



Universidad del Azuay
Facultad de Filosofía y Ciencias Humanas
Escuela de Turismo

**Guía práctica para la formación de profesionales en maridaje
de vinos y alimentos**

**Trabajo de graduación previo a la obtención del título de
Licenciada en Turismo**

Autor: Elizabeth Macancela L.

Director: Mst. Byron Alvarado Vanegas

Cuenca, Ecuador

2024

DEDICATORIA

Esta tesis va dedicada a Dios y a mis padres que con mucho esfuerzo y sacrificio me apoyaron desde el inicio hasta el final de mis estudios y aunque estos hayan sido pausados y postergados por situaciones de la vida que salen de nuestras manos por muchos años, siempre ha sido para ellos uno de sus logros y aunque la vida nos ha separado sigue siendo desde el fondo de mi corazón mi agradecimiento eterno a ellos, además también va dedicado a mi querido esposo, a mis hijos por darme la fuerza y apoyo incondicional para hacer realidad una de mis metas de vida.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a la Universidad Del Azuay por permitirme concluir mis estudios como profesional en Turismo y Hotelería.

A todas las Autoridades de la Escuela de Turismo de la Universidad del Azuay, que han contribuido a que se realice este anhelo mío de concluir mis estudios.

A las personas que de manera directa e indirecta han colaborado con la obtención de mi título profesional, a todos los profesionales Chefs, Sommeliers que colaboraron con la información necesaria, a todos los locales comerciales que permitieron realizar las entrevista a sus empleados o personalmente contribuyeron con la información necesaria.

A todos los docentes que estuvieron involucrados en mi formación ya que sin su conocimiento y enseñanzas no habría logrado completar la formación académica que hoy en día poseo y el cariño y pasión que siento por mi carrera.

Y de manera muy especial a mis directores de tesis Byron Alvarado y pues sin su ayuda me hubiera sido imposible culminar mis estudios.

RESUMEN:

Este estudio tuvo como fin desarrollar una guía integral que brinde orientación y conocimientos fundamentales sobre el maridaje de vino y alimentos, dirigida a profesionales de la hostelería, sommeliers en formación y aficionados a la gastronomía en Cuenca. La investigación se llevó a cabo durante un período de 26 semanas comprendido entre el 2023 y 2024. Se adoptó un enfoque cualitativo, utilizando entrevistas con expertos del sector gastronómico y sommeliers en España y representantes de restaurantes de Cuenca, Ecuador. Además, se realizó una revisión de la literatura relacionada con el maridaje de vinos y alimentos. Los resultados principales revelaron la importancia de la capacitación en enología, servicio en sala y técnicas de maridaje, así como los desafíos relacionados con la falta de una cultura del vino y la capacitación del personal en Cuenca. Basándose en estos hallazgos, se desarrolló una guía básica que abarca aspectos clave como la historia del vino, enología básica, preferencias de consumo local, servicio en sala, conocimientos sensoriales, técnicas de maridaje y comunicación con el cliente. Esta investigación resalta la necesidad de mejorar la formación y el servicio en la industria gastronómica de Cuenca.

Palabras claves: Maridaje, Guía, Hostelería, Cuenca, Formación.

ABSTRACT

This study aims to develop a comprehensive guide providing fundamental knowledge and guidance on wine and food pairing, targeted at hospitality professionals, sommeliers in training, and gastronomy enthusiasts in Cuenca. The research was conducted over a period of 26 weeks between 2023 and 2024. A qualitative approach was adopted, using interviews with experts in the gastronomic sector and sommeliers in Spain, as well as representatives from restaurants in Cuenca, Ecuador. Additionally, a literature review related to wine and food pairing was conducted. The main results revealed the importance of training in enology, table service, and pairing techniques, as well as the challenges related to the lack of a wine culture and staff training in Cuenca. Based on these findings, a basic guide was developed covering key aspects such as the history of wine, basic enology, local consumption preferences, table service, sensory knowledge, pairing techniques, and customer communication. This research highlights the need to improve training and service in the gastronomic industry in Cuenca.

Keywords: Pairing, Guide, Hospitality, Cuenca, Training.

Revisado y aprobado por:



Mst. Byron Alvarado Vanegas

0104775937

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	8
CAPÍTULO I	10
MARCO TEÓRICO Y ESTADO DEL ARTE	10
1.1 Marco teórico	10
1.1.1 Los fundamentos del maridaje	10
1.1.1.1 El papel del sommelier y su formación en el área	12
1.1.1.2. Los tipos de vino y sus características sensoriales.	13
1.1.1.3. Protocolos y técnicas de servicio	15
1.1.1.4. Tendencias y desarrollos actuales en maridaje	15
1.1.1.5. Preferencias del consumidor en el maridaje de vino y alimentos	16
1.1.1.6. Influencia de las preferencias personales en el maridaje	16
1.1.1.7. Impacto de la cultura en el maridaje	18
1.1.1.8. Aspectos psicológicos en la experiencia del maridaje	20
1.1.1.9. Diferencias regionales en gustos y preferencias	21
1.1.1.10. Adaptar el maridaje a las preferencias del consumidor	22
1.1.1.11. Educación y Capacitación en Maridaje de Vinos	23
1.2. Estado del arte	25
1.2.1. Antecedentes.	25
1.2.2. Gastronomía local y tradicional de Cuenca.	27
1.2.3. Vinos en Ecuador	28
1.2.4. Guías y materiales educativos en Ecuador	31
CAPITULO II	33
METODOLOGÍA	33
2.1 Enfoque de investigación	33
2.1.1. Etapa I	34
2.1.2. Etapa II	34
2.1.3. Etapa III	34
CAPITULO III	36
RESULTADOS	36
3.1. Perfil general de los entrevistados	36
3.2. Resultados entrevistados a profesionales	37
3.2.1. Aspectos específicos del maridaje a abordar en la guía práctica	39
3.3. Vinos más populares en Cuenca	43
CAPITULO IV	44
DISCUSIÓN DE RESULTADOS	44
CONCLUSIONES	46
REFERENCIAS	48
ANEXOS	53

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Principales aspectos del papel del sommelier y su formación en el área	<i>13</i>
Tabla 2. Tipos de vinos y características sensoriales	<i>14</i>
Tabla 3. Ejemplo de Maridaje de vinos y gastronomía tradicional de Cuenca	<i>18</i>
Tabla 4 Vinos emblemáticos de la Bodega Dos Hemisferio C.A. VIDOHECA	<i>29</i>
Tabla 5 Vinos emblemáticos de la Bodega Chaupi Estancia Winery S.A	<i>30</i>

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Guía de Entrevista Estructurada para Expertos en Maridaje de Vinos y Alimentos	<i>53</i>
Anexo 2. Entrevista realizada a 8 expertos españoles	<i>54</i>
Anexo 3. Guía de Entrevista para representantes de restaurantes de Cuenca	<i>60</i>
Anexo 4. Entrevista a Empleados y Gerentes de establecimientos gastronómicos de Cuenca, Ecuador	<i>61</i>
Anexo 5. Guía	<i>63</i>

INTRODUCCIÓN

El maridaje de vinos y alimentos, una práctica esencial en la gastronomía, busca armonizar sabores y texturas, elevando la experiencia culinaria. En Cuenca, Ecuador, esta disciplina es especialmente relevante dada la expansión del sector gastronómico y turístico, impulsada por el interés en la cultura del vino. Sin embargo, la creciente demanda de maridaje de vinos y su importancia en la escena local contrastan con una marcada falta de programas de capacitación y guías prácticas para profesionales y personal de servicio en hostelería. Esta brecha educativa afecta la variedad y calidad de la oferta vinícola y limita la habilidad del personal para asesorar adecuadamente a los comensales.

A pesar del notable crecimiento de la industria vitivinícola en estos sectores, Cuenca enfrenta un déficit de programas de formación en maridaje de vinos. Esta limitación impacta directamente en la variedad y excelencia de la oferta en establecimientos gastronómicos. Además, la ausencia de recursos formativos afecta el entendimiento del personal de servicio sobre la cultura del vino, repercutiendo en su capacidad de proporcionar asesoría y recomendaciones pertinentes. Esta investigación aborda estas carencias y se propone desarrollar una guía integral de maridaje de vinos para mejorar la capacitación en hostelería. Las subpreguntas incluyen: las principales falencias formativas de los meseros en Cuenca, habilidades esenciales en maridaje necesarias para mejorar el desempeño laboral y los contenidos cruciales para una guía efectiva en vino y maridaje.

El enfoque de esta problemática no solo implica la creación de una guía educativa exhaustiva, sino también el entendimiento de las necesidades específicas de los profesionales para desarrollar recursos que fortalezcan habilidades y enriquezcan la gastronomía local.

Este trabajo se centra en elaborar una guía accesible, proporcionando orientación y conocimientos clave sobre maridaje a profesionales de hostelería, sommeliers en formación y aficionados. Se utiliza una metodología cualitativa, incluyendo investigación bibliográfica, entrevistas para identificar necesidades formativas y habilidades cruciales. La guía diseñada ofrecerá información detallada, consejos y recomendaciones para optimizar el maridaje en establecimientos de Cuenca.

La investigación pretende suplir la falta de formación en maridaje en Cuenca, proporcionando una herramienta práctica que mejore la capacidad profesional y enriquezca la experiencia gastronómica. El trabajo se estructura en capítulos que abarcan el marco teórico, metodología, resultados y discusión, detallando cada etapa de la investigación para un entendimiento comprensivo del tema. Este trabajo de investigación se encuentra estructurado de la siguiente manera el Capítulo I referido al Marco Teórico y Estado del Arte, el Capítulo II describe la Metodología aplicada dividida en Etapa I donde se realizó la investigación bibliográfica, la Etapa II referida a las entrevistas a profesionales y la Etapa III que abarca los grupos focales. Continuando con el Capítulo IV que describe los resultados obtenidos en la investigación y por último la discusión de los resultados.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO Y ESTADO DEL ARTE

1.1 Marco teórico

1.1.1 Los fundamentos del maridaje

La combinación del vino con los alimentos, tiene la finalidad de interactuar e integrar los sabores, texturas y características de los alimentos (Sandua, 2023). Esta armonización busca crear una experiencia sensorial equilibrada y placentera al combinar elementos que se complementen entre sí. La complementariedad se refiere a la capacidad de ciertos sabores en el vino para resaltar o contrastar con los presentes en la comida, aportando dimensiones adicionales al paladar (Fernández, 2023). Además, se tiene en cuenta la intensidad de los sabores para evitar que alguno prevalezca sobre el otro, buscando un equilibrio entre ambos. A su vez, se estudian las afinidades de sabor, identificando sabores compartidos entre el vino y la comida que crean una armonía en el paladar (Durán-Lugo y Báez-González (2020).

Las texturas también juegan un papel clave, ya que la cremosidad, crocancia u otras sensaciones en la comida pueden interactuar con la estructura del vino, como su cuerpo o acidez. Si bien existen reglas generales de maridaje, se destaca la importancia de la flexibilidad y la experimentación, permitiendo adaptarse a preferencias individuales y a la diversidad de paladares (Ayala, 2020). En este orden de idea, la guía debe presentar reglas para el maridaje, resaltar también su capacidad de adaptación. Por ende, ofrecer conceptos básicos que permiten explorar más allá de ellos. Este entendimiento de los principios básicos del maridaje es fundamental para crear combinaciones exitosas y enriquecedoras entre vinos y platos.

Para Sandua (2023) el estudio en los fundamentos del maridaje revela la importancia de considerar no solo los sabores y texturas de los alimentos y vinos, sino también otros aspectos sensoriales, como el aroma. El bouquet del vino puede complementar o contrastar con los aromas presentes en la comida, creando una experiencia sensorial más completa y armoniosa. Asimismo, el autor refiere que se debe tener en cuenta la temperatura de servicio tanto del vino como de los alimentos, ya que esta puede influir en la percepción de los sabores y en la interacción entre ambos

elementos. De esta manera, se resalta la complejidad y la multidimensionalidad del maridaje, donde cada detalle puede afectar la experiencia gastronómica.

En este sentido, los aspectos sensoriales, el contexto cultural y regional también desempeña un papel importante en el maridaje. Los platos tradicionales de una región suelen estar diseñados para complementarse con los vinos locales, reflejando la historia y las prácticas culinarias arraigadas en la comunidad (Sandua, 2023). Por lo tanto, al seleccionar vinos para maridar con ciertos platos, es fundamental considerar tanto el origen geográfico de los alimentos como el del vino, buscando mantener la autenticidad y la coherencia cultural en la experiencia gastronómica.

A su vez, la evolución constante en la producción vinícola y culinaria abre nuevas oportunidades para la experimentación y la innovación en el maridaje. La introducción de nuevos métodos de elaboración de vinos, así como la incorporación de ingredientes y técnicas culinarias innovadoras, amplía el abanico de posibilidades para crear combinaciones únicas y emocionantes (Ayala, 2020). En este sentido, la flexibilidad y la creatividad son clave para explorar nuevas fronteras en el mundo del maridaje, enriqueciendo continuamente la experiencia gastronómica y vinícola para profesionales y aficionados por igual.

Garrote (2019) refiere que la exploración de los fundamentos del maridaje también revela la importancia de considerar las características específicas de los vinos, como su edad, crianza y variedad de uva. Los vinos más jóvenes y frescos pueden complementar platos más ligeros y delicados, mientras que los vinos envejecidos y con mayor cuerpo suelen maridar mejor con platos más intensos y sabrosos. Por lo tanto, la influencia del terroir en el vino, que incluye factores como el clima, el suelo y las prácticas de cultivo, agrega otra capa de complejidad al maridaje, ya que puede afectar el perfil de sabor y aroma del vino de manera significativa (Sandua, 2024)

Adicionalmente, de las características intrínsecas del vino, también es crucial considerar el estilo de cocina y las técnicas de preparación de los alimentos al seleccionar el vino adecuado. Por ejemplo, platos con sabores ácidos pueden beneficiarse de vinos con una acidez más elevada para equilibrar los sabores, mientras que platos más grasos pueden requerir vinos con una mayor estructura y taninos para contrarrestar la sensación untuosa en el paladar. Esta atención a los detalles en la combinación de vinos y alimentos demuestra la importancia de entender no solo las características individuales de cada

elemento, sino también cómo interactúan entre sí en el contexto de una comida (Ayala, 2020).

En consecuencia, el maridaje exitoso va más allá de simplemente combinar sabores y texturas; también se trata de crear una experiencia memorable y emocionante para los comensales. La creatividad y la pasión por la gastronomía y el vino son ingredientes esenciales para explorar nuevas combinaciones y sorprender a los paladares con experiencias únicas y emocionantes. En este sentido, el dominio de los fundamentos del maridaje proporciona una base sólida para la experimentación y la innovación, inspirando a profesionales y aficionados por igual a descubrir nuevas y emocionantes formas de disfrutar de la comida y el vino juntos.

1.1.1.1 El papel del sommelier y su formación en el área

El papel del sommelier es crucial en el mundo de la enología y la restauración. Su formación abarca aspectos técnicos y prácticos. Un sommelier debe poseer un conocimiento profundo de los vinos, incluyendo los diferentes tipos de uvas, las regiones vinícolas, los métodos de elaboración y las características específicas de cada vino (Ferrer, 2017). Este conocimiento se extiende desde vinos blancos, tintos, rosados hasta espumosos y fortificados.

Además, deben ser capaces de realizar catas de vinos, utilizando sus sentidos para evaluar visualmente el color, olfativamente el aroma y gustativamente el sabor del vino. Estas habilidades les permiten describir y evaluar las cualidades de un vino de manera precisa y detallada. Adicionalmente, se familiarizan con el maridaje de vinos, uno de los aspectos fundamentales es saber cómo combinar vinos con diferentes tipos de comidas para resaltar los sabores tanto del vino como de la comida. Esta habilidad requiere comprender las características específicas del vino y cómo interactúan con los sabores de los platos (Sandua, 2023).

Con respecto a la gestión de bodega, un sommelier debe manejar la selección, almacenamiento y rotación de los vinos en un restaurante. Esto incluye la gestión de inventario, la elección de nuevas adquisiciones y el aseguramiento de que los vinos se sirvan en las condiciones óptimas. Por otro lado, deben poseer habilidades excepcionales de servicio al cliente, ser capaces de aconsejar y recomendar vinos de acuerdo con las preferencias de los clientes. Esto implica una comunicación clara y efectiva, así como una actitud amigable y profesional.

En consecuencia y dado que el mundo del vino está en constante evolución, los sommeliers deben mantenerse actualizados con las nuevas tendencias, añadas y estilos de vinos. La educación continua y la participación en catas, eventos y cursos son fundamentales para mantener su conocimiento al día y su experiencia actualizada. La tabla 1 describe los aspectos clave del papel del sommelier y su formación en el área, destacando la diversidad de habilidades y conocimientos necesarios para desempeñarse con excelencia en este campo.

Tabla 1.

Principales aspectos del papel del sommelier y su formación en el área

Aspecto	Descripción
Conocimiento Profundo de Vinos	Los sommeliers requieren un profundo conocimiento sobre los diferentes tipos de vinos, incluyendo variedades, regiones de producción, métodos de elaboración y características sensoriales.
Habilidades de Cata	Deben ser capaces de realizar catas de vino, evaluando visual, olfativa y gustativamente los vinos con precisión para identificar sus atributos y cualidades.
Arte del Maridaje	Los sommeliers comprenden cómo combinar vinos con diferentes platos para resaltar sabores y mejorar la experiencia gastronómica de los comensales.
Gestión de Bodegas	Manejan la gestión de bodegas, incluyendo la selección de vinos, el almacenamiento adecuado y el servicio óptimo, garantizando la calidad y frescura de la oferta vinícola en el establecimiento.
Asesoramiento Personalizado	Ofrecen asesoramiento personalizado a los clientes, guiándolos en la elección de vinos que se ajusten a sus preferencias y al plato que están disfrutando, proporcionando recomendaciones y descripciones detalladas sobre los vinos disponibles.
Educación Continua	Dada la evolución constante en el mundo del vino, los sommeliers requieren una educación continua para mantenerse actualizados con las nuevas tendencias, estilos y descubrimientos enológicos.

1.1.1.2. Los tipos de vino y sus características sensoriales.

Manejar este punto es crucial para un maridaje exitoso. Los vinos se clasifican en diversos tipos según su variedad de uva, método de elaboración, región de origen y añejamiento (Gallurt, 2021). Por ejemplo, los vinos blancos suelen ser más ligeros y frescos, con sabores cítricos, florales o frutales, mientras que los tintos presentan mayor cuerpo, taninos y pueden ofrecer notas de frutos rojos, especias o madera. Los rosados, intermedios entre blancos y tintos, aportan frescura y versatilidad con toques frutales y florales. Además, se consideran los vinos espumosos, como el champagne, caracterizados por su efervescencia y acidez, ideales para aperitivos y maridajes con platos ligeros. Los vinos fortificados, como el jerez o el oporto, poseen mayor graduación alcohólica y sabores intensos, con notas de frutos secos o caramelizados, excelentes para acompañar postres o aperitivos salados.

La comprensión detallada de las variedades de vinos va más allá de simplemente reconocer sus nombres; implica entender profundamente sus perfiles de sabor, aromas y texturas. Estos aspectos son cruciales al momento de combinarlos con platos específicos, ya que cada tipo de vino puede realzar o contrastar de manera diferente con los sabores de los alimentos. Según Garrote (2019) al conocer las características sensoriales de cada tipo de vino, se puede seleccionar con precisión aquellos que mejor se complementen con los sabores y la estructura de los platos, creando una armonía que eleva la experiencia gastronómica. Esta comprensión detallada no solo facilita la elección acertada para un maridaje exitoso, sino que también permite a los profesionales de la hostelería ofrecer recomendaciones más informadas y personalizadas a sus clientes, enriqueciendo así su experiencia culinaria. En la tabla 2 se presenta una visión general de los principales tipos de vinos y las características sensoriales típicas asociadas a cada uno de ellos.

Tabla 2.
Tipos de vinos y características sensoriales

Tipo de Vino	Características Sensoriales	Referencia
Blancos	Frescos y ligeros, con notas cítricas o florales.	 Fuente: (Armas, 2019).
Tintos	Más corpulentos y con taninos presentes, ofrecen notas de frutos rojos, especias o maderas según su crianza.	 Fuente: (Descorcha, 2022).
Rosados	Intermedios entre blancos y tintos, añaden frescura y pueden tener toques frutales como fresas o cerezas.	 Fuente: (Barradas, 2022).
Espumosos	Con efervescencia, pueden variar desde secos hasta dulces, con aromas a frutas blancas o pan tostado.	 Fuente: (Vargas, 2020).
Fortificados	Poseen una mayor graduación alcohólica, como el jerez, y ofrecen sabores intensos y a menudo dulces, como pasas, nueces o caramelo.	 Fuente: (Beals, 2028).

1.1.1.3. Protocolos y técnicas de servicio

En el marco del maridaje entre vinos y comidas abarcan una serie de aspectos fundamentales para ofrecer una experiencia gastronómica satisfactoria. Estos protocolos se refieren a las normativas y procedimientos que guían el servicio de vinos en un establecimiento gastronómico (Ulrich, 2020) mientras que las técnicas son las habilidades prácticas empleadas para llevar a cabo dicho servicio de manera efectiva (INATEC, 2016). Según, Barquín et al. (2007) entre los protocolos más relevantes se encuentran la correcta presentación de la carta de vinos, la temperatura de servicio adecuada para cada tipo de vino, el uso apropiado de copas y utensilios, así como también el conocimiento detallado de la oferta vinícola disponible. Asimismo, se incluyen aspectos como la conservación y apertura de las botellas, el decantado en casos necesarios y el servicio de cata para comprobar la calidad y estado del vino.

