alemania, Francia, Italia y España, entre otros.

5.1.3 El vino en la edad media

La producción de vino estaba reservada a la Iglesia y a los reyes, durante este período se popularizó el uso de toneles de madera para almacenar el vino y coincidentemente aparecieron las primeras bodegas. En aquella época, la bodega se entendía como un lugar para

almacenar las barricas de vino, cuyos objetos valiosos había que proteger de saqueos, por eso se guardaban en las bodegas de los monasterios y castillo.

En la Península Ibérica, los Reyes Católicos recuperaron los viñedos de los musulmanes, pero a partir del siglo XII se empezaron a plantar viñedos en Cataluña y la región de Jerez. Además, durante el siglo XV se transportaba uva a Canarias, desde la primera viticultura en 1497.

5.1.4 El vino en la edad moderna

Los colonos españoles trajeron las vides al Nuevo Mundo y utilizaron las materias primas como (café, cacao, etc.) para comerciar con ellas (en Burdeos, en esta época comenzó a funcionar el trueque como mecanismo de pago cambiando el vino por café). Se abre una nueva etapa en la historia del vino con la mejora de las técnicas de vinificación en los siglos XVII y XVIII, se empiezan a utilizar botellas de vidrio para almacenar el vino y se inventa el corcho (Ruiz, 2021).

5.1.5 Descubrimiento

La uva es una fruta que tiene una predilección muy normal a la fermentación, por esta razón existe la probabilidad que la primera bebida alcohólica conocida por la humanidad sea el vino. Asumiendo que el descubrimiento de este fue por eventualidad, entendiendo que alguna persona olvidó por algún tiempo las uvas, mosto en alguna clase de vasija dando como resultado la fermentación natural y finalmente probaron esta consecuencia siendo los principios del vino.

Probablemente sea sumamente difícil saber con seguridad dónde se originó la vid, lo que es innegable es que una serie de estudios, vestigios, rastros e historiadores comprueban que apareció en Asia Central, en cambio, otros afirman que el origen fue en Europa (Aguilar et al. 2009). Lo claro es que el vino era conocido en civilizaciones tempranas como Egipto, donde se encuentra evidencia en sus pinturas rupestres del cultivo de la uva y su bebida terminada, más allá de esta ciudad, también hay registros de poblaciones como India, China, España y una de las civilizaciones más importantes, Grecia.

Tal como lo afirma Aguilar et al (2009)

"Los testimonios arqueológicos hallados en los montes Zagros, en la región que hoy ocupan Armenia e Irán, la evidencia más antigua de la producción y consumo de vino, se refiere a una vasija del año 5400 a. C. Sin embargo, los orígenes de la vid productora del vino hablan de 8,000 años atrás". (Párr. 4)

Dicho sea de paso, en la cultura egipcia se evidenció que ya habían las hoy llamadas etiquetas, es decir, en las vasijas donde reposaban el vino estaba escrito el nombre del creador, año de producción e incluso el viñedo del cual fue cosechada la uva. Esto afirma que desde ese entonces ya había una relevante importancia sobre la calidad del vino, se dice que Osiris, un Dios y faraón egipcio fue quien instruyó y desveló a la población como se realiza el vino.

5.1.6 Cultivo de la vid

El viticultor, es decir, persona encargada del cultivo de la vid, apareció en breves momentos en el descubrimiento de la vid. Se evidenció en varias zonas fósiles que tenían impregnada la hoja de la planta, asimismo viejas variedades de esta hace aproximadamente seis mil años. (Aguilar et al. 2009), Frente al tema, Martínez de Toda y Sancha (1997) afirma que la vid en estado silvestre era liana dioica que crecía, durante la era terciaria, apoyada sobre los árboles del bosque templado del Círculo Polar Ártico.

No obstante en Egipto siguen con esta costumbre arraigándose a Grecia y de ahí al resto de regiones, se cree que esto es gracias a los Fenicios por el motivo de la conquista de ellos en el mediterráneo durante el año 1.100 a.C., a partir de este suceso la civilización griega comenzó con su cultivo por iniciativa propia después de 350, en función de esto el vino se popularizó en los países vecinos como: España, Italia y Francia; del misma modo mediante esta influencia y por parte de los fenicios también alrededor del mar negro asentaban ya sus iniciales viñedos (Buendía y Martínez, 2012). En orden de los sucesos, por influencia de los Vikingos Vinland colonia de Leif Eriksson en donde había gran cantidad de vides halladas en el año 1000, siendo este en América del norte lugar donde míticamente era una tierra hogar de entes legendarios expresando que: brotan uvas en las vides y no nueva en invierno (Águila, s.f.).

Por estos hechos la planta se fue expandiendo alrededor de muchos países y continentes, creciendo en condiciones climatológicas de cada región haciendo que estas sean únicas en cada lugar. Claramente la influencia de varias civilizaciones antiguas están marcadas una por una en el vino, no obstante es importante recalcar en territorio europeo es la zona donde la vid tiene más relevancia histórica.

En Italia y el sur de Francia (Marcella) los colonizadores griegos toman protagonismo en la expansión del cultivo de la vid, estos colonizadores romanos crean nuevas variedades de vid en la Galia, y son ellos quienes regulan la producción de vino y pasan de ver el vino como

una bebida sagrada y medicinal a beberlo como una bebida recreativa. Italia es conocida como la tierra del vino.

5.1.7 La vendimia

La vendimia es la cosecha de las uvas predestinadas directamente para la producción de vino. Usando grandes Cestas en donde cabían toda la recolección de la fruta para su transporte hacia la realización del mosto, de esta manera también representaba un alto nivel de trabajo puesto que al llegar la fecha se ocupaba tener muchas personas inmersas en este ejercicio para la culminación correcta.

Usaban escaleras de madera para poder acceder a los racimos con más altitud, claramente esto lo realizaban con la mano, en la zona de España existen evidencias arqueológicas en donde encontraron la *Flax venatoria* conocida comúnmente como la hoz, herramienta que se les facilitaba el corte del racimo (Francia, 2015).

Como lo alega Lopéz (2018)

Que, en aquella época, los romanos celebraban año tras año la vendimia donde el primer mosto se mezclaba con miel (recibían el llamado mulsum, bebida preciada que se servía al comienzo de los banquetes), y el resto se guardaba en grandes tinajas de barro para que fermente. Aparece la figura del bodeguero (antepasado del bodeguero moderno), que añadía sustancias al vino para aligerarlo (los romanos valoraban más los vinos blancos, por eso se clarificaban), que lo maceraba con hierbas para darle aromas, o que guardaba parte de la cosecha en ánforas durante 15 o 25 años para que el vino envejeciera. (Párr. 7)

5.1.8 Religión

La vid y el vino, ocupan un lugar destacado en la simbología religiosa de pueblos antiguos como los sumerios, acadios, egipcios, asirios, israelitas, griegos y romanos. En la cultura cristiana, la vid se identifica con Jesucristo, el hijo de Dios; el vino es su sangre preciosa, el Padre es el labrador que cuida la viña y los cristianos, pueblo de Dios, son los sarmientos fructíferos, alimentados por la vid, que forman el grupo que es la iglesia de Cristo (Coleto Martinez, Bartolomé García, & Velázquez Otero, 2018).

5.1.9 El vino como valor religioso

En las culturas y religiones de la costa mediterránea el vino ha estado asociado a la religió desde tiempos inmemoriales, especialmente. Si queremos conocer los orígenes del

vínculo entre religión y vino, tenemos que remontarnos a una época en la que se domesticó la vid y se extendió su cultivo. Entre otras cosas cabe aclarar la relación entre el vino y la religión de la vid simboliza la eternidad, y su cultivo está asociado en gran medida a la ascensión del hombre a la tierra ya su trascendencia. El eterno retorno, la resurrección, el tiempo, la naturaleza y el poder de regeneración y destrucción contra ella. El vino guardado en los túneles subterráneos es la sangre de la uva, de la vid y de la tierra, y por tanto de la humanidad y sus dioses (Riera Palmero, 2014).

5.1.10 Antiguo testamento

Cabeller (2022), hace referencias sobre el uso y significado del vino en los tiempos bíblicos del Antiguo Testamento donde los autores sagrados describen la prosperidad en términos de abundancia de «trigo y mosto» (Gn 27:28), requieren el diezmo del vino (Dt 12:17), prescriben para ciertas ofrendas una libación de vino (Nm 15:7). El salmista enumera entre las bendiciones de Dios «el vino que alegra el corazón del hombre» (Sal 104:15).

5.1.11 Nuevo testamento

En el Nuevo Testamento la palabra común para vino es oinos se refiere a un vino fermentado.

En este libro Cabeller (2022) afirma que:

Jesús suministró ciento veinte galones de vino en las bodas de Caná (Jn 2:9s) y usó vino en su última cena con los discípulos (→ Cena del Señor). Pablo recetó a Timoteo «un poco de vino por causa de tu estómago y también de tus frecuentes enfermedades» (Ti 5:23).

Por otro lado en Genesis versículo 40:11 afirma que "Y que la copa de Faraón estaba en mi mano, y tomaba yo las uvas y las exprimía en la copa de Faraón, y daba yo la copa en mano de Faraón."

Haciendo referencia a que la bebida expresada como vino, viene de las uvas exprimidas reconociendo que en este versículo en especial no dice que es fermentada tal como en escritos anteriores del mismo libro.

5.2 Etimologías

5.2.1 Vino

Hay varias vertientes de la palabra desde civilizaciones antiguas que dejaron vestigios sobre esta bebida y definición de la misma. Por ejemplo, en la biblia se puede encontrar lo siguiente:

- "Vino en la Biblia" es la traducción de varias palabras griegas y hebreas.
 Las más comunes son Tîrōš, yayin (en hebreo) y oinos (en griego).
- Tîrōš, es usado en el Antiguo Testamento unas 38 veces. En algunos casos tîrōš hace referencia al jugo de uva, antes y durante la fermentación, es decir, con propiedades embriagantes. El tîrōš (o vino) que es consumido en los atrios del santuario según Isaías 62:8-9, es vino fermentado.
- Yayin, es la palabra usual en el Antiguo Testamento para el jugo fermentado de uva o bebida con propiedades de intoxicación (Santander et al., 2022).

Ahora bien, para definir el término vino. Riera (2014) alega que deriva etimológicamente del sánscrito "vena" formada de la raíz ven (amar, por ello Venus es Diosa del amor, y venéreo). Este término dio lugar a otros como "oinos", en griego, y "vinum" en latín, "wein" en alemán y "wine" en inglés. Del latín procede el término en el dominio de las lenguas románicas, vino, vinho, vin, vi etc. El término que relaciona el vino con el amor, se debe a que todas las civilizaciones han considerado que es fuente de vida, de gozo, de amor y deseo de vivir. Parece por tanto lógico que vino, amor y vida tengan entre sí estrecha relación semántica. Algunos sostienen que el término indoeuropeo procede del hurrita (lengua asiática) del norte de Irak del tercer milenio antes de Cristo (Párr. 1).

5.2.2 La vendimia

Utiliza un término latino para referirse a la cosecha: "Vindemia" en vez del término español Vendimia o recolección de la uva que significa quitar, arrancar, tomar o retirar; esto quiere decir que la vendimia es la acción de tomar las uvas del arbusto y se realiza cuando el fruto ya está maduro (Sepp & Oreglia, s.f. 2019).

5.2.3 Viticultura

Con respecto a esta palabra se encuentra la dirección dispuesta a su vocablo:

El término viticultura que proviene del latín vitis, "vid", y cultura, "cultivo, crianza", alude al conjunto de técnicas y conocimientos necesarios para cultivar la vid. Su origen se remonta, según los estudios paleobotánicos, al cuarto milenio antes de Cristo. Al parecer la existencia de semillas en estas fechas, indican que su expansión podría haber sucedido de la mano de la agricultura que ha sido uno de los acontecimientos más importantes de la historia de la humanidad (Villa, 2020).

5.2.4 Vid

La palabra "vid" procede del latín "vitis". Este vocablo latino cuyo origen es una palabra indoeuropea llamada "wei" que significa doblar o torcer y aplicado a la terminología vitis significa la capacidad de la planta y sus pámpanos a doblarse y enrollarse (Azpilicueta, 2022, Párr. 6)

5.2.5 *Mosto*

Mosto es el vino recién sacado del lagar, se le da el nombre de 'mustum' porque contiene mezclado (mixtus) en sí limo y tierra. Pues 'mus' significa tierra, de donde proviene el vocablo 'hummus'. La fuerza del hervor del mosto es tan grande que rompe los recipientes por muy grandes que sean, repletos de él y completamente cerrados. Rosado es el vino de color rojizo, pues la rosa enrojece (Olivares, 2016).

6 Historia nacional del vino

La vid evolucionó desde épocas prehistóricas iniciando como un arbusto silvestre, después arraigándose en varias zonas del planeta como cultivo de civilizaciones antiguas. Así, la evolución de esta especie a lo largo de los años se ha ido transformando desde su manera de cultivar hasta el surgimiento de nuevas cepas mediante el progreso de uvas primarias y de su adaptación a climas distintos cuando estas fueron transportadas de un lugar a otro por el viticultor.

6.1 La Vitis vinífera en Ecuador

Las uvas llegaron a Ecuador alrededor de 1544, por una orden real que permitía los envíos de vides por parte de los católicos europeos, inicialmente era Quito donde se realizaban

las labores agrícolas de cultivo de estas uvas, que requerían un clima templado o intertropical, y la temperatura media anual no bajaba de los 9°C. Luego de que una disputa de intereses en 1595 prohibiera la siembra de viñedos y la vinificación en América Latina, esta actividad fue retomada en 1860 por Nicolás Martínez en el sector de Ambato, esta pasión familiar los llevó a especializarse en Francia y renovar los viñedos con vides de ese país (Santander et al. 2022).

Además, en la década de 1960, los principales consumidores eran funcionarios de alto rango que siempre estuvieron asociados con el comercio exterior. La primera empresa en introducir vino al mercado ecuatoriano fue la chilena "Concha y Toro", pero no fue sino hasta la década de los 90 que, gracias a la innovación de los vinos chilenos y su internalización, se sumaron más competidores, como Argentina, Estados Unidos y Canadá, además de productores europeos tradicionales como Francia, España e Italia, marcando un gran precursor de la cultura vitivinícola ecuatoriana (Arreaga, 2019).

El cultivo de Vitis vinifera en el Ecuador es posible porque el país cuenta con suelo y clima adecuado, suelo profundo arenoso, arcilloso, pedregoso con mucho sedimento, con altas y bajas temperaturas y cambio climático, como hemos observado. en las provincias de Pichincha, Bolívar, Tungurahua, Cañar e Imbabura, características que favorecen la producción de vino y fortifican vinos de excelente calidad.

Este país tiene variedades de vino, pero no todas son capaces de adaptarse al clima ecuatoriano como podemos constatar en una investigación realizada en Chaupi estancia, en la provincia de Pichincha que nos muestra la existencia de variedades de uva que han logrado adaptarse de mejor manera al suelo y climatología de Yaruquí (Pichincha), entre ellas se tiene: Mourvedre, Palomino fino, Moscato, Zinfandel, Cabernet Franc, y Moscato de Hamburgo (Santander et al. 2022).

Podemos constatar que una de las variedades que no se ha logrado adaptar al clima ecuatoriano, la Vitis vinífera, procedente de la parroquia de Yaruqui, conocida como la Chardonnay, variedad que requieren mayor cuidado y trato. El tiempo de vida de la planta también se ve afectado por la ubicación del viñedo, ya que en países con cuatro estaciones la Vitis vinífera vive hasta 50 años, y en Yaruquí el promedio es de 25 años (Santander et al. 2022).

7 Importancia de la producción de vino en el Ecuador

Ahora bien, en el Ecuador la vitivinicultura es algo que no ha estado presente de manera vernácula, dando como resultado que sea un país joven dentro de esta práctica. Sabiendo que

el vino y la humanidad tienen una relación muy estrecha y muy antigua, el vino ha influido en la esencia de muchas civilizaciones, ya sean de estrato social alto, medio o bajo. El vino representa al protagonista de la cronología humana, ya sea en la literatura, la religión, la economía y en el ámbito festivo, por lo que no puede dejar de ser un punto clave de la gastronomía, ya se trate de recetas, buena comida o algunos platos, siempre estarán acompañados del buen vino como ingrediente o como maravilloso acompañamiento.

La cultura del vino está creciendo rápidamente en nuestro país, la plantación de vides para vino de mesa o la vinificación artesanal es cosa del pasado. Actualmente se fomenta la producción de vinos de calidad, lo que llama la atención no solo de los amantes del vino sino también de reconocidos enólogos profesionales que han otorgado grandes premios a los vinos ecuatorianos en festivales nacionales e internacionales.

Esto sugiere que Ecuador tiene un gran potencial en el tiempo para convertirse en uno de los productores más importantes del nuevo mundo y posicionarse como uno de los grandes en el mundo del vino. De ahí se desprende la importancia de apoyar y promover la producción nacional, utilizando como medida la imposición de impuestos a los productos que llevarían a un auge en el sector vitivinícola. El desarrollo efectivo va de la mano de las propuestas lanzadas tanto a nivel estatal como autonómico por la organización de este sector agrario.

