



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA

MODALIDAD PRESENCIAL

Proyecto de investigación previo a la obtención del Título de Licenciado en Turismo y
Hotelería

“LA ENOLOGÍA EN EL TURISMO HISTÓRICO-CULTURAL: EXPERIENCIA
DEL CANTÓN PATATE”

AUTOR: Andrés Sebastián Soria Ochoa

TUTOR: Ing. Diego Melo Fiallos

AMBATO – ECUADOR

2018

APROBACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN O TITULACIÓN

CERTIFICA:

Yo, Ing. Diego Fernando Melo Fiallos C.C.1803017365 en mi calidad de Tutor del Trabajo de Graduación o Titulación, sobre el tema: “LA ENOLOGÍA EN EL TURISMO HISTÓRICO-CULTURAL: EXPERIENCIA DEL CANTÓN PATATE” desarrollado por el egresado Soria Ochoa Andrés Sebastián, considero que dicho informe investigativo, reúne los requisitos técnicos, científicos y reglamentarios, por lo que autorizo la presentación del mismo ante el Organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por parte de la Comisión calificadora designada por el H. Consejo Directivo



Ing. Diego Fernando Melo Fiallos

TUTOR

AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Dejo constancia de que el presente informe es el resultado de la investigación del autor, quien, basado en los estudios realizados durante la carrera, investigación científica, revisión documental y de campo, ha llegado a las conclusiones y recomendaciones descritas en la Investigación. Las ideas, opiniones y comentarios especificados en este informe, son de exclusiva responsabilidad de su autor.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Andrés Sebastián Soria Ochoa', enclosed within a light blue rectangular box.

.....

AUTOR

CI 180449051-2

ANDRÉS SEBASTIÁN SORIA OCHOA

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Cedo los derechos en línea patrimonial del presente Trabajo Final de Grado o Titulación sobre el tema “La Enología en el Turismo Histórico-Cultural: Experiencia del cantón Patate” autorizo su reproducción total o parte de ella, siempre que esté dentro de las regulaciones de la Universidad Técnica de Ambato, respetando mis derechos de autor y no se utilice con fines de lucro.



.....

AUTOR

C.I. 180449051-2

ANDRES SEBASTIAN SORIA OCHOA

**AL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y
DE LA EDUCACIÓN**

La comisión de estudio y calificación del Informe del Trabajo de Graduación o Titulación, sobre el tema: “LA ENOLOGÍA EN EL TURISMO HISTÓRICO-CULTURAL: EXPERIENCIA DEL CANTÓN PATATE”, presentada por la Sr. Andrés Sebastián Soria Ochoa egresado de la Carrera de Turismo y Hotelería promoción: Octubre 2016 – Marzo 2017, una vez revisada y calificada la investigación, se APRUEBA en razón de que cumple con los principios básicos técnicos y científicos de la investigación y reglamentarios.

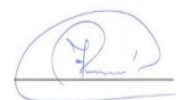
Por lo tanto, se autoriza la presentación ante los organismos pertinentes.

LA COMISIÓN



.....

Mg. Sonia López



.....

Mg. Raúl Tamayo

DEDICATORIA

La concepción de esta tesis está dedicada a Dios porque está conmigo en mi mente y ser, vigilando cada paso que doy, también dedico esta tesis a una mujer especial, luchadora y perseverante como lo es mi madre quien me ha apoyado en cada instante y a mi padre que me ha brindado su apoyo incondicional en las buenas y en las malas para poder cumplir una meta más en mi vida.

AGRADECIMIENTO

Me permito:

Agradecer a Dios por llenar mi vida de bendiciones y triunfos.

Agradecer a mis padres, de todo corazón por su cariño y comprensión; en todo momento los llevo conmigo.

Agradezco a la Universidad Técnica de Ambato, a mis distinguidos maestros por su disposición y ayuda brindada.

Retribuyo de manera especial a mi tutor Ing. Diego Melo Fiallos, quien me ha sabido guiar de una manera eficiente, en la elaboración de este trabajo.

Andrés Sebastián Soria Ochoa

ÍNDICE GENERAL

APROBACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN O	ii
TITULACIÓN	ii
AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	iii
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR	iv
AL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO.....	vii
ÍNDICE GENERAL.....	viii
RESUMEN EJECUTIVO	xiii
CAPÍTULO I	3
EL PROBLEMA	3
1.1 TEMA.....	3
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
1.2.1 Contextualización.....	3
1.2.2 Análisis Crítico.....	6
1.2.3 Prognosis.....	7
1.2.4 Formulación del Problema.....	7
1.2.5 Interrogantes.....	7
1.2.6 Delimitación del problema	8
1.2.6.1 Delimitación del contenido.....	8
1.2.6.2 Delimitación Espacial.....	8
1.2.6.3 Delimitación Temporal.....	8
1.3 Justificación.....	9
1.4 Objetivos	9
1.4.1 Objetivo General	9
1.4.2 Objetivos Específicos	10
CAPÍTULO II	11
MARCO TEÓRICO.....	11
2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	11
2.2 Fundamentación Filosófica	12
2.3 Fundamentación Legal	13
2.4 Categorías fundamentales.....	19
2.4.1 Fundamentación Teórica de la Variable Dependiente.	22

2.4.2 Fundamentación Teórica de la Variable Independiente.	28
2.5 Hipótesis	38
2.5.2. Variable Dependiente:	38
CAPÍTULO III.....	39
METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN	39
3.1 Enfoque	39
3.2 Modalidad Básica de la Investigación	39
3.3 Nivel o Tipo de Investigación.	39
3.4 Población y Muestra.....	40
3.5 Operacionalización de variables	41
3.5.1 Variable Independiente: La Enología	42
3.6 Plan de recolección de información.....	43
3.7 Procesamiento y análisis	44
CAPITULO IV.....	45
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS	45
4.1.1. Datos generales de la población con la que se trabajó en la presente investigación.	45
<i>Gráfico 7: Motivación</i>	47
4.2 Verificación de hipótesis	53
4.2.1. Planteamiento de la hipótesis	53
4.2.2. Selección del nivel de significación.....	53
4.2.3. Descripción de la población	53
4.2.4. Cálculos de lo estadístico	53
4.2.5. Decisión	56
CAPITULO V	57
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	57
5.1 Conclusiones:	57
5.2 Recomendaciones:.....	58
CAPITULO VI.....	59
PROPUESTA.....	59
6.1 Datos Informativos	59
6.1.1 Título.....	59
6.1.2 Ubicación de la Intervención	59
6.1.3 Entidades Ejecutoras	59
6.1.4 Equipo Técnico Responsable.....	59
6.1.5 Beneficiarios	59
6.2 Antecedentes de la Propuesta	59

6.3 Justificación	60
6.4 Objetivos	60
6.4.1 Objetivo General	60
6.4.2 Objetivos Específicos.....	61
6.5. Modelo Operativo	61
6.7 Desarrollo Operativo de la Propuesta	62
6.8 Festival.....	63
6.8.1. PLANIFICACIÓN DEL “FESTIVAL DEL VINO”	64
6.8.1.1. Naturaleza del Evento.....	64
6.8.1.2. Objetivos del Festival	64
6.8.1.3. Determinación de Tiempo y Espacio	64
6.8.1.4. Estudio de Mercado.....	64
6.8.1.5. Estudio Técnico	65
6.8.1.6. Estudio Legal.....	66
6.8.1.7. Estudio Ambiental.....	66
6.8.1.8. Estudio Administrativo.....	67
6.8.1.8.1. Comisiones de Trabajo	67
6.8.1.9. Estudio Financiero.....	68
6.8.1.9.1 Costos fijos.....	68
6.8.1.9.2. Costos Variables	69
6.8.1.9.3. Costos Totales	69
6.8.1.9.4. Posibles Patrocinios.....	69
6.8.2. Cronograma.....	70
7. Anexos	71
8. Bibliografía	73
Resumen.....	78
Palabras Claves:	78
Enología, Turismo, Patate.	78
Estado del Arte.....	80
Metodología.....	84
Resultado	84
Discusión	85
Conclusiones	85
Bibliografía	86

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Árbol de Problemas.....	6
Gráfico 2: Inclusión conceptual.....	19
Gráfico 3: Subordinacion Conceptual Variable Independiente.....	20
Gráfico 4: Subordinación Conceptual Variable Dependiente.	21
Gráfico 5: Representación gráfica del Genero.....	45
Gráfico 6: Representación gráfica de la edad	46
Gráfico 11: Representación gráfica del buqué.....	51
Gráfico 12: Representación gráfica del cuerpo.....	52

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Variable Dependiente. Turismo Histórico-Cultural	41
Tabla 2 Variable Independiente.....	42
Tabla 3 Recolecciones de Información.....	43
Tabla 4 Frecuencia del género.....	45
Tabla 5 Media de la edad	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 6 Frecuencia de la edad	46
Tabla 7 Motivación	47
Tabla 8 Media de la edad	48
Tabla 9 Color	49
Tabla 10 Sabor	50
Tabla 11 BUQUÉ.....	51
Tabla 12 Cuerpo.....	52
Tabla 13 Análisis bidimensional de Friedman	54
Tabla 14 Correlaciones.....	55
Tabla 15 Resumen de prueba de hipótesis.....	56
Tabla 16 Modelo operativo	61
Tabla 17 Costos fijos.....	68
Tabla 18 Costos variables	69

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA

RESUMEN EJECUTIVO

TEMA: “La Enología en el Turismo Histórico-Cultural: Experiencia del cantón Patate”

AUTOR: Andrés Sebastián Soria Ochoa

TUTOR: Ing. Diego Melo Fiallos

La presente investigación se enfatiza en La Enología y el Turismo Histórico-Cultural siendo una experiencia el cantón Patate debido a que esta actividad se ha remontado desde hace tiempos remotos en la historia de Patate convirtiéndose en uno de los principales atractivos que posee el cantón, atrayendo miles de turistas todos los días del año. Es por esto que, tras realizada la investigación, se pudo evidenciar que la enología tiene una gran aceptación en los visitantes; sin embargo, el desarrollo de la misma se ve afectada por la pérdida absoluta o parcial de los procesos tradicionales en la producción del vino y de igual manera por falta de apoyo por parte de las autoridades que no han permitido el desarrollo del enoturismo en el sector ya que ha existido un desconocimiento total de esta modalidad turística debido a que las autoridades y los moradores se han enfocado en las principales actividades del sector como son la ganadería y la agricultura, desaprovechando la posibilidad de buscar una nueva fuente de ingresos económicos.

Palabras Claves: Turismo, enología, cultura, historia, gastronomía, modalidad turismo vitivinícola.

INTRODUCCIÓN

En el presente trabajo se investigó la enología y su impacto en el turismo histórico cultural experiencia del cantón Patate, mismo que cuenta con seis capítulos, los cuales se describen a continuación.

CAPITULO I

Este capítulo está centrado en el problema de investigación, además de la contextualización macro, meso y micro sobre turismo enológico, se desarrolla además el árbol de problemas en el cual se señalan las causas y los efectos del tema, y se plantea la prognosis con una interrogante sobre el ¿Qué pasaría si no se realiza el proyecto?, luego de ello se formula el problema, el cual es la relación entre variables, dependiente e independiente, a partir de ello se enuncian las preguntas directrices que son los referentes de los objetivos de la investigación; también se propone una justificación de la investigación la cual hace referencia a los motivos por los cuales se debería realizar la indagación y finalmente los objetivos que se requieren alcanzar durante el proceso de investigación.

CAPITULO II

Básicamente este capítulo hace referencia al marco teórico, el cual es una recopilación de conceptos esenciales que sirven de fundamento para el desarrollo de la investigación, además de señalarse las fundamentaciones filosófica y legal en las cuales se establecen leyes que sustentan la investigación, consecuentemente van las categorías fundamentales que son soportes para que se desenvuelvan caracteres conceptuales de las dos variables, se incluyen las hipótesis las cuales son la argumentos tentativos del proyecto y finalmente se moldean las variables.

CAPITULO III

Este capítulo exterioriza la metodología de la investigación, mediante la aplicación de encuestas a una población de turistas, para la obtención de información básica y fundamental en el desarrollo del proyecto.

CAPITULO IV

Este apartado presenta el análisis y la interpretación de la información obtenida en el capítulo III, y mediante la aplicación del CHI CUADRADO, herramienta estadística que sirve para la verificación de la hipótesis.

CAPITULO V

En esta importante sección se describen las conclusiones y recomendaciones acerca de la investigación, además de conceder una clara idea para la elaboración de la propuesta.

CAPITULO VI

Finalmente, este capítulo describe la propuesta como alternativa al problema presentado, en este contenido será la implementación de una planta turística de alojamiento con su respectiva justificación y objetivos los cuales se alcanzarán con el desenlace del proyecto.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 TEMA.

“La Enología en el Turismo Histórico-Cultural: Experiencia del cantón Patate”

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

1.2.1 Contextualización

La referencia más antigua sobre el vino parece pertenecer al Antiguo Testamento, cuando "Noé comenzó a labrar la tierra, y plantó una viña; bebió el vino y se embriagó" (Génesis, 9-21). Esta referencia marca la presencia del vino en la tradición judeo-cristiana desde los primeros tiempos. La enología es una muestra de gran importancia en todas las culturas de la zona: Babilonia, Egipto, Sumer, etc. Más tarde, adopta un papel clave en el ritual cristiano (Turismodevino, 2013).

En Grecia y Roma los dioses del vino eran muy venerados por sus poderes embriagadores y afrodisíacos. Homero describió algunos de los vinos cultivados en el norte de Grecia con uva moscatel como “dulces como la miel” (Caseres, 2009). Se organizaban fiestas y orgías en honor a los Dioses, en las que abundaba el vino, los manjares y los placeres sexuales. El vino se asociaba en el mundo clásico con el amor y el disfrute carnal, pero asimismo con la tranquilidad, el descanso y el alivio.

En el antiguo Egipto se han encontrado vasijas de vino con 'etiqueta', es decir con el nombre del productor, el viñedo y el año inscritos. Este hecho nos exterioriza que la preocupación por la calidad del vino viene de lejos. También los romanos demostraron un gran interés por la calidad del vino y por definir cuáles eran los mejores viñedos (OUGH & AMERINTE , 2009).

Actualmente, en el Ecuador existen cinco productores de vino, de los cuales dos ya tienen mercado y reconocimiento a escala 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 sigue prefiriéndose precio a calidad” (Salazar, 2016).

“Aunque Ecuador no es un país con tradición en el consumo de vino, el crecimiento promedio de más del 17.8% en las importaciones de este producto en los últimos 10 años refleja un aumento en el gusto por esta bebida” (Diario Hoy, 2011).

En el país, el 90% de los vinos que se consumen es importado y el 10% restante es producido por cinco empresas ecuatorianas. Dos de las empresas ecuatorianas están exportando: Chaupi Estancia Winery ubicada en Pichincha y Dos Hemisferios (ganadora de premios internacionales con su cepa Chardonnay) en el Guayas (Salazar, 2016).

Las variedades de vinos que más se consumen en el país son: cabernet sauvignon, malbec, syrah, merlot, tempranillo y pinot noir. En el mercado de bebidas alcohólicas, el vino es el producto más demandado por los consumidores ecuatorianos después de la cerveza y el whisky, fundamentalmente del sector de la clase media (Diario Hoy, 2011).

En nuestro país los principales viñedos existentes son tres; los cuales poseen producción industrial y semi industrial: el primero se encuentra localizado en la parroquia Yaruquí, el segundo en Pomasqui, ambos que están ubicados en la provincia de Pichincha; y el tercero ubicado en la parroquia de San Miguel del Morro, cerca del cantón Playas, en la provincia del Guayas. En este último mencionado se cultivan uvas de las variedades Malbec y el Cabernet Sauvignon. Esta última se la conoce como la uva internacional, ya que esta se logra adaptar a prácticamente cualquier tipo de clima en el mundo (Diario Hoy, 2011).

El Ecuador cuenta con cinco productores de vino, de estos, dos ya poseen su mercado y un gran reconocimiento a escala internacional; se trata de las empresas Chaupi Estancia Winery, la cual se encuentra localizada en la provincia de Pichincha y la segunda, cuyo nombre de la empresa es Figalsa, la cual tiene su locación en la provincia del Guayas, y que ha sido ganadora de premios y reconocimientos internacionales gracias a su cepa Chardonnay.

La provincia de Tungurahua posee varias empresas dedicadas a la producción de vino combinado de frutas, que es la bebida alcohólica elaborada con no menos del 75 % de vino con o sin adición de alcohol vínico o de alcohol étílico rectificado, mostos, vino de frutas, sustancias amargas, aromatizantes y/o edulcorantes de uso permitido.

La Enología tiene relevante interés y singularmente en Patate puesto que a inicios de la conquista española y durante la misma se plantaron viñas y olivares con producciones en

grandes cantidades, emprendiéndose la industrialización del aceite de oliva y producción enológica que fueron cotizados por el mercado exterior de esa época actividad industrial que se ha desarrollado y mantenido como tradición histórica-cultural hasta la presente fecha.

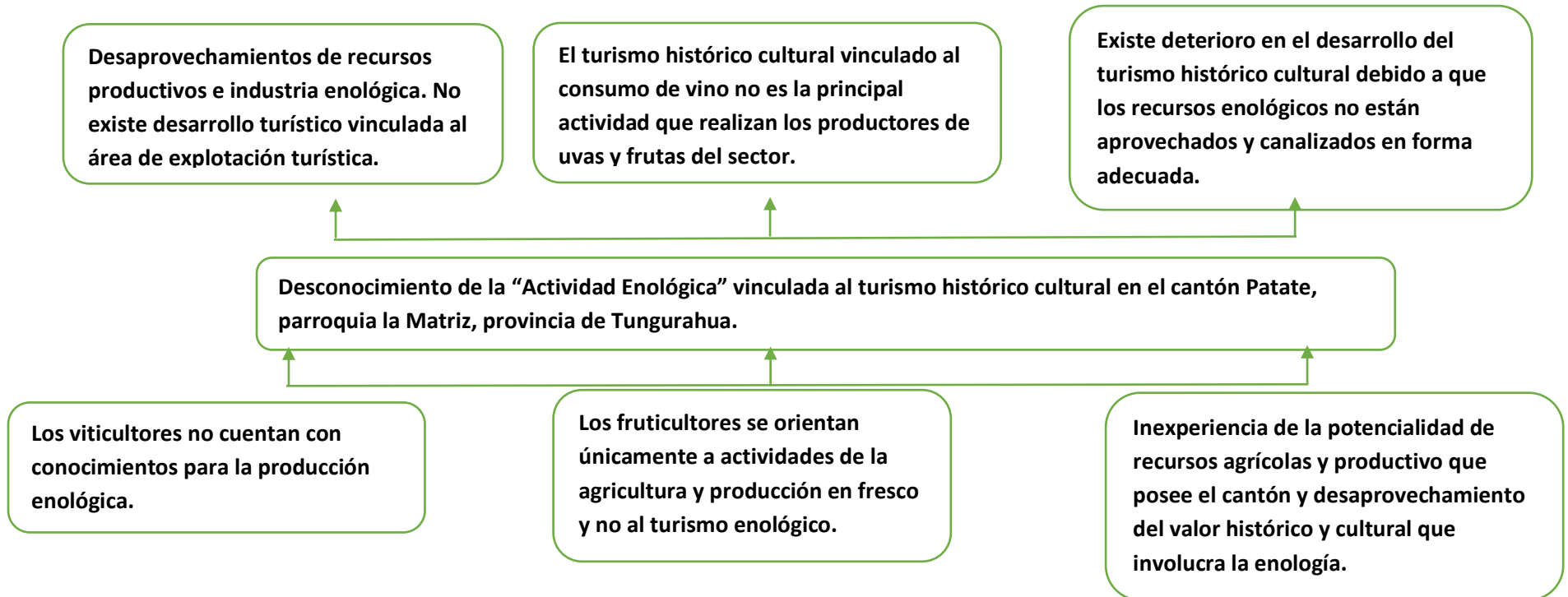
Se hace indispensables señalar que la producción agroindustrial de la uva a inicios de la década del 1950 hasta entrada de la década del 2000 se mantenía estable, siendo uno de los incrementos productivo a entrada del siglo hasta el año 2014 destacándose un índice de producción vinícola altísimo para desde aquel tiempo tener una baja notoria que se califica como insipiente hasta nuestros días.

La producción de vinos es conocida como Enología y adjunta a la gastronomía de la provincia de Tungurahua es reconocida por su acostumbrada variedad de sabores que son elaborados de generación en generación, heredando todos los secretos de preparación que sus antepasados han ofrecido como legado a muchas familias patateñas, toda este bagaje y miscelánea de sabores ha excitado el interés en propios y extraños para visitar y degustar de estos elíxires que produce este lugar paradisiaco. Las fábricas que actualmente han subsistido con producción enológica son: Bardiné, Campiña, Baldoré, Sabalone y Vinos de Samuel.

Patate desde siempre se ha caracterizado por ser un rincón andino fantástico, localizado en un floreciente y fértil valle de la provincia del Tungurahua, donde la exuberancia y riqueza de su suelo, clima y vegetación se ha convertido en la diversidad de producción frutícola, hortícola, industrial, maderables y ganadería. Si todas estas especies tienen su ostentoso carácter, por su calidad y utilidad que facilitan al hombre. Cabe enfatizar la enorme importancia que simboliza esta zona con el cultivo de la uva y otras frutas que hoy en día se utilizan para la producción enológica.

1.2.2 Análisis Crítico.

Gráfico 1: Árbol de Problemas



Elaborado por: SORIA, Andrés (2017)

La incapacidad de centralizar al turismo con la producción enológica en el Cantón Patate, provincia Tungurahua, se debe a que los productores de uva y frutas no cuentan con los elementos que incentiven a ampliar sus zonas de cultivo, además no se posee estudios técnicos sobre el manejo y administración de la producción vinícola y su asociación con este gran periplo, debido al desinterés por parte de autoridades y población para adquirir exactos saberes y tecnologías recientes, siendo una razón fundamental la falta de visión por su dedicación exclusiva a lucrar de las actividades agrícolas. En décadas anteriores fue más embarazoso adquirir estudios dentro del tema industrial – turístico, siendo un factor determinante la limitada liquidez del recurso económico que esos momentos no fueron suficientes para alcanzar los objetivos de los productores.

Los fruticultores por siempre se han orientado a otras actividades ligadas a la agricultura y ganadería, sin tomar en cuenta al turismo como una nueva alternativa y oferta, por lo que nunca reconocieron o visionaron que podrían generaba ingresos, quizás suficientes y posiblemente llegar a superarlas.

1.2.3 Prognosis

Si por razones impensadas la presente propuesta investigativa no se lo realizaría y por consiguiente no se lo ejecutará, no se tendrá una alternativa para potencializar la enología en Patate, de igual manera perdurará su letargo y no se promocionará el potencial agro turístico, enológico y gastronómico del Cantón Patate, ya que con esta concurrencia se pretende impulsar la actividad turística y optimizar las condiciones económicas de los viticultores, fruticultores y de la población en general.

1.2.4 Formulación del Problema

1.2.5 Interrogantes

- ✓ ¿Cuáles son los procesos típicos de producción y fabricación que aporten al fortalecimiento de la identidad enológica del cantón?

- ✓ ¿Cómo se vincula la producción vinícola al fortalecimiento del turismo histórico cultural?

- ✓ ¿Cuál es una alternativa de solución a la problemática existente?

1.2.6 Delimitación del problema

El presente estudio se delimita de acuerdo a las siguientes condiciones:

1.2.6.1 Delimitación del contenido.

Campo: Turismo y Hotelería

Área: Turismo

Aspecto: Enología, Turismo Histórico Cultural

1.2.6.2 Delimitación Espacial.

La presente investigación se realizó en el cantón Patate, parroquia La Matriz, provincia Tungurahua.