En cuanto a las técnicas de servicio, estas implican habilidades específicas, como la capacidad para recomendar vinos según las preferencias del cliente y el plato seleccionado, verter y servir el vino con precisión, describir las características del vino de manera clara y atractiva, y estar atento a las necesidades de los comensales para ofrecer un servicio personalizado (INATEC, 2016).

Tomando en consideración lo expuesto por Barquín et al. (2007) e INATEC (2016) estos protocolos y técnicas no solo garantizan un servicio de calidad, sino que también contribuyen a una experiencia satisfactoria para el cliente. El personal capacitado en estas áreas puede influir positivamente en las decisiones de maridaje de los comensales, agregando valor a la experiencia gastronómica y enológica en un establecimiento. Además, estos elementos son esenciales para transmitir conocimientos y educar a los profesionales de la hostelería y entusiastas gastronómicos sobre la importancia del servicio adecuado al maridar vinos y comidas.

1.1.1.4. Tendencias y desarrollos actuales en maridaje

Reflejan la evolución constante en la industria gastronómica y vitivinícola. Estas tendencias están marcando nuevos caminos y enfoques innovadores que están moldeando la manera en que se percibe y practica el maridaje en la actualidad. Según Ramírez (2020) estas tendencias destacan una mayor exploración de maridajes inusuales y creativos. Se están probando combinaciones menos convencionales, como maridajes con vinos

naturales, naranjas o incluso algunos vinos espumosos con platos que anteriormente no se consideraban como compañeros ideales.

Además, se observa un interés creciente en maridajes sostenibles y locales, donde se promueve la armonización entre vinos regionales y productos de la zona (Torres, 2019). Esto no solo resalta la importancia de la procedencia y autenticidad, sino que también fomenta un enfoque más consciente hacia la producción y el consumo. Las tendencias digitales también están impactando el mundo del maridaje. Plataformas en línea, aplicaciones y redes sociales están ofreciendo contenido educativo, reseñas de maridajes y recomendaciones personalizadas, influenciando las decisiones de los consumidores y facilitando la difusión de información sobre maridajes innovadores (Compés et al., 2020).

Asimismo, la atención se centra cada vez más en la experiencia del consumidor. Se busca no solo la armonía de sabores, sino la creación de experiencias sensoriales completas, incluyendo la presentación, la historia detrás del vino o del plato, y la interacción con el personal de servicio. Estas tendencias y desarrollos actuales reflejan una apertura hacia la experimentación, la autenticidad, la sostenibilidad y la personalización en el maridaje de vinos y comidas. Están remodelando la forma en que se entiende, se practica y se disfruta esta unión gastronómica, ofreciendo un abanico más amplio de posibilidades para aquellos que desean explorar y experimentar con nuevas combinaciones.

1.1.1.5. Preferencias del consumidor en el maridaje de vino y alimentos

El maridaje de vino y alimentos no se limita únicamente a la combinación de sabores y texturas, sino que también está influenciado por factores psicológicos y las preferencias individuales de los consumidores (García, 2021). Esta interacción entre la psicología y el gusto personal juega un papel fundamental en la percepción y disfrute de la experiencia gastronómica. A continuación, se exploran algunos aspectos importantes en este ámbito:

1.1.1.6. Influencia de las preferencias personales en el maridaje

Las preferencias individuales de los consumidores desempeñan un papel crucial en la experiencia del maridaje de vinos y alimentos. En este sentido, es fundamental comprender que las percepciones y gustos de cada persona pueden variar considerablemente, lo que afecta directamente a la elección de combinaciones adecuadas

entre vinos y platos culinarios. Algunas personas pueden inclinarse hacia sabores más intensos y audaces, mientras que otras pueden preferir perfiles más sutiles y delicados. Estas preferencias están influenciadas por una variedad de factores, que van desde la genética y las experiencias pasadas hasta las tendencias culturales y las influencias sociales (Fernandez, 2017).

En este sentido, en el área de estudio Cuenca, no existe información sobre la cultura vinícola, ni las preferencias individuales de los consumidores, las cuales pueden estar influenciadas por una serie de elementos distintivos (Ministerio de Turismo, 2017). Por ejemplo, la exposición a ciertos tipos de cocina regional, como la gastronomía cuencana, puede influir en las preferencias de sabor de los residentes locales. Aquellos que han crecido con platos tradicionales de la región pueden tener una inclinación natural hacia ciertos sabores y combinaciones de alimentos (Enlace Horeca, 2020)

Adicionalmente, la familiaridad con ciertos ingredientes locales y técnicas culinarias también puede influir en las preferencias de maridaje de los consumidores en Cuenca. Aquellos que están familiarizados con ingredientes autóctonos como el maíz morado, la quinua, el choclo y la carne de cuy pueden tener una predisposición hacia combinaciones que resalten estos sabores característicos.

Asimismo, el nivel de aventura culinaria de cada individuo puede influir en sus preferencias de maridaje (Sandua, 2023). Algunas personas pueden estar dispuestas a probar combinaciones nuevas y creativas, mientras que otras pueden preferir mantenerse dentro de su zona de confort culinaria y optar por maridajes más tradicionales y convencionales.

Por lo tanto, al recomendar maridajes específicos en Cuenca, es esencial tener en cuenta que es un mundo nuevo y tener mayor atención a las preferencias individuales. Los profesionales del sector gastronómico y los sommeliers deben estar atentos a las características únicas del cliente y adaptar sus recomendaciones en función de las preferencias de sabor predominantes y las tendencias culinarias locales. Esto garantizará una experiencia de maridaje más satisfactoria y personalizada para los consumidores en la ciudad de Cuenca.







1.1.1.7. Impacto de la cultura en el maridaje

El impacto de la cultura en el maridaje de vinos y alimentos es profundo y variado. Las tradiciones culinarias y las prácticas gastronómicas arraigadas en una determinada región o comunidad pueden moldear significativamente las preferencias de maridaje de los consumidores (Sandua, 2023). En este sentido, la cultura actúa como un filtro a través del cual se perciben y seleccionan las combinaciones de vinos y platos, reflejando las preferencias y valores arraigados en una sociedad.

En Cuenca, la cultura juega un papel esencial en la formación de las preferencias de maridaje. La rica tradición culinaria de la región, influenciada por una combinación única de ingredientes autóctonos, técnicas de cocina tradicionales y la herencia de diversas culturas indígenas y coloniales, se refleja en la elección de vinos para acompañar los platos típicos de la zona.

Por ejemplo, el cuy asado, un plato emblemático de la gastronomía cuencana, presenta sabores intensos y texturas únicas que pueden beneficiarse de vinos con cuerpo y estructura, como un tinto robusto o un rosado con buen equilibrio de acidez. Del mismo modo, el hornado, un plato de cerdo marinado y horneado lentamente, puede maridar bien con vinos tintos de cuerpo medio y aromas especiados, que complementen la riqueza y complejidad de los sabores.

Tabla 3.
Ejemplo de maridaje de vinos y gastronomía tradicional de Cuenca

Plato	Imagen	Vino	
Cuy asado		Vino tinto robusto como Malbec o Cabernet Sauvignon	
Mote pata		Vino blanco seco como Sauvignon Blanc o Chardonnay	
Chancho hornado		Vino tinto con cuerpo como Merlot o Syrah	

Papas con
cuero



Vino blanco afrutado
como Riesling o
Gewürztraminer



Sopa de ajo



Vino blanco fresco y
ligero como Verdejo o
Albariño



Mote Pillo



Vino tinto suave como
Pinot Noir o Garnacha



Trucha a la
alcarreña



Vino blanco seco como
Chardonnay o Pinot
Grigio



Tamales
Cuencanos



Vino tinto ligero y
afrutado como Gamay o
Beaujolais



Torta negra
(Jueves
Santo)



Vino dulce oporto o
vino de postre como
Pedro Ximénez





Panes
cuencanos



Vino espumoso como
Cava o Champagne



Tortillas de maíz con queso		Vino blanco semidulce como Moscato o Gewürztraminer	
Morteruelo cuencano		Vino tinto joven y afrutado como Tempranillo o Cabernet Franc	
Empanada de viento		Vino blanco ligero como Verdejo o Sauvignon Blanc	
Arroz con leche		Vino de postre dulce como Moscatel o Sauternes	
Buñuelos		Vino espumoso demi-sec o semidulce como Prosecco o Cava	

Además, las celebraciones y festividades locales tienen un impacto significativo en las preferencias de maridaje en determinadas épocas del año. Por ejemplo, durante las festividades religiosas o las celebraciones familiares, pueden surgir preferencias específicas en cuanto a los vinos y alimentos que se consumen, reflejando las tradiciones arraigadas en la comunidad y proporcionando oportunidades para experiencias de maridaje únicas y memorables.

1.1.1.8. Aspectos psicológicos en la experiencia del maridaje

La experiencia del maridaje de vinos y alimentos va más allá de la simple combinación de sabores; está profundamente entrelazada con los aspectos psicológicos que influyen en la percepción sensorial, las emociones y los recuerdos del consumidor. La manera en que se presenta visualmente un plato o una botella de vino, el ambiente en

el que se disfruta la comida y el estado de ánimo del consumidor pueden tener un impacto significativo en cómo se perciben los sabores y en la satisfacción general de la experiencia gastronómica (Ballarin, 2020)

La presentación visual de un plato puede despertar anticipación y aumentar la expectativa del consumidor. Un plato decorado con cuidado y creatividad puede predisponer al consumidor a disfrutar aún más de la comida, incluso antes de dar el primer bocado. Del mismo modo, una botella de vino etiquetada de manera atractiva y elegante puede generar una sensación de calidad y sofisticación, lo que contribuye a una experiencia más gratificante (Segura, 2019). El autor también, refiere que el ambiente en el que se consume la comida también desempeña un papel crucial en la experiencia del maridaje. Un entorno acogedor y bien iluminado puede mejorar la percepción de los sabores y promover una sensación de bienestar. Por otro lado, un ambiente ruidoso o desordenado puede distraer al consumidor y afectar negativamente su capacidad para apreciar plenamente los sabores del vino y la comida.

Además, García (2021) hace referencia a que el estado de ánimo del consumidor puede influir en la percepción del sabor y la satisfacción general de la experiencia gastronómica. Las emociones como la felicidad, la tristeza o el estrés pueden afectar la manera en que se perciben los sabores, haciendo que los alimentos y vinos parezcan más o menos atractivos. Por ejemplo, una comida disfrutada en un estado de ánimo positivo puede saborearse como más deliciosa y satisfactoria, mientras que el mismo plato consumido en un estado de ánimo negativo puede percibirse como menos agradable.

1.1.1.9. Diferencias regionales en gustos y preferencias

Las diferencias regionales también desempeñan un papel crucial en las preferencias de maridaje. Lo que puede considerarse una combinación perfecta en una región puede no ser tan apreciado en otra. Por lo tanto, es fundamental tener en cuenta las preferencias locales y adaptar el maridaje en consecuencia para satisfacer las necesidades del mercado objetivo (Sandua, 2023). Estas diferencias pueden estar influenciadas por una variedad de factores, como las prácticas culinarias arraigadas en la región, los ingredientes disponibles localmente y las tradiciones culturales específicas.

En el caso de Cuenca, estas diferencias regionales son especialmente relevantes. La ciudad tiene una rica tradición culinaria, influenciada por la diversidad de ingredientes

disponibles en la región andina y la fusión de culturas indígenas y españolas. Platos emblemáticos como el cuy asado, el hornado y el mote pillo reflejan la identidad culinaria única de la ciudad (Enlace Horeca, 2020). Por lo tanto, al diseñar maridajes de vinos y alimentos en Cuenca, es esencial tener en cuenta las preferencias locales y seleccionar vinos que complementen y realcen los sabores autóctonos de la cocina cuencana.

Además, las preferencias de maridaje en Cuenca pueden estar influenciadas por la creciente presencia de turistas y emigrantes, que pueden tener gustos y experiencias gastronómicas diferentes. Adicionalmente, Cuenca fue nombrada como primera Capital Culinaria de América Latina (Turismo en Ecuador, 2024). Esto significa que los establecimientos gastronómicos en Cuenca deben ser sensibles a la diversidad de preferencias y adaptar sus ofertas de maridaje para satisfacer tanto a la población local como a los visitantes. En última instancia, comprender y respetar las diferencias regionales es fundamental para ofrecer experiencias gastronómicas auténticas y satisfactorias en la región.

1.1.1.10. Adaptar el maridaje a las preferencias del consumidor

Para ofrecer una experiencia de maridaje verdaderamente satisfactoria, es fundamental reconocer y adaptarse a las diversas preferencias individuales y culturales de los consumidores. La personalización juega un papel crucial, ya que lo que puede ser considerado un maridaje perfecto para un comensal puede no serlo para otro. Por lo tanto, es esencial ofrecer una variedad de opciones de maridaje para satisfacer una amplia gama de gustos y preferencias gastronómicas (Sandua, 2023).

Esto implica no solo tener en cuenta las preferencias individuales de los clientes, como su aversión o preferencia por ciertos sabores, sino también considerar su trasfondo cultural y experiencias culinarias pasadas (Fernandez, 2017). Por ejemplo, un cliente que haya crecido en una región vinícola puede tener una apreciación más profunda por los vinos locales y estar más abierto a explorar maridajes audaces y complejos. Por otro lado, alguien con una cultura alimentaria más conservadora puede preferir combinaciones más tradicionales y familiares.

Para satisfacer estas diversas preferencias, los establecimientos gastronómicos deben ofrecer recomendaciones personalizadas y flexibles, brindando opciones que se ajusten a las preferencias de cada cliente. Esto puede implicar tener una selección variada

de vinos y platos, así como contar con personal capacitado y conocedor que pueda guiar a los clientes en sus elecciones de maridaje.

En el contexto de Cuenca, Ecuador, donde la cultura culinaria es rica y diversa adaptarse a las preferencias individuales y culturales de los consumidores es aún más relevante. Al considerar la amplia gama de platos típicos y la influencia de la cocina regional en las preferencias de maridaje, los establecimientos gastronómicos en Cuenca deben estar especialmente preparados para ofrecer opciones de maridaje que reflejen la autenticidad y diversidad de la cocina local (Turismo en Ecuador, 2024). Esto puede implicar colaborar con productores locales de vino para ofrecer vinos regionales que complementen los platos típicos de la zona y proporcionar recomendaciones personalizadas que tengan en cuenta las preferencias individuales y culturales de los clientes.

En este sentido, comprender la psicología y las preferencias del consumidor en el maridaje de vino y alimentos es esencial para ofrecer una experiencia gastronómica memorable y satisfactoria. Al tener en cuenta estos aspectos, los profesionales de la hostelería pueden crear experiencias personalizadas que resuenen con los gustos y las expectativas de sus clientes, mejorando así la calidad del servicio y la satisfacción del cliente.

1.1.1.11. Educación y Capacitación en Maridaje de Vinos

La educación y capacitación en maridaje de vinos es de suma importancia ya que proporciona a los profesionales de la hostelería y a los sommeliers formación, habilidades y conocimientos necesarios para ofrecer un servicio de alta calidad en el mundo del vino y la gastronomía. Aquí se detallan el perfil de salida del sommelier y la metodología de aprendizaje.

Perfil de salida del sommelier

●ara Sandua (2023) un sommeliers, es un profesional altamente capacitado en el mundo del vino y la gastronomía, con habilidades tanto técnicas como interpersonales.

●u perfil de salida incluye:

● Tener un profundo conocimiento de los vinos, incluyendo las variedades, regiones vinícolas, métodos de producción, características organolépticas y técnicas de cata.

● Poseer habilidades sensoriales desarrolladas para poder identificar y describir las características de los vinos mediante la cata, incluyendo aspectos como el color, aroma, sabor, cuerpo y final.

● Ser capaz de recomendar maridajes adecuados entre vinos y alimentos, comprendiendo las interacciones entre sabores, texturas y aromas para realzar la experiencia gastronómica.

● Ofrecer un servicio de alta calidad, demostrando profesionalismo, cortesía y atención al cliente. Debe tener habilidades de comunicación efectivas para guiar a los clientes en sus elecciones de vinos y proporcionar información relevante de manera clara y concisa.

● En entornos de hostelería, se espera que un sommelier pueda gestionar eficientemente la bodega, incluyendo la selección, almacenamiento y rotación de vinos, así como la elaboración de listas de vinos y la gestión de inventarios (Sandua, 2023).

Metodologías de Aprendizaje

● Las metodologías y enfoques utilizados en la educación y capacitación en maridaje de vinos pueden variar según el contenido y los objetivos específicos del programa de formación. Algunas de las metodologías más comunes incluyen:

Formación teórica: Esta metodología implica clases magistrales, conferencias y talleres de estudio teórico centradas en aspectos como la historia del vino, las variedades de uva, las regiones vinícolas, los métodos de producción y las características organolépticas.

Cata de vinos: Es una parte fundamental de la formación de un sommelier. Esta metodología implica sesiones prácticas en las que los estudiantes tienen la oportunidad de probar una amplia variedad de vinos, desarrollar sus habilidades sensoriales y aprender a identificar las características de cada vino.

Visitas a viñedos y bodegas: Estas ofrecen a los estudiantes la oportunidad de aprender sobre el proceso de producción del vino de primera mano, desde el cultivo de la uva hasta la elaboración y el envejecimiento del vino. Esto proporciona una comprensión más completa y contextualizada del mundo del vino.

Prácticas en restaurantes y bares: Las prácticas en entornos reales de hostelería permiten a los estudiantes aplicar sus conocimientos en situaciones prácticas, desarrollar habilidades de servicio y comunicación, y familiarizarse con la gestión de una bodega en un entorno profesional.

Formación en maridaje: Centrada en el arte de combinar vinos y alimentos de manera armoniosa. Los estudiantes aprenden sobre las teorías y principios del maridaje, así como técnicas prácticas para identificar y crear combinaciones exitosas (Cofradía del vino, 2023).

Es así, que la educación y capacitación en maridaje de vinos para profesionales de la hostelería y sommeliers en formación se fundamenta en proporcionar un equilibrio entre conocimientos teóricos y prácticos, desarrollando habilidades técnicas, sensoriales y de gestión que les permitan ofrecer un servicio de alta calidad y satisfacer las necesidades del mercado y los clientes.

1.2. Estado del arte

1.2.1. Antecedentes.

Se han llevado a cabo varios estudios, la mayoría de los cuales no son de naturaleza académica, aunque mantienen un riguroso enfoque científico y procesos de investigación. Es decir, se trata de contribuciones más orientadas a la aplicación práctica.

Bertolini y Rodríguez (2022) desarrollaron un video sobre maridaje con vinos, el cual surgió a partir del ámbito audiovisual y la comunicación en la era digital. Este video proporcionó recurso significativo para abordar un tema de gran relevancia como es el maridaje de vino, el cual suele ser desconocido para muchas personas. Se produjo un material audiovisual de un minuto de duración diseñado específicamente para plataformas de redes sociales, ofreciendo contenido de valor para entusiastas de la enología y la gastronomía, al tiempo que informaba sobre restaurantes y la disponibilidad de vinos Bertolini. El enfoque profesional del proyecto recayó en su aplicación directa en una empresa activa en el sector vitivinícola, siendo sus resultados medibles en la plataforma digital de Instagram, específicamente en la cuenta oficial de Bertolini Wine

(@bertoliniwine). El desafío radicó en lograr que estos videos, desde los primeros instantes de publicación, capten la atención del público, buscando impactar de manera efectiva en la audiencia y dar una guía breve sobre el maridaje de vino. Este antecedente enseña cómo la unión del gusto por el audiovisual, el interés por la enología y el conocimiento en comunicación digital puede ser fundamental para la creación de recursos educativos efectivos.

Por otra parte, Lazos (2018) realizó una investigación donde se analizaron diversas propuestas de maridaje entre vinos mexicanos y platos típicos chiapanecos con el objetivo de fomentar el consumo de vino en San Cristóbal de las Casas. La estrategia planteada buscó introducir el disfrute de esta bebida en el estado de Chiapas mediante una guía de maridaje intuitiva, abarcando desde aperitivos tradicionales hasta postres característicos de los mercados locales. La evaluación se llevó a cabo con la colaboración de expertos en enología de la región vitivinícola de Baja California. Posteriormente, se aplicó esta guía en Chiapas con la participación de un panel compuesto por docentes, algunos familiarizados con el tema y otros no, para validar los resultados. Se organizó una cata maridaje utilizando las mejores sugerencias generadas en el estudio, respaldada por una prueba hedónica que demostró altos niveles de satisfacción entre los evaluadores. Los resultados reflejaron una destacada armonía entre los sabores de los alimentos y los vinos, evidenciando el potencial de los maridajes para realzar los gustos culinarios y lograr un equilibrio óptimo entre ambos elementos. Por tanto, este antecedente otorgó enfoque concreto y validado para la investigación al querer impulsar el consumo de vino en la región, destacando su potencial para enriquecer la experiencia gastronómica local y fomentar una cultura del vino más arraigada en San Cristóbal de las Casas a través de una guía de maridaje de vino y la gastronomía.

