

Impacto de la formación en negocios para la cultura vitivinícola y su desarrollo

Impact of business training for the wine culture and its development

Impacto do treinamento de negócios para a cultura do vinho e seu desenvolvimento

Cristina Denise Salas Arreaga

Ingeniero, Instituto Tecnológico Superior “Vicente Rocafuerte”, Guayaquil, Ecuador,
denise_salas@outlook.es,

Recibido julio 2018 – Aceptado noviembre 2018

Formación docente - revista iberoamericana de educación
<http://www.revista-iberoamericana.org/index.php/es/index>
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.es>
e-ISSN: 2737-632X

Vol – 2 No. 1, enero - marzo 2019
Pags 1-13

Resumen Los cultivos de uvas han existido mundialmente desde tiempos prehistóricos y posteriormente esta costumbre pasó a ser tomada por las antiguas civilizaciones que se fueron desarrollando con el transcurso de los años. Esto no solo ocasionó que se innovaran nuevas formas de sembrar viñedos, sino también provocó que se crearán nuevas cepas de uvas a partir de cepas silvestres. La cultura Vitivinícola se desarrolló en Ecuador con la introducción de vinos importados desde la etapa colonial, el primer vino que se introdujo fue de origen chileno. Luego en los años 90 más países se sumaron a esta competencia como Argentina o Estados Unidos. En la actualidad el vino chileno sigue siendo un fuerte competidor en la industria productora de vinos. Nuestro mercado ecuatoriano cuenta con una amplia variedad de marcas de vinos de buena calidad y el porcentaje de consumo ha ido en aumento con el pasar de los años. En nuestro país existen muchos viñedos, aunque solo dos son los más importantes debido al aporte que han hecho, la diferencia de estos dos viñedos en comparación con los otros viñedos es que ellos se dedican a la cosecha de uvas y elaboración de vinos

para la importación y exportación, llegando incluso a ganar reconocidos premios.

Palabras clave: IPTV, WISP, multicast

Abstract. The cultivation of grapes have existed worldwide since prehistoric times and subsequently this custom step to be taken by the ancient civilizations that have developed over the years. This not only resulted in innovate new ways to plant vineyards, but also led to the creation of new strains of grapes from wild strains. Wine culture developed in Ecuador with the introduction of wines imported from the colonial era, the first wine which was introduced was of Chilean origin. Then in the years 90 more countries joined this competition as Argentina or the United States. Currently, the Chilean wine remains a strong competitor in the industry producing wines. Our Ecuadorian market has a wide variety of brands of wines of good quality and the percentage of consumption has been increasing over the years. In our country, there are many vineyards, although only two are the most important because of the contribution they have made, the difference of these two vineyards in comparison with the other vineyards is that they are dedicated to the harvest of grapes and wines for the import and export, even going so far as to earn recognized awards.

Keywords: Wine culture, vineyards, wines, strain, development.

Resumo As plantações de uvas existem em todo o mundo desde os tempos pré-históricos e, mais tarde, esse costume passou a ser adotado pelas civilizações antigas que se desenvolveram ao longo dos anos. Isso não apenas provocou a inovação de novas formas de plantar vinhedos, como também criou novas linhagens de uvas a partir de linhagens selvagens. A cultura vitivinícola se desenvolveu no Equador com a introdução de vinhos

importados do período colonial, o primeiro vinho introduzido foi de origem chilena. Então, nos anos 90, mais países aderiram a essa competição como Argentina ou Estados Unidos. Hoje, o vinho chileno continua sendo um forte concorrente na indústria produtora de vinho. Nosso mercado equatoriano possui uma grande variedade de marcas de vinhos de boa qualidade e a porcentagem de consumo vem aumentando ao longo dos anos. No nosso país, existem muitas vinhas, embora apenas duas sejam as mais importantes devido à contribuição que deram, a diferença entre essas duas vinhas em comparação com as outras vinhas é que se dedicam à colheita de uvas e à produção de vinhos para importação. e exportar, chegando a ganhar prêmios reconhecidos.