Ubicación: Centro Este de Tungurahua

Límites: Al Norte: Cantón Píllaro, al Este: Provincia de Pastaza y Cantón Baños, al Sur: los Cantones de Baños y Pelileo y, al Oeste: Cantón Pelileo.

Puntos Geográficos Extremos: Al norte: 01 09' 33''S, 78 22' 00''W; al Sur: 01 24' 34''S, 78 28' 11''W; al Este: 01 12' 41'', 78 19' 11''W, y al Oeste: 01 14' 23''S, 78 31' 19''W.

Coordenadas: 78° 30' de longitud occidental y 1° 19' de latitud sur.

1.2.6.3 Delimitación Temporal

La realización del presente trabajo investigativo se realizará en el periodo comprendido entre septiembre 2017 - marzo 2018.

1.3 Justificación

Debido a que, en el Ecuador se han realizado pocas investigaciones para determinar la factibilidad de aprovechar al máximo los recursos enológicos proyectados hacia la explotación turística, se ha considerado que es de enorme importancia realizar un estudio para rescatar e incrementar la tradición enológica de uno de los sectores más significativos en producción de vinos de la provincia del Tungurahua como es el valle del Patate, actividad que al momento se encuentra en letargo por varios factores y que es tarea apremiante iniciar con un proceso de rescate histórico-cultural. Para empezar con esta actividad de reivindicación se debe partir de un serio diagnóstico, empezando desde la cardinal problemática e inclinarnos a dar acertadas soluciones con el empleo de caracteres técnicos y teóricos, fundando esta tesis con discernimiento desde el mismo génesis de la viticultura y enología implantada en este valle desde épocas coloniales y programar la subsistencia de una de las tradiciones más arraigadas de nuestra comunidad.

Esta investigación se hace factible porque se ha retomado con fuentes verificables de información a los propietarios de las fábricas existentes en la zona, al igual el proyecto de investigación será de gran utilidad porque esta direccionado a mejorar la difusión turística mediante el requerimiento y la importancia de la enología del sector, así como el despertar a un crecimiento económico del cantón para mejorar la calidad de vida de los habitantes. Los beneficiarios a quienes se dirige esta investigación son los propietarios de las fábricas de vino, productores agrícolas, artesanos del cantón en donde aún prevalece la práctica ancestral del campo relacionado con la enología del cantón Patate para ser difundida.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo General

Estudiar la Enología y su relación con el turismo Histórico-Cultural en el cantón Patate”

1.4.2 Objetivos Específicos

- ✓ Identificar los procesos típicos de producción y fabricación que aporten al fortalecimiento de la identidad enológica del cantón.

- ✓ Determinar la producción vinícola al fortalecimiento del turismo histórico cultural.

- ✓ Generar un plan “El Festival del Vino” para difundir la identidad enológica y cultural del Cantón Patate.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Trabajo investigativo 1: “Enoturismo en Chile: una oportunidad de desarrollo y crecimiento para las viñas”

Autores: Mateo Inalaf Lavín, Oscar Ogalde Zavala, Matías Verdugo Bascuñán

Institución: Tesis realizada en la Universidad de Chile Facultad de Economía y Negocios Escuela de Economía y Administración.

Periodo: enero 2012. Seminario para optar al Título de Ingeniero Comercial Mención Administración.

Conclusiones:

Respecto de los objetivos de la investigación, se lograron recabar todos los datos pertinentes como para decir que el enoturismo representa una oportunidad de crecimiento y desarrollo para las viñas.

Se vio que el turismo del vino puede ser usado con distintos fines, siendo estos ganar dinero por el tour (ticket), ventas directas en las viñas o con la idea del marketing relacional.

La idea es vender lo suficiente en el mismo establecimiento o fidelizar y generar una lealtad con el consumidor, enfocándose en aspectos dados por el marketing relacional, lo que es más importante en viñas cuyo principal mercado es el extranjero, debido a que quieren que el cliente siga comprando y recomiende en su lugar de residencia.

Asimismo, no existe un concepto de cluster en la industria del vino, lo que dificulta lograr objetivos y alcanzar oportunidades de desarrollo común, por ejemplo, el aprovechar la creación de nuevas rutas del vino enfocadas a un público con características de conocimiento y segmentación geográfica especiales.

Trabajo investigativo 2: “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”

Autores:

Institución: Tesis realizada en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil Facultad de Especialidades Empresariales Carrera de Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe.

Periodo: Año 2015. Trabajo Práctico de la Modalidad de Examen Complexivo de la Unidad de Titulación Especial (UTE).

Conclusiones:

La demanda creciente de vino en el Ecuador, sumado al aumento de impuestos a los productos importados genera una ventaja al productor nacional, además con las diferentes campañas de ayuda a este sector en específico que lleva a cabo las entidades respectivas, es motivo para pensar en un incremento de hectáreas destinadas al cultivo de uvas que no cubren ni el 50% de la demanda actual.

Como otra oportunidad de crecimiento y competitividad frente a otros mercados en la región, se debe tomar en cuenta como un factor positivo que el Ecuador posee dos estaciones perfectamente definidas: lluviosa y seca; lo que permite tener los climas idóneos para una correcta producción de uva, respecto a otros países que poseen las 4 estaciones, en los cuales debe soportar estaciones como son inviernos inclementes y veranos con calor extremo, los cuales hacen que la producción de uva no sea efectiva los 365 días del año.

El gobierno del presidente Rafael Correa promueve la producción nacional, los créditos para inversiones son una realidad para los productores, y esto a su vez genera más trabajo a las empresas trabajadoras de este mercado, ya sea de uva como materia prima y de vino como producto final, con lo que se evita el gasto en importaciones de estos.

2.2 Fundamentación Filosófica

El presente proyecto de investigación se fundamenta en los esquemas del paradigma crítico-propositivo; crítico por que identifica desde una opinión analítica el valor histórico de la Enología del cantón Patate y su contribución a la identidad cultural, a su vez la misma es propositiva porque plantea soluciones que van a determinar la problemática y proyectar un adecuado rescate dando solución al tema planteado.

2.3 Fundamentación Legal

LEY DE FOMENTO ARTESANAL
Decreto Ley de Emergencia 26
Registro Oficial 446 de 29-may-1986
Ultima modificación: 06-oct-2003 Estado: Vigente

NOTA GENERAL:

Deróganse todas las disposiciones legales y reglamentarias que establezcan exoneraciones totales o parciales de derechos arancelarios que afecten a las importaciones del sector privado y que consten en las leyes generales o especiales. Disposición dada por Inciso 1, Art. 12 de la Ley 79, publicada en Registro Oficial 464 de 22 de Junio de 1990 . Ley No. 79, derogada por Ley No. 17, publicada en Registro Oficial Suplemento 184 de 6 de Octubre del 2003 .

EL CONGRESO NACIONAL

Considerando:

Que por Decreto Supremo No. 52, de 15 de enero de 1965, se dictó la Ley de Fomento de Artesanía y de la Pequeña Industria, publicada en el Registro Oficial No. 419 de 20 de los mismos mes y año la cual fue codificada como Ley de Fomento de la Pequeña Industria y Artesanía, mediante Decreto Supremo No. 921, del 2 de agosto de 1973, publicado en el Registro Oficial No. 372, de 20 de los mismos mes y año;

Que dadas las condiciones del país, es necesario que los artesanos cuenten con una Ley propia, a fin de desarrollar y fomentar la artesanía de producción, de servicios y artística; Que el proceso devaluatorio de los últimos años obliga a ampliar el monto de los activos establecidos a favor del sector artesanal en relación con el incremento de costos producidos por la inflación con el objeto de que pueda alcanzar el goce de los beneficios que concede la presente Ley, y. En uso de sus atribuciones constitucionales.

EXPIDE:

TITULO I GENERALIDADES

Art. 1.- Esta Ley ampara a los artesanos que se dedican, en forma individual, de asociaciones, cooperativas, gremios o uniones artesanales, a la producción de bienes o servicios o artística y que transforman materia prima con predominio de la labor fundamentalmente manual, con auxilio o no de máquinas, equipos y herramientas, siempre que no sobrepasen en sus activos fijos, excluyéndose los terrenos y edificios, el monto señalado por la Ley.

Art. 2.- Para gozar de los beneficios que otorga la presente Ley, se considera: a) Artesano Maestro de Taller, a la persona natural que domina la técnica de un arte u oficio, con conocimientos teóricos y prácticos, que ha obtenido el título y calificación correspondientes, conforme a las disposiciones legales y reglamentarias pertinentes y dirige personalmente un taller puesto al servicio del público; b) Artesano Autónomo, aquél que realiza su arte u oficio con o sin inversión alguna de implementos.

Art. 4.- Los artesanos individualmente considerados, las asociaciones, cooperativas, gremios y uniones de artesanos que tuvieren talleres independientes del establecimiento o almacén en el que se expenden sus productos, serán considerados como una sólo unidad para gozar de los beneficios que se otorgan en esta Ley.

Art. 5.- Para la aplicación y concesión de beneficios que otorga esta Ley, se establece el Comité Interinstitucional de Fomento Artesanal, que estará integrado por: 1. El Ministro

de Industrias, Comercio, Integración y Pesca, o su delegado, quien lo presidirá; 2. El Ministro de Finanzas, o su delegado; 3. Un delegado del Presidente del CONADE; 4. Nota: Numeral derogado por Decreto Ley de Emergencia No. 2, publicado en Registro Oficial Suplemento 930 de 7 de Mayo de 1992, Art. 166 Nro. 8. 5. Un delegado del Banco Nacional de Fomento.

Art. 6.- Corresponde al Comité Interinstitucional de Fomento Artesanal: a) Conceder los beneficios y exoneraciones a favor de quienes estén en capacidad de acogerse al régimen de esta Ley; b) Determinar los porcentajes de los beneficios a que tienen derecho los artesanos amparados por esta Ley, y c) Las demás atribuciones previstas en la Ley y Reglamentos.

Art. 7.- Para gozar de los beneficios establecidos en esta Ley, el artesano maestro de taller requiere de la calificación conferida por la Junta Nacional de Defensa del Artesano, o del carné de agremiación expedido por las diferentes organizaciones o instituciones artesanales clasistas con personería jurídica, en los casos de los artesanos miembros de asociaciones simples o compuestas, gremios, cooperativas, uniones de artesanos, cámaras artesanales u otras que se crearen de conformidad con la Ley.

Art. 8.- El Ministerio de Industrias, Comercio, Integración y Pesca, aprobará los estatutos de las Cámaras Artesanales, de las Federaciones Nacionales de Cámaras Artesanales, de Uniones y Centros Artesanales. Las Cámaras Artesanales estarán conformadas, con sede en las capitales de provincia, por los artesanos de la correspondiente jurisdicción provincial. La Federación Nacional de Cámaras Artesanales se integrará por las Cámaras Artesanales organizadas en el país.

Art. 9.- Los artesanos, personas naturales o jurídicas, que se acojan al régimen de la presente Ley, gozarán de los siguientes beneficios: 1. Exoneración de hasta el ciento por ciento de los impuestos arancelarios y adicionales a la importación de maquinaria, equipos auxiliares, accesorios, herramientas, repuestos nuevos, materias primas y materiales de consumo, que no se produzcan en el país y que fueren necesarios para la instalación, mejoramiento, producción y tecnificación de los talleres artesanales. Para la importación de maquinarias, equipos auxiliares y herramientas, usados y reconstruidos, se requerirá carta de garantía de funcionamiento de la casa o empresa vendedora y se concederá la importación en las mismas condiciones establecidas en el inciso anterior. 2. Exoneración total de los derechos, timbres, impuestos y adicionales que graven la introducción de materia prima importada dentro de cada ejercicio fiscal, que no se produzca en el país y que fuere empleada en la elaboración de productos que se exportaren, previo dictamen favorable del Ministerio de Industrias, Comercio, Integración y Pesca. Sin embargo, tanto en el numeral 1. como el de este numeral 2., seguirá vigente la reducción del 35% del valor de las exoneraciones a los impuestos a las importaciones, establecida mediante Ley No. 509 de 8 de Junio de 1983, en lo que fuere pertinente. 3. Exoneración total de los impuestos y derechos que graven la exportación de artículos y productos de la artesanía. 4. Exoneración total de los impuestos a los capitales en giro. 5. Exoneración de derechos e impuestos fiscales, provinciales y municipales, inclusive los de alcabala y de timbres, a la transferencia de dominio de inmuebles para fines de instalación, funcionamiento, ampliación o mejoramiento de los talleres, centros y almacenes artesanales, donde desarrollan en forma exclusiva sus actividades. 6. Exoneración de los impuestos que graven las transacciones mercantiles y la prestación de servicios, de conformidad con la Ley. 7. Nota: Numeral derogado por Ley No. 56, publicada en Registro Oficial 341 de 22 de Diciembre de 1989, y Ley No. 56 reformada por Ley No. 72, publicada en Registro Oficial 441 de 21 de Mayo de 1990. 8. Exoneración de impuestos arancelarios adicionales a la importación de envases, materiales de embalaje y, de acuerdo con el Reglamento, similares, cuando las necesidades de los artículos o producción artesanal lo justifiquen, siempre que no se produzcan en el país. 9. Exoneración total de los derechos, timbres e impuestos que graven los actos constitutivos.

Art. 10.- El goce de los beneficios que se otorga en esta Ley se iniciará a partir de la fecha de suscripción del Acuerdo Interministerial emitido por los Ministros de Industrias, Comercio, Integración y Pesca y de Finanzas y Crédito Público; sin embargo, los plazos de duración de los beneficios se determinarán, en cada caso, contándolos a partir de la fecha de producción efectiva.

Art. 11.- El Ministerio de Industrias, Comercio, Integración y Pesca, a través de la Subsecretaría de Artesanías, otorgará a los artesanos y personas jurídicas artesanales, la certificación respectiva para la aplicación de los regímenes especiales salariales que se expidieren para el sector de conformidad con la Ley.

Art. 12.- A solicitud del Comité Interinstitucional de Fomento Artesanal, el Ministro de Industrias, Comercio, Integración y Pesca, podrá requerir de la Junta Monetaria o de la institución u organismo competente, de conformidad con la Ley, la prohibición o limitación de importación de artículos similares a los elaborados por la artesanía nacional, cuando estos últimos ofrezcan condiciones satisfactorias de abastecimiento, calidad y precios.

Art. 13.- Para el goce de los beneficios establecidos en esta Ley, deberá presentarse la solicitud al Ministerio de Industrias, Comercio, Integración y Pesca, el que efectuará los estudios y comprobaciones que juzgare convenientes y someterá a consideración del Comité Interinstitucional de Fomento Artesanal el informe correspondiente, recomendando: a) Los beneficios que deben concederse, su proporción y, en los casos pertinentes, el respectivo plazo, y b) Las condiciones que deberán satisfacer los talleres artesanales. Aceptada la solicitud, el Ministerio procederá a la elaboración del Acuerdo Interministerial de concesión de beneficios que será expedido por los Ministros de Industrias, Comercio, Integración y Pesca y de Finanzas y Crédito Público.

Art. 14.- El Comité Interinstitucional de Fomento Artesanal, sesionará por lo menos una vez cada semana.

Art. 15.- El Ministerio de Industrias, Comercio, Integración y Pesca notificará la copia certificada del Acuerdo Interministerial al interesado.

Art. 16.- El Ministerio de Industrias, Comercio, Integración y Pesca, tendrá las siguientes obligaciones: a) Exigir el cumplimiento de los compromisos contraídos por los artesanos maestros de taller, artesanos autónomos, asociaciones, gremios, cooperativas, uniones de artesanos y demás personas jurídicas artesanales que gocen de los beneficios concedidos por esta Ley; b) Llevar un libro de registro de las solicitudes presentadas, de su aceptación o rechazo y de los Acuerdos Interministeriales de concesión de beneficios; c) Llevar un registro de maquinarias, equipos auxiliares, accesorios, repuestos y materia prima importados con exenciones tributarias, con los datos necesarios para su identificación y verificar su existencia, uso y funcionamiento; d) Constatar las inversiones y reinversiones en activos fijos; e) Comprobar el cumplimiento de los plazos y de las condiciones determinadas en dichos Acuerdos Interministeriales; f) Controlar el monto de la producción artesanal para determinar el valor de la materia prima importada con liberación de derechos e incorporada en los artículos exportados, y g) Las demás establecidas en la Ley y en los reglamentos. Para la constancia de los controles y comprobaciones realizadas, se levantarán las actas correspondientes.

Art. 17.- Los beneficiarios que no cumplieren con las obligaciones previstas en esta Ley, en los reglamentos o en los acuerdos, serán sancionados con: a) Multa; b) Suspensión temporal de los beneficios de que gocen, y c) Suspensión definitiva de dichos beneficios.

De acuerdo con la gravedad de infracción la multa podrá acompañar a las sanciones establecidas en los literales b) y c) de este artículo.

Art. 18.- La falta de cumplimiento en la entrega de las informaciones periódicas u ocasionales solicitadas por el Ministerio de Industrias, Comercio, Integración y Pesca será sancionada con multa de hasta diez salarios mínimos vitales generales según la gravedad de la infracción. La reincidencia será sancionada con el doble de la multa impuesta anteriormente. Los actos de defraudación serán sancionados de conformidad con el Código Tributario, sin perjuicio de la suspensión temporal o definitiva de los beneficios concedidos.

Art. 19.- Serán causas de suspensión temporal del goce de los beneficios: a) Impedir o dificultar las inspecciones o comprobaciones de los funcionarios de los Ministerios de Industrias, Comercio, Integración y Pesca y de Finanzas y Crédito Público o recurrir a medios de cualquier clase para inducir a error a las entidades o funcionarios oficiales; b) Recurrir a procedimientos ilícitos para impedir el establecimiento de talleres competidores o estorbar el funcionamiento de los ya existentes; c) El préstamo, arriendo, permuta o venta todo o parte de las herramientas, maquinarias, equipos auxiliares, repuestos o materias primas, cuya importación hubiere gozado de exoneraciones en el pago de derechos arancelarios o consulares y otros beneficios que establece la presente Ley, cuando las transferencias de dominio o de uso se hubieren realizado sin la autorización previa del Ministerio de Industrias, Comercio, Integración y Pesca; d) La reincidencia por más de una ocasión en el incumplimiento de las obligaciones penadas con multa, según lo dispuesto en el Art. 18, y e) El incumplimiento de las condiciones establecidas en el Acuerdo Interministerial de Concesión de Beneficios.

Art. 19.- Serán causas de suspensión temporal del goce de los beneficios: a) Impedir o dificultar las inspecciones o comprobaciones de los funcionarios de los Ministerios de Industrias, Comercio, Integración y Pesca y de Finanzas y Crédito Público o recurrir a medios de cualquier clase para inducir a error a las entidades o funcionarios oficiales; b) Recurrir a procedimientos ilícitos para impedir el establecimiento de talleres competidores o estorbar el funcionamiento de los ya existentes; c) El préstamo, arriendo, permuta o venta todo o parte de las herramientas, maquinarias, equipos auxiliares, repuestos o materias primas, cuya importación hubiere gozado de exoneraciones en el pago de derechos arancelarios o consulares y otros beneficios que establece la presente Ley, cuando las transferencias de dominio o de uso se hubieren realizado sin la autorización previa del Ministerio de Industrias, Comercio, Integración y Pesca; d) La reincidencia por más de una ocasión en el incumplimiento de las obligaciones penadas con multa, según lo dispuesto en el Art. 18, y e) El incumplimiento de las condiciones establecidas en el Acuerdo Interministerial de Concesión de Beneficios.

Art. 20.- Serán causas de suspensión definitiva del goce de beneficios: a) Falsedad dolosa comprobada en las informaciones proporcionadas por los beneficiarios que sirvieron de base para la concesión de los beneficios, y b) Cohecho o intento de cohecho a los funcionarios oficiales con los cuales los beneficiarios tuvieran relaciones de acuerdo con esta Ley, sin perjuicio de las sanciones determinadas en el Código Penal.

Art. 21.- En los casos de suspensión temporal o definitiva, el Ministro de Industrias, Comercio, Integración y Pesca, impondrá las sanciones correspondientes, previo el dictamen de Asesoría Jurídica. El beneficiario afectado podrá apelar de esa resolución ante el Comité Interinstitucional, sobre cuyo pronunciamiento no habrá recurso alguno, en la vía administrativa. El Ministro de Industrias impondrá también las multas a que hubiere lugar.

Art. 22.- La protección del seguro social artesanal se extenderá a los trabajadores que constituyen el grupo familiar, inclusive el cónyuge del artesano dueño del taller o autónomo, siempre y cuando contribuyan con su trabajo para el funcionamiento de su taller o mantenimiento de la actividad artesanal, gestión que será calificada previamente por el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social. Art. 23.- Para el efecto de la afiliación al Seguro Social Artesanal, el interesado presentará al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, copia certificada

del Acuerdo de Concesión de Beneficios previsto en esta Ley o la calificación otorgada por la Junta Nacional de Defensa del Artesano. Art.

24.- El Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) deberá otorgar atención preferente al Seguro Social Artesanal, para lo cual implementará debidamente los departamentos o unidades administrativas correspondientes.

CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA

Sección cuarta Cultura y ciencia

Art. 21.- Las personas tienen derecho a construir y mantener su propia identidad cultural, a decidir sobre su pertenencia a una o varias comunidades culturales y a expresar dichas elecciones; a la libertad estética; a conocer la memoria histórica de sus culturas y a acceder a su patrimonio cultural; a difundir sus propias expresiones culturales y tener acceso a expresiones culturales diversas. No se podrá invocar la cultura cuando se atente contra los derechos reconocidos en la Constitución.

Art. 22.- Las personas tienen derecho a desarrollar su capacidad creativa, al ejercicio digno y sostenido de las actividades culturales y artísticas, y a beneficiarse de la protección de los derechos morales y patrimoniales que les correspondan por las producciones científicas, literarias o artísticas de su autoría.

Art. 23.- Las personas tienen derecho a acceder y participar del espacio público como ámbito de deliberación, intercambio cultural, cohesión social y promoción de la igualdad en la diversidad. El derecho a difundir en el espacio público las propias expresiones culturales se ejercerá sin más limitaciones que las que establezca la ley, con sujeción a los principios constitucionales.

Art. 25.- Las personas tienen derecho a gozar de los beneficios y aplicaciones del progreso científico y de los saberes ancestrales. (ASAMBLEA CONSTITUYENTE, 2008)

TÍTULO VII RÉGIMEN DEL BUEN VIVIR Sección quinta Cultura

Art. 377.- El sistema nacional de cultura tiene como finalidad fortalecer la identidad nacional; proteger y promover la diversidad de las expresiones culturales; incentivar la libre creación artística y la producción, difusión, distribución y disfrute de bienes y servicios culturales; y salvaguardar la memoria social y el patrimonio cultural. Se garantiza el ejercicio pleno de los derechos culturales.

Art. 378.- El sistema nacional de cultura estará integrado por todas las instituciones del ámbito cultural que reciban fondos públicos y por los colectivos y personas que voluntariamente se vinculen al sistema. Las entidades culturales que reciban fondos públicos estarán sujetas a control y rendición de cuentas. El Estado ejercerá la rectoría del sistema a través del órgano competente, con respeto a la libertad de creación y expresión,

a la interculturalidad y a la diversidad; será responsable de la gestión y promoción de la cultura, así como de la formulación e implementación de la política nacional en este campo.

Art. 379.- Son parte del patrimonio cultural tangible e intangible relevante para la memoria e identidad de las personas y colectivos, y objeto de salvaguarda del Estado, entre otros:

1. Las lenguas, formas de expresión, tradición oral y diversas manifestaciones y creaciones culturales, incluyendo las de carácter ritual, festivo y productivo.