Por otro lado, y tomando en consideración los antecedentes nacionales, Maldonado (2019) realizó una investigación, la cual fue llevada a cabo con el propósito de introducir un servicio innovador y adicional para los clientes que acudían diariamente a establecimientos de comida. Se llevó a cabo un estudio que involucró directamente a los clientes y al personal de restaurantes, considerando aspectos como su preferencia por el vino, la frecuencia con la que lo consumían, su nivel de conocimiento en el tema y, especialmente, su disposición hacia la introducción de una guía para catar y maridar vinos. Este estudio es un antecedente importante para la investigación, debido a que explora aspectos relacionados con el tema de maridaje de vino a través de una guía

práctica. Asimismo, Tiscama (2020) planteó la tarea de identificar y reconocer diversas alternativas de maridaje, fusionando la cocina tradicional de Manabí con cerveza artesanal. Se consideraron cuidadosamente las distintas composiciones y propiedades sensoriales de ambos elementos, con el objetivo de garantizar una experiencia de degustación más placentera y enriquecedora para aquellos que las probaran. Para ello, se planteó una carta de maridajes entre cerveza artesanal y parte de la gastronomía manabita con el fin de proporcionar una guía que sirva de apoyo e información a quienes decidan probar esta maravillosa experiencia con fines recreativos o investigativos.

1.2.2. Gastronomía local y tradicional de Cuenca.

Novillo y Sinchi (2018) refieren que la gastronomía local y tradicional de Cuenca es rica en diversidad y sabores que reflejan la cultura e historia de la región. Con influencias indígenas, coloniales y contemporáneas, los platos típicos de Cuenca ofrecen una gama variada de ingredientes, técnicas de preparación y sabores únicos. Entre los platos más representativos se encuentran el cuy asado, el hornado, el mote pillo, la fanesca (plato tradicional de Semana Santa), y la chicha, una bebida ancestral elaborada a base de maíz (Rosero, 2022).

Estos platos se caracterizan por la fusión de ingredientes locales como el maíz, la yuca, el chocho, el mote y diversas carnes como cerdo, cuy o res. Los condimentos y hierbas aromáticas, como el achiote, el comino y el cilantro, otorgan sabores distintivos a las preparaciones culinarias. Además, la influencia de la geografía andina se refleja en la utilización de productos frescos y orgánicos, resaltando la calidad y autenticidad de la gastronomía local (Novillo y Sinchi (2018).

La diversidad de platos y sabores ofrece una oportunidad emocionante para el maridaje con vinos, ya que la variedad de ingredientes y preparaciones permite experimentar con diferentes tipos y estilos de vinos. Comprender la esencia y los sabores de la gastronomía de Cuenca es esencial para seleccionar los vinos adecuados que complementen y realcen estos platos tradicionales, creando combinaciones que resalten lo mejor de ambos mundos culinarios y proporcionen una experiencia gastronómica memorable para locales y visitantes.

1.2.3. Vinos en Ecuador

Ecuador, aunque no se destaca por su tradición vinícola, tiene una historia relacionada con el vino que se remonta a 1544, cuando los primeros cultivos de vid fueron introducidos por evangelizadores franciscanos en la cuenca del río Mira, en el valle del Chota. A partir de entonces, se han registrado varios intentos de establecer viñedos en otras regiones del país (Flores, 2023). Sin embargo, fue en los años 90 cuando surgieron dos de las compañías vinícolas más emblemáticas de Ecuador. En 2002 surgió "La Cofradía del Vino", con la misión de promover la cultura del vino en ciudades como Quito, Guayaquil y Cuenca. Desde entonces, la industria vinícola experimentó un notable impulso, evidenciando un crecimiento continuo en los años siguientes y despertando un mayor interés entre los consumidores (Mera y Hinojosa (2021).

Los vinos más destacados a nivel nacional e internacional, cuyas uvas son cultivadas, procesadas y embotelladas por la empresa Dos hemisferios, incluyen Paradoja, Travesía, Enigma, Del Morro y Bruma. Esta compañía ha sido galardonada con premios internacionales por su excepcional cepa Chardonnay. Su éxito desafía la creencia previa de que en el Ecuador no existían las condiciones climáticas adecuadas para la producción de uvas viníferas, una noción que anteriormente se asociaba únicamente con países de latitudes diferentes y con distintas estaciones climáticas (Wright, 2020)

En este sentido, Flores (2023) reseña que es relevante señalar que en Ecuador la mayoría de las personas reservan el consumo de vino para ocasiones especiales como brindis o celebraciones, y rara vez lo consumen de manera informal. Mientras que otras bebidas como jugos, agua, té e incluso cerveza son más comunes en la vida diaria. Esta tendencia refleja un bajo consumo general de vino en el país, especialmente entre los consumidores de clase media alta y alta, lo que subraya la falta de reconocimiento del producto nacional. Además, la escasa promoción de la cultura vinícola en Ecuador agrava aún más esta situación.



Para España Exportación e Inversiones (ICEX) (2023) aunque el consumo masivo de vino aún no es común en la actualidad, se observa un creciente interés en aprender sobre este producto y participar en eventos relacionados, como catas y turismo enológico. Además, se ha incrementado el número de locales y restaurantes especializados exclusivamente en la venta de vinos. En cuanto a las preferencias de vino, con el tiempo, muchos mitos han sido desacreditados entre los consumidores ecuatorianos, y ahora se reconoce que no solo el vino tinto es considerado de alta calidad. En los últimos años, se






ha observado un aumento significativo en el consumo de vino espumante, vino blanco y vino rosado.

En este orden de idea, desde 1999 hemisferios adquirió terrenos en San Miguel del Morro y comenzó a cultivar variedades de uvas para la producción vinícola de Cabernet Sauvignon, Malbec, Merlot, Pinot Noir, Shiraz y Chardonnay (Wright, 2020). Estos vinos han alcanzado una reputación de alta calidad y han sido galardonados en varias ocasiones como los mejores vinos ecuatorianos a nivel internacional (Bustán, 2023).

La bodega Chaupi Estancia Winery se encuentra situada en Yaruquí, Quito, Ecuador. Sus viñedos fueron establecidos en 1994 y comenzaron a producir vinos a partir de 2002. Chaupi Estancia Winery S.A. ha sido reconocida con una mención de honor en los "Decanter World Wine Awards", lo que resalta la calidad de los cuatro vinos ecuatorianos disponibles en el país (Chaupi Estancia Winer, 2024). En las tablas 4 y 5 se describe los vinos emblemáticos de estas Bodegas.

Tabla 4
Vinos emblemáticos de la Bodega Dos Hemisferio C.A. VIDOHECA



Vino	Descripción	Imagen
Paradoja	<p>Reconocido por su equilibrio entre notas frutales y matices terrosos, con un final suave y persistente.</p> <p>Cepa: Cabernet Sauvignon - Malbec</p> <p>Vino tinto: 14°GL. 18 meses en barrica de roble</p> <p>Vista: Granate profundo</p> <p>Nariz: Alta intensidad aromática de tipo frutales como la ciruela, con un toque de vainilla, café y coco.</p> <p>Boca: Acidez media, gran cuerpo y redondez.</p> <p>Maridaje recomendado: Carnes rojas y de caza.</p>	
Travesía	<p>Destaca por su carácter fresco y vibrante, con aromas cítricos y florales, perfecto para acompañar platos ligeros.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Travesía Pino Noir ● Travesía Cabernet Sauvignon ● Travesía Merlot <p>Cepa: Cabernet Sauvignon</p> <p>Vino tinto: 14°GL. 18 Meses en barrica de roble</p> <p>Vista: Rojo rubí medio</p> <p>Nariz: Alta intensidad aromática con notas a pimienta negra, pimienta verde, aromas especiados como clavo de olor y frutales como ciruela.</p> <p>Boca: Cuerpo medio, astringencia media, intensidad media.</p> <p>Maridaje recomendado: Chocolate, carnes rojas y de caza.</p>	

Enigma	<p>Cepa: Chardonnay Vino blanco: 12°GL. 2 cosechas de un mismo año. 12 meses en barrica de roble, el 30% del vino. Vista: Amarillo dorado Nariz: Alta intensidad aromática de tipo frutales como coco, piña, durazno y un toque de miel. Boca: Elegancia, finura, complejidad. Maridaje recomendado: Mariscos, carnes blancas, postres y quesos.</p> <p>Este vino se distingue por su intensidad y estructura, con notas especiadas y frutales que lo hacen versátil en maridajes.</p>	
	<p>Cepa: Chardonnay Vino blanco: 12°gl. Vista amarillo pajizo Nariz: Alta intensidad aromática tipo frutales como durazno, frutas blancas y toques florales. Boca: Frescura, acidez y dulzor. Maridaje recomendado: Ensaladas y pastas.</p>	
Del Morro	<p>Cepa: Cabernet Sauvignon Vino tinto: 13°gl. Vista: Rojo rubí Nariz: Alta intensidad aromática de frutos rojos como ciruelas con especias como canela, nueces tostadas y toque de pimienta negra. Boca: Frutado y dulzor. Maridaje recomendado: Carnes rojas, chocolate, frutos rojos y pizza.</p>	
	<p>Cepa: Merlot Vino tinto: 14°GL Vista: Rojo cereza Nariz: Alta intensidad aromática de frutos rojos como cereza, ciruela pasa, con toques de pimienta y pimienta. Boca: Frutado y dulzor. Maridaje recomendado: Pescado, pollo, mariscos y pasta.</p>	
Bruma	<p>Ganador de premios internacionales con su cepa Chardonnay, desafía la creencia de que no se pueden producir vinos de calidad en el Ecuador. Cepa: Sauvignon Blanc - Chardonnay Vino blanco: 12,3°gl Vista: Amarillo dorado Nariz: Alta intensidad aromática de tipo frutales como toronja, manzana verde banana, limón y piña. Boca: Acidez media alta, refrescante. Maridaje recomendado: Pescado, pollo, mariscos y pastas.</p>	

Adaptado de: Bodega dos Hemisferios (2024).

Tabla 5

Vinos emblemáticos de la Bodega Chaupi Estancia Winery S.A

Vino	Descripción	Imagen
Alyce Gran Reserva	<p>Mezcla de: Mourvedre, Cabernet Sauvignon, Merlot, Cabernet. Guarda de 12 a 18 meses en barrica de roble francés. Color: Violáceo y brillante. Aroma: Intensidad de frutillas frescas, frutos rojos, toques de eucaliptos, roble tostado y vainillas. Sabor: Suave, de cuerpo medio, taninos maduros, redondo y buen final de boca.</p>	
Pinot Noir	<p>100% Pinot Noir, con guarda en barrica de roble francés de 8 a 12 meses. Color: Rubí suave, brillante. Aromas: Frutillas, especias, balanceados y elegantes. Sabor: Suave, delicado con notas a frutillas y florales.</p>	

Palomino fino	100% Palomino, fermentación a baja temperatura, guarda de 4 a 6 meses en bodega de roble francés. Color: Brillante, amarillo suave. Aromas: Complejos, frutas tropicales, ligera nota de roble francés, vainilla y coco. Sabor: Balanceado, sedoso, frutas tropicales, nueces, notas de roble francés, final generoso y largo, refrescante.
---------------	--



Fuente: Adaptado de (Chaupi Estancia Winer, 2024) y (Flores, 2023).

1.2.4. Guías y materiales educativos en Ecuador

Flores (2023) realizó un manual de maridaje. Titulado “Maridaje de vinos ecuatorianos con gastronomía tradicional de Imbabura” el cual hace referencia a la oferta gastronómica en la provincia de Imbabura la cual es diversa, caracterizada por una amplia variedad de platos que incorporan numerosos ingredientes, lo que resulta muy valorado tanto por los residentes locales como por los turistas que visitan la zona.

Asimismo, el manual refiere que el mundo del vino presenta una amplia gama de opciones, que incluyen vinos blancos, tintos, espumosos, jóvenes, de crianza, entre otros. Al referirse a los vinos ecuatorianos, se enfoca en aquellos que son jóvenes o de crianza, ya sea blancos o tintos.

La autora expresa que el desafío de maridar vinos ecuatorianos con la gastronomía tradicional de Imbabura es diverso y complejo. En el manual ofrece una guía para quienes desean explorar estas combinaciones. Esta guía incluye imágenes de vinos y platos típicos, recomendaciones de temperatura de servicio para los vinos, y, sobre todo, sugerencias del vino más adecuado para acompañar cada especialidad culinaria de Imbabura.

En este orden de idea, Cofradía del vino (2023) tiene una capacitación académica a través de “La Certificación en Sommellerie” es un programa diseñado para aquellos que buscan adquirir un profundo conocimiento sobre el vino y una variedad de productos, como el chocolate, café, cerveza, quesos, licores, entre otros. Un Sommelier desempeña un papel crucial como intermediario entre la producción y el consumo de estas exquisiteces naturales, siendo un embajador gourmet que eleva la experiencia culinaria en cualquier entorno. Además, esta certificación permite desarrollar los sentidos de manera que el individuo se vuelva más perceptivo y receptivo, tanto en su vida personal como profesional. Los objetivos de la certificación incluyen la adquisición de un conocimiento profundo sobre el vino y una variedad de productos gourmet asociados con las experiencias culinarias globales. Busca desarrollar habilidades de comunicación

efectiva para destacar las cadenas de producción de estos productos gourmet. Además, pretende aprender a gestionar bodegas, crear cartas de vinos, organizar eventos y ofrecer servicios enogastronómicos. También persigue la habilidad de armonizar bebidas y alimentos para mejorar la experiencia gastronómica.

Por otro lado, aunque la web ofrece una amplia variedad de manuales y guías sobre maridaje de vinos y alimentos, resulta notable la escasez de recursos específicamente dirigidos a Ecuador, y aún más limitados cuando se trata de la ciudad de Cuenca. A pesar de la creciente popularidad y demanda de conocimientos en esta área, la disponibilidad de recursos educativos dedicados a la región ecuatoriana sigue siendo limitada. Si bien existen capacitaciones y eventos sobre maridaje en Ecuador, como los ofrecidos por la Cofradía del Vino, así como las bodegas Dos Hemisferios y Chaupi Estancia Winery, estas opciones son más bien específicas y no proporcionan una cobertura amplia para satisfacer todas las necesidades de formación y orientación en la ciudad de Cuenca.

CAPITULO II

METODOLOGÍA

2.1 Enfoque de investigación

Este estudio adoptó un enfoque cualitativo definido por Naupas et al. (2023) como un método de investigación que se centra en comprender y explorar fenómenos sociales desde una perspectiva holística y contextual. Se caracteriza por recopilar datos no numéricos, como observaciones, entrevistas o documentos, con el objetivo de obtener una comprensión profunda de los significados, experiencias y perspectivas de las personas involucradas en el estudio. Este enfoque busca capturar la complejidad y la riqueza de los fenómenos estudiados, priorizando la interpretación y el análisis cualitativo sobre la cuantificación de datos.

Además, la investigación tuvo un alcance exploratorio y transversal, donde el alcance exploratorio se refiere a un tipo de investigación que tiene como objetivo principal explorar un tema o fenómeno poco conocido o investigado previamente. Este tipo de estudio se utiliza para obtener una comprensión inicial y superficial de un problema o área de interés, sin necesariamente buscar respuestas definitivas o conclusiones concluyentes. El alcance exploratorio se caracteriza por su flexibilidad y capacidad para generar nuevas ideas, hipótesis o preguntas de investigación (Gil, 2022).

Por otro lado, un diseño transversal es un enfoque de investigación que recopila datos de una muestra de participantes en un solo punto en el tiempo. En este diseño, los investigadores recopilan información de manera simultánea sobre variables de interés, sin seguir a los participantes a lo largo del tiempo. Es útil para estudiar la prevalencia de ciertos fenómenos o para explorar asociaciones entre variables en un momento específico. Este tipo de estudio es rápido y eficiente, pero no permite inferir relaciones de causalidad ni examinar cambios longitudinales (Hernández-Sampieri y Mendoza (2018).

En este orden d idea, el alcance exploratorio y transversal estuvo centrado en comprender las experiencias, percepciones y necesidades de los profesionales del sector gastronómico en Cuenca, específicamente en lo referente al maridaje de vinos y alimentos. La metodología se estructuró en tres etapas fundamentales, cada una orientada a cumplir con un objetivo específico de la investigación.

2.1.1. Etapa I

Se enfocó en la investigación bibliográfica, de modo que, se llevó a cabo una revisión exhaustiva de la literatura sobre el maridaje de vinos y alimentos. Dicha revisión permitió conocer de manera detallada, los casos más relevantes relacionados con el manejo de vinos y alimentos en el sector de la restauración, lo cual ayudó a entender de manera más profunda las bases teóricas y prácticas del maridaje, en línea con el primer objetivo específico del estudio.

2.1.2. Etapa II

Se realizaron entrevistas a sommeliers, chefs, gerentes de restaurantes y otros expertos en el área, 8 en España y 5 en Cuenca, desde el 15 hasta el 31 de marzo de 2024. Estas entrevistas proporcionaron una comprensión profunda de las necesidades, desafíos y puntos de vista de estos profesionales en relación con la formación en maridaje, cumpliendo con el segundo objetivo específico. Se aseguró el cumplimiento de los principios éticos, incluyendo el consentimiento informado, la confidencialidad y el respeto a la privacidad de los participantes. Además, se reconoció la existencia de limitaciones potenciales, como la disponibilidad de los participantes y posibles sesgos en la interpretación de los datos. Para validar los resultados, se emplearon técnicas como la triangulación y la retroalimentación de expertos, asegurando la consistencia y relevancia de los hallazgos en el contexto del maridaje de vinos y alimentos en Cuenca.

2.1.3. Etapa III

Involucró el análisis de datos levantados en la etapa anterior. La información recolectada fue analizada de forma manual, siguiendo los principios del análisis de contenidos para examinar y comprender los temas emergentes identificados en las entrevistas. Esto permitió obtener un diagnóstico profundo de las percepciones, experiencias y necesidades de los participantes, identificando patrones, tendencias y áreas clave de interés relacionadas con la formación en maridaje de vinos y alimentos en Cuenca. Las entrevistas fueron transcritas en su totalidad. Posteriormente, se realizó una codificación de los datos, identificando temas, ideas y patrones recurrentes en el discurso de los participantes. Los datos codificados se categorizaron y agruparon en función de su relevancia y relación con los objetivos específicos de la investigación.

Consecuentemente, se realizó una interpretación de los hallazgos del análisis, buscando comprender en profundidad las percepciones y experiencias de los participantes en relación con la formación en maridaje de vinos y alimentos en Cuenca.

Finalmente, tras un análisis detallado de los datos recolectados, se llevó a cabo un grupo focal para discutir y validar los resultados obtenidos en la etapa anterior. Esta sesión tuvo como objetivo principal compartir y corroborar los hallazgos relacionados con el desarrollo de una guía gastronómica enfocada en el maridaje de vinos, adaptada al contexto específico de Cuenca. Este encuentro fue un espacio valioso para profundizar en la comprensión de las necesidades y desafíos que enfrenta el sector de la restauración en relación al maridaje de vinos. La interacción directa con los participantes arrojó opiniones muy interesantes para identificar aspectos críticos para la efectividad y utilidad práctica de la guía propuesta. Este paso también ofreció una oportunidad para involucrar a los actores clave del sector en un diálogo constructivo, asegurando que la guía gastronómica se alinee estrechamente con las realidades y expectativas del entorno gastronómico en Cuenca.

CAPITULO III

RESULTADOS

3.1. Perfil general de los entrevistados

Las entrevistas fueron aplicadas a diferentes profesionales del vino, el maridaje y la gastronomía, en España y Cuenca, Ecuador. En el grupo de entrevistados provenientes de España (de ahora en adelante identificados numéricamente), se encontraban individuos con amplia experiencia y múltiples roles dentro de la industria vinícola y gastronómica. Por ejemplo, el entrevistado 1 es sommelier, dueño y gerente de restaurante, propietario de un viñedo y 28 años de experiencia. El entrevistado 2, es dueño y gerente de una Vinoteca, propietario de un restaurante de comida mediterránea, especialista en maridaje de vino y comida con 16 años de experiencia en esta industria. El entrevistado 3 es gerente del restaurante “Nautilus” y cuenta con 6 años de experiencia. El entrevistado 4 es sommelier, encargado de Cocina en “El Hotel Masa” en Torrevieja y cuenta con 12 años de experiencia. Por su parte, el entrevistado 5 es sommelier, dueño y gerente de la vinoteca “La Sacristía en Bigastro” con 23 años de experiencia. El entrevistado 6 es sommelier con 9 años experiencia. El entrevistado 7 es sommelier, chef y responsable de cocina y catering del “Grupo Kataria” con 4 años de experiencia en el área. Por último, el entrevistado 8 es sommelier, chef y gerente del restaurante “Marina D'ory” con 5 años de experiencia.

Por otro lado, en Cuenca, Ecuador, se entrevistó a empleados y gerentes de varios restaurantes de la zona. Por ejemplo, el entrevistado A es un empleado del reconocido restaurante "Le Petit Jardin". El entrevistado B es camarero en el restaurante “Restaurante Filippo”. El entrevistado C es empleado del restaurante “Fabiano’s Pizzeria”. El entrevistado D es gerente del restaurante “Club del Queso”, mientras que el entrevistado E se desempeña como empleado en el restaurante "Mangiare Bene".

Aunque, los entrevistados de Cuenca (identificados de ahora en adelante alfabéticamente), Ecuador tienen menos experiencia en comparación con sus contrapartes españolas, su aporte resulta importantes para comprender las particularidades y dinámicas del maridaje de vinos y alimentos en Cuenca. Estas entrevistas proporcionaron una visión amplia y diversa sobre el maridaje de vinos y alimentos, desde diferentes perspectivas.