Palavras-chave: cultura do vinho, vinhedos, vinhos, videiras, desenvolvimento.

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto se basa en la tecnología IPTV para experimentar si los equipos Cambium Network de la red WLAN del WISP soportan la transmisión de audio y video. Que en conjunto con un análisis a los clientes de CELERITEL, para conocer su satisfacción con respecto al servicio de televisión pagada que reciben, y un estudio de la normativa vigente ver si el servicio de audio y video por suscripción bajo la modalidad de IPTV está regulado para ser ofertado. Esto permitirá a CELERITEL ver los pasos que debe realizar antes de realizar cualquier inversión. En ese sentido servirá como modelo a otros WISP que desean ofertar el servicio de televisión e internet al mercado para aumentar su cartera de servicios.

La empresa CELERITEL opera con Equipamiento Cambium Network que entre sus características técnicas está el soporte del protocolo IGMP, multicast, y otras que permiten un uso eficiente del ancho de banda y transmitir mayor cantidad de tráfico como el audio y el video.

En esta misma línea, empleando el estándar internacional IEEE 802.11n modificado, que opcionalmente puede reemplazar la capa MAC del estándar por una MAC TDMA50 libre de colisiones, se buscará tener la capacidad de integrar contenidos multimedia[1].

El diagrama del sistema IPTV propuesto se compone de Cabecera IPTV, Red de Distribución, Red de Acceso y Red del Cliente. Lo que se añade a la actual infraestructura del WISP es la cabecera IPTV y los equipos decodificadores en la red del cliente. La cabecera IPTV se estructura de dos etapas: Adquisición y Procesamiento de contenidos.

MATERIALES Y MÉTODOS

En sus inicios el vino se consumía muy escasamente, ya que solo los diplomáticos y empresarios que se encontraban vinculados con el comercio externo por medio de sus negocios podían degustarlo. Sin embargo, inicialmente en Ecuador se consumía vino en la etapa colonial, es decir en los años 60, en donde se comenzó a distribuir internamente toneles al granel en pequeñas cantidades, aunque su consumo fue muy poco. El primer vino fue introducido por “Concha y Toro”, una empresa de origen chileno.

"En Ecuador, considero como la principal debilidad, a la falta de una industria asociada a la elaboración de vinos, esto nos obliga a importar barricas de roble, maquinarias, insumos que necesita la planta de producción, más lo relacionado con envases (botellas, etiquetas, corchos y cápsulas); así como, levaduras y otros insumos utilizados en la elaboración. El tema fitosanitario es otro problema. En la costa la planta nunca descansa y, aunque es menos productiva la cosecha, hay más riesgos de plagas." Según (Wright, Guillermo, 2013)

De los años 90 en adelante gracias a la innovación del vino chileno y su proceso de internacionalizarlo, la competencia se extendió por la región y aparecieron competidores de América del Sur como por ejemplo Argentina, junto a su oferta de vinos, en América del Norte encontramos a Estados Unidos y Canadá, a estos también se suman los tradicionales productores europeos como lo son Francia, España e Italia, lo cual marca un antecedente de gran importancia para la cultura vitivinícola ecuatoriana, esto ocasiona la aparición de varias opciones en lo que corresponde a marcas y cepas de distintos latitudes ingresando por parte del consumidor especialmente a los de la serranía ecuatoriana.

Durante el período del 2000 al 2009, la totalidad en importaciones han tenido un crecimiento medio de más del 17.8%. En el año 2009 con el pasar de las consecuencias de la crisis internacional que vivió nuestro país junto a esto se suma la política de salvaguarda que redujeron y mermaron la demanda de vino. En el año 2000 de hecho era notable la inexistencia de su participación en el mercado y actualmente su predilección es del 13% de competencia en el mercado. En el año 2010, las importaciones han mejorado en el monto de sus exportaciones y en su volumen.