Según un estudio realizado Alvarado (2015) concluye que:

La ventaja de crecimiento y competitividad frente a otros mercados de la región, el factor climático es un factor positivo, ya que la presencia de dos estaciones bien definidas, lluviosa y seca, brinda condiciones climáticas ideales para el cultivo adecuado de la uva en comparación con otros países que cuentan con 4 estaciones, factor que incide en la producción de viñedos que pueden soportar temporadas como inviernos rigurosos y veranos con calor intenso, lo que hace que la producción de uva sea ineficiente los 365 días del año. (Párr.61)

8 Vino

8.1 Elaboración del vino

El proceso de elaboración comienza con el período de maduración y recolección de la uva, comúnmente conocido como la vendimia. Durante este proceso, las uvas maduras son transportadas al punto de recepción y pesaje, donde las uvas son tratadas con máquinas especiales que aseguran un procesamiento uniforme de las uvas para obtener el máximo rendimiento y facilitar la extracción de nutrientes de la cáscara, separar el "raspón". de la uva

del resto del mosto. Finalizado este proceso, el mosto se envía a los depósitos de fermentación, donde consiste principalmente en conservar el azúcar del vino justo y el anhídrido carbónico, donde se introducen las levaduras concluyendo con la transformación del vino (Diaz, 2008).

8.2 Expansión del vino

La antigua Roma formó parte importante en la expansión del vino, debido a que formaba parte viva de su actualidad, gracias a sus grandes conquistas se exportaba esta bebida de país en país, donde mediante manos propias entre viajes realizados batallas se posicionaron como mayores productores de vino a nivel mundial en torno al año 146 a.C.

8.3 Clima y viñedo

En el cultivo de la vid la influencia del clima es importante, ya que, el tipo de clima asociado a la ubicación geográfica del viñedo es Templado, caracterizándose por temperaturas de promedio en el año en un rango de 10° y 20° y acercamientos medios anuales en alrededor de 500mm y 1.000mm.

La considerable diferencia de temperatura entre el verano y el invierno permite que la vid descanse, a temperaturas superiores a 35°C la planta deja de madurar y las heladas invernales por debajo de -15°C pueden matarla. El cambio brusco de temperatura entre el día y la noche también afecta en gran medida al proceso de maduración de las uvas.

Es notable que el papel cada vez más relevante e influyente que está jugando el cambio climático en la mayoría de los viñedos del mundo, cuyas variaciones se ha observado que ha beneficiado a algunas regiones, está alcanzando una madurez más regular. En cambio, otras regiones pierden las características que distinguen a sus vinos y ponen en riesgo su existencia.

9 Producción mundial del vino

La industria vitivinícola mundial ha sufrido profundos cambios, afectando los principios tradicionales de la viticultura, la revisión y creación de nuevos planes de negocios. Donde las actividades comerciales se ven afectadas positivamente por los desarrollos tecnológicos, formaciones de mercado y negativamente por las presiones sobre los recursos naturales, que hoy muestran fragilidad en el agotamiento y deterioro de la producción relacionados con estos cambios.

Entre los cambios más destacables está la preeminencia de los países del Nuevo Mundo (especialmente Australia, Estados Unidos, Chile y Sudáfrica), que, con un enfoque más pragmático y moderno, han hecho que nos veamos obligados a repensar la filosofía que se había desarrollado. en la vieja Europa mediterránea (Francia, Italia, Portugal y España), que ostentaba el monopolio del conocimiento y los mercados globales

Como característica típica asociada a los países productores tradicionales, el consumidor mundial de vinos exige cada vez más la calidad exigiendo sus preferencias, lo que lo convierte en un conocedor, el proceso de conocimiento presenta varias vías alternativas y algunas de ellas se complementan para tal fin, con esta motivación le gusta saber lo que está comprando y participa activamente en todo lo relacionado con el proceso de adquisición y consumo.

9.1 Tendencias mundiales del mercado del vino

Debido a la constante estimulación del mercado y la atención de los compradores actuales, las actividades de promoción del producto se han coordinado de manera competente y razonable con la distribución, las tendencias del mercado mundial del vino advierten de una transición del vino de mesa al vino de calidad". En los mercados tradicionales, el consumo de vino de mesa como bebida diaria está disminuyendo y las oportunidades de exportación están aumentando.

Otro ejemplo es Australia que ha jugado un papel importante en el mercado mundial del vino, logrando una alta posición y aumentando la competencia. De hecho, el país ha desarrollado una estrategia que apunta a convertirlo en el líder mundial indiscutible en la producción de vino, gracias a su capacidad para servir a los mercados extranjeros, fuertes lazos culturales con Canadá, Reino Unido y Nueva Zelanda, todos los principales destinos comerciales, apoyo de marca eficaz posicionamiento y esfuerzos coordinados para desarrollar marketing en toda la industria (Valderrama et al., 2011)

Al mismo tiempo, se hace necesario, cada vez con mayor rigor, realizar acciones de promoción dirigidas a segmentos específicos, siendo el motivo de esta situación producto del escenario actual en el que se desenvuelve el mercado del vino, que "hace tiempo que dejó de ser sólo para mercados locales, regionales o nacionales, aunque cada uno de estos mercados puede seguir teniendo interés en el objetivo productivo" (Barco, 2002, pag.22 citado por Valderrama Martínez, Verján Quiñones, & Ramírez Torres, 2011, pag.957).

Como lo expresa Valderrama et al. (2011) en el documento elaborado por Pro-Chile Australia en el 2008 afirma que los factores de éxito son:

- Una indicación clara del grado varietal, que representa un excelente valor agregado para el producto,
- Imagen positiva del vino australiano,
- Apuesta por la innovación
- Un compromiso con la innovación
- Altas inversiones en investigación y desarrollo;
- Consolidación de la industria a nivel del sistema de producción y distribución

Según la Organización Internacional de la Viña y el Vino (2021) afirma que, la producción mundial de vino se estima en 262 millones. Los tres mayores países vitivinícolas son Italia (55 millones de hl), Francia (49 millones de hl) y España (44 Mill. hl). Juntos, los diez países principales representan el 92% de la producción mundial de vino.

9.1.1 La producción de vino en Italia

Italia se posiciona como líder en producción en la Unión Europea con 55 millones de hectolitros frente a los 50 millones de 2020, aunque los precios de mercado cayeron un 3%, la perspectiva de menor producción para la cosecha actual, junto con la renovada dinámica de la demanda, es alentadora para la evolución futura de los precios.

9.1.2 La producción de vino en Francia

Francia es sin duda uno de los países más importantes en el mundo del vino. Es uno de los mayores productores de vino del mundo y compite año tras año con Italia por el primer puesto de la lista, con una producción superior a los 49 millones de hectolitros.

9.1.3 La producción de vino en España

Actualmente, España ha crecido significativamente hasta convertirse en el tercer productor mundial de vino, produciendo 44 millones de hectolitros de vino, gracias a que la producción total acumulada de vino en los primeros diez meses de la temporada de vino durante 2022/2023. Esto supone un incremento del 1,3%, en comparación con el mismo periodo de la campaña anterior (Organización Internacional de la Viña y el Vino, 2021)

Tras ellos, Estados Unidos y Australia completaron el top 5 mundial.

10 Producción de vino en Ecuador

La vid no puede ser cultivada en cualquier lugar, cada cepa tiene sus características propias para una tierra determinada, Es por ello que el punto de partida para llevar a cabo actividad vitivinícola, es realizar un análisis exhaustivo del terreno, temperaturas, estaciones, microclima, tensiones, máquinas y mano de obra.

Ecuador disfruta de una ubicación geográfica estratégica, gran diversidad, tierra fértil y clima tropical. A pesar de todas estas cualidades positivas, es notoria la existencia de elementos que han retrasado el desarrollo de la producción vitivinícola. Se creía que el clima frío de Ecuador era el único clima adecuado en el país para el cultivo de uvas para la producción de vino y que la altitud y la ubicación con respecto al sol jugaban un papel negativo en este proceso. La investigación ha demostrado que la producción de vino también es posible en áreas con un clima cálido, aunque anteriormente esto se consideraba un desafío en la producción de vino (Cruz et al., 2015).

11 Consumo mundial del vino

En la antigua Roma, el vino adquirió una importancia fundamental con implicaciones religiosas y sociales. Existía una gran variedad de vinos y todo un protocolo a la hora de elegirlos y consumirlos. Frente al libre consumo de vino por los hombres, las mujeres lo tenían prohibido, pues eran más proclives a desinhibirse bajo la influencia del alcohol.

El consumo de vino y la existencia de viñedos tiene un gran e importante antecedente histórico en el mundo, lo que no ocurre en nuestro país. Por supuesto, tenemos una historia que no se puede comparar con la historia mundial.

11.1 Tendencias en los principales consumidores del vino

La Organización Internacional de la Viña y el Vino (2022) alega que,

La producción mundial de vino se estima en 262 millones. Los tres mayores países vitivinícolas son Italia (50 millones de hl), Francia (44 millones de hl) y España (36 Mill. hl) estimados. Juntos, los diez países principales representan el 92% de la producción mundial de vino. (Párr. 19-20)

11.2 Consumo del vino en Asia

Con respecto a los mercados asiáticos según la Organización mundial del viñedo y el vino (2022),

En China, el consumo de vino en 2022 se estima en 8.8 Mill. hl, lo que representa una caída del 15 % con respecto a 2021. Este notable descenso refleja la rápida caída de la demanda tras el auge del consumo de vino que alcanzó su punto máximo en 2017, con una caída de más de 19 millones. La caída del consumo en China desde entonces ha tenido un fuerte impacto en la caída del consumo mundial. Por su parte, el segundo consumidor de Asia, Japón, está registrando una tasa de consumo de vino para 2021 estimada en 3,3 millones de barriles. (Párr. 37)

11.3 Consumo del vino en América

Sin embargo, en términos de consumo, los mayores bebedores de vino no se encuentran en el Continente Europeo. Este título lo ostenta Estados Unidos, siendo el consumo a nivel mundial de vino se estima en 35 millones de hectolitros en 2022.

En América del Sur, existen algunas diferencias en el comportamiento del consumidor entre países. En este continente, según la Organización Internacional de la Viña y el Vino (2021) afirma que "el país que más consumió en 2022 fue Argentina con 8,3 Mill. hL, que es un 1,3 % menor con respecto a 2021" (Párr. 38). El consumo de vino en Argentina ha mostrado una clara tendencia a la baja desde principios de siglo, caída agudizada por el reducido poder adquisitivo de los consumidores debido a las turbulencias económicas y la devaluación de la moneda que ha enfrentado el país.

En contraste, según la Organización Internacional de la Viña y el Vino (2022) afirma que "Brasil es el segundo mercado de Sudamérica, con un nivel de 3,9 Millones. hl en 2022, registró un descenso de su consumo en un 12,9 % con respecto a los volúmenes máximos históricos registrados en 2020 y 2021" (Párr. 39). Este descenso en los dos últimos años puede deberse al cambio en los patrones de consumo de vino durante la pandemia, lo que ha provocado una disminución en la demanda de vino en este país.

11.4 Consumo nacional

La estrategia de la industria frente a la caída de las ventas es priorizar el mercado interno.

La demanda vitivinícola de Ecuador a finales del 2018 se encontraba en una fase de crecimiento activo, donde los consumidores ecuatorianos y la firma de acuerdos entre el Ecuador y la Unión Europea, permitió el incremento de la demanda del vino ecuatoriano.

En la actualidad en nuestro país existen cinco productores de vino, dos de los cuales ya cuentan con mercados y reconocimiento internacional. "El consumo anual per cápita es de una botella y media, la oferta chilena de vino domina el 73% del mercado ecuatoriano, pero Argentina va en crecimiento, con el 13%. En el país, aún se sigue prefiriendo precio a calidad" (Salazar, 2016, Párr.1). Por lo tanto, la oferta de vino chileno domina en la actualidad en nuestro país.

El producto representa al menos \$8.533.600 de los \$11 millones importados al país por este producto. En Ecuador hay vinos de Chile, Argentina, España, USA, Canadá, Italia y Francia, entre otros. Representando entre el 60 y el 65% de todos los vinos que se comercializan en el Ecuador, los cuales se distribuyen por las cadenas de supermercados.

En el mercado ecuatoriano el 90% de los vinos son importados y el 10% restante es producido por 5 empresas ecuatorianas. El Ecuador cuenta con 5 empresas productoras de vino, dos de las cuales exportan las cuales se encuentran en: Chaupi Estancia Winery ubicada en Pichincha y Dos hemisferios (ganadora de premios internacionales con su cepa Chardonnay) en el Guayas. Además, los tipos de vino más consumidos en el país son: Cabernet Sauvignon, Malbec, Syrah, Merlot, Tempranillo y Pinot Noir (Santander, 2022).

11.4.1 Dos hemisferios

Dos hemisferios (2018), relata que:

Los clientes locales prueban y disfrutan del sabor de un vino 100 % ecuatoriano y, le gusta tanto que se vuelve un consumidor frecuente. Generando que en el 2014 la demanda sea alta hasta escasear el producto. Entre 2014 y 2020 la producción fue de 300.000 botellas anuales a 600.000. (Párr. 5)

11.4.2 Chaupi Estancia Winery

Para Sandra Tasiguano vocera de la empresa Chaupi Estancia Winery:

El vino nacional gana adeptos y promete un crecimiento continuo, desde el año 2013 se ha observado un crecimiento del 50% en la producción y las ventas a nuestros

consumidores. Esto a pesar de que sentimos la recesión económica por los altos impuestos a los consumos especiales (Dos hemisferios, 2018, Párr. 7-8)

11.4.3 Precios mundiales del vino

Los precios del vino están lejos de ser homogéneos en todo el planeta. Las regulaciones del mercado, los impuestos al alcohol y el papel del estado en los flujos internacionales afectan directamente el precio promedio del vino en su región. No es de extrañar, por tanto, que Chile, Hungría y Sudáfrica, tres de los seis mayores exportadores de vino del mundo, sean países donde estas bebidas son más asequibles (5.3, 4.1 y 3.3 dólares la botella, respectivamente).

Por su parte, China y Estados Unidos también presentan precios por encima de la media. Ambos son importadores netos de vino, especialmente de vino europeo: el 40% de todo el vino que se consume en EE. UU. proviene de otro país y más de la mitad se importa de Francia, mientras que China ha multiplicado por seis sus importaciones de vino de la Unión Europea desde 2007.

De acuerdo con Tumayan (2023), "en la plataforma Compare My Jet reunió los precios medios de vinos en 38 países miembros de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), para elaborar una lista con los países donde existe el mejor índice calidad-precio" (Párr. 1).

Este índice incluye 4 tipos de vino: tinto, blanco, rosado y espumoso. Estos son los países cuyo precio medio de una botella de vino (75 cl.) son más bajos en la OCDE:

• Portugal: 3,94 euros.

• Hungría: 4,41 euros.

• Chile: 4,71 euros.

• Eslovaquia: 4,93 euros.

• Alemania y España: 5,53 euros.

• Austria, Países Bajos y Eslovenia: 5,92 euros.

• República Checa: 6,11 euros. (Tumayan 2023).

Teniendo en cuenta este listado, el mejor vino en relación calidad-precio se encuentra en Portugal, ya que el precio medio de una botella no llega a los 4 euros. Además, Hungría y Chile conforman el décimo y cuarto países productores de vino.

Frente a los módicos precios anteriormente mencionados, en otros países la botella de vino cuesta de media varias veces más. Estos son los 10 países con el vino más caro de la OCDE:

• Islandia:16,92 euros.

• Noruega: 16,22 euros.

• Corea del Sur: 14,45 euros.

• Estados Unidos: 13,93 euros.

• Suiza: 12,51 euros.

• Australia: 12,38 euros.

• Finlandia e Irlanda: 11,83 euros.

• Reino Unido: 10,58 euros.

• México: 10,33 euros. (Tumayan 2023).

CAPÍTULO SEGUNDO

12 Producción del vino en el ecuador (superficie, producción, variedades,

importaciones y exportaciones)

12.1 Superficie

Nuestro país cuenta con una ubicación geográfica estratégica, suelo fértil, clima tropical, pese a esto también existen, factores negativos que retrasan el desarrollo de la industria manufacturera vitivinícola, en la actualidad sabemos que tanto los climas fríos como cálidos son adecuados para el cultivo del vino, gracias a los avances tecnológicos y estudios constantes han permitido mejorar el cultivo y producción del vino a diferencia de años pasados.

Las características climáticas del Ecuador, como las de cualquier otro lugar del planeta, responden a múltiples factores que alteran sus condiciones naturales, tales como:

- Latitud geográfica
- Elevación del suelo
- Orientación de la cadena montañosa
- Vegetación
- Aproximación y distancia a los océanos
- Corrientes oceánicas y vientos (Portilla ,2018).

12.2 Producción

Para León (2013) existen varias empresas vitivinícolas en nuestro país. Debemos tener en claro las empresas que producen vino, a diferencia de algunas que venden licor de frutas bajo el nombre errado de vino de frutas, entre las cuales se encuentran empresas destacadas como:

- Dos hemisferios-Guayas
- Chaupi Estancia Winery-Pichincha,

Las cuales están cubriendo el 10% de la demanda nacional, además existen otras de menor importancia, entre estas tenemos:

- La Toscana
- Vinos Don César
- Don César, Nacho y Camila (Machala)
- Uyama Farms o Vino Finca Dávalos. (Valle del Chota-Imbabura)
- Sr. Fernando Gómez Cotacachi
- Vino San Pedro Atuntaqui
- Eco. Miguel salgado Atuntaqui
- Monasterio de Caranqui Ibarra
- Vino san Blas Quito
- Bodegas Echeverría Machala-El Oro

12.2.1 Chaupi Estancia Winery

La empresa está ubicada en la ciudad de Quito en la parroquia de Yaruquí, lugar donde se cultivó el primer tipo de vino conocido como palomino, proveniente de España. Además, es la primera bodega productora de vinos finos, encargada de producir y comercializar vino blanco y tinto únicamente para consumo interno, su producción actual es alrededor de 5 mil botellas anuales. (Tandazo, 2014)

En sus inicios la elaboración del vino era rudimentaria, hoy en día tienen 32 variedades. Palomino Fino, Pinot Noir, Meritage, Alyce Gran Reserva. Su primer vino producido con alta tecnología salió al mercado en el 2013.