2. Las edificaciones, espacios y conjuntos urbanos, monumentos, sitios naturales, caminos, jardines y paisajes que constituyan referentes de identidad para los pueblos o que tengan valor histórico, artístico, arqueológico, etnográfico o paleontológico.

3. Los documentos, objetos, colecciones, archivos, bibliotecas y museos que tengan valor histórico, artístico, arqueológico, etnográfico o paleontológico.

4. Las creaciones artísticas, científicas y tecnológicas. Los bienes culturales patrimoniales del Estado serán inalienables, inembargables e imprescriptibles. El Estado tendrá derecho de prelación en la adquisición de los bienes del patrimonio cultural y garantizará su protección. Cualquier daño será sancionado de acuerdo con la ley. (ASAMBLEA CONSTITUYENTE, 2008) LEY DE TURISMO CAPÍTULO I GENERALIDADES

Art.4.- La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos:

a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo;

b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación;

c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística;

d) Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos;

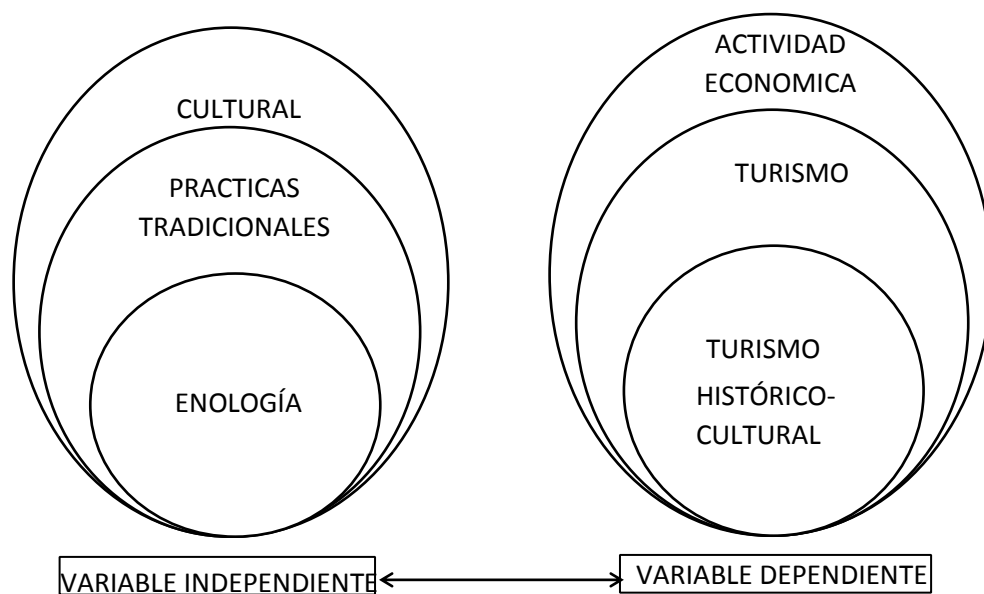
e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística;

f) Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado; y,

g) Fomentar e incentivar el turismo interno. (MINISTERIO DE TURISMO, 2008)

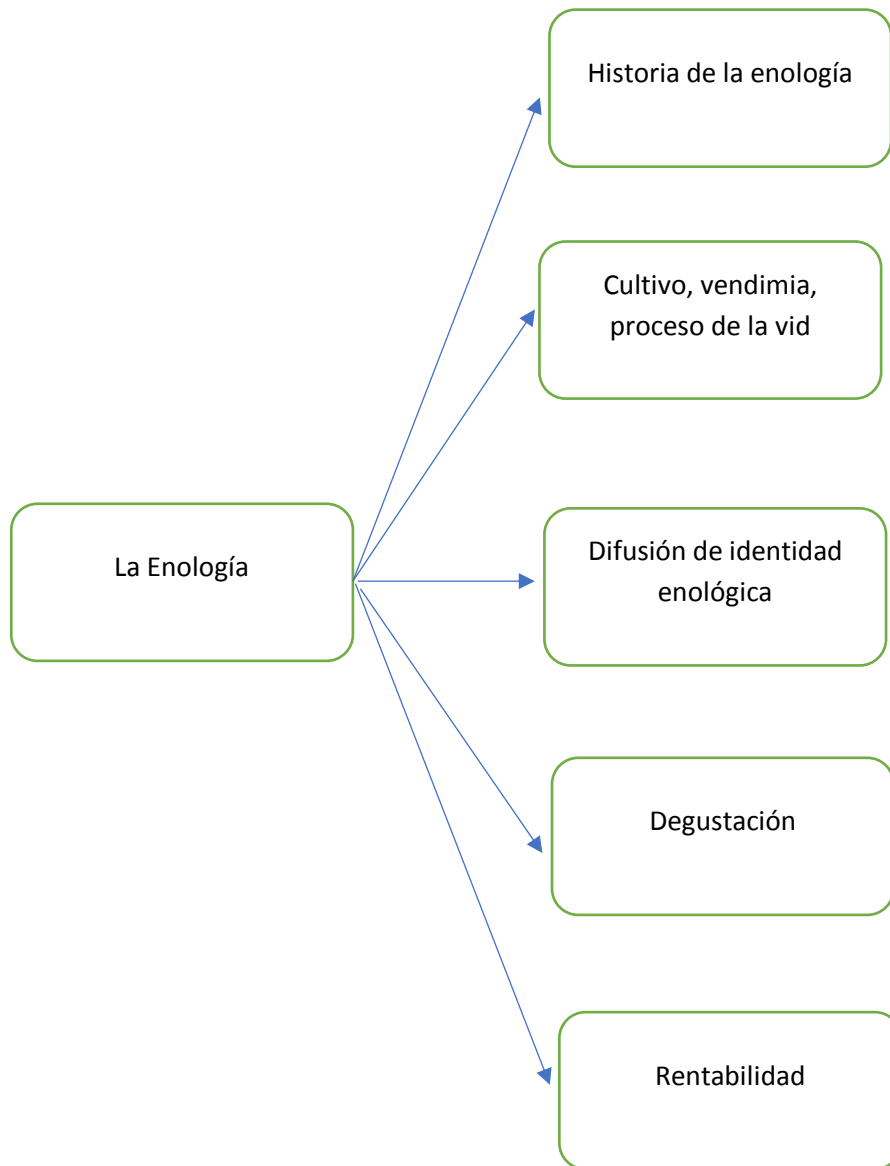
2.4 Categorías fundamentales

Gráfico 2: Inclusión conceptual



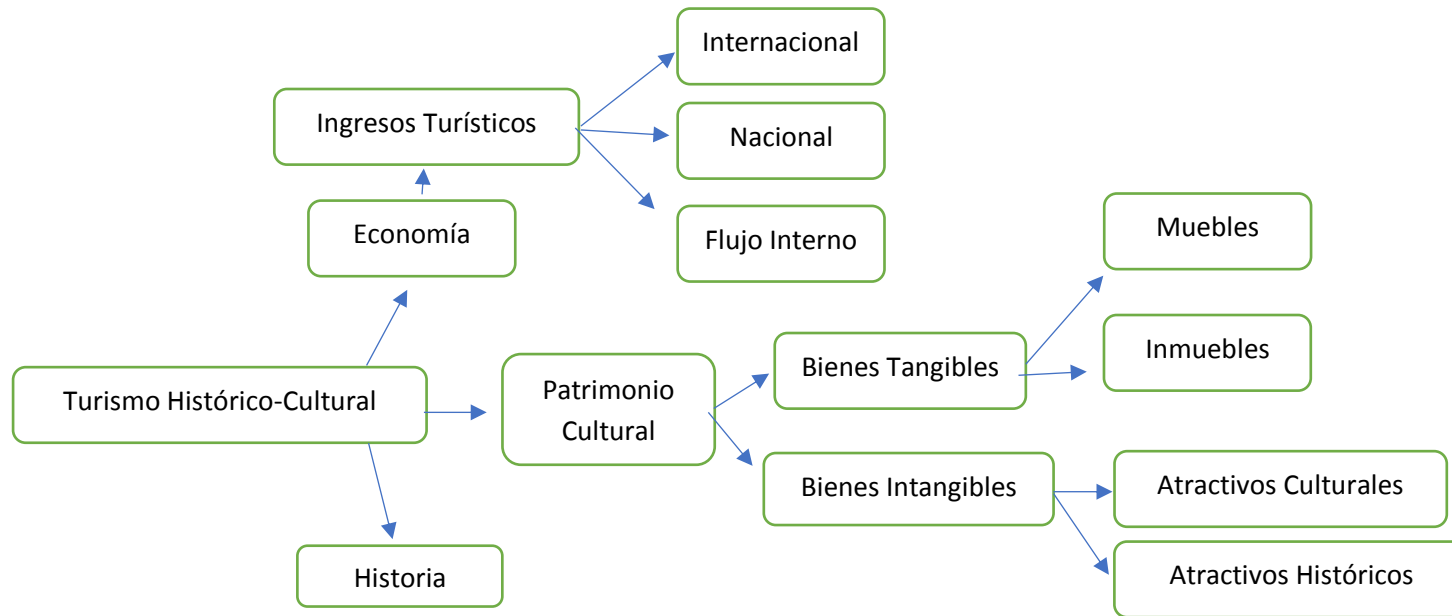
Elaborado por: SORIA, Andrés (2017)

Gráfico 3: Subordinación conceptual variable independiente



Elaborado por: SORIA, Andrés (2017)

Gráfico 4: Subordinación conceptual variable dependiente



Elaborado por: SORIA, Andrés (2017)

2.4.1 Fundamentación Teórica de la Variable Dependiente.

Actividad Económica

Los primeros estudios sobre el crecimiento y la actividad económica se presentan en el siglo XVIII con la teoría clásica del crecimiento económico, en la cual se plantean el crecimiento económico y sus factores de una manera poco flexible. Smith (1776) afirma que el crecimiento económico y la riqueza de las naciones obedecen a factores como el trabajo y el progreso técnico, factores que a su vez están determinados por la especialización del trabajo, la tendencia al intercambio, el tamaño del mercado y finalmente por la acumulación de capital, la cual se la considera el motor del crecimiento.

Schumpeter (1912), plantea que la economía no crece debido a que no existe innovación en los procesos productivos y en cierto punto el desarrollo tecnológico está detenido; por lo tanto, para pasar a la segunda etapa es necesaria la innovación productiva y el aumento de la inversión con el fin de atraer beneficios para la empresa innovadora, siendo estos beneficios los que animarán a las empresas competidoras a innovar e invertir.

Básicamente cuando el proceso innovador y la inversión se detienen, la economía entra nuevamente en la fase estacionaria, al menos que nuevas innovaciones sean introducidas en el mercado y los competidores las reproduzcan por esta razón siempre la tecnología va de la mano en el avance industrial alcanzando mejores índices de producción y manufactura. También cabe señalar que tanto los factores exógenos como los endógenos contribuyen con el crecimiento económico de los países a través de la acumulación de capital, la atracción de divisas, el desarrollo tecnológico o la innovación productiva.

Turismo

La Organización Mundial del Turismo (OMT), lo define cómo: “un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales” (OMT, 2005, pág. 5). Por otra parte, se considera al turismo según el Ministerio de Turismo del Ecuador - MINTUR (2014), como el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos, es decir movilizarse a lugares diferentes.

El turismo es una actividad generadora de divisas que ayudan a equilibrar la balanza de pagos, aumenta los ingresos públicos, genera valor agregado y fomenta la actividad empresarial, debido a que las actividades del turismo no se limitan a hoteles y restaurantes si no que engloban una serie mucho más amplia de servicios y bienes de consumo (Sancho, 2007, pág. 25).

Aun cuando “el turismo es uno de los más grandes empleadores y exportadores de servicios, y que para la economía mundial es uno de los sectores principales, existen limitados estudios acerca de la contribución de este sector al crecimiento de la economía de los países” (Balaguer, 2002, pág. 34).

En pocas palabras el turismo es una de las actividades en las cuales involucra a la sociedad en conjunto, aplicando técnicas apropiadas, como lo mencionan los diferentes autores que precisan este concepto, al punto que se ha vuelto muy apreciado como actividad recreativa que genera réditos económicos.

Turismo Histórico Cultural

El Turismo es uno de los motores que impulsan el desarrollo de la economía mundial, tanto en lo que se refiere al comercio internacional de servicios como a la generación de empleo. Pero junto a esta definición genérica, desde un punto de vista analítico, el Turismo responde a una lógica organizativa que según Hall menciona como “un sistema complejo que engloba personas, motivaciones, recursos, servicios, productos, empresas, beneficios, actividad económica, con multiplicidad de aproximaciones y respuestas” (Hall, 2005, pág. 57).

El Turismo Cultural nace e integra dos áreas, Turismo y Cultura, que han recorrido siglos en distintas fases de evolución, encuentros y desencuentros conceptuales y teóricos, pero también administrativos y políticos. Pretendemos en algo responder a la necesidad de definición que con múltiples términos y su combinación han desarrollado, detectando debilidades, fortalezas, tendencias y oportunidades, hasta configurar una categoría de Turismo, el Turismo Cultural, herramienta de competitividad y crecimiento económico, y con un enorme potencial de generación de empleo (Oliver, 2013, pág. 9)

Desde un punto de vista conceptual, el Turismo Cultural tiene en su origen en la cultura cuyo consumo está relacionado con todas las parcelas de nuestra vida cotidiana bajo múltiples formas (patrimonio, lengua, hábitos, creaciones artísticas, tradiciones, gastronomía). Pero a ello hay que añadir el viaje que, en sí mismo, adquiere como nunca una dimensión cultural inmensa a través de las distintas experiencias que los viajeros viven a lo largo de la estancia.

Patrimonio Cultural

El concepto de patrimonio cultural es subjetivo y dinámico, no depende de los objetos o bienes sino de los valores que la sociedad en general que atribuyen en cada momento de la historia y determinan qué bienes deben protegerse y conservarse para la posteridad.

El Patrimonio Cultural “está formado por los bienes culturales que la historia le ha dejado a un país y por aquellos ciudadanos en el presente le otorgan una especial y relevante importancia histórica, científica, simbólica o estética” (Mazaro, 2008, pág. 89). Esta herencia transmitida por nuestros antepasados y recibida actualmente, viene a ser el claro testimonio de su existencia y visión del mundo.

Bienes Tangibles

El patrimonio cultural tangible tiene gran significado sociocultural porque constituye una parte importante de la herencia de toda comunidad, o nación, y de la humanidad entera; también tiene un importante valor económico.

Muebles

El Patrimonio Cultural Tangible Mueble está conformado por todos los objetos que componen colecciones significativas, y que son utilizadas y estudiadas por los ciudadanos actualmente. “Existen varios tipos de colecciones culturales, por ejemplo: Religiosas, Etnográficas, Tecnológicas, Históricas, Artísticas, Arqueológicas y todos aquellos que forman parte del origen artesanal o folclórico” (Balaguer, 2002, pág. 55) . Estos objetos los podemos encontrar en diferentes lugares de nuestro país, como por ejemplo en Museos, Bibliotecas Públicas y archivos.

Inmuebles

El Patrimonio Tangible Inmueble “compone todos aquellos sitios, obras de ingeniería, lugares, edificaciones, conjuntos arquitectónicos, zonas típicas, centros industriales y monumentos de interés o valor relevante desde varios puntos de vista tales como: arqueológicos, históricos, arquitectónicos, artísticos o científicos reconocidos tal cual son (Yugar, 2012, pág. 67). Todas las obras culturales inmuebles son creaciones humanas que no pueden ser reubicadas de un sitio a otro, ya sea porque son construcciones grandes y pesadas.

Bienes Intangibles

El Patrimonio Intangible está establecido por esa parte invisible que se encuentra alojado en el espíritu de las culturas y los pueblos. “Este tipo de patrimonios no se caracterizan por ser del tipo material, sino que por corresponder a un tipo de enseñanza abstracta. Se agrupan en la memoria de los antepasados y en la tradición oral” (Sánchez, 2010, pág. 13). El patrimonio intangible concuerda con la cultura en sentido espiritual, intelectual y afectiva, que caracterizan a una sociedad, grupo social o cultura indígena, que más allá de las artes y letras abarcan los modos de vida, de las distintas culturas que existen hoy en día.

La religiosidad popular, la medicina tradicional, los modos de vida, la poesía, los ritos y todas aquellas tecnologías tradicionales de nuestra tierra, forman parte de la cultura intangible. De igual manera están integradas las lenguas, los modismos regionales y locales, la música y los instrumentos musicales tradicionales, las danzas religiosas y los bailes festivos, la gastronomía y también los trajes que identifican a cada región de nuestro país.

Atractivo Cultural

El Ministerio de comercio Exterior y Turismo del Perú (2005), menciona que: Los atractivos culturales son considerados como sitios y expresiones de cultura de un país, región o pueblo, los cuales datan épocas ancestrales (desarrollo progresivo de un determinado lugar) o más recientes (tales como restos y lugares arqueológicos, sitios históricos, entre otros) y que representan por ello una atracción en sí mismos (Ministerio de comercio exterior y turismo del Perú, 2005).

Las manifestaciones culturales propias de las comunidades tales como la identidad, prácticas, saberes tradicionales y ancestrales, sobre todo el respeto a la vida basada en la interculturalidad se identifica como un atractivo cultural.

Atractivo Histórico

Un atractivo turístico es un sitio o un hecho que crea interés entre los viajeros. De esta manera, puede tratarse de un impulso para que una persona tome la decisión de visitar una ciudad o un país.

El valor de los atractivos turísticos puede radicar en diferentes cuestiones. En algunos casos, se trata de espacios de importancia histórica. En otros, la atracción surge por la belleza natural. Más allá de lugares concretos (físicos), hay atractivos turísticos que son más bien simbólicos, como la gastronomía o la oferta de eventos (Merino, 2016, pág. 25).

Los atractivos históricos comprenden una alta cantidad de recursos artísticos e históricos incluyendo lugares como museos, sitios arqueológicos, santuarios y edificaciones que tiene un gran trascender en el tiempo y la historia de nuestras raíces.

La cultura y la naturaleza, mostradas a modo de paisajes contiguos o disociados, otros de forma segmentados como historia y adaptación de monumentalidad, etnografía, fauna, arquitectura, arqueología, flora, gastronomía son las manifestaciones culturales e históricas que caracterizan y distinguen a un pueblo o nación mediante hechos suscitados en el pasado los cuales han dejado un legado para las próximas generaciones.

Economía

La economía tiene distintas formas de expresarla de acuerdo a los momentos que se planea en el contexto de la persona por esta razón Martínez (2014), explica que; “La economía es una ciencia social puesto que estudia la realidad humana que establece argumentos sobre la conducta de las personas, las cuales interactúan en los procesos de producción, intercambio y consumo de bienes y servicios” (p.87).

Es así que la economía forma parte de la sociedad desde tiempos remotos y se lo considerado como un ente dinamizador que interactúa en el mismo para el progreso de una nación. En nuestro país la economía ha tenido desbalances notorios por la corrupción que han repercutido a la falta de fuente de ingresos para el pueblo ecuatoriano.

Es así que entidades como el Banco Mundial (2016), revela que la economía ecuatoriana está en decadencia debido a la caída del precio del petróleo a finales del 2014 y la apreciación del dólar. De igual manera el índice de pobreza se elevó del 22,5% 2014 a un 23,3% en el 2015, y a esto generado un costo de reconstrucción promedio 3 puntos porcentuales del PIB.

Al referirse al Ecuador el turismo hoy en día, se ha convertido en una de las actividades más lucrativas, en donde se la opta como fuente de ingreso económico puesto que se encuentra Categorizado Entre Los 17 Países Más Diversos Del Mundo.

Historia

La vitivinicultura al igual que la colonización en nuestro Ecuador ha recorrido un sinuoso y accidentado camino histórico desde su introducción por los conquistadores españoles en el siglo XV: y a la vez instruyéndose a partir del cantón Patate “dispuesta por Don Hernando de Santillán y ejecutada por Don Antonio de Clavijo” (Soria & Soria, 2016, pág. 24).

La fecundidad de su tierra, su clima y los recursos naturales entre ellos el agua de su cristalino río, debió atraer al no menos codicioso de los mortales para fraguar y procurar adueñarse con todos sus aborígenes buscando una nueva explotación agroindustrial con la viticultura y la industrialización del aceite de oliva, es así que el primer beneficiario de esta grande comarca incluido Pelileo, fue el religioso Álvaro Guerrero Calama; iniciando con los depredadores jesuitas la explotación no únicamente de mitas y obrajes, sino mediante la esclavitud emprender inmensos plantíos de viñedos y olivares desde las márgenes del hoy denominado río Ambato hasta la confluencia del río Patate y el Chambo (Soria & Soria, 2016).

En las fértiles márgenes de los ríos Ambato y Patate, los jesuitas recibieron en donación las haciendas de casi toda la provincia del Tungurahua allí a fines del siglo XVI el cultivo de la Vid de los valles reemplazó al de las plantas indígenas. “En 50 años desarrollaron en medio de todo este territorio la producción de vino y pisco varias empresas vitivinícolas pequeñas se dedicaba a esta actividad. Las haciendas vitivinícolas tenían sus viñas, bodegas con las vasijas vinarias o vinateras, integradas únicamente con recipientes de barro o arcilla cocida con las denominadas botijas o tinajas, peruleras y tinajones, entre otros recipientes, además de los ya tecnificados alambiques para destilar aguardiente” (Soria & Soria, 2016, pág. 25). Oswaldo Soria (2016) menciona que, el resultado de la conquista a finales del siglo XVII hasta finales del siglo XIX se alcanzó a tener un inmenso prestigio con búsqueda ostensible y precisa acerca de una alta curva en viticultura con la diseminación de las mejores variedades e inclusive dicen escritos que superaba en calidad y volumen de producción a las mismas cepas europeas, a tal punto que llegaron a convertirse en medios de producción conjuntamente con el aceite de oliva, los que fueron enviados a España y colindantes países, llegando a considerarse productos selectos, despertando interés científico y técnicos para que algunos extranjeros visiten Patate para evidenciar su adaptación y tecnología de cultivo.

Mientras tanto ya se hizo interesante levantar y establecer una reconstrucción interina de lo que ha traído este proceso como herencia y tradición. La presente consulta ha podido avanzar en la reconstrucción de algunos ciclos históricos de la viticultura de Patate al acercarnos a conocidas familias como los Samaniego, Álvarez Ricaurte, Arellano, Tricherry, Erazo y Soria que por herencia han mantenido el cultivo de la Vid y la

producción de bebidas alcohólicas que han alcanzado un crédito económico alto a familias que se han dedicado a esta actividad (Soria N. , 2017, pág. 26).

En los años XVI y XVII, el principal sector que se encontraba en el Virreinato de Quito dedicado a la agricultura de frutales en general, fue la zona conocida como los valles de Ambato y Patate, en particular, los españoles cultivaron los olivares desde las márgenes altas y pedregosas del río Ambato e igualmente se dedicaron en las grandes franjas de las posteriormente denominadas haciendas de “Chilipata, Pitula, La Merced, Tunga, Puñapi y el Obraje” elaborando el mejor vino y produciendo el incomparable aceite de oliva que alcanzó a ser el producto de exportación más importante para la economía del país conquistado y España. Pocos son los cronistas y algunos de los viajeros que se admiraron de la cantidad de viñas que aparecían por todas partes, algunas de ellas tan productivas que “si no se los veía, no se podía creer”. El epicentro de este proceso era el Valle de Patate, lugar donde se fundó la Ciudad de San Cristóbal de Patate. Allí se pusieron en marcha prósperas haciendas especializadas en la producción de vino y aguardiente, A décadas iniciales del siglo XIX también fue importante el aporte de fábricas extranjeras entre una de ellas “La Bardiné” en el sector Guadalupe, con técnicos franceses en las que se obtenía las bebidas conocida como Pisco, además de la producción de aguardiente de caña, implantándose inmensos cultivos de caña (Soria & Soria, 2016).