Actualmente el vino chileno se ha presentado en nuestro mercado muy fuertemente con más del 73% de participación, aunque Argentina ha tenido el 13.12% de participación ya que cuenta con demandas existentes en mercados ecuatorianos muy importantes, como por ejemplo: Cuenca, Manta y Guayaquil, de las cuales el total de sus importaciones de vino tuvieron un crecimiento del 30.19% con respecto al transcurso del año 2010, comparado al año 2009 con cantidades de importaciones menores.

En Ecuador podemos encontrar un sinnúmero de marcas de vino de buena calidad y cada año qué pasa es evidente su consumo no solo por la distinción

que estos ofrecen, sino también por sus características curativas y saludables. Su consumo ha tenido un crecimiento significativo, ya que en el año 2000 apenas se bebía una copa, sin embargo en la actualidad su consumo en nuestro país es de botella y media. Un suceso que no es de poca importancia es que en los últimos cuatro años Argentina ha presentado un alza en sus importaciones de vino.

"Como fortalezas nombraría una que engloba varias: elaborar los primeros vinos de calidad ecuatorianos. El nivel de excelencia que hemos alcanzado con nuestros vinos es lo que nos diferencia de las pocas industrias de vino que existen en el país", dijo (Wright, Guillermo, 2013)

El mercado vitivinícola ecuatoriano es característico por ser un mercado de precios, en donde la elección por su calidad cuenta con una demanda pobre aunque esto no le resta importancia. Todo lo contrario nuestro país ha sido catalogado por ser uno de los países sudamericanos con mayor aumento de consumo de vinos de calidad. La estrategia que ha ayudado a la introducción de esta cultura vitivinícola en el Ecuador ha sido la de usar precios de competencia bajos, con calidad moderada y un marketing empresarial respaldado fuertemente que es importado y distribuido.

Ecuador tiene muchos viñedos, la mayoría se localizan en la Región Interandina, sin embargo existen dos que son de mucha importancia, por las metas que han alcanzado y los premios que han conseguido, entre otras características que los posicionan como los más importantes para nuestro país.

Su viñedo está ubicado en la Hacienda Dos Hemisferios, en la Parroquia San Miguel del Morro, en la Provincia de Santa Elena, en Playas. El Sr. Guillermo

Wright, descendiente de los fundadores de la corporación La Favorita, es el gerente general de la empresa Figalsa dueña de este viñedo. El empezó en 1999 como un pasatiempo, que se convirtió en un rentable y satisfactorio negocio. Iniciaron cultivo tres cepas de uva de mesa recibiendo la asesoría de la compañía brasilera CAMPO, empleada por CEDEGE.

“La uva requiere las cuatro estaciones y Ecuador no las tiene. Ese es el obstáculo para lograr un buen vino, según la teoría. Pero hemos roto el paradigma”, dijo (Wright, "Petróleo" en el paladar, 2016).

Este señor al ser amante del vino, pensó que si podía cosechar uvas de mesa porque no sembrar uvas para la elaboración del vino, entonces trajo las primeras cepas de Argentina y Brasil de las zonas tropicales y así es como empezó su pasatiempo experimentando, el clima no ocasiono ningún problema a la maduración de las uvas.

“Poco a poco hemos logrado abrirnos un espacio en el comercio. El cliente local prueba y disfruta del sabor de un vino 100% ecuatoriano y, le gusta tanto que se vuelve un consumidor frecuente. En el 2014 la demanda fue muy grande hasta que comenzó a escasear el producto. Eso nos obligó a crecer. Nuestra meta ahora es aumentar la producción de 300,000 botellas anuales a 600,000 en el 2020”, relata (Artiñano, 2017).

El comercio de la uva de mesa se realiza de forma local pero con sus limitaciones. Tienen 3 hectáreas en las que producen uvas de mesa y 6 hectáreas de uvas de vino. Cuentan con 57 hectáreas en infraestructura de riego por goteo instalado, en 361 hectáreas de total de su superficie. Su producción en uvas de mesa puede alcanzar las 105 toneladas entre las 3

variedades, repartidas en 45 toneladas en junio y 60 toneladas en diciembre. En cambio para lo que corresponde a uvas de vino se imponen el límite de 100 toneladas, es decir un máximo de 4 Kg. Por planta a la densidad sembrada, esta restricción es para asegurar la calidad del vino en lugar de la producción.