- Palomino fino
- Meritage "Alyce"
- "Alyce" gran reserva
- Pinot Noir

Chardonnay viognie

12.2.2 Dos Hemisferios

En el año 1999, Dos hemisferios, en la provincia del Guayas, en el distrito de San Miguel del Morro, inician la producción de vino plantando viñedos de uva de mesa, obteniendo excelentes resultados en el manejo, fabricación y continuaron con la misma. Pero la masificación de vino comenzó en 2004 cuando se plantaron y cosecharon uvas de alta calidad, cultivos sembrados con especies nativas de otros países como; Cabernet Sauvignon, Malbec, Merlot, Pinot Noir, Shiraz y Chardonnay, alcanzando una producción anual de 60.000 botellas.

Además, es la primera empresa ecuatoriana en incorporarse a la Unión Europea, al confirmar ventas de 1.600 botellas a un comprador español que comercializará sus vinos tintos y blancos en tiendas especializadas gourmet, aunque también se centrará en otros mercados como Nueva York e Italia (Vera, 2018).

Según Acosta y Monge (2014) desde año 2006, la empresa continúo lanzando sus distintas variedades de vino, obtenidas de distintas mezclas de uvas;

- El primer vino en ser comercializado fue el vino Paradoja que se caracterizaba por la mezcla de Cabernet Sauvignon y Malbec, siendo el resultado de un milagro para la producción ecuatoriana, comercializándose solo 1200 botellas a personas cercanas
- Bruma fue lanzada en el año 2007, vino con las mismas características que el anterior siendo resultado de la mezcla de Cabernet Sauvignon, Merlot, Pinot Noir y Syrah.
- Enigma, tercer vino en ser lanzado al mercado en el año 2008, de la cepa Chardonnay, dicha producción era desconocida para los avicultores, los cuales no sabían en como resultaría la uva cultivada para la producción del vino blanco.
- En 2008 apareció Del Morro, cuarto vino en ser lanzado al mercado conocido como Cabernet Sauvignon y en el año 2011 sacaron al mercado su quinto vino llamado travesía 2009.
- Con el transcurso de los años la empresa ha ido creciendo e incrementando otras marcas que han sido incorporadas a su portafolio.
- El vino Cautivo, debutó en el año 2015 siendo una edición limitada de categoría exclusiva, logró conquistar el mercado internacional.
- El vino Valle del Mar salió al mercado local en ese mismo año (Wright, 2014)

12.3 Variedades

12.3.1 La Toscana

Esta empresa está ubicada en el austro ecuatoriano, en la provincia de Azuay, en Cuenca.

Además, para Acosta (2014) esta empresa ofrece bebidas preparadas con los más altos estándares, las cuales cuentan con maquinaria italiana de alta tecnología que les permite elaborar de vinos y licores de alta calidad. No obstante hay que tener en cuenta que esta empresa no tiene un viñedo como tal en tierras ecuatorianas, los vinos producidos mediante La Toscana son elaborados a partir del mosto de uvas italianas importadas al país y generalmente son vinos de uso cotidiano familiar en casa.

Entre los vinos se pueden señalar los siguientes:

- Vino blanco Conde de la Cruz
- Vino tinto Conde de la Cruz
- Varietal Conde Carmenere
- Varietal Conde Cabernet Sauvignon
- Varietal Conde Merlot
- Varietal Conde Sauvignon Blanco
- Varietal Conde Chadornnay
- Sauvignon blanc
- Merlot
- Santa Lucía tinto
- Santa Lucía blanco

12.3.2 Vinos don césar

Empresa ubicada en la provincia de el Oro, en Cabo de Lampa, cuenta con los siguientes productos:

- Tinto
- Clásico Blanco

Otros vinos

- Vino dulce
- Vino Blanco para cocina
- Vino Tinto para cocina

13 Importaciones y exportaciones

13.1 Importaciones

Cerca de 60 empresas nacionales (formales) importan vinos al Ecuador, las más importantes son: Grupo Juan Eljuri, Liquors y Cordovéz, que importan otras bebidas alcohólicas como whisky, ron, vodka. Los vinos que el Ecuador se comercializa y distribuye entre un 60% a 65% a través de supermercados, donde el 75% al 80% es de procedencia chilena seguido por Argentina, España, Estados Unidos, Canadá, Italia, Francia, y recientemente por los vinos de calidad procesados por Dos Hemisferios una vez recibido reconocimientos y medallas de oro por la calidad de su producto a nivel internacional.

Actualmente en nuestro país existen 60 empresas nacionales legalmente involucradas en la importación de vino en el Ecuador, pero solo tres son las más importantes según Blum y Cruz (2018).

- Representaciones Cordovez
- Grupo Juan Eljuri
- Liquors y Agencia.

Asimismo, para Blum y Cruz (2018), el 75% de vinos comercializados en nuestro país son de procedencia chilena, distribuidos en un 64% mediante los supermercados nacionales, seguido de vinos procedentes de Argentina, Francia, España, Italia y otros países. La industria ha crecido exponencialmente teniendo una relación directa con este tipo de bebida, ayudando a fomentar la cultura y economía a nivel mundial.

Según estadísticas obtenidas del Banco Central, Criollo (2011) sostiene que en 2005 la importación de vino se estimó en alrededor de \$2.600 millones. el 2006, en el país importó cerca de 2.700 millones de dólares y de solo en el primer trimestre del mismo año la importación de vino alcanzó los 3.510 millones de dólares. Evolución que nos permitió posicionarnos como el país donde más ha aumentado el consumo de vinos en Sudamérica.

Con el avance de los años podemos notar que las importaciones van en constante aumento. Según Calderon (2016), la tendencia a importar alcohol en grandes cantidades, posiblemente para la elaboración de otros productos, ya que en 2015 fue de 450.950 USD y 331,54 toneladas, bastante superior al 2013 y 2014.

En la actualidad, el Observatorio de Complejidad Económicas (2021) afirma que;

El Ecuador en el año 2021 importó \$28,4M en Vino, convirtiéndose en el importador número 69 de vino en el mundo. En el mismo año, el vino fue el producto número 156 más importado en Ecuador. Las importaciones del vino vinieron principalmente de: Chile (\$12,9M), Argentina (\$5,51M), España (\$4,68M), Italia (\$2,68M), y Francia (\$1,58M). (párr.3)

13.2 Exportaciones

Las exportaciones de vino en nuestro país comenzaron en el año 2018, en conjunto con la empresa ecuatoriana Dos Hemisferios, se inicia la exportación de 1.600 botellas de vinos desde nuestro país hacia Unión Europea a una empresa española.

Además, el Observatorio de Complejidad Económicas (2021) afirma que;

En 2021 el Ecuador exportó \$109k en vino, convirtiéndolo en el exportador número 115 de Vino en el mundo. En el mismo año, el vino fue el producto número 518 más exportado en Ecuador, siendo sus principales destinos de exportación del Ecuador: Panamá (\$59,9k), Estados Unidos (\$28,3k), Alemania (\$18,6k), Costa Rica (\$1,56k), y Jamaica (\$565). (párr.1)

Además, el vino en nuestro país en diciembre del 2021 alcanzó exportaciones por \$2,1 mil e importaciones por \$2,2 millones, lo que resultó en una balanza comercial negativa de \$2,2 millones. De febrero de 2019 a diciembre de 2021, las exportaciones de vino aumentaron lo mismo que sucede con las importaciones.

14 Producción de bebidas fermentadas denominadas vino en el ecuador

14.1 Superficie

Nuestro país no tiene una tradición de producir vinos o productos de origen, el desconocimiento provoca que las personas utilicen incorrectamente el término vino, donde no todas las bebidas frutas fermentadas se derivan en tal nombre, estas están siendo producidas en varios territorios. Sin embargo, más allá de este hecho, la producción de este extracto podría ser una de las alternativas viables para hacer más sostenible el cultivo de las frutas típicas ecuatorianas.

Para Coronel (2008), cuando trabajamos con vinos de frutas, nos enfrentamos al reto tecnológico de transformar las materias primas para obtener un producto de óptima calidad. En

este sentido, no existe un sistema de uva en el que se den todas las condiciones para obtener vinos preciosos de forma casi instantánea. Estas transformaciones están destinadas a asegurar tres aspectos fundamentales de la viabilidad del proceso, la optimización sensorial y la rentabilidad.

14.2 Producción

Como premisa ya se va incentivando a llamar vino a estos licores, de manera que es evidente como el autor lo afirma que no hay las posibilidades correctas en gran escala para el buen cultivo y recolección de la uva, dando como resultado tomar acciones por frutas en las cuales si hay una posibilidad elevada de producción.

Los licores de frutas son productos elaborados que deben tener las características de sabor, aroma, color, etc., que favorezcan a las expectativas de los consumidores. Para lograr este resultado, el técnico debe tener en cuenta las características internas de la fruta utilizada y, si es necesario, diluir, mezclar, agregar aditivos o potenciar sabores.

- Frutas que cumplen con estas características son:
- El tamarindo y el maracuyá cuentan con una alta acidez.
- La guayaba y maracuyá con gran aroma.
- El mango, plátano y mora con alta dulzura.
- El mortiño y el taxo son muy astringentes
- La piña, mora y naranja frutas con gran jugo

Debemos tener en cuenta que la acidez y el contenido de azúcar también juegan un papel en el aspecto organoléptico, pero por en la actualidad son los delimitadores del sabor.

En nuestra región se conocen y consumen comúnmente dos tipos de bebidas de frutas fermentadas conocidas como el vino y la sidra. El vino en sí es simplemente una bebida creada a partir de la fermentación alcohólica total o parcial de uvas o uvas frescas donde su grado alcohólico no deberá ser inferior al 8,5% para obtener en vino de calidad (Organización Mundial de la Viña y el Vino, 2022). De igual manera la bebida conocida comúnmente como la sidra debe ser elaborada a partir de la fermentación alcohólica total o parcial de la manzana fresca o de su jugo donde su grado alcohólico no deberá ser superior a 4 grados.

Sin embargo, en otras partes del mundo, lejos de nuestras latitudes templadas, el cultivo de la vid no es posible y de igual manera se producen bebidas fermentadas a partir de otras frutas. Donde el vino de uva como dichos extractos se obtienen bajo el mismo proceso de

fermentación de los azúcares presentes en el mosto, transformándolos en alcohol. La diferencia radica en la correcta preparación y la adición de levadura.

14.3 Variedades

Dentro del mercado nacional de bebidas fermentadas denominadas vino, existen una gran cantidad de variedades que han ido sumándose poco a poco, a continuación se presentarán las más relevantes, ya sea por sus características, acidez, cosecha, fermentación o propiedades organolépticas de la fruta que haga que esta sea la idónea para este tipo de producción.

14.3.1 Mortiño

La recolección mayoritaria del mortiño en nuestro país es de forma silvestre, siendo difícil obtener estimaciones fiables de la producción disponible en la región, ya que la producción puede variar mucho de un año a otro. El mortiño toma protagonismo al ser utilizado para la producción de una bebida fermentada, dicha producción se basa en la especie Vaccinium Floribundum Kunt, que se encuentra en los páramos andinos, a una altura de 3.500 metros sobre el nivel del mar (Ruiz, 2011).

Ecuador se encuentra en cadenas montañosas entre los 1000 y 4500 msnm cubriendo toda la región andina desde los páramos del Ángel en Carchi hasta La zona de Tambo en la provincia de Cañar, clima perfecto para el cultivo de mortiño al ser una planta silvestre, un fruto originario de los páramos andinos, además Ecuador es un país donde la agricultura no ha tenido un gran desarrollo ni tecnificación, a pesar de la presencia de especies autóctonas, explotadas agrícolamente y aun conservando su estructura y variabilidad genética, es urgente su recolección, conservación y aprovechamiento (Silva, 2020).

14.3.2 Uvilla

La uvilla en nuestro país es una fruta silvestre y de producción artesanal utilizada con fines comerciales, cada año se exporta hacia los mercados del hemisferio norte, volúmenes de producción que va en aumento en cada exportación.

El cultivo de uvilla dentro de invernaderos puede producir de 13-14 toneladas equivalentes a 14 mil kg a diferencia de cultivos a campo abierto que pueden producir de 8-12 toneladas, donde la mayor se encuentran en la sierra del Ecuador, específicamente en Machachi donde existe sembríos de 25 hectáreas que producen entre 8.000 y 10.000 barriles por semana (Silva, 2020).

Además, encontramos también en zonas como; Mira, Otavalo, Cotacachi, Puembo, Salcedo, Píllaro, Ambato, Patate, Guamote, Biblian, Cuenca y Machachi.

14.3.3 Mora

Esta opción es rica tanto en nutrición como en sabor, sin olvidar que es una alternativa interesante para aquellos que quieren probar un sabor diferente al vino, de ahí la elaboración de esta bebida. La cual nació desde la investigación que demuestra que tiene propiedades curativas, lo cuales ayudan a acelerar la cicatrización de heridas y estimular el sistema inmunológico.

Además, de que componentes nutricionales son una gran alternativa para las personas con diabetes debido a que tiene la capacidad de reducir los niveles de azúcar en la sangre gracias a sus compuestos bioactivos los cuales son de gran ayuda para este tipo de enfermedades.

14.3.4 Maracuyá

El maracuyá se caracteriza por ser un fruto redondo u ovalado, de 4 a 8 cm de diámetro en el punto más estrecho, de piel dura, de color amarillo o morado según la variedad, en su interior hay de 200 a 300 semillas negras envuelto en una cáscara cubierta por una membrana llena de jugo. Su sabor es agridulce y muy fragante, características que ayudan a la fermentación de la misma (Araya, 2019).

Esta preparación es producida a partir de la extracción del zumo de maracuyá, siendo el producto más innovador que tiene para la elaboración del licor, fruto de la promoción internacional que ha logrado el país al distribuirlo. Además, el maracuyá cuenta con diversas propiedades nutricionales y es considerado un manjar en su estado natural.

El Ecuador, gracias a su ubicación geográfica tiene una gran ventaja competitiva por su producción regular y su sabor único y distintivo, su cultivo se lo realiza en las regiones costeras, donde la compra no es un problema ya que su distribución es se realiza principalmente en esta zona y también en todo el país, sin embargo, se utiliza para fabricar lo que luego se transforma en una bebida de gran sabor (Araya, 2019)

14.3.5 *Naranja*

Según Ojedis et al. (2018), el "vino" de naranja es conocido mundialmente como un vino blanco elaborado a partir de la cáscara de la naranja con sabor a naranja amarga, la marca

que le dio origen es propiedad de la provincia de Huelva en España; produciéndose de igual manera en lugares como Francia, Alemania, Italia, Croacia, incluso fuera de Europa.

Esta producción recorre un avance en el país, su consumo es más común en las clases medias y altas, en la mayoría de los restaurantes se presenta como una bebida a pedido de los comensales. En la parroquia Puyango, donde el cultivo de la naranja está en completo auge, algunas familias trabajan procesándolas, idea que surgió de un poblador que veía caer la fruta durante días en su campamento, decidió comerlas y probarlas, como también en una bebida que llamaron vino (Ojedis et al., 2018).

15 Comercio exterior de bebidas fermentadas denominadas vino

15.1 Importaciones

No existen documentos ni registros en los cuales se haya evidenciado que se importen este tipo de bebidas de manera masiva, las producciones son meramente ecuatorianas. Claramente hay distinciones entre bebidas importadas lo cual fue expuesto anteriormente.

15.2 Exportaciones ecuatorianas

Al ser un mercado en proceso no se exportan las bebidas como tal, existe una empresa que está interaccionando en este mundo, la cual es: Alvarium, esta ha realizado pequeñas exportaciones a Suiza (En Sigchos se prepara vino ecuatoriano, 2019). Por consiguiente varias de las empresas que se dedican a esta producción, envían sus bebidas al exterior mediante regalos o conocidos que viajan de manera turística para poder promocionar la bebida de carácter informal.

CAPÍTULO TERCERO

15.3 Posicionamiento de bebidas alcohólicas, elaboradas bajo un proceso similar al vino.

En nuestro país, no se promueve ni se aprovecha al máximo la producción y exportación de vino, puesto que el mercado es limitado y la producción no se realiza a gran escala, pero los cambios en las tendencias de los compradores han llevado a un aumento del consumo de vinos en nuestro país, en el que las bebidas de frutas llamadas vino se han convertido en una alternativa viable para el desarrollo agroindustrial, ya que agregan valor a las frutas y abren un nuevo nicho de mercado para aumentar los beneficios económicos.

La elaboración de esta bebida a partir de zumo de frutas asegura la estabilidad del producto en el mercado, reduciendo así los costes. En Ecuador, este mercado está en crecimiento debido a la presencia de empresas especializadas en la producción y comercialización, sus protagonistas son los productos frutícolas como la manzana y el durazno.

Para que dicho licor pueda ser promocionado y vendido hacia la población, deben cumplir estándares estrictos. Según los datos investigados por Torres (2022), el gusto es una de las cualidades gustativas más decisivas para la compra de vinos. El producto debe ser diseñado con corcho, utilizando una botella oscura y una cápsula de termo-gel, tal como se considera una bebida tradicional, además, su uso también trae beneficios a la salud humana, El resultado final es admirable: 74% de los consumidores buscan el atractivo de apoyar a un emprendedor local y el 26% prefiere vino importado de calidad.

Frente al tema Villacís (2020). Afirma que según el Plan Nacional de Desarrollo del 2017-2021 nuestro país:

Debe promover la productividad, competitividad y calidad de los productos nacionales, como también la disponibilidad de servicios conexos y otros insumos para generar valor agregado y procesos de industrialización en los sectores productivos con enfoque a satisfacer la demanda nacional y de exportación. (p.1)

Es importante mencionar desarrollar estrategias de marketing que nos permitan posicionar nuestros productos en primer lugar frente a otros. Por ejemplo, "El Último Inca" no es muy reconocida a nivel nacional, pero el desarrollo de estrategias les permitirá obtener un mayor reconocimiento y un fortalecimiento financiero aumentando las ventas de sus productos, logrando así sus objetivos, teniendo en cuenta la estrategia de desarrollar una ventaja

competitiva razonable en términos de productos y mercados, que a su vez ayudará a alcanzar las metas establecidas (Villacís, 2020).