3.2. Resultados entrevistas a profesionales

Los expertos en el campo del maridaje de vinos y alimentos españoles, revelaron los aspectos más relevantes de la riqueza de experiencia y conocimientos que contribuyen significativamente al panorama del maridaje de vinos y alimentos. Algunos de los hallazgos clave son: en cuanto a experiencia y formación los entrevistados cuentan con una amplia experiencia en el maridaje de vinos y alimentos, que varía entre 4 a 28 años. Esta experiencia se ha adquirido a través de la combinación de práctica empírica, estudios formales en sumillería y experiencia laboral en establecimientos gastronómicos.

Asimismo, se evidenció la diversidad en la formación, debido a que las entrevistas arrojaron que los expertos presentan diversos antecedentes educativos, que van desde estudios en instituciones culinarias reconocidas hasta cursos especializados en sumillería y certificaciones específicas en maridaje de vinos.

En este sentido, es importante la experiencia laboral, los entrevistados han acumulado años de experiencia trabajando en la industria de la restauración y la hostelería, lo que les ha proporcionado una comprensión práctica fundamental sobre cómo funciona el maridaje en un entorno profesional. Esta experiencia laboral les ha permitido navegar hábilmente entre los diferentes aspectos del maridaje y adaptarse a las necesidades y preferencias de los clientes.

En cuanto al enfoque en lo sensorial, los expertos destacaron la importancia de centrarse en la experiencia sensorial al maridar vinos y alimentos, por lo que se debe conocer ampliamente el campo de los sabores, aromas y texturas. Este enfoque resalta la búsqueda de la armonía y el equilibrio en cada combinación, con el objetivo de proporcionar experiencias gastronómicas únicas y satisfactorias.

Además, los entrevistados contaban con una gran formación académica y experiencia laboral. Esta combinación de formación y experiencia da una base sólida para abordar los desafíos y aprovechar las oportunidades en este ámbito gastronómico. En consecuencia, los entrevistados están bien preparados y tienen la experiencia necesaria para proporcionar información valiosa sobre el maridaje de vinos y alimentos. Por lo tanto, sus conocimientos tanto académicos como profesionales son valiosos y pueden contribuir al desarrollo de la guía integral de maridaje de vinos para profesionales de la hostelería en Cuenca. Objetivo principal de esta investigación.

Por otro lado, al realizar las entrevistas en Cuenca, Ecuador a los 5 representantes de los restaurantes, se abordaron diversas preguntas relacionadas con el maridaje de vinos y la formación del personal de hostelería en este ámbito. Se socializó cómo una guía integral de maridaje de vinos podría mejorar los conocimientos de los profesionales de la hostelería, destacando la importancia de capacitaciones y acceso a información concreta sobre maridaje.

Es así que, se identificaron las principales debilidades formativas en maridaje de vinos que enfrentan los meseros en Cuenca, resaltando la falta de formación, desconocimiento de conceptos básicos y de cata, así como la ausencia de una cultura del vino en Cuenca. Además, los entrevistados mencionaron las necesidades en maridaje de vinos consideradas importantes para mejorar el desempeño laboral de los meseros, como el servicio en sala, conocimientos de vinos, cata, maridaje y capacidad para aconsejar al cliente.

También, se obtuvo información de parte de los cinco entrevistados sobre los contenidos que debería tener una guía para capacitar a los meseros en cuanto al maridaje de vinos y alimentos en Cuenca. En general, los entrevistados sugirieron incluir definiciones básicas, tipos de vinos, maridaje de vinos y alimentos, así como técnicas para aconsejar al cliente. Además, los entrevistados dieron su punto de vista sobre los métodos de enseñanza o recursos educativos más eficaces para la capacitación en maridaje de vinos y alimentos, siendo este una guía básica, práctica y sencilla sobre el tema.

De las entrevistas realizadas a los cinco representantes de los restaurantes en Cuenca, Ecuador, se identificaron varios desafíos que enfrentan los meseros en su día a día, especialmente en relación con el maridaje de vinos y alimentos. Entre estos desafíos se destaca la falta de conocimiento sobre el tema y el recelo de algunos clientes a aceptar recomendaciones por parte del personal. Los entrevistados en general expresaron la necesidad de que los establecimientos de hostelería brinden un mayor apoyo al desarrollo de habilidades en maridaje de vinos, sugiriendo la implementación de capacitaciones continuas, catas y una mayor información sobre los productos que ofrecen en cada establecimiento.

Por otro lado, al analizar la percepción general de los clientes respecto a la calidad del servicio de maridaje de vinos y alimentos en los establecimientos de Cuenca, se evidenció que los clientes en su gran mayoría carecen de conocimientos en la materia. Además, en la región aún no cuenta con una cultura vinícola desarrollada, lo que

representa un desafío adicional para el sector de la hostelería local. Entre los principales desafíos, se identificó el no tomar en cuenta el gusto del cliente, la elección del vino sin considerar el plato, las ideas preconcebidas sobre el maridaje, la falta de experimentación con sabores, contrastantes y el descuido en el equilibrio de texturas.

En cuanto a las necesidades de formación, los entrevistados destacaron la importancia de fortalecer la cultura del vino en Cuenca, así como la necesidad de dar capacitación básica y actualizada sobre el maridaje de vino y alimentos dirigidos al personal que trabaja en los restaurantes de Cuenca. Como también, estuvieron de acuerdo en que es necesario tener una guía básica, sencilla sobre el tema.

3.2.1. Aspectos específicos del maridaje a abordar en la guía práctica

Los entrevistados sugirieron que la guía debería abordar varios aspectos para garantizar su fácil comprensión, utilidad y efectividad. En primer lugar, es fundamental incluir información detallada sobre el servicio en sala, abarcando desde la manipulación adecuada del vino hasta la interpretación sensorial de los maridajes.

Esto permitiría a los profesionales de la hostelería de Cuenca ofrecer un servicio de calidad y satisfacer las necesidades de los clientes. Además, recomendaron actualizarse constantemente con las tendencias y novedades en el mundo del vino. En este sentido, la guía debería proporcionar información actualizada sobre los diferentes tipos de vinos. Es decir, los vinos más consumidos en Cuenca y el vino ecuatoriano y su interpretación sensorial en el contexto del maridaje.

A su vez, los entrevistados recomendaron organizar y estructurar de forma útil y comprensible la guía integral de maridaje de vinos para profesionales de la hostelería en Cuenca. Tomando en consideración, la enología básica y conocimiento del producto, esta sugerencia fue realizada por el entrevistado 1 y el entrevistado A, los que enfatizaron que "lo primero es la teoría referente a enología básica, como por ejemplo tipos de vino. Además, el entrevistado 3 y el entrevistado C mencionaron que la guía debería enseñar a los profesionales sobre conocimientos del vino y como manipularlo. En este sentido, el entrevistado 6 señaló, que no se podía eludir información sobre la enología básica.

En cuanto al servicio en sala, realizaron la recomendación de ser incluida, por ejemplo, los entrevistados 1, A, C y D destacaron la importancia de aprender cómo llevar a cabo un buen servicio en sala." Por su lado, el entrevistado 4 sugirió que la guía debería

cubrir tema referido a “cómo servir el vino correctamente.” Asimismo, el entrevistado 7 mencionó que se debe tomar en cuenta incluir "conocimientos básicos de enología y servicio en sala." Por su parte, el entrevistado 2, indicó que la guía debería enseñar "cómo tratarlo, mantenerlo, servirlo y cómo venderlo " y saber cómo interpretarlo para explicarlo al cliente según su gusto y necesidad." En este orden de idea, los entrevistados 6 y D destacaron que la guía debería abordar "el modo adecuado y correcto de servirlo y la manera correcta de venderlo sabiéndolo interpretar para explicarlo al cliente." En consecuencia, se debe tener en cuenta los conocimientos sensoriales y maridaje como apartado clave para la guía.

De igual manera, la venta y comunicación con el cliente fue propuesta por los entrevistados 3, 5, C y D, quienes sugirieron que la guía debería enseñar cómo "venderlo y llegar a la gente con las debidas explicaciones."

En cuanto a la estructura y organización, el entrevistado 4 sugirió que la guía debería cubrir las expectativas de conocer los productos a maridar, cómo manipularlos y cómo venderlos. Adicionalmente, el entrevistado 6 mencionó que la guía debería ser "útil para personas que trabajan maridando y quieren hacerlo de una manera correcta." En definitiva, los entrevistados resaltaron la importancia de incluir información sobre enología básica, servicio en sala, conocimientos sensoriales, técnicas de maridaje, venta y comunicación con el cliente en una guía práctica para profesionales de la hostelería en maridaje de vinos. Además, enfatizaron la necesidad de que la guía sea clara, concisa y fácil de seguir.

Para el formato de presentación de la guía, los entrevistados españoles se inclinaron por sugerir que se utilizara presentaciones en PowerPoint, puesto que son una herramienta efectiva para la actualización de conocimientos y la transmisión de información educativa.

Por otro lado, los entrevistados 2, 7 y 8 señalaron que, en la actualidad, las empresas suelen enviar información de manera virtual, a menudo a través de aplicaciones como WhatsApp o mediante seminarios web. Por lo tanto, se evidencia la importancia de la digitalización, esto debido a la facilidad de compartir la información y la facilidad de que la mayoría de personas involucradas a la hostelería manejan cualquier equipo digital de comunicación.

Adicionalmente, el entrevistado 4 mencionó que, al ser una propuesta formativa, la guía podría ser enviada a potenciales consumidores. Pudiendo distribuirse no solo entre los profesionales de la hostelería, sino también entre aquellos interesados en aprender sobre el maridaje de vinos y alimentos.

Las opiniones de los entrevistados sobre la iniciativa de desarrollar una guía práctica para la formación en maridaje de vinos y alimentos en Cuenca reflejaron un consenso generalizado sobre la importancia y beneficios de esta propuesta. Por ejemplo, la entrevistada 1 expresó su entusiasmo y apoyo hacia la idea, señalando que una ciudad turística como Cuenca debe contar con establecimientos culinarios que sean capaces de brindar experiencias gastronómicas memorables a los visitantes. Por su parte, el entrevistado 2 aseguró que la formación ayuda a elevar el estándar de calidad y distinguirse como un profesional de excelencia en su campo.

En este sentido, el entrevistado 3 compartió su experiencia personal, explicando cómo la adquisición de conocimientos especializados ha contribuido a su desarrollo profesional y enfatizó la importancia de seguir actualizándolos. También, el entrevistado 4, coincidió en que iniciar iniciativas formativas es esencial, especialmente en el contexto del turismo, donde la calidad en el servicio puede marcar la diferencia. El entrevistado 5 resaltó la necesidad de tener un amplio conocimiento en maridaje, sobre todo en un destino turístico como Cuenca. En esta ciudad, donde la demanda de experiencia gastronómica es notablemente alta, haber sido reconocida como la "Primera Ciudad Culinaria de Latinoamérica en el primer trimestre del año 2024" destaca la necesidad de una capacitación continua, especialmente en el ámbito del maridaje de vinos y alimentos.

El entrevistado 6 aseguró que los institutos de formación en gastronomía deberían comenzar con una base de conocimientos sólida y continuar con la actualización constante durante su desempeño laboral para mejorar los servicios ofrecidos. Por su lado, El entrevistado 7 y 8 se inclinaron por la iniciativa de la capacitación constante del personal de los establecimientos gastronómicos, siendo esto una oportunidad para fortalecer el turismo gastronómico de Cuenca. Por último, el entrevistado 8 reconoció la propuesta como una oportunidad para impulsar el turismo en la ciudad, promoviendo nuevas propuestas de maridaje que resalten la cocina autóctona y el vino local.

La opinión de los entrevistados refleja los beneficios que una guía práctica para la formación en maridaje de vinos y alimentos, podría dar a los restaurantes de la ciudad de Cuenca. Por ejemplo, El entrevistado 1 destacó que la guía permitiría pasar de

conocimientos empíricos, basados en la experiencia adquirida en los años de trabajo a bases académicas, mejorando de esta manera la calidad de los servicios ofrecidos.

El entrevistado 2 enfatizó que la guía práctica ampliaría el abanico de propuestas culinarias, lo que fortalecería la oferta gastronómica de la ciudad. Por su lado, El entrevistado 3 hizo referencia que la guía sería beneficiosa y mejoraría la calidad del servicio en todos los sentidos, permitiendo a los establecimientos ofertar una experiencia culinaria única donde se vea reflejado conocimientos sólidos y reales sobre maridaje de vinos y alimentos.

En este sentido, el entrevistado 4 opino que la guía mejoraría la calidad de los servicios y fomentaría las propuestas culinarias, lo que podría atraer a una demanda diversa y exigente. El entrevistado 5 dijo que la guía sería beneficiosa para aquellos nuevos establecimientos gastronómicos, Asimismo, El entrevistado 6 destacó que la guía ampliaría las opciones gastronómicas ya existentes, lo que brindaría a los clientes mayores posibilidades de disfrutar una experiencia culinaria única.

En este orden de idea, El entrevistado 7 opino que la guía por su contenido dirigido al maridaje de vinos y alimentos en la ciudad de Cuenca, podría atraer a un público extranjero que no está familiarizado con los aspectos culinarios autóctonos de la zona y desean conocer la gastronomía de esta ciudad, lo que contribuiría a diversificar la clientela y aumentar la demanda de servicios gastronómicos. EL entrevistado 8 refirió que toda innovación en el ámbito formativo, académico y gastronómico contribuye a mejorar lo existente, por lo tanto, la guía podría elevar los estándares de calidad y excelencia en los establecimientos gastronómicos de Cuenca.

Asimismo, el entrevistado 4 advirtió contra la complacencia y la mediocridad, instando a los profesionales a no dejar de lado los conocimientos una vez adquiridos, ya que esto conduciría a un retroceso en la calidad del servicio. El entrevistado 5, enfatizó la importancia de valorar y aplicar los conocimientos adquiridos, señalando que son precisamente estos conocimientos los que distinguen a los profesionales en el campo del maridaje de vinos y alimentos. El entrevistado 6, por su parte, destacó la importancia de la aplicación práctica de los conocimientos, sugiriendo que la mejora del servicio se logra implementando activamente lo aprendido en la práctica diaria.

Por otro lado, el entrevistado 7 expresó la idea de que el cambio y la mejora son necesarios para hacer que las prácticas sean propias y relevantes, lo que sugiere una

actitud proactiva hacia la adopción de nuevas habilidades y conocimientos. Asimismo, el entrevistado 8 finalizó con la sugerencia de incorporar los aprendizajes en la vida diaria, indicando que la mejora continua se logra al aplicar y mantener los conocimientos adquiridos en la práctica cotidiana.

3.3. Vinos más populares en Cuenca

Se realizó visita algunos locales licoreros en Cuenca para conocer cuáles son los vinos más populares entre los consumidores. La información levantada en sitio arrojo lo descrito en la tabla 6.

Tabla 6.
Vinos más populares en Cuenca

Licorería	Vinos Tinto	Vinos Blanco	Vinos Rosado	Vinos Espumoso	Champagne
Licorería El Puma	Casillero del Diablo, Marques Casa Concha, LAN Gran Reserva Rioja, Cono Sur, Protos Crianza y Reserva	Bottega	N/A	N/A	Moet Chandon
Licorería El Bodegón	KKO, Alto Palermo, Lambrusco Suave Semiseco, Castillo de Liria Shiraz	N/A	Lambrusco Dulce rosado	JP Chenet Ice Sparkling	N/A
Vino-Licorería La Taberna	B&G Parager, Silk & Spice, Alto Palermo Malbec	Bicicleta Sauvignon Blanc, Toconal Sauvignon Blanc	Salentein Finca Portillo, Blue Nun Gold Edition	N/A	N/A
Vinoteca Supermaxi El Vergel	Anthony, Indomita Gran Reserva, Juan Gil 2020, AOX	Alta Luna 2019, Indomita Late Harvest	N/A	N/A	Veuve Ambal Grande Cuvée Brut
Bar Licorería ¿Quién Quiere Un Trago?	Casillero del Diablo, Adobe, Abrasado, Reserva Albali Tempranillo	Amelia Chardonnay, Adobe, Beronia Viura, Calvet Reserva Sauvignon	Calvet Rose, Casillero del Diablo, Cordero con piel de lobo	N/A	N/A

CAPITULO IV

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Los resultados obtenidos en esta investigación arrojaron una variedad de perspectivas y experiencias tanto de profesionales del mundo del vino y la gastronomía en España, como de empleados y gerentes de restaurantes en Cuenca, Ecuador. Estas perspectivas, aunque diversas, arrojaron luz sobre las necesidades y desafíos comunes que enfrenta el sector del maridaje de vinos y alimentos en Cuenca.

Al analizar los hallazgos de las entrevistas realizadas a los expertos españoles, se evidenció una riqueza de experiencia y conocimientos que respaldan la importancia del maridaje de vinos y alimentos en la industria gastronómica. La combinación de formación académica y experiencia laboral de los entrevistados resalta la complejidad y la amplitud del conocimiento necesario para crecer en este campo. Estos resultados están en línea con la literatura existente, que destaca la importancia de una sólida formación en enología, técnicas de servicio en sala y comprensión sensorial para el éxito en el maridaje de vinos y alimentos (Sandua, 2023; Fernández, 2015).

Por otro lado, al entrevistar a empleados y gerentes de restaurantes en Cuenca, Ecuador, se identificaron desafíos significativos en términos de conocimiento y capacitación en maridaje de vinos y alimentos. La falta de formación formal, la ausencia de una cultura del vino en la región y la intransigencia de algunos clientes a aceptar recomendaciones del personal son algunos de los desafíos que tienen que enfrentar los restaurantes de Cuenca para alcanzar la excelencia en temas de maridaje.

Además, al vincular los resultados con el marco teórico, se observó que las recomendaciones de los entrevistados están respaldadas por conceptos establecidos en la literatura. Por ejemplo, la importancia del conocimiento en enología básica y técnicas de servicio en sala coincide con las investigaciones previas que resaltan la relevancia de estos aspectos para un maridaje efectivo (Ulrich, 2020; INATEC, 2016).

En consecuencia, los resultados de esta investigación proporcionaron información de la realidad, de las necesidades y desafíos en el campo del maridaje de vinos y alimentos en Cuenca. Los hallazgos de este estudio no solo contribuirán al conocimiento existente, sino que también fomentara la mejora, la capacitación y el servicio en la industria gastronómica de Cuenca.

Aunado a lo anterior, y basado en la documentación para diseñar una guía integral y fácil de entender sobre el maridaje de vino y alimentos dirigida a profesionales de la hostelería, sommeliers en formación y aficionados a la gastronomía en la ciudad de Cuenca, se recomendaría seguir la siguiente metodología.

En primer lugar, definir los objetivos de la guía basados en las necesidades identificadas durante la investigación. En segundo lugar, establecer la estructura y los contenidos. Esto se puede llevar a cabo tomando en consideración las sugerencias proporcionadas por los entrevistados. Como, por ejemplo, la historia y cultura del vino, la enología básica. También es importante incluir los vinos más populares de Cuenca. Asimismo, y siguiendo las recomendaciones de los entrevistados y las necesidades presentadas por los representantes de los restaurantes entrevistados en Cuenca se debe incluir el servicio en sala. Además, de los conocimientos sensoriales y las técnicas de maridaje con ejemplos prácticos y recomendaciones para lograr combinaciones armoniosas, con los vinos regionales con la gastronomía típica de la zona. Un punto clave es la venta y comunicación con el cliente, las estrategias para la venta efectiva de vinos y la comunicación exitosa con los clientes, incluyendo la capacidad de recomendar vinos según las preferencias individuales.

CONCLUSIONES

En esta investigación se desarrolló una guía práctica para la formación de profesionales en maridaje de vinos y alimentos, dirigida a profesionales de la hostelería, sommeliers en formación y aficionados a la gastronomía en la ciudad de Cuenca.

El estudio identificó las necesidades de aprendizaje de los camareros en Cuenca en relación con el maridaje de vinos entre las cuales se encuentran deficiencias en las definiciones básicas sobre el maridaje de vinos, servicio en sala, técnicas de venta de vinos y atención al cliente, entre otras. Por lo tanto, se evidenció que es necesario que los meseros adquieran conocimientos concretos sobre cómo combinar adecuadamente vinos y alimentos, así como habilidades prácticas para ofrecer un servicio en sala de alta calidad sobre todo en el manejo y presentación de vinos en sala. Asimismo, es imprescindible que comprendan los principios básicos de la venta de vinos, incluida la recomendación de estos, según las preferencias de cada cliente. Además, deben tener la capacidad de explicar las características de los vinos disponibles en el menú.

Además, es relevante que los meseros desarrollen habilidades sensoriales para evaluar la calidad de los vinos, identificar defectos y sugerir maridajes apropiados según las características de los platos ofrecidos en el menú. Otro aspecto importante es la capacidad de resolver problemas y manejar situaciones difíciles relacionadas con el vino y el maridaje, como quejas de clientes o preguntas sobre el vino ofrecido.

A su vez, la investigación proporcionó la base para definir la estructura y los contenidos de la guía, abordando las deficiencias identificadas en el estudio, como la debilidad en la formación del personal de la hostelería en la ciudad de Cuenca. Esto implicó no solo identificar los temas y aspectos fundamentales que deben ser cubiertos en la guía, sino también determinar el enfoque pedagógico adecuado para transmitir estos conocimientos de manera efectiva.