En uvas de mesa producen: Italia (color verde), Riviera (negra) y Cardinal (roja), en el área de experimentación tienen: Torrontés, Moscatel y en variedades sin semillas: Crimson y Superior- Italia. En sus uvas de vino tienen cultivos de: Cabernet Sauvignon, Merlot, Shirah y Pinot Noir en lo que respecta a cepas tintas, en cepas blancas cultivan Chardonnay. Están estudiando el cultivo de Carmere y Cabernet Franc en cepas tintas y en cepas blancas Sauvignon y Semillon. La gran acogida de sus vinos ha ayudado a que su comercio sea más fácil. Por otra parte, el máximo de producción de las hectáreas cultivadas, pueden ser vendidas de manera local, pero el proponerse mayores cultivos quiere decir que también está la intención de exportar. La venta de vinos en Guayaquil es directa, no siendo así en el resto del país en la cual la empresa Proglobal es la encargada de distribuir sus vinos.

“Son varios años de experimentar hasta lograr un vino de altísima calidad. Los libros implícitamente decían que no era posible hacerlo en Ecuador. Sin embargo, el resultado fue un vino de una calidad muy alta y que ya es reconocido internacionalmente con premios por su sabor, aroma y textura. Este año el Enigma 2014 ganó la medalla de oro en el certamen China Wine & Spirits Awards, un premio selectivo para los mejores vinos del mundo y en el que competimos con países expertos”. Según (Furlán, 2014)

Fueron reconocidos por tener el mejor vino tinto y blanco ecuatoriano con sus vinos Paradoja y Enigma en el II Concurso Internacional Gala del Vino 2009,

también por su vino Enigma obtuvieron el Premio Plata en el que concursaron con vinos de Chile, Francia, Argentina, Italia, entre otros. Un mes después ganaron la Medalla de Oro por su vino Enigma en el IX Concurso Internacional Vinandino 2009.

Se sitúa a 10 Km. al sur de la línea ecuatorial, en las faldas de las montañas en el valle andino Yaruquí, a 50 minutos de la ciudad de Quito. Este viñedo perteneció al Sr. Ángel Durán y en 1990, este lo vendió al Sr. Dick Handall y así se creó Chaupi Estancia Winery, con un terreno de seis hectáreas. *"Para entonces construir un viñedo era algo poco común. No había viñedos, pero el clima favorecía esta actividad y teníamos solo dos estaciones: una lluviosa y otra soleada", cuenta (Durán, Jorge).*

Tienen temperaturas diurnas máximas y nocturnas mínimas. Estas temperaturas variantes permiten la producción de uvas con sabores y colores complejos, equilibrados y deliciosos. El mayor reto que han tenido ha sido el de experimentar con 30 cepas de uva vinífera aproximadamente para saber cuáles de estas cepas sirven para elaborar vinos de procedencia ecuatoriana. Han realizado esta actividad exitosamente en los últimos 15 años. La bodega en donde producen sus vinos posee maquinaria hecha completamente en acero inoxidable y procedente de Italia, Las barricas que usan son de roble americano y francés. Su laboratorio de control de calidad posee de instrumentos y talento humano capacitado con las normas más exigentes a nivel global.

La viticultura en el país, asegura el enólogo Christopher Gamboa, es un desafío por lo impredecible del clima; "sin embargo, en este viñedo han sabido adaptarse al clima de la capital", dijo (Durán, Jorge).