De esta manera se puede incentivar la reactivación de cultura ecuatoriana denotando la identidad del país, aboliendo la existencia de esta confusión por parte de los productores y personas que no están inmersos en la vinicultura. Fomentando como bebidas tradicionales de altos estándares de calidad, desarrollando un plan a la obtención de la denominación de origen con su nombre propio ancestral autóctono de la región, posicionándose de tal manera que, los vinos ecuatorianos tomen fuerza en el comercio exterior e interior. Reconociendo claramente la diferencia entre tales bebidas que vienen de un mismo país.

Así, se puede discernir perfectamente cada una de ellas para estimular el turismo ecuatoriano en los viñedos locales y por supuesto, en plantas de producción de estas bebidas tradicionales las cuales tendrán su propio nombre evitando confusión entre los nuevos clientes potenciales. Debido a que se pierde identidad nacional siendo que este no es un país meramente vitivinícola.

No obstante, es imperativo reconocer que existen varias empresas dedicadas a la producción de bebidas fermentadas de frutas llamadas vino, algunas lo hacen de manera industrial y otras artesanales, puesto que la diferenciación de esto es el monto de litros anuales de producción dentro de la empresa listas para ser comercializadas. Según Escobar (2019) para que una compañía produzca bebidas con una producción industrial debe superar los 12.000 litros al año, por el contrario si este número es menor, la empresa será artesanal.

Partiendo desde este punto, a continuación se expondrá las empresas más relevantes en el mercado a nivel ecuatoriano:

Matriz de empresas industriales en el mercado ecuatoriano expendedor de bebidas de frutas fermentadas.

Tabla 1

Nombre de la empresa	Oferta	Provincia	Ciudad/Cantón	Tipo de empresa	Botellas mensulaes	Botellas anuales	Precio	Litros anu
El Último Inca	Mortiño, pitahaya, frambuesa, mora, jamaica, maracuyá	Cotopaxi	Sigchos	Industrial	9000	108000	\$ 6,00	81000
Perla andina	Mortiño	Cotopaxi	Sigchos	Industrial	1000	12000	\$ 7,00	13000
Cóndor Machay	Mortiño, mora, cereza, hidromiel, arandano	Pichincha	Rumiñahui	Industrial	2000	24000	\$ 10,00	18000
Mirella Winery 1986	Mortiño, Mora, jamaica	Pichincha	Quito	Industrial	2500	30000	\$ 12,00	22500

Nota: En las tablas se evidencia varias de las empresas que se dedican a la producción de las bebidas de fruta fermentadas, exponiendo puntos de suma importancia dentro de la elaboración de sus productos. El vino perla andina se elabora en Sigchos (2018). Serrano (2022). Destilería La Liteña (2023). Toranzos (2020). En Sigchos se prepara vino ecuatoriano (2019). Vino de Mortiño | Mirella 1986 | Ecuador (s. f.). Toranzos (2021). El mortiñal (2023). Loja tiene sus marcas en el mercado vinícola (2015). Gualaceo ofrece vino de capulí, mora y manzana – Ministerio de Agricultura y Ganadería (s. f.). Vinos y licores Brima – Vinos de frutas artesanal (s. f.). Melendres (2019). VINOS SENDEROS DEL CÓNDOR (s. f.).

Matriz de empresas artesanales en el mercado ecuatoriano expendedor de bebidas de frutas fermentadas.

Tabla 2

Nombre de la empresa	Oferta	Provincia	Ciudad/Cantón	Tipo de empresa	Botellas mensulaes	Botellas anuales	I	Precio	Litros anuales
Destilería la Liteña	Mortiño, cacao	Loja	-	Artesanal	-	-	\$	10,00	-
El Mortiñal	Mortiño	Pichincha	Mejia	Artesanal	=	ı	\$	10,00	-
Senderos del Cóndor	Mortiño, ciruela	Pichincha	Quito	Artesanal	700	8400	\$	10,00	6300
Brima	Tamarindo, Grosella, maracuyá	Manabí	Playa prieta	Artesanal	800	9600	\$	8,00	7200
Vinos y Licores del sur	Mora, grosella	Loja	Vilcabamba	Artesanal	1000	12000	\$	9,00	9000
Vinos Chicaguiña	Durazno, capulí, manzana, mora.	Azuay	Chicaguiña	Artesanal	600	7200	\$	5,00	5400
Vino de Miel Alvarium	Miel	Imbabura	Ibarra	Artesanal	650	7800	\$	10,00	5850

Nota: En las tablas se evidencia varias de las empresas que se dedican a la producción de las bebidas de fruta fermentadas, exponiendo puntos de suma importancia dentro de la elaboración de sus productos. El vino perla andina se elabora en Sigchos (2018). Serrano (2022). Destilería La Liteña (2023). Toranzos (2020). En Sigchos se prepara vino ecuatoriano (2019). Vino de Mortiño | Mirella 1986 | Ecuador (s. f.). Toranzos (2021). El mortiñal (2023). Loja tiene sus marcas en el mercado vinícola (2015). Gualaceo ofrece vino de capulí, mora y manzana – Ministerio de Agricultura y Ganadería (s. f.). Vinos y licores Brima – Vinos de frutas artesanal (s. f.). Melendres (2019). VINOS SENDEROS DEL CONDOR (s. f.).

Probablemente existen más empresas dedicaras a esta práctica, pero al ser instituciones artesanales con baja producción no representan una competencia directa ni posicionamiento en el mercado actual, por citar algunas de estas empresas que tiene una producción extremadamente baja y su exposición es mediante ferias o redes sociales son: Vinos Aromaco, Sombras, Kafrú, Quinindé. Cabe destacar que la mayoría de estas instituciones tanto como las mencionadas anteriormente, también se dedican otras producciones como: licores, mermeladas o derivados lácteos, expresando que son entidades que no se dedican al 100% a estos extractos ya que por iniciativa quieren impulsar la fruta mayoritaria en su producción, para así ofrecer como producto estrella de la empresa, exponiendo que es un insumo muy versátil.

16 Denominación de origen

16.1 Historia

Partiendo desde el punto nacional según Carrera (CRÓNICA (Primera Parte) Las Denominaciones De Origen a Través De La Historia – Servicios, n.d.-b) declaró "son signos distintivos muy similar a las marcas, que identifica a un producto que pertenece a una región determinada y que tiene características particulares que hace que el producto sea diferente", es decir que para que sea tomado como denominación de origen tiene que regirse sobre estos parámetros claros que exige su identificación, los cuales están prestos a ejercer normas geográficas, ancestrales y propias que destinen una distinción única que se diferencia de los otros productos similares en el mercado.

Esta denominación nace desde el vino, para distinguir de sus símiles de un prestigio que estaba reconocido. Esta práctica nació a finales del siglo XIX como consecuencia de una protección a declaraciones erróneas en el ámbito internacional de acuerdo en donde se exponga el producto que genera una identidad el lugar de origen, después de varios acuerdos desde el año 1878 hasta el año 1883 en la ciudad de Francia se concluyó dar una sanción cuando se hable de un producto que lleve una falsa identificación de procedencia dentro de una localidad específica, siendo que fuere el caso dar un testimonio erróneo o ficticio a la procedencia del producto (Royo, 2007), sin embargo en esta exposición no se le tomó en cuenta al vino para crear legislativamente una denominación de origen sobre estas bebidas, siendo que comenzó por este ámbito no se lo tomó como prioridad.

Se entenderá por denominación de origen, los nombres geográficos conocidos en el mercado nacional o extranjero, como empleados para la designación de vinos típicos que respondan a unas características especiales de producción y a unos procedimientos de elaboración y crianza utilizados en la comarca o región de la que toman el nombre geográfico

Claramente se expuso que la denominación de origen no es vinculada directamente con la tierra en donde se produce el vino o producto con este reconocimiento, sino también, a las características de elaboración, calidad y distinción que puedan tener estos bienes.

16.2 Normativa nacional de las denominaciones de origen, requisitos y organizaciones que entregan dicho reconocimiento.

En el 2014 fue el año de las denominaciones de origen en el país, iniciativa que se dio para impulsar el producto nacional de calidad bajo un reglamento distintivo de la marca, para que fueran reconocidos a nivel internacional y productos que ya lo eran sean nuevamente enaltecidos en el extranjero, tal como lo menciona Carrera (CRÓNICA (Primera Parte) Las Denominaciones De Origen a Través De La Historia – Servicios, n.d.-b) "si vas a comprar un producto a un supermercado y encuentras un sello de denominación de origen, vas a tener automáticamente la garantía de que ese producto es de calidad. Los sellos que hemos trabajado ahora han sido para ayudar a los productores ecuatorianos", de tal manera que en el ecuador existe esta obra en muchos de sus mercancías, pero dentro de los vinos aún no se ha logrado crear esta distinción.

Ahora bien, si se habla de bebidas alcohólicas hay una que tiene ya una denominación de origen ecuatoriana, dicho sea de paso es el séptimo producto que tiene este galardón, bajo la resolución Nro. 001-2022-SENADI-DNPI-DO fue la bebida MISKE que obtuvo esta denominación (EL MISKE FUE DECLARADO COMO LA SÉPTIMA DENOMINACIÓN DE ORIGEN ECUATORIANA – Servicios, n.d.) esta bebida es obtenida por medio del tzawarmishky fermentado, que se obtiene del agave andino haciendo un agujero en la parte inferior, de esta manera emergerá este brebaje al pasar de los días.

Por consiguiente no hay una denominación de origen para un vino ecuatoriano ni mucho menos para bebidas de fruta fermentadas llamadas vino, no obstante, es imperativo recalcar todos los productos que tienen esta denominación en el país, dándoles un reconocimiento internacional ya sea por su calidad, su geografía y su clara distinción única que

hace que estos bienes sean tomados con la importancia debida, como también, su exposición a nivel nacional e internacional, enalteciendo la calidad de las creaciones ecuatorianas.

Denominaciones de origen protegidas ecuatorianas

Producto	Origen
Cacao Arriba	Los Ríos, El Oro
Sombrero de Montecristi	Manabí
Café de Galápagos	Galápagos
Maní de Trans-Kutukú	Morona Santiago, Pastaza
Pitahaya Amazónica de palora	Morona Santiago
Lojano Café de Origen	Loja
Miske	Sierra Ecuatoriana

Nota: (Guía para obtener una denominación de origen (DO), 2023)

16.3 Requisitos

Tabla 3

Los requisitos para tener este nombramiento son varios, pero es imperativo diferenciar que la denominación de origen no es una marca, lo que quiere decir que: según el Ministerio de producción, comercio exterior y pesca (s.f.) afirma que, "no confiere un derecho privado de uso ni constituye un mecanismo para excluir a otros productores. Toda persona que cumpla con las condiciones establecidas en el pliego de condiciones puede hacer uso de la DO" (párr. 2).

Los siguientes requisitos son cualidades imprescindibles que tienen que cumplir los productos antes de entrar al proceso de denominación de origen en el país (recuperado, 2023):

- Características únicas o particulares atribuibles a zonas geográficas.
- Características (físicas, químicas, microbiológicas). Propiedades organolépticas (sabor, olor, color).
- Reputación: la percepción del consumidor al producto.
- Factores naturales: características y composición del suelo (su textura y química), temperatura, humedad, Intensidad lumínica, horas/luz, altitud sobre el nivel del mar, clima.
- Factores humanos: tradición y costumbre, especialización en un determinado arte u oficio, utilización de procesos especiales o ancestrales. (Ministerio de producción, comercio exterior y pesca, s.f.)

Cuando el producto interesado en obtener esta denominación de origen cumpla con los requisitos estipulados anteriormente, este ya puede entrar al proceso en el cual deberá seguir una serie de pasos para poder obtener este reconocimiento.

16.4 Procesos

16.4.1 Identificación

- Este producto tiene que cumplir diferencias claras de sobre las cualidades imprescindibles del mismo.
- Cumplir con delimitaciones geográficas y su nombre propio.
- Dentro de la delimitación geográfica debe existir un grupo de personas o una interesada legítimamente, procedentes del mismo lugar donde se quiera estipular la Denominación de Origen.
- De acuerdo al producto que se presentará, deberá haber una antología de información con respecto a historia, ciencia y técnica del mismo. (Ministerio de producción, comercio exterior y pesca, s.f.).

16.5 Expediente

Para elaborar este expediente hay que cumplir una serie de especificaciones técnicas que determinarán la factibilidad del producto para obtener su Denominación de Origen, así como también, una descripción detallada sobre lo que se presentará a las entidades reguladoras.

En el siguiente apartado se expondrá las condiciones textuales de la identidad que lidera la comisión que existe para dar este reconocimiento, esta es el Ministerio de producción, comercio exterior y pesca (s.f.), afirmando que:

16.5.1 Pliego de Condiciones (receta técnica del producto)

- Nombre de la indicación geográfica o denominación de origen que se desee proteger;
- Descripción del producto identificado con la indicación geográfica o denominación de origen, incluidas en su caso, las materias primas, con señalamiento de las características principales como las agronómicas, físicas, químicas, microbiológicas u organolépticas del producto, especificando aquellas que se deban al medio geográfico en el cual se producen, incluyendo factores naturales;

- Para el caso de las denominaciones de origen, además de lo previsto en el numeral anterior, se deberá incluir el señalamiento de sus características generales, reputación o cualidades vinculadas a los factores humanos;
- Delimitación de la zona geográfica o georreferenciación, donde se incluyan mapas que demarquen la zona de producción, extracción o elaboración junto con los criterios seguidos para tal delimitación;
- Descripción de los controles y la trazabilidad empleada para asegurar que el producto cumple con el pliego de condiciones;
- Los análisis o estudios técnicos que acrediten el vínculo entre los productos y el territorio, incluyendo los factores naturales y humanos, o bien, aquellos aspectos socioculturales e históricos o prácticas culturales gestores o aplicables a esos productos, conforme corresponda;
- Descripción del proceso o método de producción, extracción o elaboración del o los productos y, en su caso, los métodos locales, cabales y constantes, con indicación de sus características generales y especiales, o de sus insumos, detallando los elementos que incidan de forma directa en la calidad, reputación u otra característica del producto; y para efectos de verificar que la descripción de los controles y la trazabilidad empleada asegure que el producto producido cumpla con el pliego de condiciones, se deberá detallar la información sobre el envasado y etiquetado cuando el solicitante determine y justifique que el envasado tiene que producirse en la zona geográfica delimitada para salvaguardar la calidad, reputación u otra característica o garantizar el origen del o los productos, conforme corresponda.

Estas directrices están en el apartado del reglamento 3 del Código de ingenios, en el acuerdo No. SENESCYT-2020-077, sobre el artículo 280.- Pliego de condiciones (SENESCYT, 2020).

Una vez cumplido los requisitos en el pliego de condiciones, se procede hacer una guía de control para reglamentos de uso de la Denominación de Origen, en donde mediante aprobaciones de las entidades reguladoras se permitirá la administración de la misma. Para realizar esta administración será autorizada por medio de una petición a la institución delegada a licenciar esta postulación, es decir, el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (SENADI).

Recolectando todos estos documentos se solicita a la Comisión de Seguimiento del Sistema Interinstitucional para el Fomento y Protección de Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas del Ecuador, la valoración antecedente.

Finalmente, cuando todos los documentos están revisados y avalados con la comisión, el trámite correspondiente para el funcionamiento de este reconocimiento es: solicitar a la SENADI la Denominación de Origen.

Tal como expresa Declaratoria de denominación de origen ecuatoriana para personas naturales o jurídicas nacionales | Ecuador - Guía Oficial de Trámites y Servicios (2021):

- Solicitar asesoría personalizada en las Oficinas del SENADI.
- Ingresar el requerimiento a través del sistema de solicitudes en línea.
- Esperar la inspección realizada.
- Ingresar documentación solicitada por el SENADI.
- Recibir notificación respecto a la resolución del trámite.
- Recibir la notificación de la declaratoria en caso de ser aprobada o negada.

Cabe recalcar que este proceso puede variar de acuerdo a los diversos productos que quieran obtener esta denominación, también, sus trámites de acuerdo a sus características específicas.

16.6 Organizaciones que entregan dicho reconocimiento

La Comisión de Seguimiento del Sistema Interinstitucional para el Fomento y Protección de Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas del Ecuador, está compuesta por varias entidades gubernamentales que tienen el objetivo de revisar todo el transcurso de la trazabilidad para que un producto pueda tener una Denominación de origen (Ministerio de producción, comercio exterior y pesca, s.f.). Dentro de las cuales están las siguientes instituciones:

- Ministerio de producción, comercio exterior y pesca (MPCEIP), entidad encargada de liderar los procesos para la Denominación de origen Ecuatoriana
- Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (SENADI)
- Ministerio de Agricultura y ganadería (MAG)
- Secretaría nacional de educación superior, ciencia, tecnología e innovación (SENESCYT)

Además, cabe recalcar que si para un producto en especial se necesita de más entidades reguladoras que no fueron mencionadas anteriormente, serán citadas para el correcto proceso.

16.7 Ventajas y limitaciones para hacer una denominación de origen para las bebidas de fruta fermentadas.

Tomando en cuenta que para obtener una denominación de origen sobre cualquier producto, este debe mantener altos estándares de calidad, merecimientos, reputación y una característica específica distintiva sobre el mismo, también se debe atribuir la geografía de donde nace, fábrica, cosecha o se extrae, siendo que estas deben de cumplir factores naturales, climáticos y humanos.