La guía se diseñó de manera que fácilmente se comprenda para profesionales de la hostelería, sommeliers en formación y aficionados a la gastronomía. La guía se conformó con temas como la historia y cultura del vino, la enología básica, los vinos más populares en Cuenca, y técnicas de maridaje para lograr combinaciones armoniosas entre vinos y alimentos. Además, se incluyeron aspectos relacionados con el servicio en sala, la comunicación con el cliente y el desarrollo de habilidades sensoriales para proporcionar una experiencia completa en el mundo del vino y la gastronomía. La guía didáctica

desarrollada a partir de este estudio tiene el propósito de abordar las necesidades específicas de formación en maridaje de vinos y alimentos en Cuenca, contribuyendo así a mejorar la calidad del servicio y la experiencia culinaria en la ciudad.

REFERENCIAS

- Ayala, X. (2020). *Cuaderno práctico de maridaje. Aprende a combinar platos y vinos como un sumiller*. RBA Libros.
- Armas, S. (16 de enero de 2017). *Tipos de vino blanco*. <https://www.mundodeportivo.com/uncomo/comida/articulo/tipos-de-vino-blanco-41657.html>
- Ballarin, E. (2020). Neuro gastronomía: La psicología de los 5 sentidos en la Experiencia de Cliente. <https://www.evaballarin.com/neurogastronomia-psicologia-en-la-experiencia-de-cliente/>
- Barquín, J., Roca, J., Córdoba, F., & Luque, R. (2007). *Guía de vinos y maridaje*. Empresa Pública de Desarrollo Agrario y Pesquero. https://www.castillodelmarques.com/images/libros-recomendados/guia_de_vinos_y_maridajes.pdf
- Barradas, S. (2022). *¡A probar vinos rosados!* <https://soyvinicola.com/>: <https://soyvinicola.com/a-probar-vinos-rosados/>
- Beals. (2028). *Vinos fortificados: Qué son y cómo se elaboran*. <https://beals.es/>: <https://beals.es/vinos-fortificados/>
- Bertolini, V., & Rodríguez, E. (2022). *Audiovisual de maridaje con los vinos Bertolini*. Proyecto Final de Carrera. Producción Audiovisual- Marketing en Redes Sociales, Universidad Monte Ávila, Facultad de Ciencias de la Comunicación e Información. Escuela de Comunicación Social, Caracas. http://34.67.47.54:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/622/PFC18_2022.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Bodega Dos hemisferios. (2024). Productos. <https://doshemisferios.com/collections/vinos>
- Bustán, Y. (09 de diciembre de 2023). Bodega Dos Hemisferios: vinos de alta calidad creados en la mitad del mundo. <https://www.revistazonalibre.ec/2023/12/09/bodega-dos-hemisferios-vinos-de-alta-calidad-creados-en-la-mitad-del-mundo/>
- Cofradía del vino. (2023). Cursos. <https://www.cofradiadelvinoecuador.com/cursos>

- Compés, R., Ontalba-Ruipérez, J.-A., Cobos y, J., & Cervera, F. (2020). La oferta y la demanda online. En R. Compés, & G. Szolnoki, *Enoturismo sostenible e innovador. Modelos de éxito alrededor del mundo*. Cajamar. Caja Rural.
- Chaupi Estancia Winer. (2024). Nuestra Historia. <https://www.chaupiestanciawinery.com/>
- Descorcha. (02 de Noviembre de 2022). *Tipos de vino tinto y sus características*. <https://descorcha.com/blog/tipos-de-vino-tinto-y-sus-caracteristicas/>
- Díaz, A. (2021). Estudio sobre la toma de decisiones durante la compra de vino. [Trabajo de grado para optar al título de Magíster en Mercadeo, Universidad EAFIT, Escuela de administración. Maestría de Mercadeo], Medellín. https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/30130/AndresMauricio_DiazPen%CC%83arredonda_2021.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Durán-Lugo, R., & Báez-González, J. (2020). Análisis sensorial de vinos tintos para aplicación de maridaje en carnes rojas. *Investigación y Desarrollo en Ciencia y Tecnología de Alimentos*, 5, 780-785. <http://eprints.uanl.mx/23594/1/34.pdf>
- Enlace Horeca. (04 de Diciembre de 2020). Vinos y licores made in Ecuador. Revista Enlace Horeca, 16-19. https://issuu.com/publicayo/docs/enlace_horeca_04/16
- España Exportación e Inversiones (ICEX). (2023). El mercado del vino en Ecuador. Ecuador: Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Quito.
- Fernández, M. (2023). *Servicio especializado de vinos. HOTR0209*. IC Editorial.
- Fernández, I. (2017). Influencia de los factores socioculturales en los gustos y preferencia de consumidores de vino tinto D.O.C.A Rioja. [Tesis Doctoral, Universidad de Rioja, Facultad de Ciencias, estudios Agroalimentarios e Informática. Departamento de Agricultura y Alimentación].
- Ferrer, J. (2017). Servicio especializado de vinos. Ediciones Paraninfo, SA.
- Flores, J. (2023). Maridajes de vinos ecuatorianos con gastronomía tradicional de Imbabura. Trabajo de Grado previo a la obtención del título de Licenciada en Gastronomías, Universidad Técnica del Norte, Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas. Licenciatura en Gastronomía, Ibarra. <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/14106>

- García, E. (07 de Marzo de 2021). Neurogastronomía: Psicología a la carta. <https://www.neuropsicologiaysalud.com/post/neurogastronom%C3%ADa-psicolog%C3%ADa-a-la-carta>
- Garrote, G. (2019). Manual Servicio de vinos (MF1048_2: Transversal). Certificados de Profesionalidad. Editorial CEP S.L.
- Gil, J. (2022). Estadística e informática (SPSS) en la investigación descriptiva e inferencial. España: UNED.
- Gallurt, J. (2021). *Servicio de vinos. HOTR0508*. IC Editorial.
- Hernández-Sampieri , R., & Mendoza, C. (2018). Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. (1 ed.). McGRAW-HILL
- INATEC. (2016). *Manual del protagonista. Técnicas básicas de servicio de vinos*. Nicaragua: Instituto Nacional Tecnológico Dirección General de Formación Profesional.
- Lazos, F. (2018). *Estudio del consumo de vinos mexicanos y maridaje con alimentos chiapanecos*. [Tesis Profesional para obtener el título de Licenciado en Gastronomía, Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas, Facultad de Ciencias de la Nutrición y Alimentos, CHIAPAS]. <https://docplayer.es/115806219-Tesis-profesional-universidad-de-ciencias-y-artes-de-chiapas-licenciado-en-gastronomia.html>
- Maldonado, T. (2019). *Diseño de un instructivo de cata y maridaje de vinos para los restaurantes de primera categoría de la ciudad de Otavalo*. [Previo a la obtención del título de Ingeniería en Administración hotelera, Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra, Ibarra]. <https://dspace.pucesi.edu.ec/bitstream/11010/426/1/TESIS%20PDF.pdf>
- Mera, D., & Hinojosa, M. (Julio-Septiembre de 2021). *Turismo y Vino: Identificación de componentes claves para su desarrollo emergente en la provincia del Pichincha, Ecuador*. Dominio de las Ciencias, 7(3), 188-208. doi: <http://dx.doi.org/10.23857/dc.v7i3.1989>
- Ministerio de Turismo. (2017). *Innovación de Producto, Mercadeo Estratégico y Promoción Turística del Destino Ecuador 2017-2021*. Ecuador.

- Naupas, H., Mejía, E., Trujillo, I., Romero, H., Medina, W., & Novoa, E. (2023). *Metodología de la investigación total: Cuantitativa – Cualitativa y redacción de tesis*. 6a Edición. Colombia: Ediciones de la U.
- Novillo, M., & Sinchi, E. (Julio-Diciembre de 2018). Los "envueltos" de Baños como patrimonio gastronómico de Cuenca (Ecuador). *Revista Herencia*, 31(2), 7-24. <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/herencia/article/view/35744/36468>
- Ramírez, M. (17 de Diciembre de 2020). ¿Qué vinos gustan más? Tendencias y maridajes versátiles. <https://www.7canibales.com/beber/vinos/vinos-tendencias-maridajes/>
- Rosero, S. (1 de Marzo de 2022). *Cuenca gastronómica*. <https://revistamundodiners.com/cuenca-gastronomica/>
- Sandua, D. (2023). *Sommelier en casa*. Independently published.
- Sandua, D. (2023). *El vino en la mesa: Gastronomía y maridaje*. Ebook & Paperback Publication Edition.
- Sandua, D. (2024). *La cultura Foodie*. Amazon Digital Services LLC - Kdp.
- Segura, A. (09 de Enero de 2019). *Los secretos ocultos tras los menús de los restaurantes*. <https://www.lavanguardia.com/comer/tendencias/20190109/453979123364/restaurante-carta-menu-marketing-secretos-gastronomia-psicologia.html>
- Tiscama, J. (2020). *El maridaje en la gastronomía manabita*. Universidad Técnica de Ambato, Facultad de las Ciencias Humanas y de la Educación. Carrera de Turismo y Hotelería. <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/32065/1/Tesis%20Maridaje%20en%20la%20gastronomia%20Manabita.pdf>
- Torres, R. (Enero de 2019). *Hacia nuevas formas de comunicar los valores del vino: desde la autorregulación a las relaciones públicas y la responsabilidad social*. *RIVAR (Santiago)*, 6(16). doi:<http://dx.doi.org/10.35588/rivar.v6i16.3841>
- Turismo en Ecuador. (01 de febrero de 2024). *Cuenca, flamante Capital Culinaria de América Latina; hablamos del mote pata, mote pillo, cuy asado, hornado y más*. <https://www.turisec.com/cuenca-flamante-capital-culinaria-de-america-latina/>
- Ulrich, J. (2020). *Técnicas de servicio de alimentos y bebidas en barra y mesa*. MF1046. Editorial Tutor Formación.

Vargas, G. (01 de Noviembre de 2020). *¿Qué es un vino espumoso? 1/2.*
<https://gastronomiaenvenezuela.com/que-es-un-vino-espumoso-1-2/>

Wright, R. (11 de Noviembre de 2020). *Y así comenzó la historia de Bodega Dos Hemisferios.* [https://doshemisferios.com:](https://doshemisferios.com:https://doshemisferios.com/blogs/news/y-asi-comenzo-la-historia-de-bodega-dos-hemisferios?_pos=15&_sid=3051b0469&_ss=r)
https://doshemisferios.com/blogs/news/y-asi-comenzo-la-historia-de-bodega-dos-hemisferios?_pos=15&_sid=3051b0469&_ss=r

ANEXOS

Anexo 1.

Guía de Entrevista Estructurada para Expertos en Maridaje de Vinos y Alimentos



Guía de Entrevista Estructurada para Expertos en Maridaje de Vinos y Alimentos

Tema

“Guía Práctica para la Formación de Profesionales en Maridaje de Vinos y Alimentos”

Introducción:

- Saludo y agradecimiento por la disposición a participar en la entrevista.
- Breve explicación sobre el propósito del estudio y los objetivos de la entrevista.

Antecedentes y Experiencia:

1. ¿Podría compartir un poco sobre su experiencia en el campo del maridaje de vinos y alimentos?
2. ¿Cuál es su formación y capacitación en relación con el maridaje de vinos?
3. ¿Qué rol desempeña en su establecimiento gastronómico y cuál es su enfoque en el maridaje de vinos?

Desafíos y Necesidades de Formación:

4. ¿Cuáles son los principales desafíos que enfrenta al momento de maridar vinos y alimentos en su establecimiento?
5. Desde su perspectiva, ¿cuáles considera que son las necesidades de formación más urgentes para los profesionales de la hostelería en Cuenca en términos de maridaje de vinos?
6. ¿Qué aspectos específicos del maridaje de vinos cree que deberían abordarse en una guía práctica de formación?

Habilidades y Competencias Esenciales:

7. Desde su experiencia, ¿cuáles son las habilidades y competencias más importantes que un profesional del servicio debe poseer para realizar un maridaje exitoso?
8. ¿Hay alguna habilidad particular que considera crucial para un mesero en términos de maridaje de vinos?
9. ¿Cómo cree que se puede mejorar el desempeño en esta área?

Contenidos y Estructura de la Guía Didáctica:

10. ¿Qué temas o secciones le gustaría ver incluidos en una guía práctica de maridaje de vinos y alimentos?
11. ¿Cómo sugeriría organizar y estructurar esta guía para que sea más útil y accesible para los profesionales de la hostelería?
12. ¿Tiene alguna recomendación específica sobre el formato o la presentación de la guía?

Opiniones sobre la Propuesta:

13. ¿Qué opinión tiene sobre la iniciativa de desarrollar una guía práctica para la formación en maridaje de vinos y alimentos en Cuenca?
14. ¿Cree que una guía de este tipo sería beneficiosa para mejorar la calidad del servicio en los establecimientos gastronómicos de la ciudad de Cuenca? ¿Por qué?
15. ¿Tiene alguna sugerencia adicional o comentario que le gustaría compartir sobre este tema?

Anexo 2.

Entrevista realizada a 8 expertos españoles



UNIVERSIDAD
DEL AZUAY

FACULTAD DE
FILOSOFÍA Y
CIENCIAS HUMANAS

Guía de Entrevista Estructurada para Expertos en Maridaje de Vinos y Alimentos

Tema

“Guía Práctica para la Formación de Profesionales en Maridaje de Vinos y Alimentos”

Antecedentes y Experiencia:

a. ¿Podría compartir un poco sobre su experiencia en el campo del maridaje de vinos y alimentos?

1.-**Entrevistado 1** con 28 años de experiencia en el campo del maridaje desde la práctica y lo empírico hasta este año que he terminado mis estudios en sumillería.

2.- **Entrevistado 2** Tengo 16 años de experiencia en el maridaje de vino y comida desde mi vinoteca y posteriormente mi restaurante.

3.-**Entrevistado 3** Cuento con 6 años de experiencia en el maridaje de comida y vino desde el puesto de Encargado en el restaurante Nautilus en Torrevieja

4.-**Entrevistado 4** Cuento con 12 años de experiencia en el maridaje de vino y comida desde mi puesto de Encargado de Cocina en El Hotel Masa en Torrevieja

5.-**Entrevistado 5** Cuento con 23 años de experiencia en la restaurantería, el maridaje del vino y la comida desde mi Vinoteca La Sacristía en Bigastro

6.-**Entrevistado 6** Cuento con una experiencia en el campo culinario de 9 años desde mi puesto de Encargada de Elaboración de Banquetes estudié cocina y luego obtuve el título de sumiller.

7.-**Entrevistado 7** Cuento con una experiencia de 4 años en el Maridaje de vino y comidas partiendo desde responsable de cocina hasta responsable de Catering en Grupo Kataria.

8.-**Entrevistado 8** Cuento con una experiencia de 5 años en el Maridaje de Vino y Comida para lo cual me prepare en cocina internacional y en sumillería actualmente laboro como encargado en el restaurante de Marina D'or.

b. ¿Qué rol desempeña en su establecimiento gastronómico y cuál es su enfoque en el maridaje de vinos?

1.- **Entrevistado 1.-** Soy dueña y gerente del restaurante, el enfoque de mi restaurante con el vino es esencial debido a que mediante el maridaje podemos potenciar el sabor de nuestros platos haciendo de estos una experiencia única.

2.- **Entrevistado 2.-** soy el propietario y gerente de mi vinoteca, el enfoque que se le da al maridaje en nuestro establecimiento está basado como eje el vino pues la comida va marinada de acuerdo al vino que decide el cliente degustar y las sensaciones que él quiere percibir y deleitar en esta comida.

3. **Entrevistado 3.-** Soy el encargado del restaurante donde trabajo, el enfoque que buscamos en el restaurante es la armonía en el maridaje de la comida y el vino sea este solicitado por el cliente o aconsejado por mí.

4.- **Entrevistado 4.-** Mi trabajo es jefe de Cocina y el enfoque de nuestro restaurante está basado en el maridaje de la comida y el vino para lo cual cocina y barra se reúne y prepara el menú y el maridaje más aconsejable antes de cada servicio.

5.- **Entrevistado 5** soy gerente propietario de mi Vinoteca la misma como su nombre lo indica tiene como elemento principal el vino lo cual se marida con la carta de comida italiana con la que contamos en nuestro establecimiento.

6.- **Entrevistado 6** mi función en la empresa es dirigir el catering de la comida a servirse en los banquetes razón por la cual el maridaje es el punto principal en mi trabajo

7. **Entrevistado 7.-** Soy responsable del catering en el Grupo Kataria en el departamento de alimentos y bebidas razón por la cual tengo pleno conocimiento en la elaboración del maridaje de vino y comida de los banquetes que realizamos.

8.- **Entrevistado 8.-** Trabajé como jefe encargado del restaurante, mi trabajo consiste en organizar y controlar el menú del restaurante en coordinación con el jefe de cocina además de controlar la lista de vinos que mejor maridan con cada plato de la carta.

Desafíos y Necesidades de Formación

a. ¿Cuáles son los principales desafíos que enfrenta al momento de maridar vinos y alimentos en su establecimiento?

- 1.- **Entrevistado 1.**- los principales desafíos en nuestro establecimiento son:
 - Ignorar los gustos del cliente quien va a disfrutar del maridaje.
 - Elegir el vino sin tomar en cuenta el plato que eligió.
 - Basarse en conocimientos preconcebidos.
 - 2.- **Ilaron.**-los desafíos en mi local son:
 - Ideas preconcebidas del vino y el maridaje con la comida
 - 2.- **Entrevistado 2.** No experimentar con sabores contrastantes.
 - Descuidar el emparejamiento de las texturas.
 - 3.- **Entrevistado 3.**-los desafíos en el local que laboro suelen ser:
 - Contar con una gran variedad de etnias y gustos a complacer
 - Conocer gran variedad de vinos para poder maridarlos
 - Saber cómo aconsejar al cliente antes de venderle un vino.
 - 4.- **Entrevistado 4.**-Los desafíos más conocidos en nuestro local son:
 - Contar con gran variedad de vinos solicitados por nuestros clientes
 - Hacer que nuestros clientes se atrevan con nuevas tendencias ya que tienen ideas preconcebidas difíciles de cambiar.
 - Saber cómo explicar los maridajes con los que contamos y el porqué de ellos.
 - 5.- **Entrevistado 5** Los desafíos más recurrentes de mi local son:
 - Conocer la gran variedad de vinos porque nuestros clientes son gente conocedora de estos.
 - Saber compaginar bien las texturas de vino con la comida cuando se realizan menús ya maridados sobre todo en el aspecto sensorial
 - 6.- **Entrevistado 6.**- en la empresa que trabajo aparecen estos desafíos:
 - Elaborar los menús a servirse en el banquete basándonos en el aspecto sensorial para luego ser explicados a los comensales de manera clara.
 - Poder llenar las expectativas de los clientes con nuestro maridaje.
 - 7.- **Entrevistado 7.**- en nuestro servicio de banquetes los desafíos suelen ser:
 - Poder llegar a conquistar el paladar de la mayoría de nuestros clientes mediante su experiencia sensorial.
 - Hacer que nuestros clientes se atrevan con nuevas texturas y sabores pues tienen sus ideas preconcebidas
 - 8.- **Entrevistado 8.**- en el restaurante que dirijo los principales desafíos son:
 - Contar con una variedad de maridajes para gustos diferentes
 - Saber llegar al cliente mediante las sensaciones que él desea probar en ese momento.
- a. Desde su perspectiva, ¿cuáles considera que son las necesidades de formación más urgentes para los profesionales de la hostelería en Cuenca en términos de maridaje de vinos?**

1.-**Entrevistado 1.**- Sabiendo de antemano que Cuenca de Ecuador no tiene como primera opción el Vino como bebida de acompañamiento con las comidas. Lo más aconsejable sería crear una Cultura del vino partiendo desde conocimientos básicos no pre concebidos más bien actualizados basándose en aspectos sensoriales según el gusto del cliente.

2.- **Entrevistado 2.**- Ecuador no tiene como primera opción el vino para maridar las comidas entonces para conseguir que este ocupe un lugar siempre en el maridaje de sus comidas pues al ser un país turístico sería lo más aconsejable partiendo de la formación básica sobre el conocimiento del vino y cómo maridarlo de la mejor manera, a las personas que laboran en los lugares de venta de comida y bebida.

3.- **Entrevistado 3.**- El Maridaje del vino y la comida en Cuenca de Ecuador no es muy recurrido queriendo cambiar esta visión lo más útil será educar al personal que labora en la zona de preparación y expendio de la comida y el vino de una manera actualizada para estar a la vanguardia de esta. Tomando en cuenta que Cuenca de Ecuador es una ciudad conocida a nivel mundial.

4.-**Entrevistado 4.**- Teniendo en cuenta que Cuenca de Ecuador no es un lugar donde el vino sea la primera opción de maridaje de la comida y queriendo revertir esta situación se debería empezar educando al personal que trabaja en la preparación y la atención al público de una manera actualizada y eficaz, para que sean estos los encargados de crear la Cultura del Vino cara a ser una ciudad Internacionalmente Turística.

5.-**Entrevistado 5.**- Para que La Ciudad de Cuenca de Ecuador brinde un servicio óptimo de maridaje de su comida con el vino debe ser a través de la formación a los profesionales que laboran en la elaboración de la comida y la atención al cliente, además de recurrir a la actualización constante de conocimientos y tendencias y así poder cubrir las expectativas de propios y extranjeros.