El testimonio más elocuente de la temprana “fiebre vitícola” de Patate, “fue elaborado por las Familias Álvarez, quienes poseía la hacienda más grande y posterior los Samaniego, para el industrial patateño jamás se han escapado a sus observaciones los cultivos y producciones de nuestro terruño y, en el caso de la zona baja del valle grande fue su asombro al comprobar la cantidad y calidad de viñas y vino” (Soria & Soria, 2016, pág. 27). No había una única región viticultora, sino que la vid se cultivaba en distintos sectores incluidos tunga y Chilipata. Así, por ejemplo, describir las expresiones del Sr. Eduardo Samaniego acerca de la Ciudad de Patate, destacó en sus escritos que el antiquísimo poblado de Patate se caracterizaba por ser una zona esencialmente agrícola y vinícola dispuesta al margen e irrigada por el río del mismo nombre, por las otras, tres huertas y viñas llenas de árboles frutales.

2.4.2 Fundamentación Teórica de la Variable Independiente.

Cultura

Tylor (1832) plantea que la cultura es: "aquel todo complejo que incluye el conocimiento, las creencias. El arte, la moral, el derecho, las costumbres y cualesquiera otros hábitos y capacidades adquiridos por el hombre en cuanto miembro de la sociedad".

Dentro de esta definición resalta la importancia de exponer los hechos históricos, pero no solamente como una sucesión de hechos, sino de la conexión de los acontecimientos. De otra forma plantea que los fenómenos naturales son hechos concretos que parten de una lógica dentro del orden causa y efecto.

Según Kroeber (1960) considera la cultura como "la mayor parte de las reacciones motoras, los hábitos, las técnicas, ideas y valores aprendidos y transmitidos y la conducta que provocan... es el producto especial y exclusivo del hombre, y es la cualidad que lo distingue en el cosmos."

Su definición es más extensa y flexible, pero aparta el comportamiento de las costumbres, técnicas, ideas y valores.

Prácticas Tradicionales

Este tipo de vino se elabora a partir del mosto de variedades de uvas tintas fermentado junto con el hollejo y las pepitas de la uva. Previamente a la fermentación, a la masa de uvas estrujadas debe separársele el raspón o parte leñosa, para evitar que transmita al vino sabores herbáceos o amargos durante la maceración. A este proceso se le conoce como despalillado.

Es importante realizar la vendimia en el momento adecuado de maduración de los frutos de la vid. Habitualmente en la recogida se desechan racimos verdes o dañados para que no afecten al sabor del vino resultante.

Los racimos de uva son retirados de la vid manualmente mediante el uso de corchetes o tijeras, o de forma mecanizada en el caso de viñas emparradas en espalderas. En el caso manual suelen depositarse en grandes cestos que tras llenarse son volcados en tractores, para trasladarlos a la bodega. Para vinos selectos, la uva se recoge en pequeños cestos y se transporta en éstos hasta la bodega, para evitar que la uva se aplaste y comience su fermentación durante el transporte, de esta forma todo el proceso puede ser controlado en la bodega (Bloiun, 2006, pág. 95).

Una vez en la bodega existen dos métodos de elaboración: el de maceración carbónica, con uva entera y confinada y otro en el que se elimina el raspón del racimo y se rompe la uva antes de la fermentación por levaduras. El primer método se emplea en los vinos que

se van a consumir como jóvenes y el segundo en aquellos vinos que se van a envejecer. La uva no se lava para que las levaduras que se encuentran sobre el fruto ayuden en la fermentación.

Enología

La enología acontece de forma paralela a la historia de grandes civilizaciones, puesto que es una de las creaciones iniciales de la humanidad, conllevando a la unión de culturas, pueblos y familias. El vino siempre estuvo presente en las coronaciones de reyes y como compañero en las celebraciones e incluso objeto de discordia de los más grandes conflictos, la historia de la vid y el vino es un testimonio que abarca gran parte de la humanidad que puebla este mundo. Según Blouin (2006) “La enología del griego *oinos* "vino" y *logía* "conocimiento") es la ciencia, técnica y arte de producir vino”(p.5).

El enólogo es el asesor técnico responsable de dirigir el proceso de elaboración del vino. Es el experto que supervisa en la bodega tanto la elaboración, el almacenaje, análisis, conservación, embotellado y comercialización del vino. En el idioma inglés se conoce como *oenologist*, y en francés como *oenologue* (Émile, 2006, pág. 57).

La producción enológica ha ido desarrollándose cada vez más implementando elementos tecnológicos a medida que el hombre pueda experimentar y adquirir cada vez más conocimientos acerca de los procesos productivos. Dentro del proceso de elaboración de vino, hay una multitud de factores que se conjugan para dar el resultado final, ese instante en que se sostiene la copa y golpea suavemente al paladar, despertando sensaciones, aromas y sabores.

Historia del Vino

El consumo de vino se ha convertido en un hábito cultural, en el mismo momento que el hombre encuentra el beneficio del jugo de la uva algo más que un simple recurso para saciar su sed. “El vino es considerado como la bebida alcohólica más antigua del mundo, elaborado mediante la fermentación del jugo, fresco o concentrado, de las uvas (Ameriente, 2010, pág. 33). El nombre proviene de la variedad *Vitis Vinifera* siendo este el tipo de uva de la que descenden la mayoría de los de vinos, y las primeras en ser utilizadas para ello.

En la biblia, en el libro del Genesis 9:20, 21 se lee “Noé empezó a ser un agricultor y planto un viñedo bebía del vino y se emborracho”. Es decir, la industria del vino es muy

antigua; existe por lo menos 3000 años A.C. y probablemente comenzó en la zona comprendida entre el Mar Negro y el Mar Caspio (Pozo, 1850, pág. 23).

La actividad vinícola nació en Europa, entre aproximadamente los años 6000 a 5000 A.C. y, entre sus productores tradicionales de esa región se encuentran países como: Italia, España y Francia, los cuales incluso en la actualidad figuran como principales exportadores mundiales de esta bebida alcohólica (Pozo, 1850, pág. 23).

Los griegos y romanos emplearon el vino como un artículo de comercio muy importante, puesto que lo empleaban en ceremonias religiosas para reconfortar al hombre cansado, de forma medicinal. “Muchos vinos griegos se mezclaron con sustancias aromáticas para esconder olores no deseados” (Bloiu, 2006, pág. 27). A diferencia de los romanos que llevaron la cultura del vino al oeste de Francia, Alemania expandiendo prácticas culturales del cultivo de la vid de igual manera algunas variedades de uvas.

En Latinoamérica, la actividad vinícola ha desempeñado un gran auge principalmente en Chile y Argentina; por parte de Chile que tiene un ranking como el segundo exportador mundial de esta fruta; mientras Argentina es conocida, como la nación que produce la mejor calidad en el tipo de uva Malbec; que es con la que se produce el vino tinto (Catalina, 2008, pág. 78).

El vino llega al Ecuador cerca del año de 1544 gracias a la orden real que permitía el envío de plantas de viña por medio de los católicos europeos, inicialmente fue en Quito donde se emprendió esta labor agrícola de cultivo de uvas, la cual necesita de un clima templado o intertropical, y que no descienda la temperatura media anual de los 9°C (Lopez F. B., 1988).

Luego de que en 1595 una disputa de intereses prohíbe la siembra de viñedos y la elaboración de vinos en Latinoamérica, esta actividad logra reavivarse en el año 1860 de la mano de Nicolás Martínez en el sector de Ambato, la pasión de esta familia los llevó a especializarse en Francia y renovar viñedos con cepas de ese país (Soria & Soria, 2016).

La vid, como fruta exuberante y de sustento del pequeño agricultor patateño, natural y de aceptación para su consumo, abarca un grande influjo de explotación y riqueza de nuestra zona, por sus innumerables aplicaciones industriales y su gran consumo humano (Soria N. , 2017).

El cultivo de la uva y otras frutas para bebidas produce rentabilidad muy satisfactoria igualando y superando la producción de otras especies agrícolas, por esta razón y por ser parte de esta tierra fecunda he querido ejecutar la correspondiente investigación con la

finalidad de convertirla en aporte de difusión y recomendar a nuestros agricultores para incentivar y rescatar los cultivos tradicionales de los patateños, recomendando extender más áreas de cultivo para la producción de estas frutas consideradas de explotación por su exquisitez, gracia y valor, cubriendo las necesidades del pequeño y grande consumidor, comerciantes e industriales ecuatorianos y se evitaría la importación de uvas, otras frutas o productos industrializados principalmente de los hermanos países de Chile, Colombia, Perú y otros países productores.

Proceso de la Vitivinicultura

El cultivo de la uva, planta conocida como vid o parra, cuyo nombre científico es *Vitis vinífera*, es realizado en varias zonas del planeta. Sin embargo, esta planta se desarrolla óptimamente en lugares que presentan climas templados y mediterráneos.

Las condiciones climáticas ideales para el cultivo de esta planta son aquellas en donde la temperatura oscila entre los 20 y 35 grados Celsius durante el día y no desciende de los 0 grados Celsius durante la noche. Aunque esta temperatura varía de acuerdo a la etapa de crecimiento de la planta soportando temperaturas más bajas durante su nacimiento y aumentando a medida que crece, ascendiendo a los 20 grados durante la floración, llegando a los 25 durante la maduración y descendiendo a los 22 en la vendimia. Sin embargo, puede soportar temperaturas más bajas y más altas (Gil, 2007, pág. 55).

Prácticamente la uva no exterioriza muchos requerimientos en cuanto al tipo de suelo, debido a que crece en la mayoría de ellos. Es recomendable que estos se encuentren sueltos no compactados (franco arenoso) y que posean un buen drenaje. Por esta razón es necesario moderar el riego, a causa de que no soportan el riego excesivo, aunque si toleran la falta de agua. Es transcendental mantener un equilibrio de acuerdo a las necesidades con relación al suelo y clima de crecimiento.

La uva se logra reproducir a través de semillas o se multiplica mediante el trasplante de esquejes. Para la obtención de una mejor calidad de frutos, es aconsejable realizar una poda anual de los individuos de uva. El tamaño ideal de esta planta oscila entre los 120 y 180 centímetros de altura. Es indispensable el abonado y la poda cada año para que los cultivos crezcan sanas y fuertes (Caseres, 2009, pág. 87).

Vendimia

Como hemos señalado anteriormente, corresponde a la recogida de la uva tras su cultivo, seleccionando los racimos y granos de mejor la calidad, realizándose alrededor del mes de septiembre de cada año.

El Proceso de la Vid:

Preparación del Mosto

Es el zumo del jugo azucarado que se obtienen de diversos frutos y que suelen destinarse a la fermentación. El zumo exprimido de la uva, de cuya fermentación se obtienen el vino, su composición es muy variable, según la clase de uva y condiciones del terreno.

Composición del mosto

El mosto es el producto del estrujado de las uvas o sea el jugo celular obtenido de la pulpa del grano. “Su composición resulta bastante compleja, el componente principal es el agua cuyo contenido es del 65 - 90% según la variedad de la uva original, el grado de maduración de los frutos, el clima y el tipo de terreno” (Émile, 2006, pág. 58). En el agua se hallan disueltos o en suspensión nutridas sustancias como glúcidos, ácidos próticos, polifenoles, sustancias pépticas, sales minerales, enzimas y vitaminas.

Fermentación

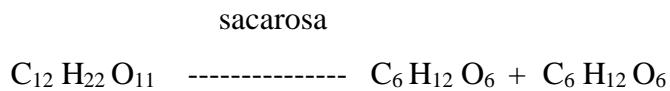
Según Togores (2011) Es toda transformación química de un cuerpo orgánico que se acelera por la acción de pequeñas cantidades de otro llamado fermento, el cual se pone en contacto con él y aparentemente no se modifica.

Fermentación alcohólica

La palabra fermento viene de la palabra latina fervere que significa hervir, así se le llamó a la primera fermentación observada, que fue la fermentación alcohólica, debido a que las burbujas de gas carbónico que se desprenden dan la apariencia de la ebullición. “La producción de alcohol por fermentación de los jugos de la fruta, es la industria más vieja que se conoce. Se puede obtener alcohol por la fermentación de azúcar, melazas, almidón y maderas” (Togores, 2011, pág. 204).

Las levaduras presentes en la fermentación secretan ciertas sustancias químicas que actúan como catalizadores en la descomposición del azúcar, estas minúsculas sustancias catalizadoras se llaman enzimas, que son compuestos orgánicos muy complejos.

Se conoce gran número de enzimas que catalizan una enorme variedad de reacciones, así, por ejemplo, la enzima denominada sacarosa, la cual es segregada por la levadura es capaz de catalizar la separación de la sacarosa en una mezcla de dos clases de monosacáridos glucosa y fructosa



Fermentos

Los fermentos figurados “son microorganismos que intervienen en las fermentaciones vitales y llevan ese nombre porque es fácil de observar en el microscopio su forma y movimiento son organismos vegetales simple, unicelulares o pluricelulares y se clasifican en bacterias y hongos” (Togores, 2011, pág. 204).

Las bacterias son microorganismos unicelulares carentes de clorofila, se reproducen por partición simple y con gran rapidez cuando se encuentran en un medio favorable, la mayoría de estas se desarrollan en temperaturas comprendidas entre 20 – 40 0C., se destruyen cuando estas pasan de los 70⁰ C. en pocos minutos (Gil, 2007, pág. 77).

Las levaduras son anaerobios, si viven en contacto con el aire, descomponen internamente los azúcares en anhídrido carbónico y agua; en cambio hacen vida anaeróbica cuando extraen el oxígeno de las sustancias que lo rodean desdoblándolas en alcohol y anhídrido carbónico, de ahí la importancia de colocar la levadura en el medio más favorable para obtener el rendimiento deseado.

Clases de fermentación para obtener vino.

- 1.- Con Fermentos Figurados, o sea, provocados por microorganismos vivientes (bacterias, hongos, levaduras etc.) como ocurre con las levaduras que convierten la glucosa del zumo de la uva en alcohol o las bacterias que oxidan el alcohol de vino transformándolo en vinagre.
- 2.- Con fermentos solubles, mediante sustancias especiales generalmente nitrogenadas y de carácter coloidal, de naturaleza proteica, llamadas diastasas enzimas o fermentos solubles, como la pepsina del jugo gástrico o la diastasa de la levadura de la cerveza (Catalina, 2008).

La fermentación natural es un ciclo producido por levaduras alcohólicas microscópicas, denominados blastomicetos y de orden de los saccharomyces que tienen la facultad de segregar jugos o enzimas produciendo alcohol y anhídrido carbónico a partir de los hidratos de carbono como los azúcares; “esta propiedad no es exclusiva de los mismos, puesto que existen otros que pueden producir alcohol pero en pocas cantidades, en el

hollejo de la fruta podemos encontrar varias levaduras, pero la que más se destaca es la *saccharomyces*, para la producción del alcohol” (Andreu, 2009, pág. 22).

Difusión de la Identidad Enológica

Denominación de Origen Controlada (D.O.C)

D.O.C. es una calificación que se aplica para proteger ciertos alimentos que, desde tiempos antiguos se producen en una zona determinada, dirigido a productores de otras zonas que pretendieran aprovechar el buen nombre que han creado los productores originales, en un largo tiempo de fabricación o cultivo.

Denominación de origen (D.O. o D.O.C.) es el nombre de una región, de un país, que sirve para designar un producto agrícola o alimenticio, cuya calidad o características se deben fundamental y exclusivamente al medio geográfico con sus factores naturales y humanos, y cuya producción, transformación y elaboración se realicen en la zona geográfica delimitada (Sanguineti, 2006, pág. 1).

Los productores que se acogen a la denominación de origen, se comprometen a mantener la calidad lo más alta posible y a mantener también ciertos usos tradicionales en la producción, como, por ejemplo: en el caso del vino, en ciertas zonas se exige utilizar la uva tradicional de la zona cultivada. “Asimismo, suele existir un consejo regulador de la denominación de origen, que autoriza exhibir el distintivo a los productores de la zona que cumplen las reglas” (Sanguineti, 2006, pág. 1). Una de las ventajas fundamentales de la denominación de origen, es garantizar al consumidor un nivel de calidad más o menos constante y características específicas, a cambio, los productores pueden cobrar sus cuidados por mantener la calidad con precios más altos fomentando la organización del sector productivo y facilitando el acceso de productores a mercados nacionales e internacionales.

Productor

El documento número 5 de la FAO, define: " productor es una persona civil o jurídica que adopta las principales decisiones acerca de la utilización de los recursos disponibles y ejerce el control administrativo sobre las operaciones de la explotación agropecuaria. El productor tiene la responsabilidad técnica y económica de la explotación, y puede

ejercer todas las funciones directamente o bien delegar las relativas a la gestión cotidiana a un gerente contratado" (p.33).

Bodega

Una bodega en vitivinicultura, es una construcción, edificio o lugar subterráneo con el objetivo destinado a la producción y almacenamiento del vino. Las magnas bodegas suelen poseer depósitos de importante tamaño, en donde almacenan y dejan añejar el producto en toneles y barricas. Las características materiales de los que está construida son primordiales, de igual manera debe contar con sistemas de ventilación y control de humedad factores que incidirán en el almacenamiento del vino.

El sitio donde se crían y se almacenan los vinos se conoce como bodega, al igual que el establecimiento donde se le procesa o elabora y la tienda donde se comercializan. Una bodega también puede ser un ambiente o un mueble donde se guardan las botellas de vino. Hay bares y restaurantes que tienen grandes bodegas, técnicamente climatizadas de forma específica para mantener inalterables las características del vino. En las casas, es frecuente que la bodega sea un pequeño mueble con cavidades para almacenar las botellas (Porto, 2016).

Además, las grandes bodegas suelen disponer de laboratorios encargados de inspeccionar la calidad del vino, y cintas de embotellamiento y etiquetado. Las bodegas más existentes se edifican con criterios de gravedad, de esta manera la uva que entra en la bodega se almacena en la parte más alta, y el producto de las sucesivas fases de elaboración va descendiendo, hasta el envasado.

Degustación

La cata o degustación extrae la información del vino, permite conocerlo mejor para elaborarlo, conservarlo y controlarlo adecuadamente y para apreciarlo mejor.

La degustación o cata de vinos es exhibir el vino a nuestros sentidos. Con la experiencia de la degustación, aprendemos a identificar y a apreciar un vino por sus características: la variedad de uva, el lugar de origen y si estuvo en contacto con roble, este ejercicio nos ayuda a apreciar mejor la calidad de un vino (Togores, 2011).

Análisis Visual

Es el primer paso de la degustación y admite evaluar dos aspectos: el estado del vino, si se ve limpio, brillante o velado, con turbidez, y la evolución del vino en función de su color.

El color debe representar el tipo y la edad del vino. En los vinos blancos varía desde el tono amarillo pálido o prácticamente incoloro cuando el vino es joven, pasando por el amarillo verdoso, amarillo dorado hasta el ámbar intenso en los vinos más envejecidos y evolucionados.

En los vinos rosados el color varía desde el rosa pálido a los tonos cereza, cuando son muy jóvenes, al anaranjado, salmón o piel de cebolla a medida que evolucionan en la botella (Gil, 2007).

En los vinos tintos la tonalidad varía desde el color púrpura y violáceo cuando el vino es joven, pasando por diversos matices de rojo: guinda, granate, rubí, hasta los tonos teja y amarronados en los vinos evolucionados.

Los Aromas

El vino brinda una gran complejidad aromática: se distinguen los aromas primarios que provienen de la variedad de la uva, los aromas secundarios que se producen durante la fermentación y los aromas terciarios que se originan durante la crianza en barricas de roble y la guarda en botella.

Se lleva la copa a la nariz concentrándose en la primera impresión: si se trata un aroma limpio, fresco, intenso, agradable... Luego se hace rotar la copa para “airear” el vino favoreciendo el desprendimiento de aromas y sustancias volátiles. Mediante inhalaciones más profundas se detectan aromas que no aparecieron en primera instancia. Es posible detectar una gran cantidad de aromas en el vino: aromas frutales, florales, terrosos y minerales, provenientes de la vid y del terruño; aromas ahumados y tostados provenientes de la crianza en barricas o toneles de roble y aromas de reducción propios de la estiba en botella (Togores, 2011, pág. 205).

Uno de los aspectos que debemos recalcar de un vino es el aroma, gracias a él podemos conseguir información sobre la variedad de la uva con la que se ha elaborado el vino, los procedimientos utilizados o la edad entre otros.

El Gusto y los Sabores

Al beber y sentir el vino en el paladar, absorbemos un poco de aire entre los labios manteniendo el vino en la boca para favorecer la propagación de aromas y sabores. Es evidente como diferentes aspectos del gusto del vino pueden identificarse por su reacción en distintas partes de la boca, la lengua y las encías.

Así, obtenemos sensaciones de dulzura en la punta de la lengua, acidez a los costados de la lengua y hacia la parte posterior, amargor en la mitad de la lengua y hacia la parte posterior. “El alcohol es parte del cuerpo del vino, junto con los taninos, la concentración

frutal, el azúcar y el glicerol” (Ameriente, 2010, pág. 35). Todos juntos contribuyen a la sensación que produce un vino en la boca: sedoso, cremoso, astringente, de cuerpo ligero, medio, estructurado... Los sabores encontrados en el paladar suelen confirmar aquellos reconocidos en la nariz. Finalmente está el final de boca o post gusto cuando los sabores del vino perduran en el paladar después de tragarlo

Rentabilidad

Es la capacidad que tiene algo para generar suficiente utilidad o ganancia; por ejemplo, un negocio es rentable cuando genera mayores ingresos que egresos, un cliente es rentable cuando genera mayores ingresos que gastos, un área o departamento de empresa es rentable cuando genera mayores ingresos que costos.

Pero una definición más precisa de la rentabilidad es la de un índice que mide la relación entre la utilidad o la ganancia obtenida, y la inversión o los recursos que se utilizaron para obtenerla. (Kume, 2009, pág. 21).

Es necesario mencionar que un “negocio” sin rentabilidad no es negocio, por lo cual es necesario tomar en cuenta cuando la empresa divisa utilidades o ganancias que impulsen al desarrollo.

2.5 Hipótesis

H_1 : La Enología **SI** se relaciona con Turismo Histórico-Cultural del cantón Patate

H_0 : La Enología **NO** se relaciona con Turismo Histórico-Cultural del cantón Patate

2.5.1. Variable Independiente:

Enología

2.5.2. Variable Dependiente:

Turismo Histórico Cultural

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

3.1 Enfoque

En el plan de investigación es importante mencionar que se procurará acercarse al carácter cuantitativo y cualitativo. Lo cuantitativo se logrará mediante procesamiento de datos con información numérica, los cuales estarán tabulados para obtener porcentajes estadísticos para interpretar la relación de las variables. Cualitativo porque se calificará en base a la semántica, semiótica y lingüística las particularidades e informaciones que servirán como una herramienta imprescindible para comprobar el problema estudiado.

3.2 Modalidad Básica de la Investigación

La modalidad de esta investigación es de campo experimental porque se lo empleará con un sistema de recopilación de información en Patate, es decir trabajando en el sitio donde se presenta el problema para lograr con mayor seguridad los datos, pues se pretende aplicar mediante encuestas estructuradas a las y los turistas, de igual forma se empleará la investigación documental o bibliográfica que se recurre a diferentes fuentes tales como: libros, periódicos, revistas y otras publicaciones, que sin lugar a dudas son escasas pero el interés del presente proyecto es indagar y recopilar datos.