Ahora bien, las ventajas para todo producto que tenga esta designación en sumamente significativo por la importancia de distinción directa sobre tal insumo.

Frente al tema, Quevedo y Ponce (s. f.) afirman que los beneficios más importantes son:

- Posicionamiento en el mercado (nacional e internacional)
- Incremento en el precio de los productos
- Seguridad en el consumidor al adquirir productos con calidad garantizada
- Generación de fuentes de empleo
- Mejora de la imagen del país
- Iniciativa a la atracción turística

Por lo cual al tener este reconocimiento será muy importante para la empresa productora esta iniciativa, los fabricantes de bebidas fermentadas están totalmente de acuerdo que se plantee esta opción en sus instituciones y de ser el caso, ponerla en marcha al cumplir los requisitos bajo un nombre propio que enaltezca más su producto.

En consecuencia, las únicas limitaciones que se tendría para desarrollar este plan sobre las empresas de bebidas de fruta fermentadas llamadas vino es: identificar o analizar, cuales cumplen con todos los requisitos del código de ingenios en su apartado de pliego de condiciones, puesto que son los más largos y demandantes para obtener este reconocimiento, finalmente las empresas que estén dispuestas a realizar todos los requerimientos y trámites para conseguir esta denominación.

CAPÍTULO CUARTO

17 Mal uso del término vino

La primera entidad reguladora en el Ecuador encargada de controlar buenas prácticas de manufactura (BPM), condiciones higiénico sanitarias para productos tanto de consumo humano como de su uso también y principalmente ordenadora de entregar permisos de funcionamiento y verificaciones sanitarias, es la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA).

Partiendo desde este punto, en la norma vigente, Instructivo Descriptivo de Establecimientos Sujetos a Vigilancia y Control Sanitario (2019) afirma que: "establecimientos destinados a la elaboración de productos obtenidos mediante la fermentación alcohólica del mosto de uvas" (p.30) son los establecimientos destinados a la elaboración de vinos, lo que quiere decir que esta institución tiene que hacer vino a partir de la uva, en congruencia con las BPMS para que la empresa, ya sea: pequeña, mediana o grande industria, pueda tener la descripción correcta de la compañía, esta poseerá como respaldo en su trámite de renovación o emisión del permiso de funcionamiento brindado por el ARCSA.

Por otro lado, en la normativa técnica sanitaria sustitutiva para alimentos procesados, aditivos alimentarios, plantas procesadoras de alimentos y aditivos alimentarios, establecimientos de distribución, comercialización, transporte de alimentos y aditivos alimentarios y establecimientos de alimentación colectiva, dedicada a instituir de manera correcta las buenas prácticas de manufactura y los requisitos para la realización de la notificación sanitaria, expresa en su apartado Modificaciones a la notificación sanitaria, Art. 48.- las bebidas alcohólicas fermentadas al ser de diferente materia prima y contribuyendo a factores disímiles, tienen que tener un control en el grado alcohólico, de tal manera, esta norma afirma que: "Vinos de frutas con o sin gas, espumosos o no +- 1,5% vol." (2019). Ahora bien, hay una pequeña incongruencia de error de acuerdo a la anterior norma, mediante la especificidad de las bebidas de fruta fermentadas y el vino. Dicho sea de paso el detalle de grado alcohólico con vinos está bastante general de acuerdo a la explicación de una bebida gasificada sobre un vino espumante.

Considerando que, en primera instancia esta entidad reguladora tiene vacíos argumentales dentro de la misma, en una entrevista con Flavio Sigcha, representante comercial de la empresa El Último Inca, institución dedicada a la producción y venta de "vinos de frutas", expresa que en la creación de su empresa al momento de generar todos los permisos pertinentes de funcionamiento, el ARCSA les impone el término vino en sus bebidas, a pesar de que no

especifica en ningún momento que esta puede ser de cualquier fruta y como en su norma específica que el vino proviene del mosto de la uva. Claramente hay una inconveniencia de términos, regulación y distinción desde este permiso para la creación de la empresa.

Ahora bien, dentro de las políticas reguladoras de los productos expendidos en el ecuador existen las normas INEN, reglamentadas por el Instituto Ecuatoriano de Normalización, institución que se encarga de: "formular las normativas técnicas nacionales, de la ejecución de los procesos del sistema ecuatoriano de calidad, normalización, reglamentación técnica, evaluación de la conformidad y metrología de los productos ecuatorianos" (Mme,2022). De tal manera que, las normas INEN avalan que el producto fue inspeccionado previamente para que esté en condiciones óptimas de calidad hacia el cliente, mediante la normativa técnica ecuatoriana y de esta forma puede ser competente tanto nacional como internacionalmente.

Una de las normas INEN que regula los vinos es la número 374 con el título BEBIDAS ALCOHÓLICAS. VINO. REQUISITOS (INEN, 2016), norma vigente desde el año 2016 como cuarta revisión de la misma, en esta establece todos los requisitos que tiene que tener esta bebida para poder expender al público como: aplicaciones, referencias normativas, clasificación, requisitos, términos y definiciones. En este apartado la norma INEN (2016) expone que "vino, bebida obtenida exclusivamente de la fermentación alcohólica completa o parcial de la uva fresca, o del mosto concentrado de uva" (p. 2). En los siguientes puntos habla de la diferencia entre vinos tranquilos, espumosos y clasificados, pero reconociendo en esta norma legal ecuatoriana que los vinos son específicamente de la uva, citando a la organización internacional del vino (OIV) que manifiesta este concepto de la bebida.

Por otro lado, la norma INEN 374 regula BEBIDAS ALCOHÓLICAS. VINO DE FRUTAS. REQUISITOS (INEN, 2016). Norma que está vigente en el país desde el año 2016 como tercera revisión, en la cual establece los mismos requisitos que la norma anterior, pero esta con el apartado de vinos de frutas en la cual en términos y definiciones expone que: "Vino de frutas obtenida de la fermentación alcohólica completa o parcial de frutas, o jugo concentrado de frutas" (p. 2). Continuando en la tabla de requisitos físicos y químicos para el vino de frutas (INEN, 2016) la organización citada en este fragmento del documento es la OIV, en donde los requisitos físicos y químicos que se muestran en esta tabla es para vinos de uva puesto que esta entidad expone como definición a los vinos es "El vino es, exclusivamente, la bebida resultante de la fermentación alcohólica, completa o parcial, de uvas frescas, estrujadas o no, o de mosto de uva. Su contenido en alcohol adquirido no puede ser inferior a 8,5% vol." (OIV, 2016). Organización que es reguladora del vino internacionalmente y dentro de las

normas INEN nacionales es el código más importante citado en estos documentos dedicados a la regularización de productos ecuatorianos.

No obstante, en el Código de Internacional de Prácticas Enológicas, documento de la Organización Internacional del vino (OIV), manuscrito citado en las normas anteriores. Existe un apartado en donde habla de frutas, expresando que: los vinos admitidos por esta organización en donde se pueden utilizar las frutas es para aromatizar la bebida, en la cual también se puede usar hierbas aromáticas, especias, partes de vegetales y productos alimenticios sápidos, como también, productos vitivinícolas o bebidas a base de vino (OIV, 2016), enunciando que el vino puede inducir varias cosas para su producción pero la materia principal de esta bebida es la uva.

Cabe recalcar que, el documento citado anteriormente también está regulado en el año 2016 siendo esta la última revisión del mismo y última revisión de las normas ecuatorianas expuestas inicialmente, es decir que en el mismo año de actualizaciones de los documentos se hizo la investigación para la nueva normativa ecuatoriana.

En síntesis, la organización mundial que regula el vino no reconoce al vino de frutas como uno de verdad, las entidades gubernamentales del país lo hacen citando a la mayor compañía que sistematiza este tema. Claramente existe un desconocimiento y confusión desde el mismo gobierno o una falta de investigación para que este contenido sea tratado con la cautela debida.

18 Propuesta de identificación y nombre propio a las bebidas de fruta fermentadas

Las bebidas de fruta fermentadas llamadas vino están desarrollándose mediante un crecimiento exponencial, es así que, a continuación se propondrá nombres propios para que estas bebidas tengan una identidad ecuatoriana enalteciendo de esta manera su producto.

Propuesta No 1.- Fruto noble (nombre del fruto): con este nombre se puede publicar la pureza de cada bebida, como también su elegancia en la etiqueta de la botella, exponiendo que un fruto ha sido fermentado para la creación de este licor.

Propuesta No2.- Fruto andino: la connotación andina está bien marcada en el Ecuador, puesto que varios de los frutos en los cuales se realizan estas bebidas son a partir de esta región, de tal manera que, se expone de qué lugar se es fabricada esta bebida, teniendo una identidad más cercana al lugar de expedición.

Propuesta No.-3 Wayu Raymi: en diccionario español quechua escrito por Julio Calvo (2022) afirma que: wayu significa fruta (p. 1275) y Raymi significa fiesta (p.938), lo que en

esta propuesta de nombre conjugado las dos palabras en este idioma significa, fiesta de la fruta o el fruto, un seudónimo que describe varias de las características primarias de esta bebida exponiendo de manera enaltecida la identidad ecuatoriana desde sus inicios, publicitando que es un licor que se hace dentro del país con los mejores estándares de calidad y la cultura autóctona del Ecuador en su máxima riqueza.

Propuesta No4.- Agraz: teniendo en cuenta que más del 50% de bebidas de fruta fermentadas en el país se realizan a partir del mortiño, este nombre sería el ideal puesto que, agras silvestre es una de las maneras de llamar esta fruta, como también grosella roja, arganzón, arándano agraz (OCATI, 2022) entre otras. Este seudónimo tendría la probabilidad de darle una publicidad enaltecida y comercializarse en lugares en donde no se lo ha hecho ya que es una palabra que no es común, al no serla, dentro del marketing esta resulta muy atractiva al público en general. Cabe recalcar que este nombre solo se podrá dar a las bebidas que vengan de esta baya en especial, dado que esta es un sinónimo de la misa, de otra forma estaría mal usar este nombre en una bebida hecha a base de otra fruta.

Esta iniciativa puede ayudar a la reactivación de estas bebidas bajo un nombre propio e incentivar al conocimiento sobre la distinción de estas sobre el vino, publicitando el producto ecuatoriano como dos vertientes totalmente distintas, pero cada una con una excelencia de calidad dentro de sus terrenos de experticias.

19 Investigación de campo

Se realizó una investigación de campo en donde se entrevistó a profesionales dentro del mundo vinícola con preguntas direccionadas al tema central del proyecto. Estos profesionales tienen un amplio conocimiento en el mundo del vino puesto que su extensa trayectoria como sommeliers, productores y gerencia de ventas han creado una experticia que es de importancia dentro del campo. En todos los tópicos que se expondrá a continuación se evidencio que las personas entrevistadas llegaron a un consenso unánime en el tema de conversación.

Internacionalmente la cultura del vino llega desde la niñez, en donde los padres inician con la fase olfativa para que los niños se vayan familiarizando con esta bebida, inclusive lo toman en cantidades mínimas por tratarse de una bebida alcohólica. En la adultez cuando una visita llega a casa la costumbre es abrir una botella de vino para compartirla con los invitados, por el contrario en el Ecuador, esta práctica se reduce al té y principalmente al café.

19.1 Vino Ecuatoriano

Hace 20 atrás no había vino, el que llegaba al país venía directamente de los países vecinos como chile o argentina, ahora la cultura está en desarrollo y en un crecimiento que ha tomado su tiempo en evolucionar mediante catas, eventos, capacitaciones, lo que genera un incremento en el consumo a más de una copa por persona, puesto que hace dos décadas el consumo era de una copa per cápita. Contrastando internacionalmente, en países vinícolas el consumo es de 60 copas por individuo, el incremento en el país es tardío pero se ha logrado que haya más demanda de vino y poco a poco estos están teniendo más conocimiento en estas bebidas.

Para impulsar el consumo de vino se hace desde los consumidores ya que cada uno es un influencer, incentiva a las personas a probar esta bebida mediante invitaciones en la casa con un maridaje en reuniones sociales, las publicaciones en redes de internet, estas acciones crea conocimiento e intriga sobre el vino que va creciendo en el país.

Con respecto a los vinos ecuatorianos hay un conocimiento grande sobre la empresa Dos Hemisferios, es la institución más conocida y su producto emblema es el vino, Enigma Chardonay, no obstante, están familiarizados con Chaupi Estancia Winery y Viña del Guayacán. Dentro de las empresas ecuatorianas existe una compañía joven ubicada en el cantón Cayambe, la cual está empezando su producción de vino y como consecuencia está en marketing haciendo invitaciones al público y Sommeliers, para que sean conocedores del vino, así lo expresan todos los entrevistados.

Por otro lado, de acuerdo al viñedo de Chaupi Estancia llegaron al consenso de decir que es el viñedo que marcó el mundo vinícola en el país al ser el primero, pero, con una producción baja de botellas en el mercado, finalmente expresan que es una empresa que ya cerró y no está en funcionamiento. Dentro de la investigación se pudo evidenciar que esta empresa cerró momentáneamente pero, ahora está en remodelación y pronto expenderá botellas de vino nuevamente en el mercado ecuatoriano.

Finalmente, es difícil introducir el vino en el Ecuador puesto que no es un país con estaciones que permita que la planta crezca en estas condiciones, esto hace que los costos de producción puedan ser más elevados y que los viñedos solo estén en una región del país, cabe recalcar que hay viñedos en varias zonas ecuatorianas, pero estas son de diferentes productoras de vino. No obstante, esta condición también hace que el vino que se produce sea único y pueda tener una diferenciación significativa con respecto a otras marcas.

19.2 Ecuador, un mercado para bebidas de fruta fermentadas

Las bebidas de frutas fermentadas o con un proceso similar al vino, parte desde una premisa clave que dentro del país no se tiene una identidad propia y quizá por esta razón se pretende copiar varias cosas.

La entidad reguladora del vino es la Organización internacional de vino (OIV), esta es una bebida que proviene exclusivamente de la uva, fermentación alcohólica parcial o total de la uva que puede ser estrujada o no, o del mosto de la misma. Partiendo desde este punto, no se puede tener vino de otra fruta o especia, etc., y las otras bebidas quedan excluidas.

Por otro lado, hay varios productos con denominación de origen o con un nombre propio, lo que hace que este mismo bien no se pueda expender en otras partes del mundo con el mismo nombre que tiene en su localidad primaria, como por ejemplo: el tequila es de México y en otro lado del planeta no se puede llamar igual, en consecuencia se quiso llamar a una bebida del Ecuador, tequila ecuatoriano debido a que esta tiene un proceso similar al licor del país Azteca. Pero se encontró que no se puede dar el mismo nombre, de manera que se le puso una designación ancestral como es el "Miske" y así este obtuvo denominación de origen ecuatoriana bajo un nombre propio.

Con las bebidas de fruta fermentadas podrá pasar un proceso similar ya que estas si hay evidencia del consumo preincaico, buscarle ese contexto cultural ancestral sobre estos licores con un nombre asociado a la misma cultura nacional. Ahora bien, si se busca la denominación de origen de estas bebidas tendrían que ser de calidad máxima, acorde con la identidad ecuatoriana, considerando que por el momento la mayoría de estos productos tienen una manufactura artesanal y la investigación está en proceso para crear un licor de gama alta, por el momento estas están situadas en una gama media baja y baja.

19.3 Término vino en estas bebidas de fruta fermentadas

Es una cuestión de marketing bástate marcada en el país, desde que lo llaman vino hasta la botella en la que son exhibidas, a causa de ello, el consumidor que no está inmerso en la cultura vinícola piensa que esta bebida es vino, la compra para un sinnúmero de ocasiones, al ser una palabra mucho más conocida y que está en todas las etiquetas, su presentación está dentro de las mentes como una botella de vino, lo que genera confusión y desconocimiento en el público en general. De tal manera que no se puede seguir impulsando algo que está incorrecto, hay que cambiarlo para bien, manteniendo la distinción y calidad de las bebidas.

Con respecto a las entidades gubernamentales que regulan la fabricación y autorización de inocuidad para que estas bebidas sean expendidas, existen vacíos dentro de las mismas, en el Ecuador cuando se consigue un registro sanitario ya se puede vender el producto, en primer lugar se tendría que reconocer que bien obtuvo este registro, en este caso para las bebidas de fruta fermentadas se puede obtener dicho permiso, pero no como una botella de vino. No obstante, si la fuente reguladora es la OIV, esta organización tendría que abolir estos productos bajo este nombre, considerando que los están aludiendo de manera equivocada. Desde las instituciones más fuertes que tienen estas regulaciones hay que empezar por una convocatoria para que organice este tema.

19.4 Consecuencias locales

Dentro del mundo vinícola estas bebidas no afectan ni tienen un impacto directo, considerando que, los consumidores de vino saben que estos licores no los son, al momento que buscan una botella de vino, catas que se realizan, ferias vinícolas, reuniones en esta cultura en ningún momento se presenta a manera de degustación estas bebidas. Probablemente al público que los productores de estos brebajes sea un mercado totalmente diferente, y su comercialización de igual manera es independiente promocionándolas en ferias artesanales, gastronómicas y en redes sociales.

Ahora bien, para el público en general crea un impacto de confusión sumamente arraigado que cada vez hay más personas equivocadas sobre este tema, lo que genera que el consumo de vino sea dividido y aún más al momento de reconocer viñedos ecuatorianos.

19.5 Consecuencias de internacionales

Frente a extranjeros dentro del país o fuera, presentar estas bebidas de fruta fermentadas como vino no es un buen inicio ni una buena carta de presentación para el Ecuador, cabe recalcar que lo van a beber por curiosidad o por probar nuevos sabores, pero, el hecho de que en la botella tenga la palabra vino y este no sea de uva, generaría una mala interacción primaria con el país intuyendo que los ecuatorianos no son una nación nada vinícola y resultara una incoherencia.