6.-**Entrevistado 6.**- Partiendo de que no existe mucho apego a la Cultura del Vino en la ciudad de Cuenca de Ecuador puedo decir que se debería partir desde la formación básica a las personas que desempeñan la labor de preparado y venta de los maridajes a ser creados mediante la cata de los mismos y los mejores resultados sensoriales de los mismos siendo necesario la modificación y la adaptación a diferentes tendencias que vayan apareciendo con la finalidad de contar con maridajes propios de este País.

7.-**Entrevistado 7.**- No existiendo Maridajes propios en Cuenca de Ecuador sería bueno partir desde lo básico formando al personal que prepara y atiende al cliente en cuanto a temas de maridaje se refiere para que estos a su vez sepan vender de una manera profesional a propios y extraños a nivel nacional e internacional.

8.- **Entrevistado 8.**- Lo más importante en el maridaje de la comida y el vino es el conocimiento de esta razón por la cual es indispensable formar al personal que labora en cocina y sala para que ellos a su vez sepan vender el producto a los potenciales clientes más aun queriendo incursionar en la Cultura del vino.

a. ¿Qué aspectos específicos del maridaje de vinos cree que deberían abordarse en una guía práctica de formación?

1.-**Entrevistado 1.** Conociendo esta área una guía práctica de formación debería contener aspectos como el servicio en sala para la correcta manipulación del vino al momento de degustar con la comida, además del aspecto sensorial indispensable para saber cómo maridar bien el vino y la comida.

2.- **Entrevistado 2.**- Las partes indispensables de un maridaje de vino y comida son además de un correcto servicio en sala, la actualización de conocimientos y tendencias constantes mediante los gustos y los detalles sensoriales a percibirse en cada maridaje.

3.- **Entrevistado 3.**- aspectos específicos del maridaje a conocerse el momento del maridaje es la correcta manipulación del vino al momento del servicio pues de esto va a depender el éxito del maridaje, también los aspectos sensoriales a ser tomado en cuenta el momento de maridar la comida con el vino.

4.- **Entrevistado 4.**-Al ser una guía práctica de maridaje los aspectos más relevantes sería el servicio y los aspectos sensoriales pues va dirigido a personal que labora en este campo que deben contar con formación básica indispensable para su trabajo.

5.- **Entrevistado 5.**- Al momento de contar con una guía práctica me viene a la cabeza que esta debe ser muy útil entonces lo más necesario en este sentido sería un correcto servicio del vino y la comida y una muy buen maridaje sensorial según el gusto del cliente.

6.- **Entrevistado 6.**- Al momento de contratar a una persona para laborar en nuestra empresa esta tiene que contar como mínimo con conocimientos suficiente de servicio en sala tipos de vinos que existen además de saber interpretar sensorialmente los maridajes del Banquete para que de esta manera pueda recomendarlos a los consumidores, aspectos a ser tomados en cuenta para la elaboración de una guía práctica formativa.

7.- **Entrevistado 7.**- Una Guía Práctica formativa debería contener conocimientos sobre tipos de vinos existentes, características, servicio en sala es indispensable y conocimientos de aspectos sensoriales para poder interpretarlos al momento de maridar y vender.

8.- **Entrevistado 8.**- Aspectos a ser tomados en cuenta el momento de crear una guía práctica formativa parten desde los conocimientos del producto a vender, cómo lo va a vender y las características que tiene este producto o las sensaciones que tiene este producto el momento de degustarlos siendo esto lo más básico en esta materia.

Habilidades y Competencias Esenciales:

a. Desde su experiencia, ¿cuáles son las habilidades y competencias más importantes que un profesional del servicio debe poseer para realizar un maridaje exitoso?

1.-**Entrevistado 1.**- queriendo lograr un maridaje exitoso partiremos desde que sensaciones quiere experimentar el cliente en esa comida vulgarmente hablando “ganas de que tiene de comer” y un servicio correcto garantizaran éxito en el servicio.

2.- **Entrevistado 2.**- Antes de realizar un maridaje tenemos que preguntar al cliente que es lo que busca en este para luego servirle adecuadamente y conseguir que este se sienta satisfecho.

3.- **Entrevistado 3.**-Un maridaje exitoso se compone de una correcta compaginación de sabores y texturas además de adecuado servicio para que todo esté en su punto sin pasar por alto que lo principal es que el cliente debe ser el que diga que le gustaría degustar ese momento.

4.- **Entrevistado 4.**-Los maridajes que mayor éxito tienen en el restaurante de nuestro hotel parten de que son previamente consultados con nuestros clientes además del servicio adecuado.

5.- **Entrevistado 5.**- Para conseguir éxito en el maridaje en nuestra vinoteca analizamos 2 aspectos: gustos del cliente, servicio adecuado y en su punto.

6.- **Entrevistado 6.**- En nuestros eventos es muy complicado que exista un maridaje exitoso para todos, razón por la cual partimos de los que nuestros contratantes quieren servir a sus clientes, pero esto acompañado de un excelente servicio garantiza el éxito en nuestros maridajes.

7.- **Entrevistado 7.**- Nuestros caterings son supervisados tomando en cuenta las necesidades de nuestros clientes siendo ellos previamente los que analizan sus gustos, así como nuestro servicio es garantizado logrando de esta forma un catering exitoso tanto en el maridaje como en la atención.

8.- **Entrevistado 8.**- Como encargado del restaurante tengo toda la responsabilidad en el éxito del maridaje por esta razón tomé en cuenta los gustos y necesidades del cliente para ofrecerle un maridaje personalizado, además de hacerlo de una manera correcta

a. ¿Hay alguna habilidad particular que considere crucial para un mesero en términos de maridaje de vinos?

1.- **Entrevistado 1.**- Como una habilidad particular que puede tener un mesero al momento de maridar la comida y el vino es el conocimiento de los mismos antes de venderlos.

2.- **Entrevistado 2.**- Como habilidad particular de un mesero o camarero sería conocer lo que vende pues así puede recomendar mejor la carta.

3.- **Entrevistado 3.**- Los camareros que más sobresalen en nuestro restaurante son los que conocen el producto “tipos de Vino” y han catado los productos que están vendiendo.

4.- **Entrevistado 4.**- En nuestro Hotel ponemos a atender al público a los que más conocimientos tienen en tema de cata y conocimientos del vino y su mejor opción de maridaje.

5.- **Entrevistado 5.** En nuestra vinoteca es indispensable conocer los tipos de vino sus propiedades y las mejores opciones de maridaje.

6.- **Entrevistado 6.**- Nuestra empresa considera como habilidades particulares en un camarero o mesero a los que cuentan con conocimientos de tipos de vinos, sus propiedades, características y así pueden recomendar mejor a los clientes.

7.- **Entrevistado 7.**- En Nuestro Grupo los camareros o meseros realizan cursos de actualización de conocimientos en el maridaje además de analizar las tendencias a seguir.

8.- **Entrevistado 8.** - En Marina D'or Restaurantes los camareros que mayores conocimientos tienen en vinos y maridajes cobran más por su trabajo o son ascendidos de cargo.

b. ¿Cómo cree que se puede mejorar el desempeño en esta área?

1. **Entrevistado 1.**- Se puede mejorar esta área con la Capacitación al personal empezando por lo básico.

2.- **Entrevistado 2.**- El desempeño se mejora con la educación sobre el tema además de la actualización de conocimientos periódicamente.

3.- **Entrevistado 3.**- Para conseguir un mejor desempeño se debe formar al personal desde lo básico, además de estar a la vanguardia de esta área.

4.- **Entrevistado 4.**- La Educación es la clave en todas las áreas desde lo más básico y estar siempre actualizando los conocimientos es lo mejor para no caer en lo común.

5.- **Entrevistado 5.**- Cada vez se va modificando y cambiando las tendencias razón para mantenerse al día en las tendencias, pero para ello hace falta tener bases.

6.- **Entrevistado 6.**- Al no contar con conocimientos en esta área lo mejor es empezar por lo básico y mantenerse constantemente actualizándose.

7.- **Entrevistado 7.**- Esta es una área en donde para mejorar hay que partir de lo básico y así mantenerse en constante actualización.

8.- **Entrevistado 8.**- Como toda área laboral requiere conocimientos básicos y constantes aportes para mejorar esto garantiza no caer en lo mediocre.

Contenidos y Estructura de la Guía Didáctica:

a. ¿Qué temas o secciones le gustaría ver incluidos en una guía práctica de maridaje de vinos y alimentos?

1.- **Entrevistado 1.**- Al ser una guía básica Práctica sería mejor centrarse en lo que es formación en servicio en sala, enología “tipos de Vino”, aspectos sensoriales.

2.- **Entrevistado 2.**- Siendo esta una guía práctica de maridaje, el conocimiento de los vinos es esencial, la correcta manera de servirlo y la interpretación de los maridajes a través de lo sensorial.

3.- **Entrevistado 3.**- Aunque sea una guía práctica básica de maridaje esta debe contar con aspectos ineludibles como son servicio en sala, enología básica tipos de vinos, características, aspectos sensoriales garantizar un maridaje correcto.

4.- **Entrevistado 4.**- Una Guía, aunque sea básica para que sea útil debe contener aspectos indispensables sobre el vino, elaboración, clases, propiedades. Apropia manipulación del vino y para que surta un correcto maridaje conocimientos sensoriales.

5.- **Entrevistado 5.**- Los aspectos indispensables en una guía práctica serían el momento de

servir el vino, conocimiento del mismo tipos y propiedades, interpretación del mismo.

6.- **Entrevistado 6.-** Para que una guía sea práctica debe incluir un correcto servicio, saber qué es lo que vendes, y cómo lo vendes.

7.- **Entrevistado 7.-** Cuando empecé este camino lo hice sabiendo que era lo que estaba vendiendo, cuál es la forma correcta de hacerlo y actualizando cada vez mis conocimientos e interpretaciones del maridaje.

8.- **Entrevistado 8** Secciones que debe incluir sin falta una guía a mí parecer serian servicio en sala, enología básica, sensoriales interpretaciones de sabores olores colores, etc.

b. ¿Cómo sugeriría organizar y estructurar esta guía para que sea más útil y accesible para los profesionales de la hostelería?

1.- **Entrevistado 1.-** En base a los conocimientos acumulados en el trabajo se diría que lo primero es la teoría en lo referente a enología básica: tipos de vino etc. luego como llevar a cabo un buen servicio en sala y como broche lo que a materia de sensorial se refiere

2.- **Entrevistado 2.-** sin desmerecer ningún aspecto o materia lo más importante es el conocimiento del producto, como tratarlo o manipularlo para luego ver la mejor manera de ser vendido.

3.- **Entrevistado 3.-** una guía práctica sería de gran apoyo si me enseña lo que debo saber del producto, me diferenciaría de los demás saber tratarlo, mantenerlo y servirlo. Como guinda del pastel sería como venderlo cara al público sabiendo explicarlo de la mejor manera.

4.- **Entrevistado 4.-** La mejor manera para que un profesional de la hostelería utilice el manual serio que este cubra las expectativas de conocer los productos a maridar, como manipularlos y como venderlos.

5.- **Entrevistado 5.-** siendo en mi local el vino el eje de la maridación primero sería conocimientos del vino, segundo como tratarlo y manipularlo y tercero como venderlo y llegar a la gente con las debidas explicaciones.

6.- **Entrevistado 6.-** existen demasiada guía de maridaje una más complicada que otra que abarcan campos muy profundos pero este caso es una guía práctica útil para personas que trabajan maridando y quieren hacerlo de una manera correcta, no se podría eludir el conocimiento de la enología básica, el modo adecuado y correcto de servirlo y la manera correcta de venderlo sabiéndolo interpretar para explicarlo al cliente según su gusto y necesidad.

7.- **Entrevistado 7.-** En nuestra empresa se toman en cuenta conocimientos básicos de enología, servicio en sala y conocimientos sensoriales para un correcto maridaje.

8.- **Entrevistado 8.-** Una guía útil y práctica debería contener algo de Viticultura, enología, servicio en sala y sensorial.

c. ¿Tiene alguna recomendación específica sobre el formato o la presentación de la guía?

1.- **Entrevistado 1.-** La actualización de conocimientos en nuestra empresa se hace en power point en la sala de reuniones.

2.- **Entrevistado 2** La presentación de cualquier guía o información la hacen empresas particulares que trabajan con nosotros nos la envían por whatsapp y generalmente son en power point.

3.- **Entrevistado 3** Los manuales o instructivos nos lo enviaban en impreso, pero en la actualidad lo hacen de manera virtual.

4.- **Entrevistado 4.-** por ser una propuesta formativa la mejor manera es una presentación en power point la misma que debe ser enviada a los potenciales consumidores.

5.- **Entrevistado 5** Nuestro negocio mantiene la presentación en power point.

6.- **Entrevistado 6** Todo el trabajo de marketing, formativo lo llevan empresas particulares que nos lo hacen llegar como presentación de seminarios web.

7.- **Entrevistado 7** Nuestras presentaciones educativas nos llegan en power point.

8.- **Entrevistado 8.-** La parte formativa lo llevan empresas particulares normalmente son actualización de conocimientos y nos lo dan como presentaciones de seminarios web.

Opiniones sobre la Propuesta:

a. ¿Qué opinión tiene sobre la iniciativa de desarrollar una guía práctica para la formación en maridaje de vinos y alimentos en Cuenca?

1.- **Entrevistado 1.-** la mejor en hora buena una ciudad turística debe contar con lugares culinarios que sepan hacer sentir al turista como en casa.

2.- **Entrevistado 2.-** Toda profesión tiene preparación, la misma ayuda a que este deje de ser mediocre y pase a ser algo distintivo o de calidad.

3.- **Entrevistado 3.-** Como experiencia personal puedo decir que el hecho de tener conocimientos especiales ha hecho de mí un mejor profesional y seguiré actualizando dichos

conocimientos.

4.- **Entrevistado 4** El hecho de Iniciar algo formativo es mejorar y cara al turismo esto es esencial.

5.- **Entrevistado 5.-** Carecer de conocimientos en algunas áreas nos cierra puertas y más aún cara al Turismo.

6.- **Entrevistado 6.-** A mayor alcance de conocimientos mejores servicios, pero siempre hay un principio para luego continuar con la actualización de los mismos.

7.- **Entrevistado 7** Me parece una excelente iniciativa para un lugar cultural como es esta ciudad Cuenca de Ecuador.

8.- **Entrevistado 8.-** Es una muy buena oportunidad para hacer crecer el turismo en la Ciudad con nuevas propuestas de maridaje de su comida autóctona con el vino.

b. **¿Cree que una guía de este tipo sería beneficiosa para mejorar la calidad del servicio en los establecimientos gastronómicos de la ciudad de Cuenca? ¿Por qué?**

1.- **Entrevistado 1.-** Sí porque sería pasar de los conocimientos empíricos a conocimientos con bases científicas.

2.- **Entrevistado 2.-** será beneficiosa pues ampliará el abanico de propuestas culinarias.

3.- **Entrevistado 3** Claro que si mejorara la calidad en todos los sentidos pues podrán llegar a propios y extraños con conocimientos reales.

4.- **Entrevistado 4.-** Si mejorara la calidad de los servicios, pero además enriquecerá las propuestas culinarias.

5.- **Entrevistado 5.-** Si es beneficiosa, pero será un punto de partida para nuevos negocios.

6.- **Entrevistado 6.-** Es muy beneficiosa porque agranda las opciones gastronómicas ya existentes.

7.- **Entrevistado 7.-** Llegará a público extranjero que no conoce los aspectos culinarios autóctonos de la zona, pero por probar algo que ya conoce cómo será el vino se atreverá.

8.- **Entrevistado 8.-**Toda Innovación con el tema formativo contribuye a mejorar lo actual o lo existente.

c. **¿Tiene alguna sugerencia adicional o comentario que le gustaría compartir sobre este tema?**

1.- **Entrevistado 1.-** como una sugerencia les diría que tener bases no es todo hay que actualizarse siempre

2.- **Entrevistado 2.-** Los conocimientos generales no están demás así que los interesados a este tema ya entran en este mundo profundicen sus conocimientos.

3.- **Entrevistado 3.-** Una manera de hacer crecer nuestros conocimientos es viajar y verlos de manera directa.

4.- **Entrevistado 4.-** Una vez los conocimientos sean aprendidos no se deben dejar de lado pues se vuelve a la mediocridad

5.- **Entrevistado 5.-** Aunque a veces parezca que algunas cosas aprendidas sobran no es así, es lo que nos diferencia de los demás.

6.- **Entrevistado 6.-** mi Sugerencia seria apliquen lo aprendido eso mejora el servicio.

7.- **Entrevistado 7.-** Para mi esta es una manera de cambiar las cosas para mejorarlas y de alguna manera hacer que esta opción sea propia.

8.- **Entrevistado 8.-** Como sugerencia sería incluir estos aprendizajes en el vivir diario y de esta manera mantener lo aprendido. Mejorando día a día.

Anexo 3.

Guía de Entrevista para representantes de restaurantes de Cuenca



Guía de Entrevista para representantes de Restaurantes de Cuenca

Pregunta Principal

1. ¿Cómo una guía integral de maridaje de vinos puede mejorar los conocimientos de los profesionales de la hostelería?

Subpreguntas

2. ¿Cuáles son las principales carencias formativas en maridaje de vinos que enfrentan los meseros en Cuenca?
3. ¿Qué habilidades específicas en vino y maridaje consideran cruciales los meseros para mejorar su desempeño laboral?
4. ¿Qué contenidos debería contener una guía para capacitar efectivamente a los meseros en temas de vino y maridaje en Cuenca?
5. ¿Qué métodos de enseñanza o recursos educativos creen que serían más efectivos para la formación en maridaje de vinos?
6. ¿Qué obstáculos o desafíos enfrentan los meseros al aplicar los conocimientos adquiridos en maridaje de vinos en su trabajo diario?
7. ¿Cómo pueden los restaurantes y establecimientos de hostelería apoyar mejor el desarrollo de habilidades en maridaje de vinos de su personal?
8. ¿Cuál es la percepción general de los clientes respecto a la calidad del servicio de maridaje de vinos en los establecimientos de Cuenca?

Anexo 4.

Entrevista a Empleados y Gerentes de establecimientos gastronómicos de Cuenca, Ecuador

*¿Qué tipo de cursos se dan en los establecimientos?
 ¿Qué tipo de cursos se dan en los establecimientos?
 ¿Qué tipo de cursos se dan en los establecimientos?
 ¿Qué tipo de cursos se dan en los establecimientos?
 ¿Qué tipo de cursos se dan en los establecimientos?
 ¿Qué tipo de cursos se dan en los establecimientos?
 ¿Qué tipo de cursos se dan en los establecimientos?
 ¿Qué tipo de cursos se dan en los establecimientos?
 ¿Qué tipo de cursos se dan en los establecimientos?
 ¿Qué tipo de cursos se dan en los establecimientos?
 ¿Qué tipo de cursos se dan en los establecimientos?*

Entrevista a Empleados y Gerentes

*¿Qué tipo de cursos se dan en los establecimientos?
 ¿Qué tipo de cursos se dan en los establecimientos?
 ¿Qué tipo de cursos se dan en los establecimientos?
 ¿Qué tipo de cursos se dan en los establecimientos?
 ¿Qué tipo de cursos se dan en los establecimientos?
 ¿Qué tipo de cursos se dan en los establecimientos?
 ¿Qué tipo de cursos se dan en los establecimientos?
 ¿Qué tipo de cursos se dan en los establecimientos?
 ¿Qué tipo de cursos se dan en los establecimientos?
 ¿Qué tipo de cursos se dan en los establecimientos?*

Personas
Sese y María
Restaurante Pirepo

Guía de Entrevista para Grupos Focales

Pregunta Principal

1. ¿Cómo una guía integral de maridaje de vinos puede mejorar los conocimientos de los profesionales de la hostelería?