3.3 Nivel o Tipo de Investigación.

Esta investigación tiene por su línea característica de exploratoria, descriptiva, explicativa y asociación de variables: es exploratoria ya que nos trasladaremos a la comunidad para ejecutar un sondeo aplicando secuenciales encuestas. Continuamente se describirán los datos importantes con correlación a la ocurrencia que tiene la enología y los atractivos turísticos, las cuales aportaran a una explicación sensata de los datos obtenidos y un

documento realizable y de mucho interés de los atractivos turísticos en el desarrollo de turismo comunitario.

3.4 Población y Muestra

Por sugerencia técnica el investigador se basa en un muestreo no probabilístico casual o incidental de 50 personas, debido a que se utilizará a turistas al azar tomando en cuenta que tengan la característica de ser mayores de edad, porque se pedirá la calificación de las características organolépticas del vino de Patate, es decir los turistas servirán de jueces no entrenados para calificar enológicamente.

3.5.1 Variable Independiente: La Enología

Tabla 2: **Variable Independiente**

CONCEPTUALIZACION	CATEGORIAS	INDICADORES	ITEMS BASICOS	TECNICAS INSTRUMENTOS
<p>La elaboración del vino o vinificación es el conjunto de procesos que transforman el mosto en una bebida alcohólica denominada vino. La ciencia encargada de la elaboración y estudio de los atributos del vino se denomina enología. Dependencia de los industriales y productores de vino, con los visitantes desde una perspectiva intercultural en el desarrollo de la Enología como tendencia gastronómica y de participación consensuada de los productores, garantizando el manejo adecuado de los recursos productivos, la valoración de sus patrimonios con relación a los derechos culturales de consumo y distribución equitativa de los beneficios generados de la industria enológica (Asiáin & Aznárez, 2012).</p>	<p>Relación entre productores, distribuidores y turistas</p> <p>Participación consensuada</p> <p>Manejo adecuado</p>	<p>Color</p> <p>Sabor</p> <p>Buqué</p> <p>Cuerpo</p>	<p>Cata y descripción de las características organolépticas de la muestra.</p>	<p>Encuesta</p> <p>Cuestionario</p>

Elaborado por: SORIA, Andrés (2017)

3.6 Plan de recolección de información

Tabla 3: Recolecciones de Información

N°	PREGUNTAS BÁSICAS	EXPLICACIÓN
1	¿Para qué?	Para el cumplimiento de objetivos de la investigación y formular una solución al problema.
2	¿De qué personas u objetos?	Turistas, visitantes esporádicos, moradores de la comunidad, productores del Cantón Patate .
3	¿Sobre qué aspectos?	Desarrollo de la enología como fuente de turismo del cantón Patate.
4	¿Quién? ¿Quiénes?	Doctor Decano de la Facultad.
5	¿Cuándo?	En los meses de septiembre 2017 a marzo 2018
6	¿Dónde?	En el Cantón Patate
7	¿Cuántas veces?	Una vez
8	¿Qué técnicas de recolección?	Encuesta
9	¿Con qué instrumentos?	Cuestionario estructurado
10	¿En qué situación?	En el sitio de trabajo del investigador (Patate)

Elaborado por: SORIA, Andrés (2017)

3.7 Procesamiento y análisis

Posteriormente a la aplicación de encuesta, la información obtenida será procesada de la siguiente manera:

- 1.- Revisión crítica de la información recogida; es decir limpieza de información defectuosa, contradictoria, incompleta, no pertinente, etc.
- 2.- Ordenamiento y sistematización
- 3.- Tabulación y cálculo de la información a través de gráficos
- 4.- Análisis e interpretación
- 5.- Diseño, interpretación y presentación de resultados
- 6.- Análisis de resultado estadístico
- 7.- Interpretación de resultados
- 8.- Comprobación de hipótesis
- 9.- Elaboración de conclusiones y recomendaciones

CAPITULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

4.1 Análisis e interpretación de los resultados

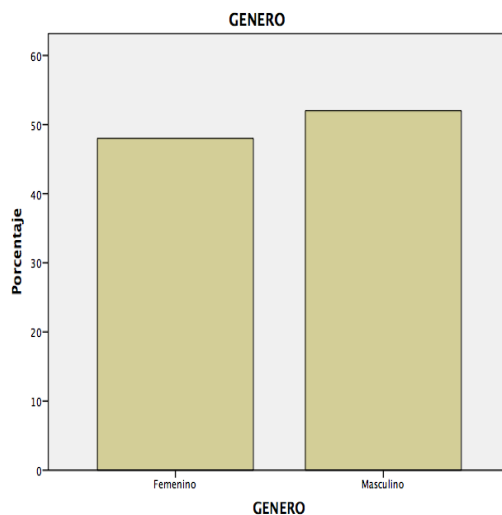
4.1.1. Datos generales de la población con la que se trabajó en la presente investigación.

Tabla 4 Frecuencia del género

		GENERO			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Femenino	24	48,0	48,0	48,0
	Masculino	26	52,0	52,0	100,0
Total		50	100,0	100,0	

Elaborado por: SORIA, Andrés (2017)

Gráfico 5: Representación gráfica del Género



Elaborado por: SORIA, Andrés (2017)

Análisis

Del 100% de la población el 48% de las personas a quienes se les realizó la encuesta y la degustación del vino son del género femenino y el 52% restante son del género masculino.

Interpretación

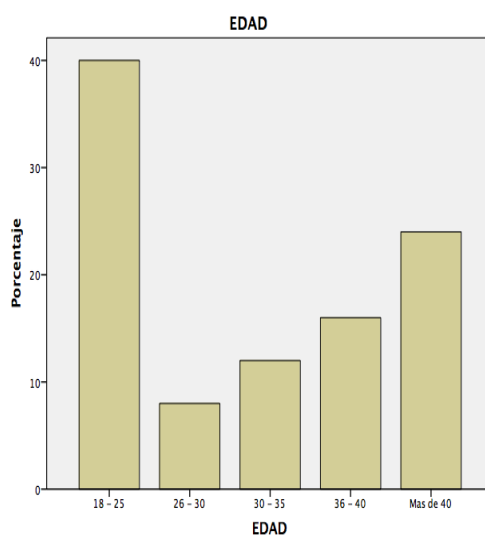
Del grupo de jueces no entrenados que colaboraron con el estudio experimental la mayoría son hombres.

Tabla 5 Frecuencia de la edad

		EDAD			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	18 - 25	20	40,0	40,0	40,0
	26 - 30	4	8,0	8,0	48,0
	30 - 35	6	12,0	12,0	60,0
	36 - 40	8	16,0	16,0	76,0
	Mas de 40	12	24,0	24,0	100,0
Total		50	100,0	100,0	

Elaborado por: SORIA, Andrés (2017)

Gráfico 6: Representación gráfica de la edad



Elaborado por: SORIA, Andrés (2017)

Análisis

En la población comprendida entre 18 a más de 40 años se obtiene una media de 2,76, el 40% corresponde al rango de 18 a 25 años, 8% al de 26 a 30 años, 12% al de 30 a 35 años, 16% corresponde al rango de 36 a 40 años, y finalmente 24% a la escala de más de 40 años.

Interpretación

Con referencia a la edad de los participantes del estudio experimental, 20 personas se encuentran en el rango de 18 a 25 años, siendo este el porcentaje más alto dentro del grupo de jueces no entrenados en la encuesta realizada.

¿Cuál es la motivación para visitar Patate?

Tabla 6 Motivación

Gastronomía típica	46
Atractivos religiosos	34
Atractivos naturales	32
Avistamiento de Aves	18
Agroturismo	28
Turismo enológico	50

Elaborado por: SORIA, Andrés (2017)

Gráfico 7: Motivación



Elaborado por: SORIA, Andrés (2017)

Análisis

Del total de encuestados, el turismo enológico es el atractivo por el que se sienten más motivados a visitar el Cantón, con el 100%; seguido por la gastronomía típica con el 92%, los atractivos religiosos vienen a ser el 68%, el agroturismo es el 56% y, finalmente, en menor proporción el avistamiento de aves con el 36%.

Interpretación

De los 50 participantes entrevistados, la motivación primordial para visitar el Cantón Patate es el turismo enológico con el 100% de votación por este tipo de actividad en relación al resto de atractivos del lugar.

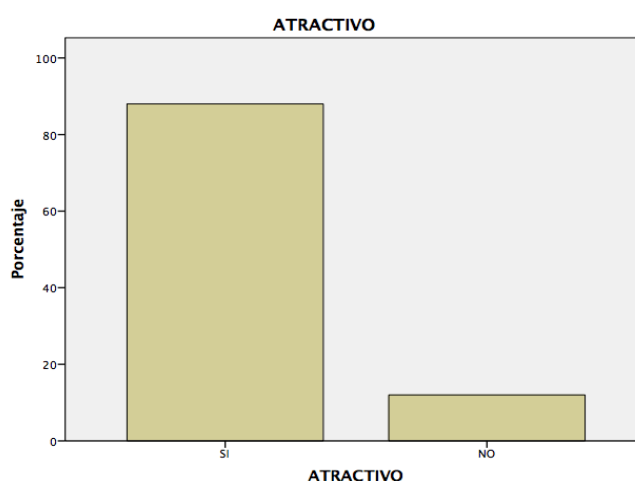
¿Cómo considera usted que en Patate se ha venido aprovechando el atractivo de producción del vino como producto turístico?

Tabla 7 Media de la edad

		ATRACTIVO			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	44	88,0	88,0	88,0
	NO	6	12,0	12,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Elaborado por: SORIA, Andrés (2017)

Gráfico 8: Atractivo



Elaborado por: SORIA, Andrés (2017)

Análisis:

De acuerdo a la encuesta realizada del total de 50 encuestados el 88% respondió que Si consideran que en Patate se ha venido aprovechando la producción vinícola como producto turístico, mientras que el 12% no considera como atractivo turístico la producción del vino.

Interpretación:

En su mayoría los turistas y moradores consideran que el Cantón Patate aprovecha la producción enológica, la cual mediante una adecuada promoción turística se podría generar la afluencia de turistas, lo que repercutiría un alto índice de ganancia en la economía local.

Luego de degustar el vino de Patate por favor califique en una escala del 1 al 5 (siendo 1 más bajo y 5 más alto) las características organolépticas que presenta.

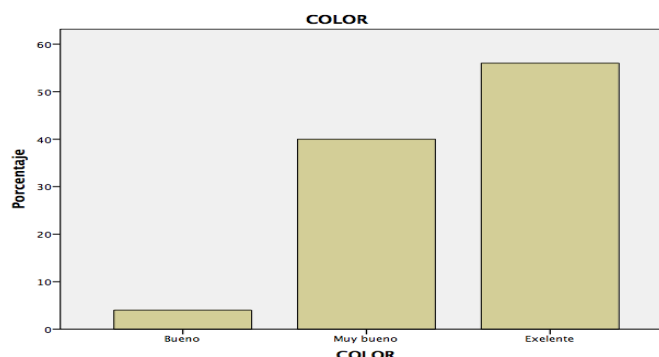
Análisis del color

Tabla 8 Color

		COLOR			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Bueno	2	4,0	4,0	4,0
	Muy bueno	20	40,0	40,0	44,0
	Exelente	28	56,0	56,0	100,0
Total		50	100,0	100,0	

Elaborado por: SORIA, Andrés (2017)

Gráfico 9: Representación gráfica del color



Elaborado por: SORIA, Andrés (2017)

Análisis

En cuanto al color del vino los participantes lo catalogaron, BUENO 4%, MUY BUENO 40%, EXCELENTE 56% siendo esta ultima la más elevada en cuanto al análisis del color característico del vino.

Interpretación

El vino tuvo una gran aceptación en cuanto a la tonalidad, los participantes de la degustación afirmaron que posee el color característico y llamativo.

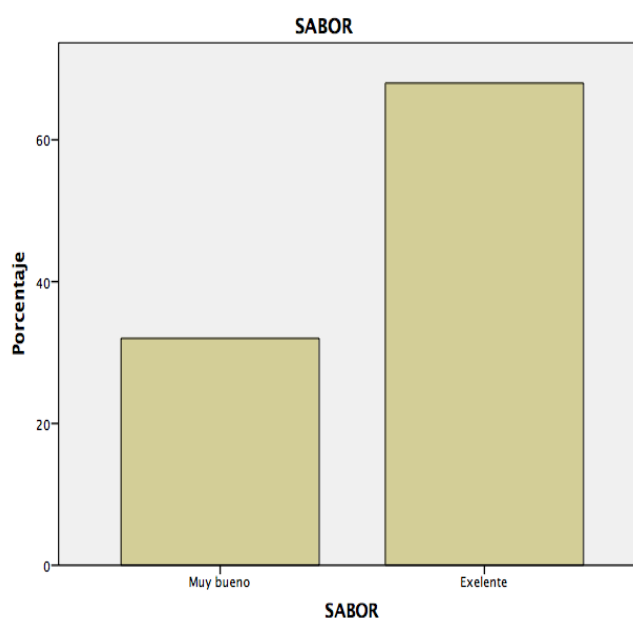
Análisis del sabor

Tabla 9 Sabor

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy bueno	16	32,0	32,0	32,0
	Excelente	34	68,0	68,0	100,0
Total		50	100,0	100,0	

Elaborado por: SORIA, Andrés (2017)

Gráfico 10: Representación gráfica del sabor



Elaborado por: SORIA, Andrés (2017)

Análisis

En el análisis organoléptico efectuado el 32 % afirma que el vino posee un sabor muy bueno, y el 68 % restante testificó que el producto posee un sabor excelente.

Interpretación

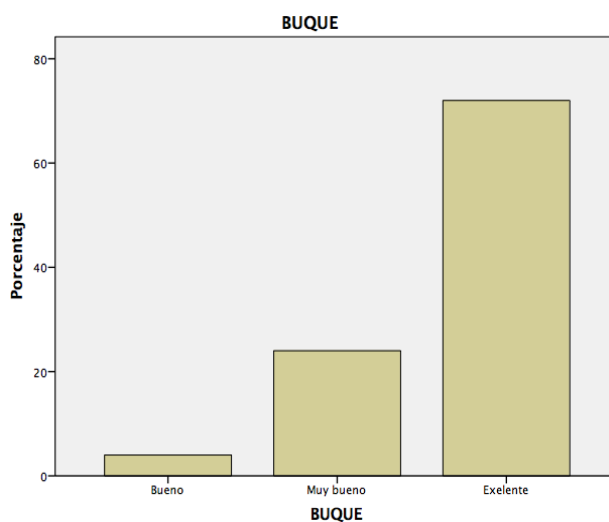
El producto vinícola en cuanto al sabor generó una gran acogida por parte de los degustadores lo que implica que tiene una aceptación incondicional.

Tabla 10 BUQUÉ

		BUQUE			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Bueno	2	4,0	4,0	4,0
	Muy bueno	12	24,0	24,0	28,0
	Excelente	36	72,0	72,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Elaborado por: SORIA, Andrés (2017)

Gráfico 7: Representación gráfica del buqué



Elaborado por: SORIA, Andrés (2017)

Análisis

Hay que considerar que la variable Excelente es la que alcanzado el porcentaje más alto siendo el 72 % destacándose en comparación con el 20% de los valores sumados entre Bueno y Muy Bueno.

Interpretación

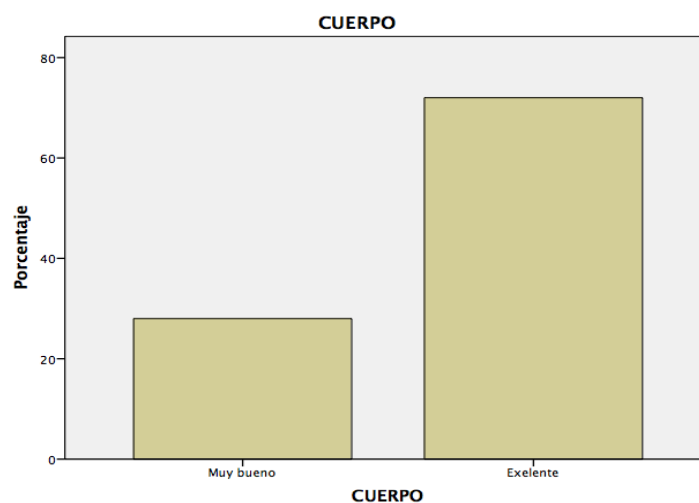
Con este resultado se interpreta que en definitiva el buqué del vino tiene relación directa con la materia prima dando como resultado que la especie vitis vinífera es sin duda alguna la más idónea para este tipo de proceso enológico.

Tabla 11 Cuerpo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy bueno	14	28,0	28,0	28,0
	Exelente	36	72,0	72,0	100,0
Total		50	100,0	100,0	

Elaborado por: SORIA, Andrés (2017)

Gráfico 8: Representación gráfica del cuerpo



Elaborado por: SORIA, Andrés (2017)

Análisis

Considerando la textura del vino el 72% como excelente y el 28% como muy bueno nos da como indicativo el haber alcanzado una nitidez en su presentación.

Interpretación

Se observa que una de las variables condicionantes para captar la aceptación turística del producto enológico es su presentación en tanto y cuanto también su sabor.

4.2 Verificación de hipótesis

Para la verificación de la hipótesis del presente trabajo investigativo, se utilizará el método estadístico Friedman a través del programa estadístico SPSS.

4.2.1. Planteamiento de la hipótesis

H_1 : La Enología **SI** se relaciona con el Turismo Histórico-Cultural del cantón Patate

H_0 : La Enología **NO** se relaciona con el Turismo Histórico-Cultural del cantón Patate

4.2.2. Selección del nivel de significación

Para la verificación de la hipótesis se utilizará el nivel de significancia de 0.05

4.2.3. Descripción de la población

Para la investigación se ha tomado como referencia 50 jueces no entrenados que son el total de la población de la investigación.

4.2.4. Cálculos de lo estadístico

Para el cálculo estadístico se utilizó la prueba de Friedman

$$X^2_r = \frac{12}{HK(K+1)} \sum Rc^2 - 3H(K+1)$$

Donde

X^2_r = estadístico calculado del análisis de varianza por rangos de Friedman.

H = representa el número de elementos o de bloques (número de hileras)

K = el número de variables relacionadas

$\sum Rc^2$ = Es la suma de rangos por columnas al cuadrado

Tabla 12 Análisis bidimensional de Friedman

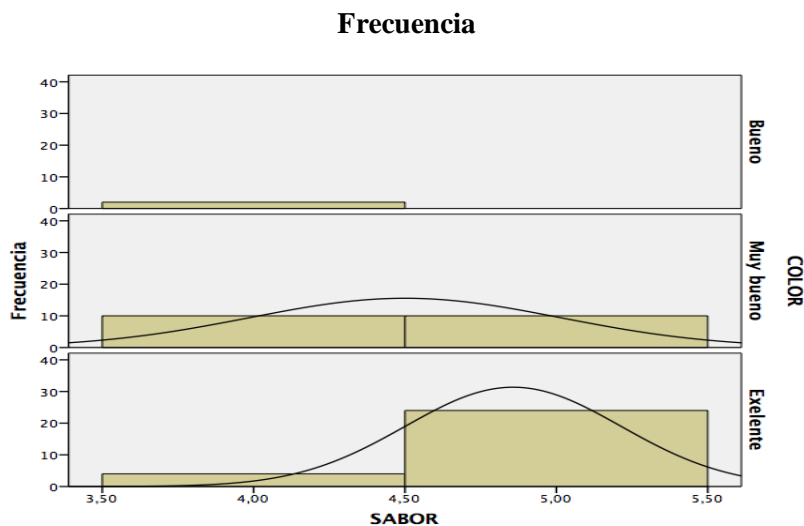
Resumen del procesamiento de los casos

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
VAR00001	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
VAR00002	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
VAR00003	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
VAR00004	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%

Elaborado por: SORIA, Andrés (2017) Obtenido de: Resultados de la encuesta realizada a los degustadores

De los datos analizados de acuerdo a las variables color, sabor, buque y cuerpo se tiene el 100% de datos validados, ningún dato perdido concluyendo con esto que la totalidad de la población fue procesada correctamente.

Gráfico 13: Frecuencia



Elaborado por: SORIA, Andrés (2017).

La curva de normalidad en relación a la variable predominante el Sabor representa una distribución normal, es decir, el p(valor) es significativo y está relacionado entre el rango 0 – 0,05.

Tabla 13 Correlaciones
Correlaciones

		COLOR	SABOR	BUQUE	CUERPO
COLOR	Correlación de Pearson	1	,472**	,659**	,720**
	Sig. (bilateral)		,001	,000	,000
	N	50	50	50	50
SABOR	Correlación de Pearson	,472**	1	,384**	,527**
	Sig. (bilateral)	,001		,006	,000
	N	50	50	50	50
BUQUE	Correlación de Pearson	,659**	,384**	1	,614**
	Sig. (bilateral)	,000	,006		,000
	N	50	50	50	50
CUERPO	Correlación de Pearson	,720**	,527**	,614**	1
	Sig. (bilateral)	,000	,000	,000	
	N	50	50	50	50

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Elaborado por: SORIA, Andrés (2017)

La tabla muestra la significancia que posee cada una de las variables del test organoléptico, permitiendo con esto corroborar con los datos validados, por consiguiente, la distribución es normal en todas las variables.

Tabla 14 Resumen de prueba de hipótesis

Resumen de prueba de hipótesis				
	Hipótesis nula	Test	Sig.	Decisión
1	Las distribuciones de COLOR, SABOR, BUQUE and CUERPO son las mismas.	Análisis de dos vías de Friedman de varianza por rangos de muestras relacionadas	,023	Rechazar la hipótesis nula.

Se muestran las significancias asintóticas. El nivel de significancia es ,05.

Al utilizar la prueba no paramétrica de Friedman de muestras relacionadas, utilizando medidas repetidas la cual ordena los datos por filas o bloques determina que su p valor o significancia es de 0.023, es decir, está dentro del rango de significancia por consiguiente se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna.

4.2.5. Decisión

Con una significancia de 0,05 mediante un análisis bidimensional de Friedman de varianza por rangos para muestras relacionadas se rechaza H_0 : (Hipótesis Nula) La Enología **NO** se relaciona con Turismo Histórico-Cultural del cantón Patate se acepta H_1 : (Hipótesis Alternativa) La Enología **SI** se relaciona con Turismo Histórico-Cultural del cantón Patate

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones:

Una vez realizada la investigación se ha llegado a las siguientes conclusiones:

El turismo enológico en el Cantón Patate es muy apetecido por un alto porcentaje de visitantes, pero es necesario impulsar con más intensidad esta modalidad debido a que esta zona tiene un gran potencial en cuanto a la elaboración de vinos artesanales.

En el Cantón Patate si se promueve la difusión del turismo cultural y enológico en general por distintas actividades y festividades en donde la actividad turística engloba todos los aspectos productivos de la población.

La localidad Patateña considera que es necesario fomentar valores culturales por medio del turismo para así potencializar el ingreso de turistas y mejorar la economía.

Para fomentar el desarrollo turístico enológico y cultural de Patate es importante conocer todos y cada uno de los atractivos turísticos, además de tener conciencia acerca del valor cultural que posee al ser reconocida como población agrícola y vinícola a nivel del país.

La práctica Enológica dentro del Cantón se ha venido realizando de tiempos memorables, sin embargo, hasta la actualidad no existe una organización fuerte que impulse esta actividad.

5.2 Recomendaciones:

De acuerdo a las conclusiones se recomienda lo siguiente:

Se recomienda mayor gestión por parte de las autoridades locales para impulsar el desarrollo del Turismo Enológico y Cultural de Patate.