19.6 Impacto

Frente al impacto dentro de los entrevistados hubo una persona que tuvo una perspectiva diferente, este participante afirma lo siguiente;

Es claro que hay un desconocimiento y confusión sobre los vinos en el país al no ser una región vinícola, la desconcierto llega a gran escala desde que varias personas que quieren consumir un vino y no es tinto ya piensan que no es vino, sabiendo que esta bebida tiene varias características organolépticas y de color. Si ya hay esta inexperiencia dentro de clientes que quieren ser consumidores vinícolas, aún más se interpretará una botella de fruta fermentada con el nombre de vino.

El impacto de estas bebidas afecta al productor y vendedor de vinos ecuatorianos sea en restaurantes, locales especializados en vino o comerciantes, dado que estas bebidas frenan el trabajo de personas en el sector vinícola que están haciendo para dar a conocer el vino y su consumo en el Ecuador. Considerando que, se busca llegar a todo tipo de público para que esta cultura crezca, entonces estas personas cuando encuentran estas bebidas de fruta fermentadas y en la etiqueta dice vino va a seguir llamándolo de la misma manera, esto afecta al profesional que está trabajando en que la gente conozca el vino.

Consecuentemente las interpretaciones fueron en su mayoría en un consenso claro que reafirma ideas sobre la producción vitivinícola ecuatoriana, de tal manera que existe un desarrollo en esta industria, pero a la vez esta está inmersa en una gran confusión por parte de los ciudadanos del país.

CAPÍTULO QUINTO

20 Marco metodológico materiales y métodos

20.1 Organización metodológica

La organización metodología son las directrices que se debe cumplir y seguir para la recolección y análisis sobre la información que requiere el proyecto de investigación, mediante este camino se busca también conseguir los objetivos planteados. En el momento en el que se plantea la organización metodológica para una tesis es necesario tener en cuenta que, según la problemática diseñada o el ambiente de la misma, se deberá establecer la metodología que se empleará. Es decir, cuáles serán los métodos seleccionados, instrumentos y técnicas que estarán inmersos sobre los objetos propuestos, los recursos favorables y finalmente las características de la población a estudiar o el lugar delimitado (Posso, 2013)

20.2 Enfoques de investigación

Los enfoques más comunes de la metodología de la investigación es el enfoque cualitativo y el cuantitativo, cada uno tiene sus diferencias que establecen reglas para alcanzar un fin determinado dentro del proyecto (Cortés e Iglesias, 2004), cabe recalcar que existe otro enfoque llamado mixto el cual reúne el sistema de los dos métodos anteriores, bajo este enunciado los autores refieren las directrices de cada uno de los enfoques para su correcta aplicación del proyecto, a lo cual Cortés e Iglesias (2004) afirma que.

Enfoque cualitativo.- es una vía de investigar sin mediciones numéricas, tomando encuestas, entrevistas, descripciones, puntos de vista de los investigadores, reconstrucciones los hechos, no tomando en general la prueba de hipótesis como algo necesario. Se llaman holísticos porque a su modo de ver las cosas las aprecian en su totalidad, como un TODO, sin reducirlos a sus partes integrantes. Con herramientas cualitativas intentan afinar las preguntas de investigación. En este enfoque se pueden desarrollar las preguntas de investigación a lo largo de todo el proceso, antes, durante y después.

Enfoque cuantitativo.- toma como centro de su proceso de investigación a las mediciones numéricas, utiliza la observación del proceso en forma de recolección de datos y los analiza para llegar a responder sus preguntas de investigación. Utiliza la

recolección, la medición de parámetros, la obtención de frecuencias y estadígrafos de la población que investiga para llegar a probar las Hipótesis establecidas previamente.

Enfoque mixto.- En un enfoque mixto el investigador utiliza las técnicas de cada uno por separado, se hacen entrevistas, se realizan encuestas para saber las opiniones de cada cual sobre el tema en cuestión, se trazan lineamientos sobre las políticas a seguir según las personas que intervengan, etc., además esas encuestas pueden ser valoradas en escalas medibles y se hacen valoraciones numéricas de las mismas, se obtienen rangos de valores de las respuestas, se observan las tendencias obtenidas, las frecuencias, se hacen histogramas, se formulan hipótesis que se corroboran posteriormente. En este enfoque mixto se integran ambas concepciones y se combinan los procesos para llegar a resultados de una forma superior.

En el caso de la presente investigación se ha determinado utilizar el enfoque de investigación mixto debido a que, se determinó el modo cuantitativo en los números relacionados con la exportación, importación, producción, ventas, de cada una de las empresas y encuestas al público consumidor y no consumidor de todas las bebidas tratadas en el proyecto, para el recaudo de datos y análisis de los mismos. En el cualitativo se realizó mediante entrevistas a varias personas profesionales en el tema central de la investigación que dieron opiniones acertadas a los objetivos de la misma, también la observación o visitas en plantas productivas de las empresas como también, en lugares de expedición de sus productos y su marketing publicitario en medios digitales y físicos.

20.3 Técnicas de investigación

Las técnicas de investigación se refieren a recursos o procesos por los cuales el investigador realiza la recolección de todos los datos, por los cuales accede al conocimiento que se expone en el proyecto de investigación, de tal manera que esto permitirá que la información este analizada, organizada y recopilada por medio de estas técnicas (Godoy, 2023), con respecto a las técnicas con más uso son: las encuestas, entrevistas, focus group, relatos de vida, biografías, grabaciones, documental (Posso, 2013). Sabiendo que las técnicas que se manejan en la presente investigación son principalmente la documenta, encuestas, observación y entrevistas, para la correcta recolección de información que fueron colocadas directamente de acuerdo al objetivo general y específicos, frente estos recursos son mixtos por abarcar lo cuantitativo y cualitativo.

Documenta.- esta técnica es cualitativa, de modo que está encargada de analizar, verificar, recopilar e investigar por medio de la lectura en documentos académicos, libros revistas, periódicos, bibliografías, etc., de tal manera que los resultados sean de fuentes de investigación veraces con respecto al tópico central del proyecto mediante síntesis y análisis de los mismos (Ortega, 2023).

Observación.- es una técnica que tiene por objetivo observar de manera analítica el entorno en el que se plantea los objetivos del proyecto, posterior a esto la información recolectada es registrada y analizada para su correcta redacción, de tal manera que es cualitativo y tiene una opinión direccionada con respecto al autor de la investigación (Díaz, 2011).

Entrevistas.- según "La entrevista es una técnica de gran utilidad en la investigación cualitativa para recabar datos; se define como una conversación que se propone un fin determinado distinto al simple hecho de conversar" (Díaz et al., 2013), cuentan con una clasificación la cual es: estructurada, semiestructurada y no estructurada, en la presente investigación se utilizó la semiestructurada, debido a que estas pueden acomodarse a sus entrevistados a medida que el interlocutor podía aclarar términos prácticos o explicar ambigüedades o mantener la formalidad al margen que se lo requiera (Díaz et al., 2013).

Encuestas.- en una técnica de investigación que tiene como propósito emplear un conjunto de preguntas a un grupo determinado de personas con el objetivo de proporcionar información para verificar o rectificar una hipótesis y mediante esto descubrir una posible solución al problema (Gómez, 2023).

20.4 Propuesta metodológica

La propuesta metodológica del presente proyecto de investigación se estableció a partir del objetivo general y objetivos específicos, de tal manera que, el marco metodológico que de por medio se emplea las técnicas y enfoques que serán plasmados alrededor de toda la investigación.

En primer lugar, se expone que en la redacción teórica presentada en el primer capítulo de este proyecto fue por medio de la técnica documental en donde la información que se cosechó fue organizada y esquematizada por tópicos que están direccionados con los objetivos, de tal manera que en este apartado se exponen correctamente los conceptos más importantes que servirán para el proceso de la actual investigación. Con la misma técnica se abordan temas en los siguientes capítulos, los cuales son necesarios para el análisis del tópico central de este documento.

Las variables de consideración que se definen en los diagnósticos siguientes están desarrollados sobre las técnicas de encuestas, entrevistas y observación, los cuales fueron indicadores que evaluaron opiniones, investigaciones y marcos legales que implican el desarrollo del contexto gubernamental, productivo, cultural sobre el cual está basado el proyecto.

En el segmento del diagnóstico se produjo el análisis de toda la información que se recolectó por medio de todas las técnicas, de manera que de esta forma se llegó a tener una variable acertada en la dirección de la investigación.

20.5 Zona de estudio

La zona de estudio en la cual se basa esta investigación está delimitada en el tema del proyecto expuesto, en este caso el universo de estudio es a nivel nacional porque los viñedos están situados alrededor del país, lo que hace que el muestreo sea directamente a la cultura y producción vinícola del Ecuador. Igualmente las empresas dedicadas a la producción de bebidas de fruta fermentadas están a nivel nacional, ubicadas en muchos puntos geográficos del mismo. De modo que todas las interacciones con las dos industrias, consumidores y no consumidores están delimitadas en el universo ecuatoriano.

21 Análisis e interpretación de resultados

El análisis sobre los resultados que proyectaron el documento se expondrá a continuación por medio de tablas que explicaran analíticamente los derivaciones clave que se obtuvieron, estos presentarán los aspectos redactados en los apartados anteriores de la investigación, los cuales fueron sintetizados para utilizar las técnicas de investigación que se expondrán a continuación.

Matriz de análisis de respuestas de sommeliers, Ecuador 2023

Tabla 4

Sommeliers								
	Sommelier 1	Sommelier 2	Sommelier 3	Sommelier 4	Sommelier 5			
Es correcto el uso del término vino a las bebidas de fruta fermentadas	No	No	No	No	No			
Impacto a la cultura y producción vinícola ecuatoriana	No	No	No	No	No			
Las personas no consumidoras de vino tienen un desconocimiento sobre el vino y las bebidas de fruta fermentadas	Si	Si	Si	Si	Si			
Identidad ecuatoriana con nombre propio en las bebidas de fruta fermentadas	Si	Si	Si	Si	Si			
Percepción del extranjero e internacionalmente sobre las bebidas de fruta fermentadas ecuatorianas	Mala	Mala	Neutral	Mala	Mala			
Crecimiento vinícola ecuatoriano	Si	Si	Si	Si	Si			

Nota: se evidencio que todos los participantes están de acuerdo a que el uso del término vino en bebidas de fruta fermentadas esta incorrecto, debido a que vino es proveniente de específicamente de la uva, por otro lado argumentan que no hay un impacto de estas bebidas en la producción vinícola ecuatoriana puesto que, son dos cosas totalmente distintas que no tiene nada que ver la una con la otra, de esta manera el mercado del vino es uno completamente diferente al de las bebidas de fruta fermentadas. Ahora bien el crecimiento vinícola en el país sí ha incrementado en los últimos 20 años, ha sido una evolución pausada pero el número de consumo de copa por persona ahora es mayor que hace dos décadas, por tal motivo, es importante que se le dé un nombre propio a las bebidas de fruta fermentadas y así el Ecuador pueda tener una identidad sobre estos licores ya que existe una confusión debido a que el país no tiene una cultura vinícola. Finalmente estas bebidas aludidas como vino, dan una mala experiencia sobre el producto ecuatoriano, ya que el extranjero al cual se

direccionan estos brebajes conoce sobre el vino, lo que causa una incomodidad sobre ellos al probar bebidas con ese nombre, pero que no sea de uva, esta interacción es mala y el Ecuador pierde identidad y credibilidad por este respecto.

Tabla 5

Matriz de análisis de respuestas de vendedores y productores de vino, Ecuador 2023

Vendedores y productores de vino							
	Vendedor 1	Vendedor 2	Productor 1	Productor 2			
Es correcto el uso del término vino a las bebidas de fruta fermentadas	NO	NO	NO	NO			
Impacto a la cultura y producción vinícola ecuatoriana	Si	NO	Si	Si			
Identidad ecuatoriana con nombre propio en las bebidas de fruta fermentadas	Si	Si	Si	Si			
Dificultad en introducir el vino al Ecuador	Si	Si	Si	Si			

Nota: frente al tema los participantes están de acuerdo en que se le dé un nombre propio a las bebidas de fruta fermentadas, por tal razón del desconocimiento que se ha arraigado y de esta manera, aun piden en varias tiendas especializadas en vino, las bebidas de fruta, claramente no las encuentran y esto hace que el vino quede en segundo lugar, consecuentemente es dificil introducir la vitis vinífera al país para lograr este producto y también, la venta se ha mermado por que la demanda es mayor en las bebidas de fruta fermentadas. Finalmente el consenso es unánime una vez más con respecto a que el vino es únicamente de la uva.

Tabla 6

Matriz de análisis de respuestas de vendedores y productores de bebidas de fruta fermentada, Ecuador 2023

Vendedores y productores de bebidas de fruta fermentadas							
	Productor 1	Productor 1	Vendedor 2				
Decisión de llamar vino a las bebidas que ofrece	Norma	Norma	Norma				
Nombre propio a las bebidas que ofrece	Si	Si	Si				
Propuesta de denominación de origen para sus productos	Si	Si	Si				
Es correcto usa el término vino a las bebidas de fruta fermentadas	Si	Nose	Nose				
Impacto a la cultura y producción vinícola (vino de uva) ecuatoriana	No	No	No				

Nota: las decisiones de llamar vino a las bebidas de fruta fermentadas vienen directamente de las entidades reguladoras gubernamentales, las cuales se encargan del control de todas las bebidas, son ellas quien también se encargan de dar nombre y consecuentemente un seudónimo erróneo, por esta razón las personas inmersas en este mercado están de acuerdo a que se le dé un nombre propio a estas bebidas, y mientras se cumplan los requisitos, también, a buscar la manera de tener una denominación de origen, puesto que esto enaltecerá el producto que publicitan. Finalmente, en este mercado no existe un impacto debido a que para estas empresas, sus consumidores no son los de vino y las otras compañías dedicadas a la misma práctica lo reconocen como una oportunidad, ya que así, estas bebidas se conocen cada vez más y, el consumo será mayor.

22 Conclusiones

El Ecuador no es un país vinícola, por esta razón, existen personas consumidoras de vino que argumentan que este producto puede ser de otras frutas, lo que genera confusión en las personas, permitiendo que se siga arraigando esta medida en la demanda ecuatoriana.

En consumidores vinícolas, las bebidas de fruta fermentadas no tienen lugar de consumo, este grupo conocedor del vino expresa que esta bebida tienen que ser específicamente a partir de la uva, lo que afirma que el término está mal usado en otros productos

El paladar del ecuatoriano está direccionado principalmente con un índole más dulce, lo que hace que sea más atractivas las bebidas de fruta fermentadas para su deleite, frente al vino, puesto que este último, tiene propiedades variadas en el retrogusto que hacen que sea un producto bastante variado y cada uno es diferente por su cepa, clasificación e incluso aroma. Las bebidas de fruta generalmente son dulces y esto es lo más atrayente al público nacional.

Las regularizaciones en el país tiene varios vacíos legales, como normativas internas que son contradictorias entre sí, lo que causa confusión a los productores que quieren hacer fermentos, y el nombre viene directamente de estas entidades reglamentarias que están mal redactados, su investigación primaria para la publicación de dicho permiso es muy vaga

Si tienen un impacto estas bebidas en la producción vinícola ecuatoriana, dado que los números de producción de botellas y empresas de fermentos de fruta son mayores a las de vino. Solo existen 3 empresas de vino posicionadas en el país, con un número limitado de litros por año y una empresa más que se conoce está aún en proceso de salir al mercado, por otro lado las otras compañías que se dedican a la producción de bebidas de fruta fermentadas existen varias, que suman un incremento exponencial al pasar de los años.

Afecta de manera significativa que los fermentos de fruta se llamen vino, considerando que, el país no tiene una sociedad vinícola, lo que causa que el vino quede en segundo lugar frente a las bebidas, frenando así el trabajo de productores, sommeliers y vendedores ecuatorianos que quieren impulsar el vino nacional e internacional en el país, para que el consumo de copa per cápita siga aumentando y esta cultura en el Ecuador evolucione.

La denominación de origen con un nombre propio para estas bebidas de fruta fermentadas, es una iniciativa atractiva para ponerlo en pie, debido que generará una identidad ecuatoriana con una calidad honorable y fomentará el buen uso de los términos, como también, la excelencia de los productos ecuatorianos.

23 Recomendaciones

Incentivar la distinción de las bebidas desde ferias vinícolas, artesanales, reuniones sociales y en publicidad. De tal manera que cuando se haga esta diferenciación sea expuesta como cada una dentro de su clasificación, y así, poder impulsar la identidad ecuatoriana.

Investigar personalmente cada día por iniciativa propia todo lo que se bebe o se come, que esta iniciativa sea arraigada sobre el mayor público posible, para que de esta manera se tome más conciencia sobre el producto ecuatoriano.

Presionar a entidades gubernamentales sobre el mejor control en las leyes que regulan los productos de alimentos y bebidas en el Ecuador.

Dar un nombre propio autóctono, ancestral y direccionado enfáticamente a el Ecuador, a todas las bebidas de fruta fermentadas, desde los productores de estas hasta los consumidores, para que no se pierda más identidad ecuatoriana.

La industria del vino en el ecuador debería inmiscuirse directamente con las normas reguladoras que están afectando a este mercado, en la defensa del consumidor y entidades gubernamentales, explicando hechos en documentos que avalen la responsabilidad de estas instituciones sobre la fundamentación de sus normas.

Encuestas

Esta encuesta se dividirá en dos partes, debido a que esta direccionada a consumidores de vino y no consumidores, puesto que se analizó un universo en el mercado ecuatoriano ya que existen 3 empresas de vino a nivel nacional situadas en varias partes del país y compañías de bebidas de frutas fermentadas de igual manera, estando en varias provincias del Ecuador. Para un mejor muestreo las personas elegidas en la encuesta fueron individuos al azar en el país, que previo a resolver el cuestionario se especificaban como no consumidores de vino. Por otro lado, el público vinícola fue elegido en varios grupos selectos a nivel nacional en donde es evidente esta cultura.