Subpreguntas

2. ¿Cuáles son las principales carencias formativas en maridaje de vinos que enfrentan los meseros en Cuenca?
En Cuenca se capacita poco
3. ¿Qué habilidades específicas en vino y maridaje consideran cruciales los meseros para mejorar su desempeño laboral?
Que exista un día de maridaje
4. ¿Qué contenidos debería contener una guía para capacitar efectivamente a los meseros en temas de vino y maridaje en Cuenca?
Se debe capacitar para el día a día
5. ¿Qué métodos de enseñanza o recursos educativos creen que serían más efectivos para la formación en maridaje de vinos?
Has prácticos que teorías
6. ¿Qué obstáculos o desafíos enfrentan los meseros al aplicar los conocimientos adquiridos en maridaje de vinos en su trabajo diario?
Poco se aplica
7. ¿Cómo pueden los restaurantes y establecimientos de hostelería apoyar mejor el desarrollo de habilidades en maridaje de vinos de su personal?
Poco se aplica
8. ¿Cuál es la percepción general de los clientes respecto a la calidad del servicio de maridaje de vinos en los establecimientos de Cuenca?
Poco por que cuando se solicita el vino

Club del Águila

UNIVERSIDAD DEL AZUAYO

Guía de Entrevista para Grupos Focales

Pregunta Principal

1. ¿Cómo una guía integral de maridaje de vinos puede mejorar los conocimientos de los profesionales de la hostelería?
capacitación

Subpreguntas

2. ¿Cuáles son las principales carencias formativas en maridaje de vinos que enfrentan los meseros en Cuenca?
conceptos básicos
atención en sala
3. ¿Qué habilidades específicas en vino y maridaje consideran cruciales los meseros para mejorar su desempeño laboral?
atención en sala
servicio al cliente
4. ¿Qué contenidos debería contener una guía para capacitar efectivamente a los meseros en temas de vino y maridaje en Cuenca?
servicio de vinos
5. ¿Qué métodos de enseñanza o recursos educativos creen que serían más efectivos para la formación en maridaje de vinos?
simulaciones
prácticas
teoría de los maridajes
6. ¿Qué obstáculos o desafíos enfrentan los meseros al aplicar los conocimientos adquiridos en maridaje de vinos en su trabajo diario?
que el cliente no acepte recomendaciones
7. ¿Cómo pueden los restaurantes y establecimientos de hostelería apoyar mejor el desarrollo de habilidades en maridaje de vinos de su personal?
capacitación constante
8. ¿Cuál es la percepción general de los clientes respecto a la calidad del servicio de maridaje de vinos en los establecimientos de Cuenca?
el cliente es cada vez más exigente, pero existen algunos restaurantes que ofrecen esto

María B. Bene



Guía de Entrevista para Grupos Focales

Pregunta Principal

1. ¿Cómo una guía integral de maridaje de vinos puede mejorar los conocimientos de los profesionales de la hostelería? *Si puede mejorar el conocimiento*

Subpreguntas

2. ¿Cuáles son las principales carencias formativas en maridaje de vinos que enfrentan los meseros en Cañal? *No se tiene formación*
3. ¿Qué habilidades específicas en vino y maridaje consideran cruciales los meseros para mejorar su desempeño laboral? *Saber que vino va mejor con cada comida*
4. ¿Qué contenidos debería contener una guía para capacitar efectivamente a los meseros en temas de vino y maridaje en Cañal? *Los contenidos básicos con mejor resultado*
5. ¿Qué métodos de enseñanza o recursos educativos creen que serían más efectivos para la formación en maridaje de vinos? *Visual o manual escrito*
6. ¿Qué obstáculos o desafíos enfrentan los meseros al aplicar los conocimientos adquiridos en maridaje de vinos en su trabajo diario? *No tener conocimiento*
7. ¿Cómo pueden los restaurantes y establecimientos de hostelería apoyar mejor el desarrollo de habilidades en maridaje de vinos de su personal? *Mejorar la capacitación*
8. ¿Cuál es la percepción general de los clientes respecto a la calidad del servicio de maridaje de vinos en los establecimientos de Cañal? *solo el básico pero tienen muchos conocimientos*

Anexo 5.

Guía práctica para la formación de profesionales en maridaje de vinos y alimentos



**GUÍA PRÁCTICA
PARA LA FORMACIÓN DE PROFESIONALES
EN MARIDAJE DE VINOS Y ALIMENTOS**



PRÓLOGO

La gastronomía de Cuenca es diversa y destaca por su rica combinación de ingredientes en cada plato. Estos platos son muy apreciados tanto por las personas de la ciudad como por los turistas.

El mundo del vino es amplio, similar a la gastronomía, con variedades que van desde vinos blancos, tintos y espumosos, así como vinos jóvenes y de crianza. En el caso de los vinos ecuatorianos, se encuentran tanto tintos como blancos, en versiones jóvenes y de crianza.



En el primer trimestre de 2024, Cuenca fue reconocida como la "Primera Ciudad Culinaria de Latinoamérica". Este reconocimiento destaca la tradición culinaria de la ciudad y su innovación en maridajes de vinos ecuatorianos con platos locales. Cuenca se ha posicionado como un destino de primer nivel para los amantes de la gastronomía y el vino, ofreciendo experiencias únicas con la fusión perfecta de sabores locales y vinos de calidad. Este logro confirma a Cuenca como un centro gastronómico que brinda a los turistas experiencias culinarias inolvidables.



En esta guía se presentan temas referidos a la historia y cultural del vino en Ecuador, vinos populares en Cuenca, servicio en sala, conocimientos sensoriales, técnicas de maridaje y venta y comunicación con el cliente.

Elizabeth Macanella L.

Activar Windows
Ve a Configuración para activar Windows

ÍNDICE	
PRÓLOGO	2
Historia y Cultural del Vino en Ecuador	5
Vinos populares en Cuenca	6
Vino Tinto	6
Vino Blanco	6
Vino Rosado	6
Vino Espumoso	8
Champagne	8
Servicio en sala	9
Historia de la sumillería	9
Representantes de la sumillería	11
Tipos de Restaurantes	12
Bar clásico o taberna	12
Bar moderno o gastrobar	12
Rest. Internacionales -Nivel Medio-Alto	12
Rest. Clásicos Nivel Medio	13
Rest. Clásicos Nivel Alto	13
Restaurantes Gastronómicos	13
Utensilios: Herramientas y Cristalerías	14
Herramientas para abrir botellas	14
Herramientas de servicios por copas	15
Tipos de copas	16
Otros utensilios	17
La mise en place	18
El Servicio	19
Habilidades para saber cuánto quiere gastar	19
Tomar las riendas, relajar y vender	20
Limpieza, recogida y finalización del servicio	21
Conocimientos sensoriales	22
	3

La vista	23
El color	23
Análisis visual de un vino	26
Sobre el color del vino	27
El olfato	28
Análisis olfativo de un vino	29
El gusto	32
Análisis gustativo del vino	33
El tacto	35
La textura del vino y su percepción sensorial	35
Temperatura adecuada del vino	36
El oído	37
Tipos de vinos y características sensoriales	38
Técnicas de maridaje	39
Maridaje	39
Reglas básicas para el maridaje de vinos con comidas	39
Técnicas adaptadas a las particularidades de la gastronomía y los vinos disponibles en Cuenca	42
Tabla de maridaje de vinos y gastronomía tradicional de Cuenca	44
Venta y comunicación con el cliente	46
Técnicas de Venta	47

Activar Windows
Ve a Configuración para activar Windows

4

Historia y cultural del vino en Ecuador

Los cultivos de uvas se han llevado a cabo en todo el mundo desde la prehistoria, y esta práctica fue adoptada por antiguas civilizaciones que evolucionaron a lo largo del tiempo. Esto no solo llevó a la innovación en las técnicas de cultivo de viñedos, sino que también fomentó el desarrollo de nuevas variedades de uvas a partir de cepas silvestres.



El hombre y el vino han estado estrechamente vinculados a lo largo de la historia, siendo parte de grandes civilizaciones y simbolizando la sangre de Cristo en la ceremonia eucarística. Ha acompañado tanto celebraciones como desahucos y es un invitado importante en la buena mesa. Cada botella contiene y cuenta muchas historias, lo que ha llevado a una gran fascinación por el vino, una de las primeras creaciones del ser humano, un fermento de uva estimulante y maravilloso.



Selas (2018) refiere que la cultura del vino en Ecuador se desarrolló con la introducción de vinos importados desde la época colonial, siendo el primer vino proveniente de Chile. A partir de la década de 1990, otros países como Argentina y Estados Unidos se sumaron a la competencia. Actualmente, el vino chileno sigue siendo un fuerte competidor en la industria vinícola.

El mercado ecuatoriano ofrece una amplia variedad de marcas de vinos de alta calidad, y su consumo ha ido aumentando con el tiempo.

Aunque existen numerosos viñedos en el país, solo dos son especialmente destacados por su contribución, Bodega Dos Hemisferios y Bodega Chauqui Estancia.



Estos dos viñedos se centran tanto en la cosecha de uvas como en la producción de vinos para la importación y exportación, y han obtenido premios reconocidos por su excelencia.

Vinos populares en Cuenca

En 2024, se llevó a cabo una investigación en Cuenca, Ecuador, que incluyó visitas a diversos establecimientos de licores para identificar los vinos más populares entre los consumidores locales (Macancela, 2024). La información recopilada durante el estudio reveló que el "Vino Tinto" es el preferido por los cuencanos, seguido del vino blanco, vino rosado, vino espumoso y champagne. Como se describe a continuación.

Vino tinto

Casillero del Diablo
Marques Casa Concha
LAN Gran Reserva Rioja
Cono Sur
Protos Crianza y Reserva
KKO
Allo Palermo
Lambrusco Suave Semisecco
Castillo de Liria Shiraz
B&G Parager
Silk & Spice
Alto Palermo Malbec
Indomita Gran Reserva
Anthony
Juan Gil 2020
Adobe
Abrásado
Albali Reserva
Tempranillo

Activar Winc
Ve a Configuraci

Vino blanco

Bottega.
Bicicleta Sauvignon Blanc.
Toconal Sauvignon Blanc.
Alto Luna 2019
Indomita Late Harvest
Amelia Chardonnay
Adobe
Beronia Viura
Calvet Reserva Sauvignon

Vino rosado

Lambrusco Dulce rosado
Calvet Rose
Casillero del Diablo
Cordero con piel de lobo
Salentein Finca Portillo
Blue Nun Gold Edition

Vino espumoso

JP Chenet Ice Sparkling

Champagne

Moet Chandon
Veuve Ambal Grande Cuvée Brut

Activar Winc
Ve a Configuraci

Servicio en sala

Historia de la sumillería

La palabra *sommelier* o *sumiller*. Tiene varias teorías, una dice que proviene de "SUMER sumere" que significaba beber y aparece en diccionarios y libros de cocina del siglo XVII. Y otra teoría dice que viene de la palabra "Somme", que era el carruaje que se usaba en Francia para transportar las bebidas.

Los primeros *sumilleres* surgieron en Mesopotamia en el siglo V a.C., donde los "Shagú" se encargaban de servir el vino. En el antiguo Egipto, los faraones, conocidos por su gusto por el vino, contaban con personal especializado en el servicio de esta bebida en el siglo IV a.C. En Grecia, los "Endóforos" probaban los vinos antes de los banquetes para prevenir el envenenamiento. Durante la Edad Media, en los monasterios franceses, trabajaban los "Cellerier" y los "Cevistes", quienes se ocupaban de custodiar y mantener el vino en perfectas condiciones. La palabra "Sommelier" apareció en el siglo XVII, designando al encargado del vino de la casa y de la bodega. En 1813, André Julien publicó el primer manual sobre *sumillería*, estableciendo pautas para la recepción de barricas, selección de botellas y tapones, llenado de botellas y cuidado del vino. En 1836, Mardelín presentó un nuevo libro sobre *sumillería* que destacaba la mínima importancia del *sumiller* en la sala.



A mediados del siglo XX, la figura del *sumiller* comenzó a ganar protagonismo en la sala de los restaurantes. En 1962, el libro "El código del *sumiller*" distinguió entre el *sumiller* de sala y el de bodega. En 1969, Louis Le Bail fundó en París la Asociación de *Sumilleres* de París y de Francia. La creación de concursos impulsó

9



su popularidad en las décadas de 1980 y 1990. En 1982, Robert Parker destacó la excelente cosecha de Burdeos, provocando un incremento en la compra anticipada de vinos y un aumento significativo en sus precios. Los gerentes de restaurantes, enfrentados a la subida de precios, comenzaron a confiar en los *sumilleres* para seleccionar y comprar vinos de otras regiones. Con el conocimiento de los *sumilleres* y la globalización, las cartas de vinos se volvieron más amplias y diversas, y marcas como Riedel se volvieron habituales en los grandes restaurantes. Además, se prestó mayor atención a la temperatura de los vinos en el servicio. Lo que mejoró la experiencia de los clientes. Los *sumilleres* también desempeñaron un papel crucial en promover vinos de pequeños productores y de parcelas específicas, presentándolos a los clientes de manera atractiva y eficaz, quienes cada vez muestran más interés por descubrir nuevos vinos.

A finales de los años 90 y principios del siglo XXI, se inició un cambio significativo en las prácticas de los *sumilleres* en la sala de los restaurantes. La seriedad y la informalidad comenzaron a convivir armoniosamente, en parte gracias a figuras como Juli Soler, director de sala de El Bulli, quien marcó tendencia con su estilo desenfadado y eficaz en el restaurante más influyente del mundo. Los *sumilleres* modernos ya no visten el uniforme clásico con el catavinos y la llave de la bodega; en cambio, optan por trajes (o a veces más informales), utilizan un lenguaje menos técnico y se centran más en contar historias sobre el origen y las particularidades del vino que en detalles técnicos. Además, son cada vez más populares, representan marcas y participan en formaciones, consolidando su papel como embaajadores del vino y facilitadores de experiencias memorables para los comensales.



Activar Wind
Ve a configuración

Representantes de la sumillería



Gérard Basset

Posiblemente sea el *sumiller* más importante de la *sumillería* mundial. Master of wine, Master Sommelier, WineMBA y ganador del premio mejor *sumiller* del mundo. Dejó la sala muy pronto para gestionar sus propios negocios, ser divulgador y explotar su marca.



Custodio López

Es el padre de la *sumillería* española. Su desparpajo y confianza en sí mismo le permitió ser pionero en España en la cual no había referente de la *sumillería*. Dedicó toda su carrera como *sumiller* en el emblemático restaurante Zalacaín. Su estilo clásico afrancesado, el cual se limita a hablar de uva, añada y calidad del vino, con un servicio muy elegante.

Grandes *sumilleres* como Javier Gila (Hotel Ritz Madrid) comparten este estilo.



Josep Roca

Casi más poeta que *sumiller*. Ejerce actualmente en su restaurante familiar "El celler de can Roca". Designado como mejor *sumiller* del mundo en alguna ocasión, le caracteriza un discurso elegante y bonito. Con este estilo podemos encontrar también a Guillermo Cruz.



Ferrán Centelles

Ejerció como *sumiller* en "El Bulli" hasta su cierre y actualmente, lejos de la sala, se dedica a escribir "el sàpiens del vino" para *bullipedia*, colabora con Jancis Robinson y escribe multitud de artículos relacionados con el mundo del vino.

11

Tipos de restaurantes

Pocos años atrás, existían muy pocos estilos de bares (Tabernas, cafeterías y restaurantes) y estos últimos eran de estilo mediterráneo o tipos frases. En la actualidad, esto ha cambiado mucho y se tienen bares clásicos, bares modernos, bistró, restaurantes con multitud de estilos (Franceses, italianos, vegetarianos, de fusión y clásicos). Todos estos son muy variados y con muchas diferencias, las cuales hacen que el trabajo sea de diferente forma, pero tienen un elemento común muy destacado y es el de hacer siempre felices a los clientes. A continuación se presentan los diferentes tipos y los diferentes estilos de servicios.

Bar clásico o taberna



- Servicio correcto, educado y bastante informal.
- La velocidad de ejecución suele imponerse a un servicio íntegro.
- La gran mayoría no tiene carta de vino.
- Vinos y cristalería de escala básica.

- Apertura de vino de una forma correcta.
- Suelen tener carta de vinos poco extensas.
- Dan varias opciones por copes.
- Vinos acorde al nivel del local.
- Cristalería de escala básica.

Rest. Internacionales - nivel medio-alto



Bar moderno o gastrobar



- Servicio correcto y educado y en muchas ocasiones desenfadado.

- Servicio correcto, educado y la mayoría de veces desenvuelto.
- Apertura del vino correcta.
- Cartas de vinos que siguen el estilo del restaurante. Cortas en la mayoría de casos.

Activar Wir
Ve a configuración

- † Dan pocas opciones por copas.
- † Es difícil encontrar cristalería de nivel medio-alto.

Rest. Clásicas nivel medio



- † Servicio correcto, educado y formal.
- † Apertura del vino correcta.
- † Cartas de vino clásicas dominadas por las denominaciones de vinos más conocidas. Rango de precios que va desde medio alto.
- † Dan pocas opciones por copas.
- † Es difícil encontrar cristalería de nivel medio-alto.

Rest. Clásicas nivel alto



- † Servicio muy formal.

- † Cuentan en sala siempre con un sumiller.
- † Cartas de vinos extensas donde predominan las denominaciones de vinos más conocidas.
- † Rango de precios altos.
- † Dan múltiples opciones por copas.
- † Es fácil encontrar cristalería de nivel alto.

Restaurantes gastronómicos



- † Servicio correcto, educado y normalmente formal.
- † Cuentan en sala siempre con uno o varios sumilleres.
- † Cartas de vinos muy extensas con mucha presencia local e internacional.
- † Rangos de precios altos.
- † Dan muchas opciones por copas.
- † Es fácil encontrar cristalería de nivel muy alto.

13

Utensilios: Herramientas y cristalerías

Herramientas para abrir botellas



Abridores

- 2 tiempos:** Es el más común. Su manejabilidad y facilidad para portarlo siempre encima hacen de este el abridor preferido para todos. Abre todo tipo de vinos excepto los espumosos y no se recomienda para vinos antiguos.
- Alas:** ¿Quién no tiene en casa uno de estos?. El de 2 tiempos cada vez lo está sustituyendo, en el uso profesional está prácticamente extinguido.
- Palanca:** Quizás para casa sea algo útil, pero su elevado precio impide que triunfe para uso doméstico. Para uso profesional, no es válido ya que es excesivamente grande y pesado.
- De láminas:** Su uso requiere cierta práctica, pero es ideal ya que en ningún momento daña el corcho y por supuesto, para vinos antiguos es el que se utiliza evitando que el corcho se deshaga.
- Automático:** No es muy usado este diseño de sacacorchos, aunque es ideal para personas que tienen movilidad limitada en sus manos.
- Fijos:** Se cree que su éxito se debe a esos días en los que han desaparecido misteriosamente el restaurante y el propietario, fruto de esta debilidad, instale uno.

14

Herramientas de servicios por copas

Tipos	Descripción		Pro	Contra
VACUVIN	Sistema muy sencillo que permite sacarle el aire manualmente a la botella y por lo tanto se conservarla abierta en un estado óptimo durante 2 días máximo.		Coste bajo	Poca durabilidad de la botella, no es válido para vinos espumosos.
CORAVIN	Esta herramienta permite extraer el vino sin abrir la botella y rellenando de gas argón el espacio libre que deja el vino extraído con lo cual la durabilidad de esas botellas pinchadas es muy larga.		Su gran efectividad y la merma nula.	Su alto precio.
TAPÓN PARA VINOS ESPUMOSOS	Tapones para colocar a las botellas de vino espumoso una vez abiertas y lograr así mantener la calidad de la burbuja durante unas horas más.		Su precio. Asequible.	Su efectividad no es prolongada.
DISPENSADORES DE VINO	Estas especies de cava son la solución a muchos problemas ya que permiten tener la botella abierta durante un mes y además puedes configurar la cantidad de servicio con lo cual el escandello va a ser siempre muy preciso.		Efectividad y Preciso. versabilidad.	

15

Tipos de copas

Borgoña

Ideal para vinos tintos de Borgoña, tiene una base muy ancha donde el vino está en contacto con mucho aire, y tarda menos tiempo en abrirse.



Sauvignon Blanc

Es más recta que la burdeos y esta copa lo que busca es que el vino choque en la punta de la lengua.



Burdeos

Más ovalada que la borgoña es la más utilizada, por ejemplo en España. Su forma más estrecha provoca que el vino entre al final de la lengua con lo cual lo hace especial.



Flauta

Es ideal para los vinos espumosos. Muchas mantienen la calidad de la burbuja, aunque es cierto que su forma los oprime un poco aromáticamente.



16

Activar W

Otros utensilios

Decantador

¿Cuál es su uso? Aunque coloquialmente se usa para oxigenar el vino, su uso real es el de decantar el vino (separar posos o restos de corcho del vino).



Catavinos

Utensilio que llevaba colgado el sommelier al cuello y que us para catar los vinos y asegurarse de su buen estado antes de servirlos a los comensales.



Cestillo

Se utiliza para llevar el vino de la cava o bodega a la mesa. Es cada vez más raro verlo ya que solo se usa en restaurantes muy clásicos o de muy alto standing.



17

La mise en place

- Es muy importante conocer al cliente y hoy en día especialmente que se dispone de libros de reserva digitales los cuales facilitan guardar y tener datos a la mano. Se debe hacer uso de ellos, como por ejemplos las agendas digitales. Por ejemplo, hay clientes los cuales siempre quieren el mismo vino y estas aplicaciones son muy útiles.
- Si vienen hoy a cenar Fausto y Karen y siempre toman Gran Osán Ámbar, pues se debe tener al menos una botella preparada para ellos.
- Otro aspecto es tener la cristalería limpia y preparado.
- Tener siempre consigo el abridor y tener otro de repuesto en el cajón de abridores.
- Si se dispone de poco espacio de frío, es importante tener muy controlado el stock y la reposición inmediata de este.



18
Activar

El Servicio

El servicio, es el momento en el que todo lo que se ha estado trabajando a puerta cerrada cobra sentido. Todos lo que está allí es importante y además porque no se conforma con ser unos porta platos y porta bebidas, sino que se desea hacer vivir una grata experiencia a los comensales y para ello, no basta con saber de vinos, quesos o chocolates. Hay una parte muy importante que es la habilidad social y la observación y con estas dos herramientas y el conocimiento, se puede obtener resultados favorables.