En la actualidad siembran muchas cepas de uvas viníferas tintas de manera experimental, su distribución se mantiene local. Algunas de las cepas que ellos cultivan son las siguientes: Cabernet Sauvignon, Merlot, Cabernet Franc, Barbera, San Giovese, Pinot Noir, Pinot Meunier, Mourvedre, Syrah, Muscato Hamburgo, Rubí Cabernet, Chardonnay, Viognier, Palomino y un híbrido de Alicante Ganzin y Tinto Cao. El dueño de este viñedo, reside en Estados Unidos y en sus viajes consigue los distintos tipos de cepas con las que se hacen experimentos en este viñedo. Sus vinos de galardón son: Palomino Fino, Meritage “Alyce”, “Alyce” Gran Reserva y Pinot Noir. Obtuvieron en dos ocasiones una mención de honor en el evento “Decanter World Wine Awards” organizado en Londres.

Calduch (2012) explica que es imposible el desarrollo de cualquier ciencia, tanto desde la perspectiva de la investigación como de la transmisión de sus conocimientos, sin el empleo conjunto y complementario de ambos métodos.

El método inductivo- deductivo es el que a partir de casos particulares, se aumenta a conocimientos generales. Este método permite la formación de hipótesis, investigación de leyes científicas y las demostraciones. Y que estos sin haber ocurrido aún puedan ser explicados, entendidos y pronosticados.

“El método histórico lógico de investigación se aplica a la disciplina denominada historia, y además, se emplea para asegurar el significado y confiabilidad de hechos pasados en las ciencias en forma general y en cualquier disciplina científica. El método histórico ayuda a establecer las relaciones presentes en los hechos acontecidos en el desarrollo de las ciencias”, afirma Behar (2008).

El método histórico- lógico nos permite establecer una manera de evaluar y analizar pruebas con la finalidad de obtener hechos, aspectos y antecedentes históricos para conocer la relación que existe entre las ciencias desde sus comienzos, de esta forma llegar a conclusiones acerca de hechos pasados que puedan explicar las conexiones y que nos guíen a entender y encontrar evidencias que respalden el presente.

RESULTADOS

Según las encuestas realizadas en una muestra aleatoria de 30 personas es posible deducir que todas estas personas han bebido vino alguna vez en su vida, aunque la frecuencia con que lo hacen es muy poca es decimos gran mayoría solo lo bebe en ocasiones especiales. Los encuestados también contestaron que Ecuador realmente necesita publicitar más el viniturismo y fomentar la cultura vitivinícola ecuatoriana, también el 73% ha escuchado o conocido de algún viñedo y el 63% conoce de la Hacienda Dos Hemisferios saben que se dedica a cosechar uvas y elaborar vinos, sin embargo al momento de preguntarles si saben de algún premio ganado solo el 27% sabía que si lo habían hecho, pero a pesar de esto cuando se les pregunto si podían nombrar alguno, ellos no sabrían responder a esta pregunta.

De acuerdo a los hechos observados y la encuesta realizada la cultura vitivinícola ha estado presente en nuestro país desde tiempos coloniales y sin embargo actualmente no es tan conocida como probablemente lo fue en el tiempo en que fue introducido el consumo del vino en Ecuador. Según los resultados y el análisis obtenidos en base a las encuestas realizadas es seguro decir que la población ecuatoriana necesita tener más culturalización en cuanto al enoturismo y todo lo relacionado al mismo, tal vez la falta o escasa cultura vitivinícola en nuestra sociedad se deba al hecho de lo “escandaloso”

de esta, ya que pueden tener malos entendidos o no tener una mente abierta y solo se enfocan en que el vino es dañino al ser un licor, cuando en realidad es todo lo contrario.

El vino tiene propiedades muy beneficiosas en nuestra salud, pero no solo eso, está bebida también es arte y cultura, con una gran riqueza histórica, es por esta razón que la cultura vitivinícola debe ser más comercializada en nuestra sociedad.