Las preguntas dentro de las encuestas fueron realizadas mediante un análisis con respecto a la investigación, dado que los resultados encontrados en el proyecto contrastan de manera significativa en las personas encuestadas, en donde se muestran datos completamente reales que de acuerdo a la evolución de las preguntas, el análisis de cada una enriquecerá la investigación de manera significativa.

Personas aficionadas al vino

Figura 1

Pregunta No.1

Respondidas: 38 Omitidas: 2

¿Con qué regularidad consume vino?

Una copa al mes

Una copa a la semana

De 2 a 5 copas a la semana

De 6 a más copas a la...

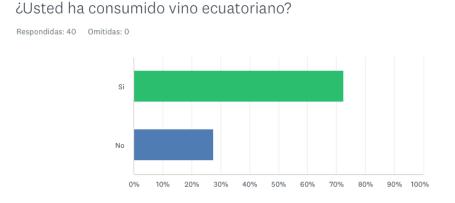
DPCIONES DE RESPUESTA

OPCIONES DE RESPUESTA	▼ RESPUESTAS	~
▼ Una copa al mes	57,89 %	22
▼ Una copa a la semana	23,68 %	9
▼ De 2 a 5 copas a la semana	15,79 %	6
▼ De 6 a más copas a la semana	2,63 %	1
TOTAL		38

Nota, es evidente que dentro de un país que no es vinícola, es decir, que no tiene asentado la cultura del vino como propio, aun las cifras están en una copa al mes por persona siendo que estas ya son consumidores o aficionados al vino.

Figura 2

Pregunta No.2



OPCIONES DE RESPUESTA	▼ RESPUESTAS	•
▼ Si	72,50 %	29
▼ No	27,50 %	11
TOTAL		40

Nota, aun dentro del país no hay una tasa alta de conocimiento del vino ecuatoriano, siendo que un número elevado estaría por arriba del 93%.

Figura 3

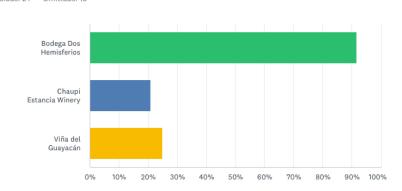
Pregunta No.3

Alma Natura
7/9/2023 21:12
2 hemisferios
7/9/2023 21:09
Del morro, armonia, bruma, travesía, almirante, paradoja, tomas
7/9/2023 20:49
Dos hemisferios
7/9/2023 15:31

Nota, frente a esta interrogante hubo un gran porcentaje (50%) de respuestas a favor sobre el viñedo Dos Hemisferios en su mayoría citaban solamente la marca pero un 10% escribió directamente el nombre del vino dentro de la marca. Por otro lado Chaupi Estancia Winery tuvo el 2% de respuestas, finalmente un 20 % de los encuestados afirma que las bebidas de fruta fermentadas son vino ecuatoriano y un 25% no conoce vino ecuatoriano, afirmando la respuesta del enunciado anterior.

Figura 4

Pregunta No.4 ¿Reconoce alguna de estas empresas? Respondidas: 24 Omitidas: 16

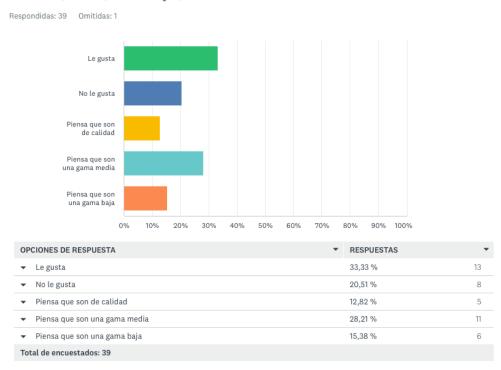


OPCIONES DE RESPUESTA	▼ RESPUESTAS	•
▼ Bodega Dos Hemisferios	91,67 %	22
▼ Chaupi Estancia Winery	20,83 %	5
▼ Viña del Guayacán	25,00 %	6
Total de encuestados: 24		

Nota, alrededor de un 25% de personas se abstuvieron de responder esta pregunta, lo que quiere decir que el mismo porcentaje tiene un desconocimiento sobre vinos ecuatorianos.

Pregunta No.5

¿Qué opina sobre las bebidas de frutas fermentadas llamadas vino como mortiño, mora, maracuyá, etc.?

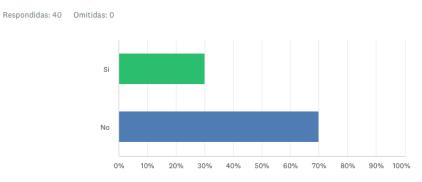


Nota, las respuestas a esta interrogante son extremadamente variadas, es decir que, hay un concepto diversificado al momento de hablar de bebidas de frutas fermentadas.

Figura 6

Pregunta No.6

¿Considera que es correcto denominar a estas bebidas vino?



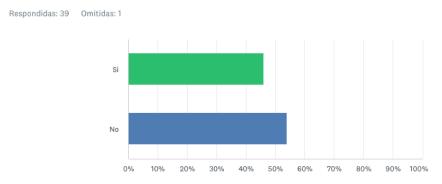
OPCIONES DE RESPUESTA	▼ RESPUESTAS	•
▼ Si	30,00 %	12
▼ No	70,00 %	28
TOTAL		40

Nota, las mismas personas encuestadas que pusieron vino de frutas y que les gusta esta bebida, son el porcentaje que afirma que está bien llamar vino a estos brebajes, lo que quiere decir que existe de antemano una confusión dentro de la afirmación, delimitando un grupo específico que corrobora el enunciado.

Figura 7

Pregunta No.7

¿Cree usted que tengan un impacto estas bebidas con respecto a consumidores vinícolas?



OF	PCIONES DE RESPUESTA	•	RESPUESTAS	•
•	Si		46,15 %	18
-	No		53.85 %	21

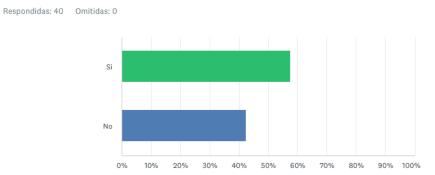
Pregunta No.8

- '	minación de origen a estos productos rmita identificarlo como bebida	
Respondidas: 34 Omitidas: 6		
RESPUESTAS (34) 🗎 NUBE DE PALABRAS	⊕ ETIQUETAS (0)	
Sería una buena opción ya que ayudaría a frutas y tambien ayudaria con el conflicto	a identificar de mejor manera este tipo de bebidas fermentadas p o que tienen los vinicolas.	roviente de otras
13/9/2023 18:48	Ver las respuestas del encuestado A	gregar etiquetas 🕶
Existen muchas cosas buenas que el Ecu	ador ofrece, pero siempre falta apoyar lo nuestro	
13/9/2023 18:44	Ver las respuestas del encuestado A	gregar etiquetas 🕶
Es dar un nombre propio y original desde	sus yacimientos	
13/9/2023 18:41	Ver las respuestas del encuestado A	gregar etiquetas 🕶
Si se lo podría por las normas del proceso	o que requiere hacer la preparación del producto	
13/9/2023 18:32	Ver las respuestas del encuestado A	gregar etiquetas▼

Nota, frente al tema un 95% de los encuestados afirma que es una buena iniciativa fomentar la denominación de origen en estas bebidas, puesto que de esta manera se expondrá la identidad ecuatoriana mediante un nombre propio del licor sin que este se llame vino. Por otro lado un mínimo grupo afirma que dependería de la fruta que sea utilizada como materia prima para que este extracto tenga la denominación de origen, y finalmente otros aseveran que no está bien hacerlo.

Pregunta No.9

¿Cree usted que el uso del término vino en estas bebidas pueden impactar a la industria de producción de vino ecuatoriano?



OPCIONES DE RESPUESTA	▼ RESPUESTAS	•
▼ Si	57,50 %	23
▼ No	42,50 %	17
TOTAL		40

Figura 10

Respondidas: 33 Omitidas: 7

Pregunta No.10

De acuerdo a la pregunta anterior, sustente su respuesta

RESPUESTAS (33)	⊕ NUBE DE PALABRAS	⊕ ETIQUETAS (0)		
Si, ya que el consu	umidor vería más factible e	el consumo de este tip	po de bebidas bajo el nombre de vino.	
13/9/2023 18:48			Ver las respuestas del encuestado	Agregar etiquetas▼
Impacta a la econ	omía del país			
13/9/2023 18:41			Ver las respuestas del encuestado	Agregar etiquetas▼
Si por estándares	de calidad del producto y	tener una buena bebi	da	
13/9/2023 18:32			Ver las respuestas del encuestado	Agregar etiquetas▼
Siempre y cuando	sea un producto de calida	ad		
13/9/2023 18:27			Ver las respuestas del encuestado	Agregar etiquetas▼
Por la identidad				

Nota, con respecto a esta pregunta hay un impacto en la producción de vino ecuatoriano siempre y cuando las bebidas de fruta fermentadas sean de una calidad de excelencia, tomando en cuenta también, que es un tema cultural en el país, el no conocer debidamente el mercado vinícola al llamar vino a estas bebidas. Por otro lado, cuando no tiene un impacto, el consenso es que son dos cosas totalmente distintas y los consumidores importantes de vino saben que estos licores están mal nombrados, ya que saben diferenciarlo y no tendrían relevancia en la demanda vitivinícola.

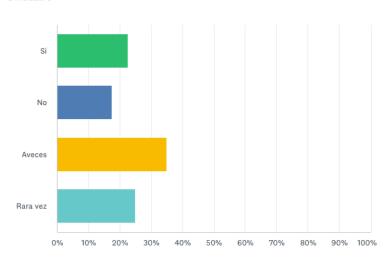
No consumidores de vino

Figura 1

Pregunta No.1

¿Consume usted vino?

Respondidas: 40 Omitidas: 0



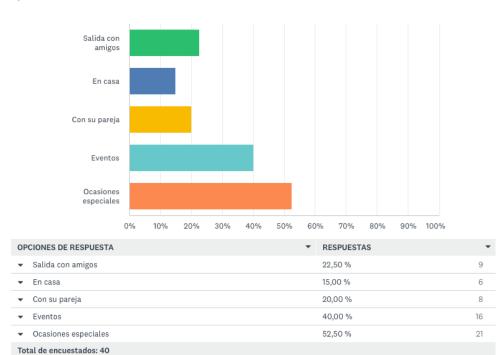
OPCIONES DE RESPUESTA	▼ RESPUESTAS	•
▼ Si	22,50 %	9
▼ No	17,50 %	7
▼ Aveces	35,00 %	14
▼ Rara vez	25,00 %	10
TOTAL		40

Figura 2

Pregunta No.2

¿En qué ocasiones consume vino?

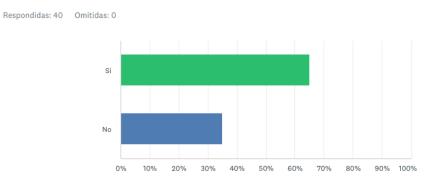
Respondidas: 40 Omitidas: 0



Nota, las personas que no están inmersas en el consumo directo de vino, en su mayoría lo degustan en ocasiones especiales o eventos, lo que quiere decir que hay un desconocimiento y beben lo que en ese momento se les entrega, sin tener la certeza de las innumerables vertientes que tiene el vino.

Pregunta No.3

¿Has consumido vino ecuatoriano?



OPCIONES DE RESPUESTA	•	RESPUESTAS	•
▼ Si		65,00 %	26
▼ No		35,00 %	14
TOTAL			40

Figura 4

Pregunta No.4

Respondidas: 31 Omitidas: 9

Menciona que vinos ecuatorianos que conoce

Nota, en este apartado se puede evidenciar que la mayoría de personas con un porcentaje aproximado del 80% que no son consumidores de vino piensan que las bebidas de fruta lo son, nombrando sus marcas e inclusive las diferentes frutas que encuentran en el mercado, dentro de ellas también hay un mínimo porcentaje que nombra vinos de mesa o marcas de vino de gama baja importado desde el exterior y comercializado por empresas ecuatorianas. El último porcentaje reconoce al viñedo Dos Hemisferios.

Figura 5

TOTAL

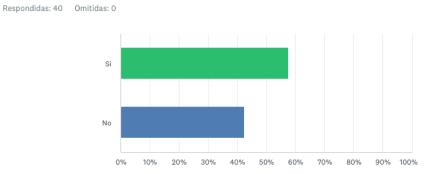


Nota, con respecto a esta pregunta se evidencia una confusión clara, puesto que en el apartado anterior las personas en su mayoría expresaba que el vino puede ser de cualquier fruta

40

Pregunta No.6

¿Cree usted que la industria del vino en el ecuador está creciendo?



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	•
▼ Si	57,50 %	23
▼ No	42,50 %	17
TOTAL		40

Figura 7

13/9/2023 18:30

Pregunta No.7

Respondidas: 34 Omitidas: 6

De acuerdo a la pregunta anterior, sustente su respuesta

RESPUESTAS (34)	⊕ NUBE DE PALABRAS	⊕ ETIQUETAS (0)			
Ecuador es considerada y más nombrada en la cerveza ya sea industrial o artesanal lo que cabe en vinos no existen viñedo o exportadores de relevancia					
13/9/2023 18:49		Ver las respuestas del encuestado	Agregar etiquetas▼		
Cada vez hay más marcas do 13/9/2023 18:36	e vinos reconocidas ecuator	rianas Ver las respuestas del encuestado	Agregar etiquetas▼		
En la venta de productos de emprendimiento se ve que existen algunas marcas nacionales					
13/9/2023 18:35		Ver las respuestas del encuestado	Agregar etiquetas▼		
No tengo conocimiento de o	uue fabriguen vino para exp	prtar			

Ver las respuestas del encuestado Agregar etiquetas ▼

Nota, en este respecto hay respuestas bastante similares, en relación a si el vino si está creciendo en el Ecuador los participantes llegaron al consenso que cada vez hay más ferias dedicadas al vino y en es estas están inmersas empresas artesanales con los vinos de frutas, por otro lado en ferias culturales, empresariales o en publicación de productos, abundan en gran cantidad los "vinos de frutas", lo que quiere decir es que nuevamente las personas ecuatorianas aseveran que el vino está creciendo en el país por ver en su mayoría compañías dedicadas a estas bebidas. En otro orden de las cosas, en la negativa del crecimiento exponen que, la posición geográfica del país hace que el vino tenga que ser más caro frente a marcas extranjeras y probablemente de más calidad a menos precio, también exponen que el licor crece en el país puesto que a teniendo muchas empresas de relevancia en el mercado nacional e internacional, pero el vino no, y se ha vuelto desconocido en el Ecuador, volviéndose una bebida de un grupo selecto de personas y con la confusión de que esta es para altos estatus económicos. Finalmente un mínimo porcentaje no pudo argumentar su respuesta.

Figura 8

Pregunta No.8

Porque se ha decidido a consumir bebidas de frutas fermentadas (vinos) de frutas, de ser su respuesta negativa siga a la siguiente pregunta Respondidas: 15 Omitidas: 25						
RESPUESTAS (15)						
Por conocer la fermentación de frutas y sabores 6/9/2023 19:15						
Por su sabor						
6/9/2023 17:09						
Frutas 6/9/2023 16:45						
Probar distintos sabores						
6/9/2023 13:07						

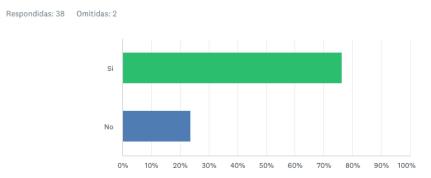
Nota, en el análisis de este fragmento se evidencio que las personas beben bebidas de fruta fermentadas por su sabor o por conocer nuevos sabores, sabiendo que el retrogusto en el paladar

de estas bebidas es dulce, no obstante, la mayoría de los participantes se abstienen de responder esta pregunta.

Figura 9

Pregunta No.9

¿Considera que si desea exportar las bebidas de fruta fermentadas con el término vino, estas generarían una identidad como producto de vino ecuatoriano?



OPCIONES DE RESPUESTA	▼ RESPUESTAS	•
▼ Si	76,32 %	29
▼ No	23,68 %	9
TOTAL		38

Figura 10

Pregunta No.10

Qué opina de aplicar una denominación de origen a estos productos bajo un nombre propio que permita identificarlo como bebida ecuatoriana

nespondidas. 35 Officials. 7						
F	RESPUESTAS (33)	⊕ NUBE DE PALABRAS	⊕ ETIQUETAS (0)			
	Muy buena iniciat	tiva				
	14/9/2023 02:10			Ver las respuestas del encuestado		
	Me agrada					
	13/9/2023 20:44			Ver las respuestas del encuestado		
	Sería beneficioso					
	13/9/2023 19:54			Ver las respuestas del encuestado		
	Acertado para darle esa identidad ecuatoriana y poder identificar su origen fácilmente					
	13/9/2023 19:18			Ver las respuestas del encuestado		
	Estaría de acuerdo, ya que sería una característica original y especial para el Ecuador					

Nota, frente al tema, existe un consenso mayoritario en que esta sea una buena iniciativa para estas bebidas, dándoles una identidad propia para que reconozcan el país internacionalmente y beneficiaria a la industria ecuatoriana.

24 Referencias bibliográficas.

- Vino el último inca, oficial. (Sin fecha). Inicio [Vino el último inca oficial]. Facebook.