Realizar talleres de turismo enológico dentro de la comunidad para dar conocer el valor que posee, aprovechando la industria como una modalidad turística, generando ingresos y trabajo a la población.

Integrar a personas conocedoras y capacitadas sobre la tecnología enológica para dar charlas a todos aquellos productores vinícolas del Cantón y de esta manera alcanzar un conocimiento mutuo que ayudaría al desarrollo del turismo enológico.

Suministrar información clara y precisa a los habitantes y/o integrantes al momento de ser parte de un proyecto turístico mencionando todo aquello que engloba dicha actividad, es decir ventajas y desventajas, compromisos, etc., los que implican responsabilidades para una participación activa de la persona y el éxito del conglomerado agroindustrial.

CAPITULO VI

PROPUESTA

6.1 Datos Informativos

6.1.1 Título

Creación del Festival Anual del Vino para el desarrollo turístico enológico y cultural del Cantón Patate.

6.1.2 Ubicación de la Intervención

Provincia: Tungurahua

Cantón: Patate

Parroquia: La Matriz

6.1.3 Entidades Ejecutoras

La presente propuesta estará bajo la responsabilidad del Club Deportivo Spa Resort Patate, con sus respectivos miembros de trabajo.

6.1.4 Equipo Técnico Responsable

Miembros del Club Deportivo Spa Resort Patate.

6.1.5 Beneficiarios

Productores enológicos, artesanos y la población del Cantón Patate.

6.2 Antecedentes de la Propuesta

En base a la investigación previa realizada, los turistas tienen un grado de percepción alto acerca lo que implica formar parte de un evento turístico enológico puesto que se tiene en claro que la producción vinícola con una tendencia turística vendría a ser una opción de economía para el sustento y no optar por otras actividades poco rentables sin embargo dichas actividades contribuyen de alguna manera para el desarrollo del pueblo mediante el turismo.

De acuerdo a la investigación de campo creada, se pudo recalcar que Patate tiene potencial turístico natural, cultural y enológico pero es necesario la colaboración de todos, tanto de las autoridades como de los habitantes, así mismo tener una estructura de organización idónea para obtener otros fuentes de ingreso, por impulsar al turismo, rescatar valores y

tradiciones, por aprender y conocer, así como contribuir de alguna manera al desarrollo del cantón.

Es por eso que se planteado realizar el Festival del Vino englobando todas las actividades cotidianas (agricultura, artesanía, música, enología) en vista de que sería un aporte a la economía local, aplicando de manera organizada y sistemática para de esta manera poder lograr llegar a ser una potencia turística y enológica a nivel nacional e internacional.

6.3 Justificación

La presente propuesta es de interés para los pobladores del Cantón Patate, debido a que la creación de un festival anual conlleva aprender, involucrar y conocer, del labor que se obtiene mediante la prestación de servicio turístico el mismo que en un futuro conseguirá cubrir las expectativas de los miembros partícipes con el adecuado conocimiento y sobre todo al tener contacto con turistas o visitantes, para de esta manera encumbrar la demanda turística en Patate.

Es factible que se lleve a cabo la propuesta planteada en vista de que se convertirá en una estrategia de desarrollo turístico – económico de la localidad, permitiendo mejorar el turismo en la zona, puesto que proporcionara a los miembros partícipes ser más competentes.

El impacto que genera un “Festival Enológico” sería positivo dado que los miembros partícipes tendrán la oportunidad de exponer sus productos, artesanías, y sin olvidar el arte y la cultura siendo esta una motivación para impulsar el turismo dentro del Cantón Patate.

6.4 Objetivos

6.4.1 Objetivo General

Crear el Festival del Vino como aporte al desarrollo turístico y cultural del Cantón Patate.

6.4.2 Objetivos Específicos.

*Propulsar las habilidades y capacidades individuales de los miembros actores del festival enológico.

*Contribuir al fortalecimiento organizativo para el desarrollo turístico enológico y cultural del Cantón Patate.

6.5. Modelo Operativo

Tabla 15 Modelo operativo

Fases	Objetivos	Actividades	Recursos	Responsable	Tiempo
Socialización	Socializar la propuesta con los propietarios del establecimiento turístico empleados, productores enológicos, artistas y artesanos con el fin de dar a conocer y tener apoyo por parte de ellos.	Establecer una reunión. Presentación de la propuesta. Recolección de ideas e información.	Humano Computadora Proyector	Andrés Soria	3 días
Planificación	Planificar los procedimientos y actividades a realizarse a lo largo de la elaboración de la propuesta.	Análisis y observación de las ventajas e importancia de un festival de enología y cultura.	Humano	Andrés Soria	15 días

Ejecución	Ejecutar las actividades planteadas en la propuesta.	Identificación de espacio geográfico. Realizar un listado de los participantes en el evento enológico.	Humano Inventario de participantes.	Andrés Soria	1 mes
Evaluación	Evaluar los resultados obtenidos después de la ejecución de la propuesta.	Definición del festival. Realizar un seguimiento con los propietarios del Club.	Humano	Andrés Soria	1 mes

6.7 Desarrollo Operativo de la Propuesta

Introducción

El turismo enológico con el pasar de los años ha tenido acogida y desarrollo en el cantón Patate sin embargo hay que tener en cuenta que el aprovechamiento es mínimo, esto ocurre por el desinterés propio de la comunidad y de los productores enológicos al no tener resultados inmediatos por parte de las autoridades locales.

El turismo de vino se está desarrollando para disfrutar un ingreso extra a partir de la demostración de sus costumbres, tradiciones, gastronomía y formas de vida, que al mismo tiempo llegan de una manera directa con el turista.

Por lo tanto, se ha optado en diseñar un Festival Enológico y Cultural, llevando a cabo una adecuada organización para su desarrollo, en donde se busca rescatar, demostrar e impulsar al patateño, tener contacto con personas de otras localidades del país en donde el valor primordial sea la buena atención, respeto y amabilidad hacía el turista.

METODOLOGIA

6.8 Festival

Definición de festival

Hoy en día estamos viviendo en un mundo de festivales; fiestas en los lugares en donde vivimos, trabajamos o visitamos. No obstante, se recalca que la fiebre de los festivales y sus observaciones son muy diferentes en los continentes, países y sistemas. Describir lo que es un "festival" y lo que no, a veces es causa de frustraciones.

La celebración de Dionisio fue el primer festival cultural en la historia de la humanidad con un cumplimiento íntegro de los requisitos para la ejecución de este evento. Pero la palabra festival se remonta no muy lejos, y fue patentada por primera vez en 1589 (Harper, 2001). Festival significaba celebración local en los años 1600 y 1700, según lo informado por la Gentleman's Magazine (Smith, 1982). La naturaleza de los festivales pasó por un cambio antropológico en el umbral de los siglos XIX al XX, cuando los antropólogos encabezaron a centrarse en el mito de la comunidad y empezaron a observar su realización en las comunidades antiguas y más tarde en las comunidades locales modernas.

Mientras tanto, la primera generación de los festivales reconocidos creció con una misión artística clara. Los festivales artísticos mixtos llegaron después de la Segunda Guerra Mundial. Desde entonces, el festival mundial tiene sus períodos de auge en el siglo XX, uno alrededor de los movimientos de 1968 en los países de Europa Occidental y otro después de 1989 en los países de Europa Oriental. Este último fue probablemente seguido por la festivalización a nivel mundial (Festivalising 2007).

Hay muchos factores primordiales al momento de realizar un festival, en este caso sería importante el lugar, escenario, adecuación y decoración, cristalería, audio, buscar patrocinadores voluntarios que ayuden en el proceso del evento a realizar. Hay muchos aspectos que se deben considerar para planificar un Festival cada punto es crítico y debe ser cuidadosamente planeado. Si alguno sale mal, tendría un efecto catastrófico sobre todo el evento.

6.8.1. PLANIFICACIÓN DEL “FESTIVAL DEL VINO”

6.8.1.1. Naturaleza del Evento

La naturaleza de este festival se proyecta al enoturismo de igual forma ligado con la cultura que engloba la gastronomía, las tradiciones y costumbres siendo el mismo un evento socio cultural en donde se realizarán talleres, catas, conferencias, presentaciones artísticas, culinaria y artesanías.

6.8.1.2. Objetivos del Festival

General

- Fomentar el festival anual del vino para promocionar el potencial enológico, turístico y cultural del cantón Patate.

Específicos.

- Promover el enoturismo como alternativa para el desarrollo económico del cantón.
- Dar a conocer la historia e importancia de la industria enológica.
- Incentivar a los productores enológicos y a la población a ser partícipes del festival del vino.

6.8.1.3. Determinación de Tiempo y Espacio

Lugar: Club Deportivo Spa Resort Patate

Ciudad: Patate

Provincia: Tungurahua

Fecha de ejecución del evento: 3,4,5 de febrero de cada año (fiestas del Señor del Terremoto).

Responsable: Andrés Soria

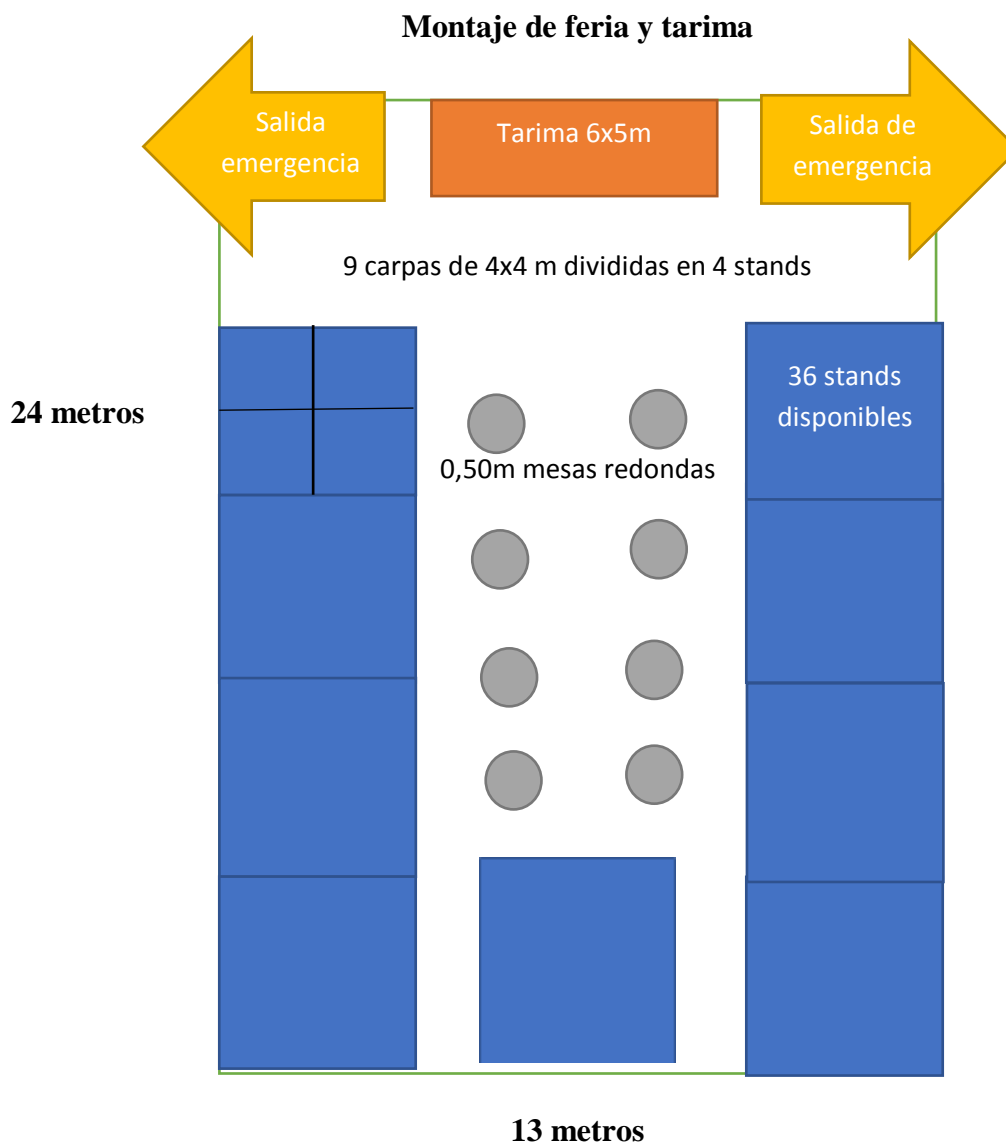
6.8.1.4. Estudio de Mercado

Establecer el festival anual del vino, destinado para el público nacional y extranjero de igual manera se incluirán en esta feria cultural a productores agrícolas, enológicos, artistas

y artesanos de la zona, también partícipes de otros lugares del país entendidos en viticultura y de esta manera impulsar el turismo enológico de Patate.

El evento contará con una disposición para 50 stands los cuales estarán divididos de la siguiente manera; 10 para exposiciones gastronómicas, 10 para productores agrícolas, 20 para artesanos y finalmente 10 para productores enológicos e industriales, además este evento cultural durará tres días para el disfrute de los visitantes.

6.8.1.5. Estudio Técnico



Elaborado por: SORIA, Andrés (2017)

6.8.1.6. Estudio Legal

Requisitos

Solicitud dirigida al alcalde.

Garantía 10 % de taquilla (Ordenanza Municipal).

Uso del suelo o autorización del espacio público.

Plan de contingencia.

Permiso de bomberos, acta de responsabilidad notificada.

Comisaría de policía.

Intendencia, permiso de acuerdo al aforo.

6.8.1.7. Estudio Ambiental

El grado de impacto ambiental que genera cualquier evento viene determinado no solo por su tipología (una reunión, un acto de team building, una boda, un festival) que se traducirá en una cantidad u otra de servicios asociados, así mismo la ubicación donde se desarrolle, ya sea en espacios cerrados o abiertos y la cantidad de profesionales involucrados. Puesto que de cualquier actividad se generan directa e indirectamente un incremento de algunos tipos de residuos, un elevado consumo de energía, agua, alimentos, contaminación atmosférica acústica y lumínica y en general una mayor degradación del entorno.

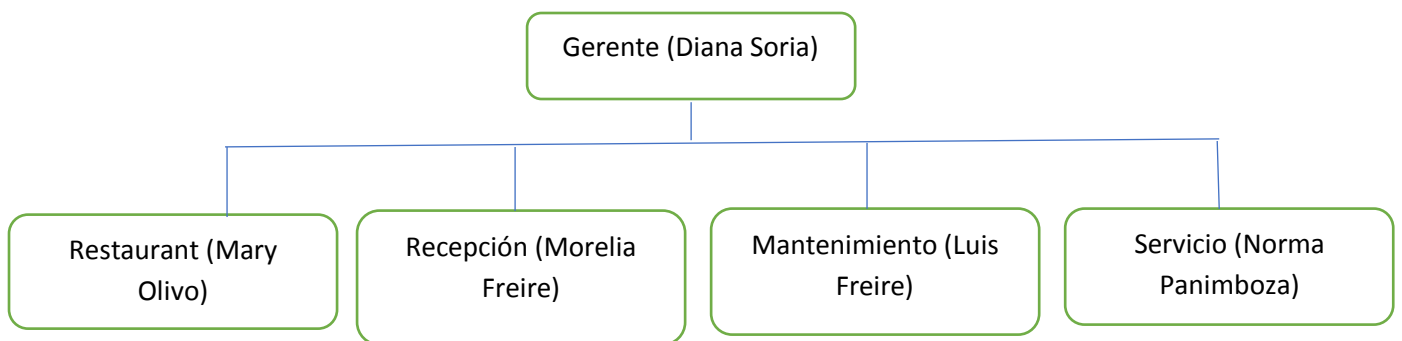
Disminuir el impacto ambiental de cada evento que coordinemos es posible sin renunciar a los objetivos propios del mismo y creando de paso un encuentro sostenible. Y es más sencillo de lo que parece, sólo requiere un poco de planificación y mucho compromiso, ideando, valorando y adoptando las medidas adecuadas que reduzcan el impacto negativo, ambiental y social, previsto.

Por esta razón es primordial estimar los productos de calidad con la incorporación del mayor número posible de productos de comercio justo y condición ecológica certificada. Apostando por los sellos participativos de garantía, que se basan en la visión compartida que tienen productores y consumidores a cerca del modelo productivo.

La incorporación controlada de materia prima y productos ecológicos, sobre todo el uso de productos locales y de temporada, para evitar así la distribución y venta de productos químicos industriales.

6.8.1.8. Estudio Administrativo

Organigrama



6.8.1.8.1. Comisiones de Trabajo

- **Adecuación y decoración del lugar**

Diana Soria

Luis Freire

Mary Olivo

Wilson Guachambala

- **Escenario sonido e iluminación**

Francis Mega Eventos

Alex Núñez

Henry Núñez

Francisco Núñez

- **Cristalería y cubertería**

Norma Panimboza

Morelia Freire

- **Fotografía, video, publicidad**

Daniel Quinteros

Sebastián Reyes

Juan José Erazo

Para la publicidad se utilizarán redes sociales como Facebook, Instagram, de igual forma se recurrirá a los medios de comunicación para promover este gran evento artístico y cultural.

- **Modelos Triple A**

María José Salazar

Kelly Martínez

Camila Mendoza

- **Seguridad**

Milton Vernaza

Josué Cañizares

Cristian Chicaiza

José Martínez

6.8.1.9. Estudio Financiero

6.8.1.9.1 Costos fijos

Tabla 16 Costos fijos

Detalle	Precio
Gastos de personal	240
Publicidad y difusión	100
Equipamiento técnico (sonido, proyección, fotografía, video)	1500
Contratación de show (artistas, danzas)	300

Fotografía y video	150
Total	2290

Elaborado por: SORIA, Andrés (2017)

6.8.1.9.2. Costos Variables

Tabla 17 Costos variables

Detalle	Precio
Seguridad	240
Catering (carpas, mesas)	878
Modelos	450
Total	1568

Elaborado por: SORIA, Andrés (2017)

6.8.1.9.3. Costos Totales

Costos fijos + Costos variables

$$2290 + 1568 = 3858 \$$$

Costo de venta al publico

Costo total / número estimado de personas

$$3858/1000 \text{ personas} = 3,85 \$$$

Margen de utilidad bruta

Precio de venta – Costo de producción

$$5000 - 3858 = 1142 \$$$

$$1142/3858 = 29,60\%$$

6.8.1.9.4. Posibles Patrocinios

Micromercado “El Trigoal”

Micromercado “Felicidad”

Restaurante “Rico Pollo”

Asadero “Stars”

6.8.2. Cronograma

8.00 Recepción de los participantes del evento.

8:30 Registro de participantes.

9:00 Inauguración del Festival anual del vino

10:00 - 18:00 Presentaciones artísticas.

7. Anexos



UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACION
CARRERA DE TURISMO Y HOTELERIA

Tema de la investigación:

Objetivo: Conocer la opinión de los turistas sobre el producto enológico de Patate dentro de la oferta de turismo histórico cultural de la zona.

Instrucciones

Marque con una x la respuesta que se ajusta a su criterio.

Genero

Femenino

Masculino

Rango de edad:

18 – 25

26 – 30

30 – 35

36 -40

Mas de 40

¿Cuál es la motivación para visitar Patate?

Gastronomía típica

Atractivos culturales religiosos

Atractivos naturales

Avistamiento de aves

Agroturismo

Turismo enológico (vinos)

¿Cómo considera usted que en Patate se ha venido aprovechando el atractivo de producción del vino como producto turístico?

Si

No

Luego de degustar el vino de Patate por favor califique en una escala del 1 al 5 (siendo 1 más bajo y 5 más alto) las características organolépticas que presenta

Características	5	4	3	2	1
Organolépticas					
Color					
Sabor					
Buqué					
Cuerpo					
(textura)					

8. Bibliografía

- Ameriente. (2010). *Análisis de vinos y mostos*. España: Editorial Acribia.
- Andrea Medina, C. P. (2017). Quality of life of elderly and its benefits in the social tourism. *Ponte Journal*.
- Andreu, P. (2009). *Viajes por los vinos de España*. Madrid: Plaza.
- Araújo Vila, N., & Fraiz Brea, J. A. (2017). Las rutas turísticas vinculadas a series de ficción. Análisis de las rutas de Doctor Mateo y Gran Reserva. *Cuadernos de Gestión Vol 17*, 37-55.
- Arredondo, P. N., Hernández, C., & Mendoza, T. (2013). Propuesta para el diseño de rutas turísticas culturales "El caso del sur del estado de Jalisco, México". *Revista Turismo y Sociedade, Curitiba Vol. 6, N°2*, 324-344.
- Asiáin, A., & Aznárez, M. (2012). Patrimonio cultura inmaterial y adquisición/desarrollo del lenguaje: tradición discursiva y psicodinámica oral. *Huarte de San Juan. Filología y Didáctica de la Lengua* , 45-64.
- Balaguer. (2002). *Tourism is a long run of economic growth factor*. Boston, Estados Unidos: Warther.
- Bloiun, J. (2006). *Conocimiento y Elaboracion del Vino*. Barcelona: Mundi-Prensa Barcelona. Recuperado el 19 de 10 de 20017
- Brás, A. S. (2015). Efeitos turísticos da Rota do Românico: os Mosteiros do Salvador de Travanca (Amarante) e do Salvador de Paço de Sousa (Penafiel). *PASOS - Revista de Turismo y Patrimonio Cultural Vol. 14 N° 4* , 999-1012.
- Cañada, E., & Fandiño, M. (2009). *Experiencia de turismo comunitario en Nicaragua* . Managua - Nicaragua: Edisa.
- Carrera, G. (2006). Itinerarios y rutas: herramientas para la documentación y puesta en valor del patrimonio cultural. *Monográfico PH Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico N°60*, 52-59.
- Caseres, A. (2009). *Cultivo de la Vid en Galicia*. Santiago: Martinez.
- Catalina, S. (2008). *La arquitectura y el vino*. Mendoza: Rioja.
- Chaves, M., & Nova, G. (2014). Políticas patrimoniales, productores artesanales y economías de futuro. *El Valor del patrimonio* , 67- 100.

- Consejo Nacional de la Cultura y las Artes . (2012). *Guía Metodológica para Proyectos y Productos de Turismo Cultural Sustentable*. Chile : Patrimonia Consultores.
- Diario Hoy. (26 de 8 de 2011). Importación y consumo de vino en Ecuador aumentó. *Importación y consumo de vino en Ecuador aumentó*.
- Émile, P. (2006). *Enología Parctica* (4° ed.). Madrid, España: Mundi-Prensa. Recuperado el 19 de 10 de 2017
- Formación en Ambientes Virtuales de Aprendizaje FAVA - Servicio Nacional de Aprendizaje SENA. (S/F). *Diseño de Rutas Turísticas* . Colombia.
- Gândara, J. M., Mendes, J., Moital, M., Santos, F., Souza, I. d., & Goulard, L. (2012). Planificación estratégica de un circuito turístico histórico- cultural experiencial. *Revista Estudios y Perspectivas en Turismo Volumen 21*, 225-248.
- Génesis. (9-21).
- Gerhard, T. (2010). *Tecnología del Vino* . Madrid: Editorial Acribia.
- Gil, G. (2007). *Viticultura, Fundamentos para Optimizar Producción y Calidad*. Santiago, Chile: Edicionesuc. Recuperado el 25 de 10 de 2017
- Guzman, T., & Sánchez, S. (2009). Desarrollo socioeconómico de las zonas rurales con base en el turismo comunitario. Un estudio de caso en Nicaragua. *Cuadernos de desarrollo rural.*, 81-97.
- Hall. (2005). *Tourism Rethinking the Social Science of Mobility*. Pearson: Pretinence Hill.
- Henry, R. (2008). Química Orgánica Fundamental. En R. Henry, *Química Orgánica Fundamental* (pág. 425). México: Editorial Limusa.
- Hernández, J. (2011). Los cambios del patrimonio. Rutas turísticas e itinerarios culturales. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural Vol. 9 N°2*, 225-236.
- Herrera, G., Crespo, G., Zambrano, D., & Cadena, P. (2014). Turismo y gestión: Una propuesta metodológica para la valoración y sistematización de atractivos turísticos en el cantón Rumiñahui. *Revista Retos*, 125-142.
- Iacobucci. (2008). *Practica de química*. Buenos Aires: Argentum.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2017). *Estadísticas*. Obtenido de Estadísticas: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas/>
- Instituto Nacional de Patrimonio Cultural Ecuador. (2011). *Instructivo para fichas de registro e inventario Patrimonio Cultural Inmaterial* . Quito: Ediecuatorial.
- Kume. (2009). *Economía*. España: Canarias.