CONCLUSIONES

El consumo de vino y la existencia de viñedos han tenido grandes e importantes antecedentes históricos mundialmente, lo cual no ocurre en nuestro país a esta magnitud, por supuesto contamos con historia pero no se compara a los datos históricos mundiales. Es necesario dar a conocer esta cultura no solo a las personas que no tienen conocimientos de estos viñedos, sino también enfocarnos en las personas que se dedican a la cosecha de uvas y elaboración de vinos artesanales para que no solamente lo hagan para consumir entre ellos sino que tengan aspiraciones de dedicarse a esta actividad a gran escala, no solo una distribución interna sino también externa e incluso pensar en dedicarse a la exportación.

Se deberían de organizar campañas publicitarias, promocionando los viñedos que existen en Ecuador, también publicitar e introducir nuevas marcas internas y de exportación a nuestro mercado ecuatoriano. Seriamente nosotros contamos con una gran riqueza vitivinícola que está siendo despreciada por la falta de promoción, fomentación y publicidad. La difusión del enoturismo puede aportar mucho al turismo, a la economía y a un mejor desarrollo en conocimientos de la sociedad ecuatoriana.

REFERENCIAS

- Alain Chas Arizcuren, “Solución Cliente-Servidor para IPTV basada en VLC”, Universidad Politecnica De Valencia, Julio 2015. Disponible en: https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/54773/Memoria_CHAS%20ARIZCUREN%2C%20ALAIN.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- Barros-Bastidas, C., & Turpo, O. (2020). La formación en investigación y su incidencia en la producción científica del profesorado de educación de una universidad pública de Ecuador. *Publicaciones*, 50(2), 167–185. doi:10.30827/publicaciones.v50i2.13952
- Barros Bastidas, C., & Turpo Gebera, O. (2018). Factors influencing the scientific production of university professors: a systematic review . *Pensamiento Americano*, 11(22). <https://doi.org/10.21803/pensam.v11i21-1.276>
- Cambium Networks Community, “ePMP Multicast IPTV Streaming”, Febrero 2015. Disponible en: <https://community.cambiumnetworks.com/t5/ePMP-Networking/ePMP-Multicast-IPTV-Streaming/td-p/38711>
- Cambium Networks Community, “ePMP Multicast Configuration & Use Cases”, Julio 2017. Disponible en: <http://community.cambiumnetworks.com/t5/ePMP-Networking/ePMP-Multicast-Configuration-amp-Use-Cases/td-p/76201>
- Irving M. Reascos, Sofía E. Rosero. (2015) <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/4467/2/04%20RED%20054%20Articulo%20tecnico.pdf>

NetUP, “IPTV for ISPs”. Disponible en:
https://www.netup.tv/download/IPTV_for_ISPs.pdf

Kerly Evelyn Erique Cruz, “Aplicabilidad De Iptv En El Mercado Ecuatoriano”, Escuela Superior Politécnica Del Litoral, 2013. Disponible en:<https://www.dspace.espol.edu.ec/retrieve/102515/D-84328.pdf>

Tapia-León, M., Rivera Villalta, M. D. C., Luján-Mora, S., & Barros Bastidas, C. I. (2017). Análisis de la calidad de los resúmenes de tesis de grado de las universidades del Ecuador respecto a normas internacionales.

von Feigenblatt, Otto Federico, Garcia Marquez' Magical Realism as a Representation of Latin America's Socio-Political Reality: Developmental Simultaneity and Exceptionalism in Latin America as Expressed in Historiographic Metafiction (December 27, 2009). *The Expression*, Vol. 2, No. 1, pp. 1-6, 2009, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=1596690>

von Feigenblatt, Otto Federico, A Socio-Cultural Analysis of Romantic Love in Japanese Harem Animation: A Buddhist Monk, a Japanese Knight, and a Samurai (September 16, 2010). *Journal of Asia Pacific Studies*, Vol. 1, No. 3, pp. 636-646, 2010, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=1760643>

von Feigenblatt, Otto Federico, Costa Rica's Foreign Policy: Can 'Right' Become 'Might'? (November 27, 2008). *Journal of Alternative Perspectives in the Social Sciences*, Vol. 1, No. 1, pp. 11-15, 2008, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=1308245>