 Recuperado 11 de julio de 2023, de https://www.facebook.com/vino.elultimoincaoficial/
- La Alimentación latinoamericana. (2013). Vinos de fruta en América: breve reseña histórica de los vinos de fruta en América. *La Alimentación latinoamericana*, *306*, 57-58.
- Fabara, N., & Noboa, W. (2011). Estructuración del sistema para la producción artesanal de vinos en la ciudad de Ambato para la comercialización a nivel nacional [Tesis previa a la obtención del título de ingeniería en gerencia y liderazgo]. Repositorio Institucional de la Universidad Politécnica Salesiana. http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/1529
- Aguilar, D., Cal, C., Mercado, Y., Rojas, M., & Romero, M. (2009). *El mercado del vino sudamericano su perspectiva en México y el perfil del consumidor* [Tesis previa a la obtención del título de seminario de Titulación profesional]. Repositorio Dspace. https://tesis.ipn.mx/handle/123456789/3110
- Francia, R. (2015). *Historia y arqueología en la cultura del vino*. Instituto de estudios riojanos.
- Martínez de Toda, F. y Sancha, J.C. (1997). "Caractérisation ampélographique des cultivars rouges de Vitis vinifera, L. conservés en Rioja". Bulletin de L'OIV 794: 221-234.
- Buendía, M. R. P., & Martínez, J. M. M. (2012). Historia del cultivo de la vid y el vino; su expression en la Biblia [The history of wine and the growing of grapes; as expressed in the Bible]. ENSAYOS. Revista de la Facultad de Educación de Albacete, 27, 217-246.
- Rodríguez, D. S., Ortega, W. R., Batista, Y. M., y Cornejo, F. D. (2015). Análisis de la producción y el consumo de vinos en la ciudad de Guayaquil, Ecuador. Revista Científica ECOCIENCIA, 2(4).
- Alvarado, M. (2015). Análisis de ventajas de la producción de vino nacional por la incidencia en el precio del vino importado debido a las salvaguardias arancelarias en la República del Ecuador-año 2015. *Trabajo Práctico de la Modalidad de Examen Complexivo de la Unidad de Titulación Especial (UTE). Guayaquil: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Facultad de Especialidades Empresariales.*

- Arreaga, C. D. (2019). Impacto de la formación en negocios para la cultura vitivinícola y su desarrollo. Revista Iberoamericana de Educación, 2(1), 1-13. Obtenido de http://revista-iberoamericana.org/index.php/es/article/view/9/26
- Caballer, Claudia (2022, 16 de marzo). La palabra vino. Lanocheenvino.com. https://lanocheenvino.com/2016/03/16/la-palabra-vino/#:~:text=Vino%20en%20la%20Biblia%20es
- Coleto Martínez, J. M., Bartolomé García, T., & Velázquez Otero, R. (2018). HISTORIAS DE PLANTAS (V): LA VID. Obtenido de https://www.unex.es/conoce-la-uex/centros/eia/archivos/iag/2018/2018-11-historias-de-plantas-v-la-vid-y-el-vino-1a.pdf
- DOS HEMISFERIOS. (15 de octubre de 2018). El vino local seduce los paladares ecuatorianos. Dos hemisferios. http://wp.doshemisferios.com/vinos
- López, Vázquez. J. (2018). Authepsae o jarra de vino de época romana en villafranca. España.
- Organización Internacional de la Viña y el Vino. (2021). Análisis anual del sector vitivinícola mundial del 2021. Obtenido de https://www.oiv.int/public/medias/8780/es-state-of-the-world-vine-and-wine-sector-abril-2022.pdf
- Riera Palmero, J. (2014). El vino y la cultura.
- Santander Racines, A. B., Rodríguez Santos, E. M., Toapanta Custode, C. D., & Suárez Carrillo, R. A. (2022). La Vitis vinífera, un caso de estudio en el viñedo Chaupi Estancia, provincia de Pichincha. Siembra, 9(2).
- Tumayan V, A. (3 de 4 de 2023). Todovinos.cl. *Países donde el vino tiene mejor relación calidad-precio*. http://www.todovinos.cl/wp2/2023/04/03/paises-vitivinicolas-con-mejor-relacion-calidad-precio/
- Valderrama Martínez, J. A., Verján Quiñones, R., & Ramírez Torres, M. (2011). Estudio exploratorio del síndrome de burnout en una institución de educación superior mexicana usando la escala de maslach. GLOBAL CONFERENCE ON BUSINESS AND FINANCE PROCEEDINGS. https://www.researchgate.net/profile/Blanca-Garcia-
 - Rivera/publication/265551965_ESTUDIO_EXPLORATORIO_DEL_SINDROME

 _DE_BURNOUT_EN_UNA_INSTITUCION_DE_EDUCACION_SUPERIOR_

 MEXICANA_USANDO_LA_ESCALA_DE_MASLACH/links/5411de080cf2788

 c4b354e5c/ESTUDIO-EXPLORATORIO-

- Azpilicueta Tanco, J. P. (2022). Implementación y evaluación de herramientas tics para la enseñanza de conceptos de poda en vid.
- Sepp, A., & Oreglia, F. VENDIMIA 2019.
- OLIVARES, D. I. C., & ROJO, D. J. V. VINO Y PALABRAS.
- Villa Díaz, A. (2020). El cultivo del viñedo, patrimonio y recurso en los municipios del Condado de Huelva que pertenecen a la Reserva de la Biosfera de Doñana.
- Diaz valencia, F. (2008). Enología: vinos, aguardientes y licores. Editorial Elearning, SL.
- Salazar, G. (2 de julio de 2016). El vino en el Ecuador. Producción del vino en el Ecuador: http://vinoenelecuadorgaby.blogspot.com/2016/07/el-vino-en-el-ecuadoractualmente-en-el.html
- Acosta, E., & Monge, E. (2014). El vino, poesía para el alma. Kalpana, (11), 32-41.
- Araya Andrade, W. D. (2019). Creación de una empresa productora y comercializadora de vino artesanal de maracuyá, mora y uva en la ciudad de Cotacachi con fines de exportación al mercado español (Doctoral dissertation, Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra).
- Blum Otero, E. T., & Cruz Montaño, K. S. (2018). Análisis de los acuerdos efta y multipartes de la UE diseño de una guía práctica para la importación de Vino (Bachelor's thesis, Universidad de Guayaquil Facultad de Ciencias Administrativas).
- Calderón Fuentes, D. N. (2016). Estudio de la importación de vino chileno para el emprendimiento de negocios de sangría gourmet ecuatoriana (Master's thesis, Universidad de Guayaquil. Instituto Superior de Postgrado en Ciencias Internacionales" Dr Antonio Parra Velasco").
- Criollo Peralta, E. V. (2011). Desarrollo tecnológico de vino de frutas a partir de Mora de Castilla (Rubus glaucus Benth) y Manzana variedad, Emilia (Malus communis–Reineta Amarilla de Blenheim), de adecuada calidad sensorial (Bachelor's thesis).
- León, R. (2013). Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora de vino tinto de mesa de uva-pasa (reconstituyente) elaborado artesanalmente en el monasterio de las carmelitas descalzas (plateadoloja) y su comercialización en la ciudad de Loja. Tesis de grado previa a la obtención del título de: Economista.
- Observatorio de Complejidad Económicas. [OCE]. (2021). Vinos en Ecuador. Observatorio de Complejidad Económicas. [OCE]. https://oec.world/es/profile/bilateral-product/wine/reporter/ecu#:~:text=Exportaciones%3A%20En%202021%2C%20E cuador%20export%C3%B3,518%20m%C3%A1s%20exportado%20en%20Ecuado

- Ojedis Quinteros, R. N., Bonilla Herrera, J. J., & Castillo Criollo, L. F. (2018). Plan de exportación de vino de naranja hacia el mercado de Barcelona–España. Observatorio de la Economía Latinoamericana, (octubre).
- Organización internacional de la Viña y el Vino [OIV]. (2022). Actualidad de la Coyuntura del Sector Vitivinícola Mundial en 2022. Organización Internacional de la Viña y el Vino [OIV].
- Portilla Farfán, F. (2018). Introducción. En Agro climatología del Ecuador (pp. 17-40). Editorial AbyaYala. https://doi.org/10.7476/9789978104927.0001
- Ruiz Ortega, H. (2011). Desarrollo de un vino de mortiño (arándanos) en la Corporación Gruppo Salinas de Ecuador.
- Silva Tello, G. T. (2020). Creación de una estrategia competitiva para la exportación de vino de mortiño fabricado bajo parámetros de economía popular y solidaria desde Ecuador hacia Francia mediante marketing ecológico: caso el último inca 2020 (Bachelor's thesis, PUCE-Quito).
- Tandazo, A. (29 de diciembre de 2014). ¿Vino ecuatoriano? sí, y de la mejor calidad. Surtrek South American Travel. http://www.surtrek.org/blog/vino-ecuatoriano-si-y-dela-mejor-calidad/
- Torres Mejía, J, A. (2022, 21 de febrero). La importancia de los tapones de corcho en la conservación del vino. Grandes vinos. https://www.grandesvinos.com/blog/importancia-tapones-corcho-conservacion-vino/
- Vera Ramírez, K. J. (2018). Plan de exportación de vinos artesanales para mejorar la rentabilidad de la empresa Vinos Camelier, desde la ciudad de Riobamba, hacia Hamburgo, Alemania, durante el año 2018 (Bachelor's thesis, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo).
- Villacís Heredia, K. M. (2020). Estrategias de marketing para el posicionamiento del producto vino de mortiño" El Ultimo Inca" (Master's thesis, Ecuador: Latacunga: Universidad Técnica de Cotopaxi; UTC.).
- Wright,R. (4 de noviembre de 2020). Nuestra Historia. Bodega dos hemisferios. https://doshemisferios.com/blogs/news/nuestra-historia
- Vivanco. (2018, Noviembre 6). Baco y Dioniso, los dioses griegos y romanos del vino | Vivanco. Vivanco. https://vivancoculturadevino.es/blog/2018/11/07/baco-dioniso-dioses-griegos-romanos-vino/

- Ruiz, C. G. (2021, June 9). Breve historia del vino en la Península Ibérica | Tienda de Vinos Online. VENDIMIA SELECCIONADA. https://vendimiaseleccionada.com/breve-historia-del-vino-en-la-peninsula-iberica/
- Águila Seijas, C. (s.f.) BREVE HISTORIA DE LOS VIKINGOS EN LA ALTA EDAD MEDIA
- En Sigchos se prepara vino ecuatoriano. (2019). https://www.lahora.com.ec/secciones/en-sigchos-se-prepara-vino-ecuatoriano/
- CRÓNICA (Primera parte) Las Denominaciones de Origen a través de la historia Servicios. (n.d.-c). https://www.derechosintelectuales.gob.ec/las-denominaciones-de-origen-a-traves-de-la-historia/
- Royo, E. (2007, noviembre-diciembre). La incidencia de la localización y deslocalización.

 Denominaciones de origen.

 https://www.mapa.gob.es/ministerio/pags/biblioteca/revistas/pdf_DYC/DYC_2007

 _96_27_39.pdf
- EL MISKE FUE DECLARADO COMO LA SÉPTIMA DENOMINACIÓN DE ORIGEN ECUATORIANA Servicios. (n.d.). <a href="https://www.derechosintelectuales.gob.ec/elmiske-fue-declarado-como-la-septima-denominacion-de-origen-ecuatoriano/#:~:text=EL%20MISKE%20FUE%20DECLARADO%20COMO%20LA%20S%C3%89PTIMA%20DENOMINACI%C3%93N%20DE%20ORIGEN%20ECUATORIANA,-Bolet%C3%ADn&text=El%206%20de%20octubre%20de,s%C3%A9ptima%20de nominaci%C3%B3n%20de%20origen%20ecuatoriana.
- Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca [MPCEIP]. (s.f.). *Guía para obtener una Denominación de Origen (DO)*. Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca [MPCEIP]. https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2023/03/GuiaDenominacionOrigen.pdf
- Secretaría nacional de educación superior, ciencia, tecnología e innovación [SENECYT]. (2020). Expídese el reglamento de gestión de los conocimientos. Registro oficial órgano de la república del Ecuador. https://wipolex-res.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/ec/ec143es.pdf
- Declaratoria de denominación de origen ecuatoriana para personas naturales o jurídicas nacionales | Ecuador Guía Oficial de Trámites y Servicios. (2021).

- https://www.gob.ec/senadi/tramites/declaratoria-denominacion-origen-ecuatoriana-personas-naturales-juridicas-nacionales#requirements
- Quevedo & Ponce Estudio Jurídico. (s.f). ACTUALIDAD. denominación de origen en el Ecuador, Quevedo & Ponce Estudio Jurídico.
- Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria. (2019). Instructivo descriptivo de establecimientos sujetos a vigilancia y control sanitario.

 Coordinación Técnica de Certificaciones y Autorizaciones y Buenas Prácticas Sanitarias.

 https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2019/04/IE-B.3.0-PF-01_Descriptivo-de-establecimientos-sujetos-a-vigilancia-y-control-sanitario_v6.0.pdf
- Servicio Ecuatoriano de Normalización. (2016). *BEBIDAS ALCOHÓLICAS. VINO REQUISITOS*. Servicio Ecuatoriano de Normalización. https://inencloud.normalizacion.gob.ec/index.php/s/np8Dg6yda2obRiL
- Organización internacional del vino. (2016). *CÓDIGO INTERNACIONAL DE PRÁCTICAS ENOLÓGICAS*. International Organization of Vine and Wine.

 https://www.oiv.int/public/medias/4902/code-2016-es.pdf
- Calvo, J. (2022). Nuevo diccionario Español Quechua Quechua Español (1.ª ed.). Universidad de San Martín de Porres.
- Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria. (2019). Resolución ARCSA-DE-XXX-2019-XXXX. Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria. https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2019/05/Arcsa_Proyecto_Borrador_NTS_unificada_alimentos_y_Aditivos.pdf
- Mme. (2022, 11 febrero). Normas INEN | Mucho mejor Ecuador. Mucho Mejor Ecuador. https://muchomejorecuador.org.ec/tag/normas-inen/#:~:text=Las%20Normas%20INEN%20son%20normativas,las%20empresas %2C%20incrementando%20su%20competitividad
- OCATI. (2022, 22 diciembre). Agraz Ocati. Ocati. https://ocati.com/es/colombia/productos/agraz/
- El último inca Vinos Cotopaxi. (s. f.-b). GoRaymi. https://www.goraymi.com/es-ec/cotopaxi/sigchos/gestores-productivos/ultimo-inca-vinos-cotopaxi-a7q6wofa6
- El vino perla andina se elabora en sigchos. (2018, 7 marzo). Revistalideres.com. https://www.revistalideres.ec/lideres/vino-mortino-sigchos-cotopaxi-intercultural.html

- Serrano, S. (2022b). Vinos artesanales del Ecuador conquistan los paladares. Tierra y Mar. https://www.tierraymarec.com/vinos-artesanales-del-ecuador-conquistan-los-paladares/
- Destilería la Liteña. Inicio. (s.f.). [Página de Facebook]. Facebook. Recuperada el 3 de agosto de 2023. https://www.facebook.com/dlalitena.ec/
- Toranzos, M. (2020, 28 septiembre). Los vinos nacionales apuestan por lo local. www.expreso.ec. https://www.expreso.ec/actualidad/economia/vinos-nacionales-apuestan-local-90784.html
- En Sigchos se prepara vino ecuatoriano. (2019, 8 abril). https://www.lahora.com.ec/secciones/en-sigchos-se-prepara-vino-ecuatoriano/
- Vino de Mortiño | Mirella 1986 | Ecuador. (s. f.). Mirella 1986. https://www.mirella1986.com/
- Toranzos, M. (2021, 22 marzo). Un emprendimiento le apuesta a la cosecha de un vino de alta gama en Chillogallo. www.expreso.ec. https://www.expreso.ec/quito/emprendimiento-le-apuesta-cosecha-vino-alta-gama-chillogallo-101025.html
- El Mortiñal. Inicio. (s.f.). [Página de Facebook]. Facebook. Recuperada el 18 de agosto de 2023. https://www.facebook.com/ProfalEc/?locale=es LA
- Loja tiene sus marcas en el mercado vinícola. (2015, 26 enero). Revistalideres.com. https://www.revistalideres.ec/lideres/loja-marcas-mercado-vinicola.html
- Gualaceo ofrece vino de capulí, mora y manzana Ministerio de Agricultura y Ganadería.

 (s. f.). https://www.agricultura.gob.ec/gualaceo-ofrece-vino-de-capuli-mora-y-manzana/
- Vinos y licores Brima Vinos de frutas artesanal. (s. f.). https://vinosylicoresbrima.com.ec/#sobre-nosotros
- Melendres, G. (2019, 19 septiembre). Alvarium aprovecha las propiedades de la miel de abeja para innovar el vino. El Telégrafo. https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/1/alvarium-vino-miel
- VINOS SENDEROS DEL CONDOR. (s. f.). Bolsa Nacional de Productos Agropecuarios. https://bolsadeproductos.com.ec/listing/vinos-senderos-del-condor/
- Posso Yépez, M. Á. (2013). Proyectos, Tesis y Marco Lógico. Quito.
- Cortés, M. E e Iglesias, M. (2004). *Generalidades sobre Metodoligía de la Investigación*. (1.ª ed.). Universidad Autónoma del Carmen.

- Godoy, F. (2023). ¡Descubre las mejores técnicas de investigación para tu proyecto! Tesis y Másters Colombia. https://tesisymasters.com.co/tecnicas-de-investigacion/
- Ortega, C. (2023). ¿Qué es la investigación documental? QuestionPro. https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-documental/
- Díaz Sanjuán, L. (2011). La observación. (2ª .ed.). Universidad Autónoma de México
- Díaz-Bravo, et al. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-50572013000300009
- Gómez, M. C. (2023, 11 agosto). Qué es una encuesta, para qué sirve y qué tipos existen. Hubspot. https://blog.hubspot.es/service/que-es-una-encuesta