- Lacoste, P., & Navarrete, S. (2014). Alternativas no tradicionales de desarrollo rural: La Ruta del Pisco como recurso turístico (Valle de Elqui, Chile). *Revista IDESIA (Chile) Volumen 32, N°4*, 5-14.
- Lopez, F. B. (1988). Etnología Ecuatoriana VIII Salasacas. En F. B. Lopez, *Etnología Ecuatoriana VIII Salasacas* (págs. 18 - 19). Quito: Gráficas Duque.
- Lopez, Guzman, & Sanchez. (2008). *La creación de productos turísticos utilizando rutas enológicas*. Madrid: Pasos.
- López-Guzmán Guzman, T., & Sánchez, S. M. (2008). La creación de productos turísticos utilizando rutas enológicas. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural PASOS Vol. 6 N° 2*, 159-171.
- Martín de la Rosa, B. (2003). Nuevos turistas en busca de un nuevo producto: El patrimonio cultural. *PASOS - Revista de Turismo y Patrimonio Cultural Vol. 1 N° 2*, 155-160.
- Mazaro. (2008). *Atrctivos Tursiticos*. Mexico: Azteca. Recuperado el 19 de 10 de 2017
- Merino, J. P. (15 de Diciembre de 2016). *Definicion de*. Obtenido de Definicion de: <http://definicion.de/attractivo-turistico/>
- Ministerio Coordinador de Patrimonio. (21 de Diciembre de 2007). Plan de Protección y Recuperación del Patrimonio Cultural del Ecuador - PPRPC. 47. Ecuador.
- Ministerio de Turismo del Ecuador - MINTUR. (2017). *Leyes de turismo*. Obtenido de Leyes de turismo: <http://www.turismo.gob.ec/#>
- Mosti, P. A. (2010). EL ALCANCE DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS Y RECREATIVAS EN LOS ESPACIOS NATURALES DEL HINTERLAND DE USHUAIA - TIERRA DEL FUEGO - ARGENTINA. *Revista Estudios y Perspectivas en Turismo Volumen 19*, 516-533.
- Oliver, N. M. (2013). *Turismo cultural patrimonio, museos y empleabilidad* (Vol. 1). (E. Lizalde, Ed.) Madrid, España: I Forest Stewardship Council (FSC). Recuperado el 17 de Octubre de 2017
- Olivera, A. (2011). Patrimonio Inmaterial, Recurso Turístico y espíritu de los territorios. *Revista Cuadernos de Turismo, n°27*, 663-677.
- OMT. (2005). *City Tourism & Culture; the European Experience*. Madrid: World Tourism Organization.
- OUGH, & AMERINTE . (2009). *Análisis de vinos y mostos*. Santiago de Chile: Editorial Acribia.

- Porcal, M. C. (2011). EL patrimonio rural como recurso turístico. La puesta en valor turístico de infraestructuras territoriales (Rutas y caminos) en las áreas de montañas del país Vasco y de Navarra. *Cuadernos de Turismo* n°27, 759-784.
- Porto, J. P. (2016). *Definición de*. Obtenido de Definición de.: <https://definicion.de/bodega/>
- Pozo, J. D. (1850). *Historia del vino*. Santiago de Chile: Editorial Universitaria.
- Riberau, G. (2008). *Enología*. Barcelona: Editorial Salvat.
- Saez. (2009). *Enoturismo en California*. California: WoodEdit.
- Salazar, G. (2 de julio de 2016). *El vino en el Ecuador*. Obtenido de El vino en el Ecuador: <http://vinoenelecuador.orgaby.blogspot.com/2016/07/el-vino-en-el-ecuador-actualmente-en-el.html>
- Sánchez, R. (2010). *Sánchez, R. A. (2010). Módulo: Recursos Turísticos. Bloque I. (Pag. 13) .Madrid: *. Madrid: Liber Factory.
- Sancho. (2007). *Introducción al Turismo*. Madrid: Castillas.
- Sanguinetti, G. (Martes de Noviembre de 2006). *Delicias Del Baco*. Obtenido de Delicias Del Baco: <http://www.deliciasdebaco.com/delicias-de-baco.html>
- Santana, C., & Atiencia, M. (2014). Turismo Comunitario - Reflexiones. *Res Non Verba*, 68-81.
- Santiago, C. (2009). *Química Orgánica*. Buenos Aires: Editorial Kapelu.
- Solis, D. (2016). *Turismo Comunitario en el Ecuador - Desarrollo y Sostenibilidad*. Quito: Abya Yala.
- Soria, N. (2017). La vitivinicultura en Patate. *Fiestas del Señor del Terremoto*, 18.
- Soria, O., & Soria, N. F. (2016). PATATE. *Patate Programa General 2016*, 24,25,26,27,28.
- Togores, J. H. (2011). *Tratado de Enología* (Vol. II). (M. Prensa, Ed.) Mexico: Mudi-Prensa Mexico. Recuperado el 19 de 10 de 2017
- Toselli, C. (2006). Algunas Reflexiones sobre turismo cultural. *PASOS - Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* Vol. 4 N°2, 175-182.
- Turismodevino. (octubre de 2013). *Turismo de vino*. Obtenido de Turismo de vino: <https://turismodevino.com/saber-de-vino/historia-del-vino/>
- UNESCO. (2003). Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial ., (pág. 13). Paris.

- Villaseñor, I., & Emiliano, Z. (2012). Del patrimonio cultural inmaterial o la patrimonialización de la Cultura. *Revista Cultura y representaciones sociales* núm. 12, 75-101.
- World Tourism Organization. (2016). *Fundamentos de Sostenibilidad en el turismo*. Obtenido de Fundamentos de Sostenibilidad en el turismo: <http://www2.unwto.org/es>
- Yugar, Z. (2012). *Patrimonio Cultural Intangible - Memorias desde el Jurado*. Cochabamba: Kipus.
- Zamora, E. (2011). Sobre patrimonio y desarrollo. Aproximación al concepto de patrimonio cultural y su utilización en procesos de desarrollo territorial. *PASOS-Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* Vol. 9 N° 1, 101-113.

EL TURISMO DEL VINO EXPERIENCIA DEL OCIO EN PATATE

Soria Ochoa Andrés Sebastián

Viteri Toro María Fernanda

Universidad Técnica de Ambato,
Av. Los Chasquis, campus Huachi, Ecuador

asoria0512@uta.edu.com

mf.viteri@uta.edu.ec

Resumen

Este estudio intenta efectuar una meditación crítica sobre las relaciones existentes de la enología y el turismo con el fin de obtener una combinación potencializada creando una modalidad para el desarrollo económico y turístico de Patate, haciendo inca pie en las prácticas tradicionales en cuanto a la elaboración del vino procedimientos que se están extinguiendo con la industrialización. Por esta razón se ha tomado la iniciativa para generar y aprovechar al máximo las oportunidades que el turismo de vino puede ofertar.

Palabras Claves:

Enología, Turismo, Patate.

Introducción

El hombre americano desde antaño, ha sido evaluado por los caminos de la evolución trazada por el científico Charles Darwin, es decir por la adaptabilidad del contexto y por marchar ajustado con la circundada variabilidad del orden no únicamente anatómico sino de costumbres alimentarias y entre estas la ingesta de bebidas alcohólicas, pero recolectando caracteres dominantes del individuo de la alcurnia de América o de Europa y de su génesis “La Gran Atlántida” como rezago de la curva más alta de explotación tecnológica en todos los campos incluida la Enología. Se insiste al turno de hoy con todas las teorías del hombre americano y con estos hechos históricos y antropológicos, todo acerca de lo que, en tantas reflexiones precisa la Genética con su título y sus explicaciones de la herencia y variación. Al igual que la Eugenesia que no es otra cosa que el conocimiento que especificó Galton, como la exposición de los factores de control, que afina el hombre mediante expresiones raciales en generaciones futuras sean físicas o mentales, ya los irá localizando en su gnosis y se les estará mencionando para acertar el porvenir del hombre con auxilio de esta centralísima ciencia; pues, cualesquier exploración debe planearse bajo estos principios a que relacionemos, no exclusivamente nuestra raza, sino en concordancia con las existentes, para poder entender y descifrar la presencia del hombre en el planeta tierra.

Pero se torna también interesante describir algo de interés superlativo para saber de qué manera y cómo nuestro antecesor trajo consigo al igual que su conocimiento, la utilización de los elementos complementarios para su vida, cultura y tradición como lo fueron y serán las bebidas alcohólicas que no son sino los elixires que durante siglos han permitido al hombre someterse al llamado “ocio, vicio y deleite”, el arribo del primer ancestro del que más tarde ocupó el territorio de lo que hoy llamamos el cantón Patate y que fueron hordas que se desplazaron desde Lagoa Santa y subiendo por el infierno verde del Amazonas para alcanzar el electo oriente ecuatoriano, avanzando por los ríos tradicionales en especial por el Napo, subiendo por las estribaciones hasta llegar a pequeños riachuelos y de lejos al río “Soguillas”, escalando por el Pastaza y sus afluentes para verificar el génesis del agua desde los deshielos del Cerro Hermoso y del Yana-Llanganati, lugares donde se inician todos los ríos que se vierten hacia la zona oriental. Son espacios de interés donde se concentra nuestra exploración sobre el tema de profundizar el aparecimiento de las acostumbradas bebidas alcohólicas hasta condesarnos en el aparecimiento del vino como el etéreo elixir de la conquista y sometimiento a la raza aborígen por parte de los españoles que con la doctrina

cristiana incorporaron a precio de muerte los principios bíblicos y la conjuración que en nombre del Dios europeo y con la santa venia de la iglesia católica y como directos representantes de la misma el padre Valverde, los Pizarro diseminaron con la hostia y el vino extirparon a la religión de veneración al sol, la luna, astros y otras entidades calificadas como religión atea. La religión católica como nueva doctrina y aplicando la inquisición se consiguió ejecutar a Atahualpa y perseguir a todo aborigen que oponga resistencia, para exponer esta verdad, se tenía que aclarar revelando detalles, los que se dará a conocer por la coexistencia de una necrópolis antiquísima que vivirá como fuente importante para nuestro tratado sobre la verdadera historia de la Enología para América del Sur, al verificar un asiento inicial para la formación del gran “imperio aborigen”. Dejamos a criterio vuestro conceptualizar los hechos sucedidos, al producirse la mezcla, con traslados humanos desde el resto de los puntos cardinales, que más tarde se robustecieron de grado en grado hasta desembocar en los periodos de integración, mediante las culturas de Panzaleo y Puruhá ya evolucionadas.

Por los vestigios arqueológicos encontrados y la múltiple variedad de cantaros, ponedos, aríbalos y vasos que fueron utilizados para sus festividades religiosas y de ofrenda a sus dioses el sol y la luna, han sido elementos para fundamentar la existencia de la bebida alcohólica ritual aborigen que se le lo ha llamado “chicha” hasta la llegada de los españoles quienes fueron los que trajeron consigo el coñac y vino para diseminarlo como bebida oficial del viejo continente.

Lo que no conseguimos hasta el momento esclarecer, son los vasos para libar la chicha y ciertos jarrones con caracteres similares a la vajilla escandinava hallada en los sectores de la parroquia Patate-Urco y lugares aledaños, adjunto a estos objetos arqueológicos se han encontrado pedazos de madera protegida por una lámina de cobre en forma de ballesta al estilo bucanero; y con diseños de proyectiles metálicos puntiagudos como dardos que previamente debieron haberlos envenado, con la técnica y razón que los normandos y vikingos lo utilizaron y, que debieron lanzarlos con una corta y fuerte liga. Las vestiduras de las huestes del frente de choque son metálicas, en concreto eran aleaciones de oro, bronce, cobre o de tumbaga. Lo más distinguido son las narigueras, así como las provisiones de infantería o “perdigón para la onda”. Dicho aparato estaba adherido por una liana a un receptáculo de cuero o tejido de cabuya, que al darle giros en círculo emite una velocidad increíble que rompe al viento y, al soltarle, de uno de sus extremos sale disparada una piedra bola o proyectil de la misma forma como lo interpreta ese pasaje bíblico de la muerte de Goliat realizada por David. Al formalizar un estudio sobre la introducción de este tipo de arma, se llegó a la conclusión de que fueron los normandos o vikingos quienes les proveyeron con mucha antelación que los mismos españoles. La metalurgia no tiene cotejo, es decir sobrepasa lo sorprendente, se presume que asimismo con los atuendos para la guerra se anexaron los protectores, muñequeras y manoplas con diseños y grabados metálicos, que a sus rollizos cuerpos pintados y decorados les daba una característica de respeto y miedo para el adversario. Además, el diseño de las compoteras, vasos denominados “queros”, botellas y pequeños recipientes metálicos demuestran la similitud con la vajilla utilizada por estos grupos de piratas normandos y vikingos concluyendo que no solamente existió la transacción comercial de tecnología, cultura, tradiciones, arqueología, arquitectura sino ya existió un intercambio en su alimentación e intercambio a costo de oro y plata las denominadas “bebidas alcohólicas”.

Antes de la llegada de los españoles nuestro territorio comprendía un verdadero territorio oficial y ancestral que existió custodiado y determinado por bien claras fronteras naturales: al occidente, por los conocidos ríos: Culapachán y Pata-Ati (Patate); al norte por el río Guapa-Ati (Huapante), y luego por el río desaguadero de Yanacocha, hasta dar la vuelta, aún al norte, alrededor de la cordillera de Sacha Llanganati y llegar al Napo; al sur por el río Pata-Ati; y, al oriente por todos los Llangana-Ati hasta el río Ansupí.

Esta importantísima demarcación permanece hasta la presente época como uno de los claros patrimonios geográficos para una definida división política territorial e histórica de nuestros cantones Patate y Píllaro.

Estado del Arte

El Cantón Patate se encuentra situado 2200 msnm al sureste de la ciudad de Ambato a 19 km de la línea recta del volcán Tungurahua, con una Temperatura que oscila entre los 11 y 23 grados centígrados comprendiendo una superficie total de 300,50 km² limitado por el Cantón Pillarlo y Provincia del Napo al Norte; Cantón Pelileo y Baños al Sur; Cantón Baños al Este y Cantón Pelileo al Oeste. Con una población de 11.771 personas entre hombres y mujeres, clima templado – seco, primaveral originando una variada y gran producción de hortalizas, cereales, legumbres, frutas, hermosas y coloridas flores. La industria licorera y vinícola son parte importante de este Cantón.

Dentro del denominado turismo temático encontramos el turismo enológico, también conocido como enoturismo o turismo de vino, donde la combinación de dos actividades económicas tan dispares, pero con un peso importante para la economía ecuatoriana. Teniendo en cuenta el elemento cultural que subyace en el turismo del vino, hay que hacer una mención especial al interés por la gastronomía de determinadas zonas del país. “Por tanto, el turismo, la comida, el vino y sus factores adyacentes son los elementos que conforman el producto denominado turismo del vino” (Lopez, Guzman, & Sanchez, 2008). Este tipo de turismo, aunque es incipiente en Ecuador, tiene una gran tradición en otros países conocidos desde el punto de vista enológico, como el Nuevo Mundo, es decir: Australia, Sudáfrica, Chile, Estados Unidos (concretamente en California con el Valle del Napa). Por ello, las investigaciones en el campo del enoturismo tienen su origen en estos países, así como también en países del viejo continente europeo como Italia o Francia, y España.

La vitivinicultura al igual que la colonización en nuestro Ecuador y los países de conquista europea ha recorrido un sinuoso y accidentado camino histórico desde su introducción por los llamados conquistadores españoles en el siglo XV: y a la vez instruyéndose a partir de la fundación del legendario Patate dispuesta por los españoles Don Hernando de Santillán y ejecutada por Don Antonio de Clavijo. La fecundidad de su tierra, su clima y los recursos naturales entre ellos el agua de su cristalino río, debió atraer al no menos codicioso de los mortales para fraguar y procurar adueñarse con todos sus aborígenes buscando una nueva explotación agroindustrial con la viticultura y la industrialización del aceite de oliva, es así que el primer beneficiario de esta grande comarca incluido Pelileo, fue el religioso Álvaro Guerrero Calama; iniciando con los depredadores jesuitas la explotación no únicamente de mitas y obrajes, sino mediante la esclavitud emprender inmensos plantíos de viñedos y olivares desde las márgenes del hoy denominado río Ambato hasta la confluencia del río Patate y el Chambo.

En las fértiles márgenes de los ríos Ambato y Patate, los jesuitas recibieron en donación las haciendas de casi toda la provincia del Tungurahua allí a fines del siglo XVI el cultivo de la Vid de los valles reemplazó al de las plantas indígenas. En 50 años desarrollaron en medio de todo este territorio la producción de vino y pisco, iniciando con fábricas vitivinícolas pequeñas dedicadas a esta actividad. Las haciendas vitivinícolas tenían sus viñas, bodegas con las vasijas vinarias o vinateras, integradas únicamente con recipientes de barro o arcilla cocida con las denominadas botijas o tinajas, peruleras y tinajones, entre otros recipientes, además de los ya tecnificados alambiques para destilar aguardiente. Resultado de esta conquista a finales del siglo XVII hasta finales del siglo XIX se alcanzó a tener un inmenso prestigio con búsqueda ostensible y precisa acerca de una alta curva en viticultura con la diseminación de las mejores variedades e inclusive dicen escritos que superaba en calidad y volumen de producción a las mismas cepas europeas, a tal punto que llegaron a convertirse en medios de producción conjuntamente con el aceite de oliva, los que fueron enviados a España y colindantes países, llegando a considerarse productos selectos, despertando interés científico y técnicos para que algunos extranjeros visiten Patate para evidenciar su adaptación y tecnología de cultivo. Mientras tanto ya se concibió interesante levantar y establecer una reconstrucción interina de lo que ha traído este proceso como herencia y tradición. La presente consulta ha podido avanzar en la reconstrucción de algunos ciclos históricos de la viticultura de Patate al acercarnos a conocidas familias que continuaron con dicha explotación como los Samaniego, Álvarez Ricaurte, Arellano, Tricherry, Erazo

y Soria que por herencia han mantenido el cultivo de la Vid y la producción de bebidas alcohólicas que han alcanzado un crédito económico alto a familias que se han dedicado a esta actividad.

En los años XVI y XVII, el principal sector que se encontraba en el Virreinato de Quito dedicado a la agricultura de frutales en general, fue la zona conocida como los valles de Ambato y Patate, en particular, los españoles cultivaron los olivares desde las márgenes altas y pedregosas del río Ambato e igualmente se dedicaron en las grandes franjas de las posteriormente denominadas haciendas de “Chilipata, Pitula, La Merced, Tunga, Puñapi y el Obraje” elaborando el mejor vino y produciendo el incomparable aceite de oliva que alcanzó a ser el producto de exportación más importante para la economía de los países conquistados y España. Pocos son los cronistas y algunos de los viajeros que se admiraron de la cantidad de viñas que aparecían por todas partes del imperio conquistado, algunas de ellas tan productivas que “si no se los veía, no se podía creer”. El epicentro de este proceso era el Valle de Patate, lugar donde se fundó la Ciudad de San Cristóbal de Patate. Allí se pusieron en marcha prósperas haciendas especializadas en la producción de vino y aguardiente, A décadas iniciales del siglo XIX también fue importante el aporte de fábricas extranjeras entre una de ellas “La Bardiné” en el sector Guadalupe, con técnicos franceses en las que se obtenía las bebidas conocida como Pisco, Coñac, además de la producción de aguardiente de caña, implantándose inmensos cultivos de caña.

El testimonio más elocuente de la temprana “fiebre vitícola de san Cristóbal de Patate”, fue fundada por las Familias Álvarez, quienes poseía la hacienda más grande y posterior los Samaniego. Para el industrial patateño ninguna vez se han escapado a sus observaciones los cultivos y producciones de nuestro terruño y, en el caso de la zona baja del valle grande fue su asombro al comprobar la cantidad y calidad de viñas y vino. No había una única región viticultora, sino que la vid se cultivaba en distintos sectores incluidos Tunga y Chilipata. Así, por ejemplo, describir las expresiones del Sr. Eduardo Samaniego acerca de la ciudad de Patate quien destacó en sus escritos que el antiquísimo poblado de Patate se caracterizaba por ser una amplia franja esencialmente agrícola y vinícola dispuesta al margen e irrigada por el río del mismo nombre, por las otras, tres huertas y viñas llenas de árboles frutales. Luego añadía que: “El vino, pan y carne que se gasta es cosa increíble” “hácese un buen vino y sería mejor si los viñeros fueran de la variedad vitis vinífera”.

La búsqueda de nuevas experiencias turísticas relacionadas con la necesidad de las bodegas enológicas diversifican las líneas de negocio y aumentan las ventas dando origen a la aparición del turismo del vino. Los enodestinos ofrecen al visitante una variedad de actividades vinculadas al entorno rural y a la producción de vinos desde distintos ámbitos como son la gastronomía, la cultura o actividades deportivas y educativas. Actualmente, esta modalidad de viajar continúa en alza por la distinción del producto en un amplísimo mercado turístico en Patate.

La vid

Entre los caracteres más sobresalientes de la planta de vid es que es un arbusto sarmentoso, cuyas ramas se fijan por medio de zarcillos, en la raíz principal se distinguen las secundarias que producen sabia que favorecen la fructificación.

El tallo es tortuoso y, se llama cepa, las ramas son nudosas y flexibles, de las yemas que se encuentran a lo largo del sarmiento nace los brotes que luego de su eclosión se convertirá en hojas de forma denominadas palmatilobadas y por su posición alternas, como también en flores pequeñas y verdosas que brotarán en frutos en forma de racimos y sostenidos por zarcillos.

El fruto mismo es una baya carnosa que encierra cuatro semillas, se compone de una piel más o menos gruesa denominada hollejo, la pulpa comprende el 85 – 90 % del grano. Su composición es compleja, es muy variable de una u otra clase de uva, a más de agua contienen azúcares en

proporción media de un 15 % de ácidos: tánico, málico, cítrico, vitamina C, etc (Riberau, 2008, pág. 695).

Las pepitas constituyen el 3 – 4 % del grano; tiene aceites tánicos, ácidos y materias resinosas astringentes y de sabor agradable, el escobajo representa ente el 3 – 7 % del peso total del racimo y por ser madera contiene tanino.

Las partes principales del fruto que es tema central para la elaboración del vino está compuesto por: Epicarpio, que es una membrana exterior del pericarpio que en las uvas constituye el hollejo, el que se dilata durante el proceso de maduración, esta piel es de color verde en su primera fase y luego adquiere la coloración típica de la variedad de la cual se trate, exteriormente se encuentra protegida por una sustancia cérea llamada pruina, que le sirve para resguardarle de los agentes atmosféricos como también actuar como materia adhesiva capaz de retener los gérmenes que producen fermentación alcohólica (Catalina, 2008, pág. 32).

El mesocarpio. Se lo denomina también pulpa y constituye la parte de mayor importancia ya que su aprovechamiento desde el punto de vista técnico y económico es posible procesarlo en la industria, es decir es la capa media del pericarpio de los frutos comprendida entre el epicarpio y el endocarpio. “El endocarpio integra la llamada envoltura de las semillas que se encuentran situadas en la parte central de la pulpa” (Andreu, 2009, pág. 56). Se hace vital también conocer acerca del proceso de maduración de las uvas que se utilizan para la industria del vino considerada como “el ciclo evolutivo de la maduración que se desarrolla mediante tres periodos: el periodo herbáceo, el enveramiento y la maduración propiamente dicha”. Además, es cabal conocer que la maduración de la uva puede ser fisiológica o industrial. La fisiológica se produce cuando las semillas, en oportunas condiciones de temperatura y humedad pueden reproducir la especie. La madurez industrial en cambio se tiene cuando el peso medio del racimo alcanza el valor máximo y no se dan aumentos apreciables del contenido de azúcar de la pulpa, este tipo de maduración es el fundamento del proceso enológico.

El Mosto. Es el sumo o jugo azucarado que se obtiene de diversos frutos y que suele destinarse a la fermentación. “El zumo exprimido o extraído de las uvas de cuya fermentación se obtiene el vino, posee una composición bien variable según la clase de uva y condiciones del terreno, su preparación se realiza mediante el estrujado o prensado de las uvas o sea el jugo celular obtenido de la pulpa del grano, su composición resulta compleja según las características de la calidad, el componente es el agua cuyo contenido es desde el 65 a 75 % según la variedad de la uva original, el grado de maduración de los frutos, el clima y el tipo de terreno” (Henry, 2008, pág. 158). Luego en esta disolución llamada mosto se hallan disueltas o en suspensión nutridas sustancias pécticas, sales minerales, enzimas, vitaminas, azúcares etc.

La Fermentación. La fermentación es considerada “como toda transformación química de un cuerpo orgánico, que se acelera por la acción de pequeñas cantidades de otro llamado fermento, el cual se pone en contacto con él y aparentemente no se modifica”. (Iacobucci, 2008, pág. 158) . La palabra fermento viene de la palabra latina *fervere* que significa hervir. Así se llamó la primera fermentación observada, que fue la fermentación alcohólica, debido a que las burbujas del gas carbónico que se desprenden dan la apariencia de ebullición. “La producción de vino y alcohol por la fermentación de los jugos de frutas, es la industria más vieja que se conoce en el planeta, como también se puede obtener alcohol por la fermentación de azúcares, melazas, almidón y maderas” (Saez, 2009, pág. 22).

Las levaduras presentes en la fermentación “secretan ciertas sustancias químicas que actúan como catalizadores en la descomposición del azúcar, estas sustancias catalizadoras se llaman enzimas y son compuestos orgánicos muy complejos” (Ameriente, 2010, pág. 45). La enzima llamada simaza, también segregada por las levaduras transforman la glucosa y la fructosas en alcohol etílico y anhídrido carbónico que se desprende.



Según las características de los microorganismos existen dos principales fermentaciones, la aeróbica y la anaeróbica, mientras que en general las varias industrias fermentativas y las productoras de alcohol en particular, han hecho notables progresos desde que se adoptó el uso y aplicación de fermentos puros, cuya preparación es hoy en día una industria especial de importancia. “La preparación de fermentos seleccionados y en particular la del *saccharomyces* ha llegado a ser importante al servicio de los fabricantes de bebidas alcohólicas” (Santiago, 2009). Para su elaboración, se utilizan levaduras mezcladas con una parte por millón de almidón que sirve de soporte, además el fermento figurado (*saccharomyces*) contiene numerosas enzimas o fermentos solubles, tales como la maltasa, zimasa, invertasa, etc., que son las que actúan durante el proceso de fermentación.

Elaboración de Vino Tinto.

La uva es la materia prima para la elaboración del vino, que nace a partir de un proceso natural en el que el azúcar (a través de la fermentación del mosto) se transforma en alcohol.

Los vinos rojos se hacen exclusivamente con uvas tintas, en cambio los blancos pueden elaborarse con uvas blancas o tintas. Esto se debe a que la materia colorante se encuentra en la piel u hollejo; si al moler las uvas se deja el jugo en contacto con la piel, aparece el color. Por el contrario, si el jugo se separa inmediatamente del hollejo, el vino será blanco.

Procesos:

- *Despalillado. Separar las uvas del raspón o escobajo (racimo donde están las uvas).
- * Estrujado. Las uvas son estrujadas, sin ser trituradas; para extraer el mosto.
- * Fermentación. El azúcar del mosto se convierte en alcohol etílico mediante la acción de las levaduras naturales presentes en el hollejo de la uva (en la pruina) y en la propia bodega.
- * Maceración. Contacto entre el líquido y partes sólidas de la uva. Proceso que inicia en el momento en que el mosto entra en contacto con los hollejos de la uva. O sea, que lleva a cabo durante la fermentación que se puede prolongar entre cinco y siete días. Este proceso sirve para conferir al vino su color y su capacidad de conservación.
- * Descubre. El líquido se trasiega a otro depósito separándolo de las materias sólidas.
- * Fermentación Maloláctica. Proceso microbiológico que tiene lugar a partir de las bacterias lácticas presentes de forma natural en la uva, transformando el ácido málico, fuerte y vegetal, en otro más suave y suntuoso: el láctico. Que da al vino finura y suavidad.
- * Trasiego. Separar el vino de las lías (restos de las levaduras y otras sustancias sólidas que quedan en el fondo de los recipientes vinarios) acumuladas en el fondo de los depósitos y barricas
- * Clarificación. Añadir al vino un clarificante (carbón activado), para que mediante cargas electrostáticas se una a partículas de suspensión de carga contraria, formando flóculos mayores que se precipitan por acción de la gravedad. Eliminando partículas en suspensión.

Filtración. Dejar el vino perfectamente limpio y preparado para su embotellado.

Crianza en barrica. Proceso de envejecimiento y maduración del vino dentro de la barrica, en donde se producen una cesión de sustancias aromáticas y gustativas de la madera hacia el vino; además de dar un aporte puntual de oxígeno, que permita la estabilización del color del vino y finalmente supone una limpieza y estabilización del vino. Este proceso puede durar entre 18 meses y 2 años antes de ser embotellados.

* Embotellado. Crianza en botella. Permanencia del vino dentro de la botella en la sala de botellero de la bodega, en este proceso el vino se redondea y alcanza su momento óptimo de consumo.

Metodología

La propuesta metodológica investigativa para este estudio está compuesta por dos etapas; partiendo de un estudio descriptivo de la importancia del vino en la actividad turística de Patate, un mapeo turístico participativo en la localidad debido a que esta modalidad de investigación permitió la obtención de una serie de información de una manera independiente.

Se realiza también para esta investigación una recolección de percepciones, criterios de los turistas sobre el vino de la localidad además se aplica un análisis organoléptico de las características principales del vino (cuerpo, sabor, buque), ahí es donde se pudo adquirir información fiable y estructurada la que permitió reflexionar la aceptabilidad del producto y la problemática turística con el propósito de especificar situaciones, características, contextos, propiedades y habilidades.

Es así que para levantar información se siguió sistémicamente los siguientes pasos:

- **Técnica de observación:** Realizado en el sitio donde se produce el vino.
- **Técnica de Entrevista:** Contacto directo con la finalidad de recopilación de información para constatar hechos verídicos y propios del lugar de investigación. (Instituto Nacional de Patrimonio Cultural Ecuador, 2011)
- **Técnica de Encuesta:** Herramienta estructura con diez preguntas cerradas de elección única, dicotómicas y politómicas, para determinar que el instrumento está de acuerdo a las necesidades investigativas, se validó las preguntas politómicas con Alfa de Cronbach obteniendo un resultado de 0,8 que de acuerdo al criterio de Nunnally (1978,) el valor de fiabilidad en torno a 0.8 es confiable.

Resultado

Los resultados de las encuestas se realizó el análisis bidimensional de Friedman, donde la curva de normalidad en relación a la variable predominante que es el sabor mismo que representa una distribución normal, es decir, el p(valor) es significativo y está relacionado entre el rango. La tabla muestra la significancia que posee cada una de las variables del test organoléptico, permitiendo con esto corroborar con los datos validados, por consiguiente, la distribución es normal en todas las variables.

Al utilizar la prueba no paramétrica de Friedman de muestras relacionadas, utilizando medidas repetidas la cual ordena los datos por filas o bloques determina que su p valor o significancia es de 0.023, es decir, está dentro del rango de significancia rechazando la hipótesis nula y se acepta la alterna.

El vino es una bebida natural y de origen fermentativo, por lo tanto “consta de múltiples compuestos y como tal tiene diversos sabores, un buen vino no tiene que ser necesariamente el que los equilibre todos” (OUGH & AMERINTE, 2009, pág. 77). Visto desde el punto químico, el vino tiene más de 800 compuestos diferentes, (antiguamente se creía que tenía 150) siendo la mayoría volátiles. “Algunos de estos compuestos vienen del mosto (la uva) y otros provienen de su elaboración y crianza” (Gerhard, 2010). La fermentación, como anteriormente se explicó, se realiza gracias a las levaduras que se encuentran en la piel o se le añade para que arranque dicha fermentación. Gracias a esto, se consigue que los azúcares se transformen en alcohol y en diversos compuestos secundarios, que entraremos a verlo con liberación de calor y carbónico. El buen sabor del vino y todas sus cualidades organolépticas deben mantenerse, teniendo en cuenta que los procesos productivos tradicionales se cumplan a cabalidad para así obtener un producto turístico de calidad.

Discusión

Lo propuesto en este trabajo de investigación pretende mezclar no únicamente la tradición y valores que involucran la elaboración del vino con la entrega de una experiencia para el consumidor, sino involucrarnos juntos en buscar nuevas tendencias de atracción para el turismo enológico el cual ha mostrado un mayor interés por entender los procesos en la elaboración del vino, en el mismo lugar donde ocurre la producción y con quienes son responsables de visionar esta nueva actividad dando paso al nacimiento de la idea del “enoturismo”, que se entiende como turismo vitivinícola, donde el cliente/turista es la clave del desarrollo del modelo. Dado lo anterior, nuestro objetivo en el desarrollo de todo este comprometido trabajo que no es directamente el cumplimiento de un requisito para graduación sino se basa en presentar algo real y aplicable, que ha iniciado desde la revisión bibliográfica junto con el caso práctico de la viticultura de Patate. El tema del enoturismo en nuestro país ya puede ser considerado como una oportunidad de desarrollo y crecimiento para las actividades económicas y viticultoras de este cantón, viendo los beneficios y razones que trae consigo implementar este servicio dentro de sus actividades. Es importante dejar en claro que lo que buscamos en este compromiso no es analizar la rentabilidad del negocio desde el mundo financiero, que si bien es importante, dadas nuestras conversaciones con expertos, sino nos percatamos que existe una razón más de fondo que la rentabilidad directa del negocio turístico por separado, por lo tanto buscamos dar las claves para entender el enoturismo, desde elementos como el valor de la marca, el marketing comunicacional y la relación que se produce con el cliente. La estructura que se presentó en este trabajo se divide en cinco capítulos que ya hemos disertado. Además, hemos incluido conceptos clave como turismo, enoturismo y otros relevantes. Detrás se analizará la oferta y demanda para el enoturismo en el cantón Patate, exponiendo este caso práctico, donde se aplicará un modelo conceptual de enoturismo, entregando todos los puntos importantes a considerar para la implementación de esta actividad. Para finalizar se entregaron conclusiones y sugerencias respecto a proyecciones para futuros trabajos de investigación, donde sean las viñas y el vino quienes exterioricen e implementen un proyecto de esta índole o la creación de estas nuevas rutas del vino y se cristalicen los futuros alcances que pueda tomar este tema en nuestro país, dado lo incipiente que es el tema del enoturismo en Ecuador.

Conclusiones

Una vez realizada la investigación se ha llegado a las siguientes conclusiones:

El turismo enológico en el Cantón Patate es muy apetecido por un alto porcentaje de visitantes, pero es necesario impulsar con más intensidad esta modalidad debido a que esta zona tiene un gran potencial en cuanto a la elaboración de vinos artesanales.

En el Cantón Patate si se promueve la difusión del turismo cultural y enológico en general por distintas actividades y festividades en donde la actividad turística engloba todos los aspectos productivos de la población.

La localidad Patateña considera que es necesario fomentar valores culturales por medio del turismo para así potencializar el ingreso de turistas y mejorar la economía.

Para fomentar el desarrollo turístico enológico y cultural de Patate es importante conocer todos y cada uno de los atractivos turísticos, además de tener conciencia acerca del valor cultural que posee al ser reconocida como población agrícola y vinícola a nivel del país.

La práctica Enológica dentro del Cantón se ha venido realizando de tiempos memorables, sin embargo, hasta la actualidad no existe una organización fuerte que impulse esta actividad.

Bibliografía

- Ameriente. (2010). Análisis de vinos y mostos. España: Editorial Acribia.
- Andrea Medina, C. P. (2017). Quality of life of elderly and its benefits in the social tourism. Ponte Journal.
- Andreu, P. (2009). Viajes por los vinos de España. Madrid: Plaza.
- Araújo Vila, N., & Fraiz Brea, J. A. (2017). Las rutas turísticas vinculadas a series de ficción. Análisis de las rutas de Doctor Mateo y Gran Reserva. Cuadernos de Gestión Vol 17, 37-55.
- Arredondo, P. N., Hernández, C., & Mendoza, T. (2013). Propuesta para el diseño de rutas turísticas culturales "El caso del sur del estado de Jalisco, México". Revista Turismo y Sociedade, Curitiba Vol. 6, N°2, 324-344.
- Asiáin, A., & Aznárez, M. (2012). Patrimonio cultura inmaterial y adquisición/desarrollo del lenguaje: tradición discursiva y psicodinámica oral. Huarte de San Juan. Filología y Didáctica de la Lengua , 45-64.
- Balaguer. (2002). Tourism is a long run of economic growth factor. Boston, Estados Unidos: Warther.
- Bloiun, J. (2006). Conocimiento y Elaboracion del Vino. Barcelona: Mundi-Prensa Barcelona. Recuperado el 19 de 10 de 20017
- Brás, A. S. (2015). Efeitos turísticos da Rota do Românico: os Mosteiros do Salvador de Travanca (Amarante) e do Salvador de Paço de Sousa (Penafiel). PASOS - Revista de Turismo y Patrimonio Cultural Vol. 14 N° 4 , 999-1012.
- Cañada, E., & Fandiño, M. (2009). Experiencia de turismo comunitario en Nicaragua . Managua - Nicaragua: Edisa.
- Carrera, G. (2006). Itinerarios y rutas: herramientas para la documentación y puesta en valor del patrimonio cultural. Monográfico PH Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico N°60, 52-59.
- Caseres, A. (2009). Cultivo de la Vid en Galicia. Santiago: Martinez.
- Catalina, S. (2008). La arquitectura y el vino. Mendoza: Rioja.
- Chaves, M., & Nova, G. (2014). Políticas patrimoniales, productores artesanales y economías de futuro. El Valor del patrimonio , 67- 100.
- Consejo Nacional de la Cultura y las Artes . (2012). Guia Metodológica para Proyectos y Productos de Turismo Cultural Sustentable. Chile : Patrimonia Consultores.
- Diario Hoy. (26 de 8 de 2011). Importación y consumo de vino en Ecuador aumentó. Importación y consumo de vino en Ecuador aumentó.

- Émile, P. (2006). *Enología Parctica* (4° ed.). Madrid, España: Mundi-Prensa. Recuperado el 19 de 10 de 2017
- Formación en Ambientes Virtuales de Aprendizaje FAVA - Servicio Nacional de Aprendizaje SENA. (S/F). *Diseño de Rutas Turísticas*. Colombia.
- Gândara, J. M., Mendes, J., Moital, M., Santos, F., Souza, I. d., & Goulard, L. (2012). Planificación estratégica de un circuito turístico histórico- cultural experiencial. *Revista Estudios y Perspectivas en Turismo Volumen 21*, 225-248.
- Génesis. (9-21).
- Gerhard, T. (2010). *Tecnología del Vino*. Madrid: Editorial Acirbia.
- Gil, G. (2007). *Viticultura, Fundamentos para Optimizar Producción y Calidad*. Santiago, Chile: Edicionesuc. Recuperado el 25 de 10 de 2017
- Guzman, T., & Sánchez, S. (2009). Desarrollo socioeconómico de las zonas rurales con base en el turismo comunitario. Un estudio de caso en Nicaragua. *Cuadernos de desarrollo rural.*, 81-97.
- Hall. (2005). *Tourism Rethinking the Social Science of Mobility*. Pearson: Pretinence Hill.
- Henry, R. (2008). *Química Orgánica Fundamental*. En R. Henry, *Química Orgánica Fundamental* (pág. 425). México: Editorial Limusa.
- Hernández, J. (2011). Los cambios del patrimonio. Rutas turísticas e itinerarios culturales. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural Vol. 9 N°2*, 225-236.
- Herrera, G., Crespo, G., Zambrano, D., & Cadena, P. (2014). Turismo y gestión: Una propuesta metodológica para la valoración y sistematización de atractivos turísticos en el cantón Rumiñahui. *Revista Retos*, 125-142.
- Iacobucci. (2008). *Practica de quimica*. Buenos Aires: Argentum.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2017). Estadísticas. Obtenido de Estadísticas: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas/>
- Instituto Nacional de Patrimonio Cultural Ecuador. (2011). *Instructivo para fichas de registro e inventario Patrimonio Cultural Inmaterial*. Quito: Ediecuatorial.
- Kume. (2009). *Economía*. España: Canarias.
- Lacoste, P., & Navarrete, S. (2014). Alternativas no tradicionales de desarrollo rural: La Ruta del Pisco como recurso turístico (Valle de Elqui, Chile). *Revista IDESIA (Chile) Volumen 32, N°4*, 5-14.
- Lopez, F. B. (1988). *Etnología Ecuatoriana VIII Salasacas*. En F. B. Lopez, *Etnología Ecuatoriana VIII Salasacas* (págs. 18 - 19). Quito: Gráficas Duque.

- Lopez, Guzman, & Sanchez. (2008). La creación de productos turísticos utilizando rutas enológicas. Madrid: Pasos.
- López-Guzmán Guzman, T., & Sánchez, S. M. (2008). La creación de productos turísticos utilizando rutas enológicas. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural PASOS* Vol. 6 N° 2, 159-171.
- Martín de la Rosa, B. (2003). Nuevos turistas en busca de un nuevo producto: El patrimonio cultural. *PASOS - Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* Vol. 1 N° 2 , 155-160.
- Mazaro. (2008). Atrctivos Tursiticos. Mexico: Azteca. Recuperado el 19 de 10 de 2017
- Merino, J. P. (15 de Diciembre de 2016). Definicion de. Obtenido de Definicion de: <https://definicion.de/attractivo-turistico/>
- Ministerio Coordinador de Patrimonio. (21 de Diciembre de 2007). Plan de Protección y Recuperación del Patrimonio Cultural del Ecuador - PPRPC. 47. Ecuador.
- Ministerio de Turismo del Ecuador - MINTUR. (2017). Leyes de turismo. Obtenido de Leyes de turismo: <http://www.turismo.gob.ec/#>
- Mosti, P. A. (2010). EL ALCANCE DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS Y RECREATIVAS EN LOS ESPACIOS NATURALES DEL HINTERLAND DE USHUAIA - TIERRA DEL FUEGO - ARGENTINA. *Revista Estudios y Perspectivas en Turismo* Volumen 19, 516-533.
- Oliver, N. M. (2013). Turismo cultural patrimonio, museos y empleabilidad (Vol. 1). (E. Lizalde, Ed.) Madrid, España: I Forest Stewardship Council (FSC). Recuperado el 17 de Octubre de 2017
- Olivera, A. (2011). Patrimonio Inmaterial, Recurso Turistico y espíritu de los territorios. *Revista Cuadernos de Turismo*, n°27, 663-677.
- OMT. (2005). *City Tourism & Culture; the European Experience*. Madrid: World Tourism Organization.
- OUGH, & AMERINTE . (2009). Análisis de vinos y mostos. Santiago de Chile: Editorial Acribia.
- Porcal, M. C. (2011). EL patrimonio rural como recurso turistico. La puesta en valor turístico de infraestructuras territoriales (Rutas y caminos) en las áreas de montañas del pais Vasco y de Navarra. *Cuadernos de Turismo* n°27, 759-784.
- Porto, J. P. (2016). Definicion de. Obtenido de Definicion de.: <https://definicion.de/bodega/>
- Pozo, J. D. (1850). *Historia del vino*. Santiago de Chile: Editorial Universitaria.

- Riberau, G. (2008). *Enología*. Barcelona: Editorial Salvat.
- Saez. (2009). *Enoturismo en California*. California: WoodEdit.
- Salazar, G. (2 de julio de 2016). El vino en el Ecuador. Obtenido de El vino en el Ecuador: <http://vinoenecuadorgaby.blogspot.com/2016/07/el-vino-en-el-ecuador-actualmente-en-el.html>
- Sánchez, R. (2010). Sánchez, R. A. (2010). Módulo: Recursos Turísticos. Bloque I. (Pag. 13) .Madrid: \ . Madrid: Liber Factory.
- Sancho. (2007). *Introducción al Turismo*. Madrid: Castillas.
- Sanguineti, G. (Martes de Noviembre de 2006). *Delicias Del Baco*. Obtenido de Delicias Del Baco: <http://www.deliciasdebaco.com/delicias-de-baco.html>
- Santana, C., & Atiencia, M. (2014). *Turismo Comunitario - Reflexiones*. Res Non Verba, 68-81.
- Santiago, C. (2009). *Química Orgánica*. Buenos Aires: Editorial Kapelu.
- Solis, D. (2016). *Turismo Comunitario en el Ecuador - Desarrollo y Sostenibilidad*. Quito: Abya Yala.
- Soria, N. (2017). *La vitivinicultura en Patate*. Fiestas del Señor del Terremoto, 18.
- Soria, O., & Soria, N. F. (2016). *PATATE*. Patate Programa General 2016, 24,25,26,27,28.
- Togores, J. H. (2011). *Tratado de Enología (Vol. II)*. (M. Prensa, Ed.) Mexico: Mudi-Prensa Mexico. Recuperado el 19 de 10 de 2017
- Toselli, C. (2006). *Algunas Reflexiones sobre turismo cultural*. PASOS - Revista de Turismo y Patrimonio Cultural Vol. 4 N°2, 175-182.
- Turismodevino. (ocubre de 2013). *Turismo de vino*. Obtenido de Turismo de vino: <https://turismodevino.com/saber-de-vino/historia-del-vino/>
- UNESCO. (2003). *Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial* ., (pág. 13). Paris.
- Villaseñor, I., & Emiliano, Z. (2012). *Del patrimonio cultural inmaterial o la patrimonialización de la Cultura*. Revista Cultura y representaciones sociales núm. 12, 75-101.
- World Tourism Organization. (2016). *Fundamenttos de Sostenibilidad en el turismo*. Obtenido de Fundamenttos de Sostenibilidad en el turismo: <http://www2.unwto.org/es>

Yugar, Z. (2012). Patrimonio Cultural Intangible - Memorias desde el Jurado. Cochabamba: Kipus.

Zamora, E. (2011). Sobre patrimonio y desarrollo. Aproximación al concepto de patrimonio cultural y su utilización en procesos de desarrollo territorial. PASOS-Revista de Turismo y Patrimonio Cultural Vol. 9 N° 1, 101-113.