Habilidades para saber cuánto quiere gastar

- Se debe tener en cuenta los siguientes factores:
- Todos los clientes no tienen las mismas posibilidades económicas.
- Un mismo cliente, no todos los días va a estar dispuesto a gastar la misma cantidad de dinero en una botella.
- Hay que tener muy claro que los vinos que me gustan a mí no tienen por qué ser los que le gustan a ese cliente. Teniendo estos conceptos claros, ya se puede empezar a analizar e ir dándole forma a la botella perfecta para esa mesa.
- Detalles como la forma de vestir, la manera de comportarse (si mira precios o directamente pide asesoramiento sin hablar de dinero).
- Si el cliente ya ha pedido, la comanda, esto dará muchas señales (que tipo de vino puede ir combinado con su comida, cuánto está dispuesto a gastar, etc.)
- Muchas veces el cliente pide X marca que no se tiene pero si se conoce, y con esa información ya se tiene claro su estilo e incluso cuanto están dispuestos a gastar.
- Cuando se tiene todo esto muy claro, se añaden más dificultades y es que se tiene que tener en cuenta el detalle de que hay clientes que está dispuestos a gastar fortunas en teléfonos, lentes o vehículos pero no consideran necesario gastar una suma alta en una botella de vino por ejemplo.
- También, hay muchos clientes que son proactivos a probar vinos nuevos pero nunca les gustan y al final siempre terminan pidiendo el mismo vino que ya conocen.

19

Tomar las riendas, Relajar y Vender

- Al ya interactuar con el comensal, se debe hacerle sentir que se tiene seguridad, que se tiene el vino que tanto desea y que además se le darán diferentes opciones.
- Algo importante y acertado es seleccionar 3 vinos del mismo estilo y diferente nivel económico, ofrecer los 3 con sus pros y sus contras hablando de su precio de una forma sutil.
- Hay ocasiones en las que el cliente, nos transmite un algo y da rienda suelta a ofrecer algo completamente a lo que está acostumbrado, pero sabiendo que es muy probable que le guste.
- Esto es un gran riesgo ya que puede no gustarle y hacerle pasar una situación incómoda, pero también es posible que le guste mucho y que a partir de ahí ganes su confianza para siempre.
- Esencial es mostrar seguridad.
- No ser pesados.
- No ser pedantes.
- No se debe demostrar lo que sabe.
- Si el propio comensal pide información o decide entablar una conversación acerca de sus inquietudes vinícolas, adelante, pero si no, el 80% de lo que se pueda decirle no lo entenderá, le va a agobiar y le vas a molestar.

¡SE TIENE QUE HACER FELICES A LOS COMENSALES!



20
Activar

Limpieza, recogida y finalización del servicio

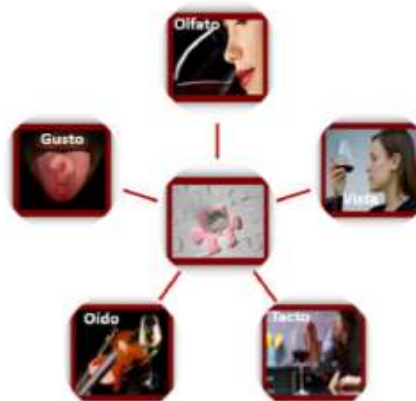
Es primordial al finalizar el servicio prestar atención a estos aspectos:



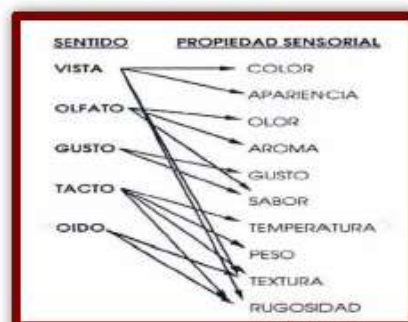
21

Conocimientos sensoriales

Los sentidos son los medios con los que el ser humano percibe y detecta el mundo que lo rodea. El ser humano tiene 5 sentidos.



Las propiedades sensoriales son los atributos de los alimentos que se detectan por medio de los sentidos, bien sea por uno solo o por dos o más.



22

Activar W

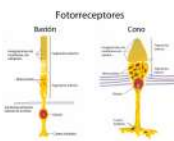
La vista

El sentido de la vista reside en el ojo.



La visión simultánea con los dos ojos y la diferencia de ángulo de visión que hay entre ellos producen lo que se llama visión estereoscópica.

En la retina existen dos tipos de células: los bastones y los conos. Los primeros son responsables de la percepción de la forma y el tamaño de los objetos.



Y los conos son los encargados de captar el color.

El color

La propiedad sensorial más importante asociada con el sentido de la vista, es el

color. El color es la percepción de la luz de una cierta longitud de onda reflejada por un objeto. Además, hay otras propiedades o atributos sensoriales detectados por este sentido, por ejemplo la apariencia, la forma, la superficie, el tamaño y el brillo.

El color de un objeto tiene tres características:

- El tono el cual está determinado por el valor exacto de la longitud de onda de la luz reflejada.
- La intensidad la cual depende de la concentración de las sustancias colorantes dentro del objeto o alimento.
- El brillo que es dependiente de la cantidad de luz que es reflejada por el cuerpo, en comparación con la luz que incide sobre él.

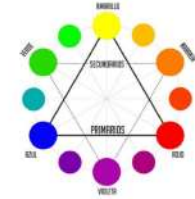


Existen 3 colores primarios, de los cuales derivan todos los demás. Estos colores son el rojo, el amarillo y el azul. Además,

hay 3 colores secundarios, que están formados por mezclas de dos simples.



Estos colores dobles son el verde, el naranja y el violeta. La relación entre los diversos colores puede expresarse en el hexágono cromático. También indica el grado de luminosidad.

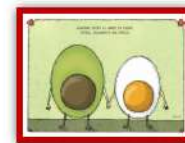


Un defecto visual importante es el daltonismo que consiste en la

incapacidad de detectar ciertos colores, o la confusión de un color por otro.

- Acromático: visión b/n
- Monocromático: solo ve un color (distintas tonalidades del mismo).
- Dicromático
 - Deuteranopia es la ausencia receptores verdes
 - Protanopia es la ausencia receptores rojo.
 - Tritanopia es la ausencia receptores azules.

Cuando en un concurso de cata de vinos se debe seleccionar un juez, es necesario determinar si sufre o no daltonismo.



Daltonismo



EVALUACIÓN SENSORIAL DEL COLOR



La importancia del color en la cata de vino radica en que proporciona información importante ya que muestra una serie de características que ayudan a determinar la elaboración, la edad y la evolución del vino entre otros aspectos.



Análisis Visual de un vino

Lo primero que se percibe de un vino es su apariencia en la copa. Su aspecto es una primera fuente de información para el catador principalmente en lo que se refiere a la limpieza y transparencia del vino y a su color, aunque además de estos hay otros aspectos como su fluidez, la presencia o ausencia de burbujas de carbónico en la copa y la adherencia del líquido a las paredes del cristal que aportan datos sobre lo que luego se encuentra al llevarlo a la nariz y a la boca.

Limpidez, burbujas, brillos y otros aspectos visuales

Se evalúa la limpieza. Para ello, se toma la copa y se observa e trázala. Se trata de descubrir si hay cuerpos extraños (sedimentos, borras, partículas en suspensión). El vino debe presentarse brillante, con reflejos marcados, seductor, de colores vivos y sin opacidad. Se puede utilizar los términos brillante, apagado o turbio, según fuese el grado de opacidad que presente.

Luego, se gira el vino dentro de la copa y se observa la formación de lágrimas o piernas. La distancia entre ellas, dará una idea del tenor alcohólico del vino. A mayor graduación de alcohol, mayor cantidad de lágrimas.

Se destaca por un instante y se presta atención a la forma en que cosen aquellas piernas y la velocidad con que se detiene el movimiento de la superficie del vino. Esto dará información sobre su densidad, que luego se traducirá en las sensaciones táctiles como untuosidad y cuerpo. Para que incorporen a su vocablo de catadores, el vino puede ser fluido, denso, aceitoso, viscoso, correspondiendo a este último la semejanza con el mosto concentrado. Por otra parte, siguiendo con el análisis visual, en algunos vinos, se observa la formación de unas pequeñas burbujas en la parte inferior del cáliz de la copa. Es gas carbónico, producto de las fermentaciones.

Otro dato interesante se encuentra sobre los laterales de la copa. Allí se puede distinguir un dibujo generado por los reflejos en forma de "herradura". Esto es especialmente

importante para la apreciación de los vinos blancos, donde, sobre los brazos de esta herradura se podrá evaluar los tonos de sus brillos.

La zona de contacto entre copa y vino es una pequeña aureola, conocida como "menisco", formada por una región casi transparente en contacto con la copa. Contiguo a esta, y hacia el centro de la copa, se observa un degradé de colores que son los matices del color del vino. La intensidad del color se evalúa en el centro de la copa.

Sobre el color del vino

Finalmente, centrándose en el color del vino, que da información de su evolución. A medida que transcurre el tiempo, los vinos varían su color. Los vinos blancos evolucionan desde los tonos más claros hacia tonos más intensos y sus pasos podrían definirse como incoloro, amarillo pálido, amarillo verdoso, pajizo, amarillo dorado, hoja seca, peruloso.

En relación al amplio abanico de los vinos rosados, se puede observar colores pálidos o colores semejantes a vinos tintos de muy poca intensidad. Evolucionan variando sus colores de la gama de los rojos hacia los tonos anaranjados. Los vocablos que mejor describen su color son: rosado, clarete, rosa, piel de cebolla, anaranjado.

De todos los vinos, los que más streen por su color son los tintos. Su atractivo color lleva a imaginar sus sabores. Los

Jóvenes se caracterizan por ser de un color rojo violáceo intenso, profundo. Con el paso del tiempo, los tonos violáceos dejan paso a los matices rojos purpúreos y, posteriormente, a los rojos rubí.

Con el añejamiento, los taninos presentes en el vino se combinan con los componentes rojizos del color (los

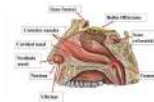
antocianos), variando el color, con la presencia con matices amarillentos. Los vinos presentarán colores teja, anaranjados y llegarán hasta los tonos marrones para vinos muy evolucionados.

Grado de oxidación	Vino joven	V. maduro	V. viejo	V. decrepito
Blancos blancos incoloro →	Amarillo pálido o pálido con reflejos verdosos	Reflejos pajizos	Reflejos más o menos dorados	Dorados con reflejos anaranjados
Vinos Rosados incoloro →	Rosés lividos, matices frambuesa	Matices teja	Matices piel de cebolla	Matices anaranjados
Vinos Tintos incoloro →	Reflejos violáceos	Matices cereza	Rubí con matices tea o ladrillo	Dorocharróns con matices anaranjados

Un dato interesante sobre el color del vino, justamente, tiene que ver con los antocianos. Existen cepajes como el Pinot Noir, que tienen poca cantidad y, por ello, se ve que los vinos elaborados a partir de esta variedad tienen una coloración tenue. Por el contrario, uvas como Malbec o Bonarda tienen buena carga de antocianos, dan como resultado vinos con colores profundos.

El Olfato

El órgano encargado del sentido del olfato es la nariz, o, mejor dicho, todo el sistema nasal.



Olor es diferente a la Aroma

El OLOR es la percepción del sentido del olfato.

Sin embargo el cuerpo humano es capaz de diferenciar sustancias muy similares de composición molecular parecida y en concentraciones muy bajas. En nuestro cuerpo periblimos y olemos a través de la región olfativa, esta zona se encuentra en



la parte superior de la nariz y esta comunicada por la boca. De esta forma se puede decir que se tienen dos formas de llegar a la región olfativa, externamente por la nariz o internamente de forma retranasal.

El AROMA se percibe en la nariz y en la boca. Esta referida al conjunto de sensaciones percibidas entre la nariz y la boca.

El olfato tiene la capacidad para distinguir entre 10.000 compuestos distintos. Tiene un umbral de reconocimiento distinguido por la cantidad minúscula del agente estimulante que produce una sensación olfativa. El umbral de saturación de concentraciones de 10-50 veces el umbral reconocimiento provocan una intensidad máxima.

El olfato se encarga de detectar olores no de cuantificarlos. Es el primer sentido que utiliza el ser humano al nacer. El olor se da con el cerebro NO con la nariz; la nariz es la que tiene los receptores olfativos que están directamente conectados con el cerebro. Asimismo, un aroma está formado por multitud de moléculas químicas que se transforman señales químicas en eléctricas. Los aromas evocan EMOCIONES. Es importante resaltar que cada persona tiene un olor que es único, una huella olfativa y cada persona percibe de forma distinta los olores.

Análisis olfativo de un vino

El análisis olfativo de un vino es, sin duda, una de las fases más imperantes de la cata. El olfato, sentido por excelencia de la alerta y el placer, permite descubrir todos los aspectos aromáticos del vino. Y es que su sensibilidad es unas diez veces superior a la del gusto. Ser capaz de reconocer y encontrar los aromas, aunque difícil, resulta tremendamente enriquecedor cuando se está disfrutando de una copa de un buen vino. Además de descubrir sus cualidades, permite descubrir que el vino no presenta olores anómalos o defectos.

Durante el análisis olfativo los aromas se perciben cuando se huele y se bebe el vino. La relevancia del



examen olfativo en una cata es que los aromas del vino son percibidos a través de dos caminos: vía nasal, cuando se huele olemos, y vía retranasal, cuando los aromas suben desde la boca al beberlo. En la vía nasal, los pasos que se siguen son: oler la copa en reposo; oler tras agitar la copa, ya que de este modo aumenta la superficie de evaporación y perciben nuevos aromas; y oler la copa vacía, es decir, la película de vino que impregna sus paredes. Por otro lado, en la vía retranasal, el movimiento de tragar crea una sobrepresión en la boca que expulsa el aire por dicha vía. Es en esta fase cuando se realiza el barboteo, que se produce con el vino en la boca al aspirar aire y que permite percibir nuevos aromas ya que, tanto la temperatura del vino más caliente en la boca,



como la aireación que se produce con el barboteo, ayudan a evaporar las moléculas aromáticas menos volátiles. Y es que para que una sustancia disuelta se percibe como aromática es preciso que sea volátil y soluble en el mucus olfativo. Un proceso complejo desde el punto de vista fisiológico, en el que intervienen todas las zonas de las fosas nasales, pero breve, ya que el tiempo medio para reconocer un aroma es del orden de 700 milésimas de segundo.

Los aromas de un vino indicarán el tipo de uva y su elaboración. ¿Sabe que se pueden diferenciar todas y cada una de las sustancias aromáticas según la familia química a la que pertenecen? Cítricos, florales, maderas, frutas tropicales, especias, minerales... Así, durante el análisis olfativo se habla siempre de aromas y no de olores. Aromas que proceden de las uvas con las que el vino es elaborado, su proceso de fermentación, la

crianza en barricas y las maderas de las mismas, el tiempo que el vino ha pasado en botella e incluso la época y el año en que se ha realizado la vendimia. De este modo, se distingue principalmente tres variedades de aromas: los primarios, aportados por la uva y su mosto; los secundarios, que proceden de la fermentación del mosto; y los terciarios, generados durante la etapa de envejecimiento del vino.

Apreciación aromática

1 Aromas de mosto, fuerte el vino

2 Muestra al vino

3 Intensamente después de inhalar, huele el vino

Vinos añejos
Fruites & vegetales, tabaco y cuero

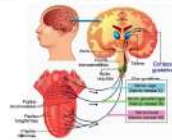
Vinos jóvenes
Fruites & Flores

Olfato

Así, en los tintos jóvenes se perciben generalmente notas herbáceas y a frutos rojos. A los aromas a frutos rojos, los tintos envejecidos suelen aportar fragancias a cuero. Por su parte, los vinos en barrica presentan notas más especiadas. En cuanto a los blancos, los jóvenes recuerdan a los aromas vegetales y a frutas amarillas y blancas, como, mientras que los envejecidos se caracterizan por aromas a frutas maduras y exóticas.

El gusto

El gusto es el sentido de los sabores. Su función es emitir la información química de lo que se ingiere desde la lengua hasta el cerebro y de esta manera detectar y responder adecuadamente a los requerimientos nutritivos.



El órgano principal del sentido del gusto es la lengua, donde se encuentran los receptores que captan los estímulos químicos de la comida. Es así como el sentido del gusto permite distinguir entre cinco diferentes sabores: salado, dulce, ácido, amargo y umami.



El comportamiento ante una comida depende de la combinación y concentración de cada uno de estos: algo dulce, moderadamente salado o con ciertos aminoácidos (umami) estimula el apetito, mientras sustancias amargas o ácidas provocan el rechazo.

Las preferencias gustativas están determinadas genéticamente. Sin embargo, los seres humanos pueden adquirir un gusto por saborizantes poco atractivos, como el café o los alimentos fermentados; son lo que se conoce como gustos adquiridos.

La función del gusto se ve afectada por el olor y la textura de los alimentos, así como del estado interno del organismo. Además, la percepción que se tiene de los sabores está influenciada por el hambre, la saciedad, la emoción y la expectativa.

El sabor de los alimentos combina tres propiedades: el olor, la textura y el gusto y es lo que diferencia un alimento de otro.

75 % Olor
+25 % Sabores básicos y textura
SABOR

El sabor de un alimento no puede ser definido claramente, por ello se emplea el perfil de sabor del alimento. El flavor es cualquier combinación de sabor y olor que pueda ser influida por



Análisis gustativo del vino

Para analizar el vino en boca, hay que ingerir un poco de vino; un pequeño sorbo es suficiente para analizar su perfil gustativo. Se puede repetir, pero siempre con pequeños tragos que se paseen por la boca, la lengua y el paladar.

Tacto, aromas y sabores

La lengua o papilas gustativas captan los sabores básicos: dulce, salado, ácido, amargo y umami. Además, el vino en boca también aporta información que afecta a otros sentidos como el tacto y los

aromas. El tacto porque, el vino deja en el paladar, lengua y encías sensaciones rugosas, ásperas, de sequedad o por el contrario, sensaciones sedosas. También, al percibir en boca sensaciones térmicas como la calidez o frescura.

Por otro lado, los aromas mantienen una estrecha relación con la fase gustativa: cuando se habla de vino de sabor afrutado, especiado, herbáceo. En realidad lo que se percibe son aromas que se han volatilizado en el interior de la boca y llegan a la nariz a través de la vía retronasal sensaciones táctiles, dolorosas, y de calor o frío.

Sensaciones gustativas

Al paladar el vino se percibe diferentes sensaciones, que son las que van a permitir definir sus características en boca y evaluar su calidad:

- Sensaciones táctiles. Tienen que ver con las sensaciones de volumen que

deja un vino en boca, es decir, con su estructura y cuerpo. Esta sensación de corporeidad o solidez es aportada principalmente por los taninos. Los taninos son compuestos vegetales que se encuentran en el hollejo de las uvas y también en la madera de las barricas. El tanino noble, sedoso o suave se encuentra en los grandes vinos cuyas uvas se vendimaron en el momento óptimo y realizaron la crianza en roble de calidad, y deja en boca un tacto suave y sensaciones aterciopeladas. En el caso contrario, se notaran sensaciones de astringencia, aspereza o sequedad en lengua y encías.



Los vinos que se elaboran en contacto con madera tienen una mayor estructura/cuerpo y son más tánicos, puesto que, a la carga tánica procedente de la uva, hay que sumar el aporte que se produce por parte del roble -barricas, fustes, tinos y otros formatos de madera durante el tiempo que permanecen juntos (fermentación y/o crianza). Los vinos jóvenes sin crianza suelen ser vinos

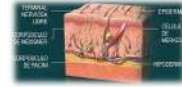
de cuerpo ligero, con menor contenido en taninos y, por tanto, con menos estructura y sensación de corporeidad.

• Sensaciones térmicas. El vino está compuesto principalmente por agua, alcoholes, ácidos, azúcares, minerales y compuestos fenólicos como los taninos. Las sensaciones térmicas son aportadas por dos sustancias: el alcohol y la acidez. El alcohol aporta sensación de calidez, e incluso ardiente. Por su parte, la acidez produce sensación de frescura.

La longitud está ligada a la persistencia del vino una vez ingerido. Se puede contar cuántos segundos permanece el sabor del vino. Hay vinos que persisten muy poquito, se llaman breves; y otros que son muy largos, con mucha persistencia. La persistencia es un síntoma de calidad: cuanta más persistencia, mejor.

El tacto

El sentido del tacto está localizado en las terminaciones nerviosas que están bajo la piel. Se sitúa por todo el cuerpo.



Las zonas más importantes son las manos, la boca y la garganta que se encargan de detectar la textura de los alimentos. La medida táctil de agudeza es la distancia mínima en que dos puntos pueden ser percibidos como algo separado, y varían según la parte del cuerpo.



Textura

Es el conjunto de propiedades reológicas (comportamiento del alimento frente a las contracciones y deformaciones), que se aprecian esencialmente mediante el sentido del tacto, pero que no son independientes de las informaciones

visuales y otras sensaciones en boca con las que existen numerosas interacciones.

La textura del vino y su percepción sensorial

La suavidad y la dureza son impresiones de textura que transmite el vino al probarlo. Lo mismo que la boca siente la temperatura de un líquido, también percibe la textura. Algunos vinos se notan suaves o tersos en la boca, mientras que otros parecen duros y ásperos. En los vinos blancos, el ácido es, en general, responsable de las impresiones de dureza o firmeza; en los tintos, suele ser el tanino, el responsable. Los bajos niveles de una u otra sustancia pueden hacer de un vino algo placentero y suave o demasiado fofo. Depende de qué vino se trate. La cantidad de alcohol y de azúcar libre sin fermentar también contribuyen a la impresión de textura suave.

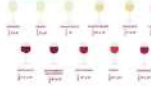


35

Temperatura adecuada del vino

La temperatura adecuada de cada vino depende en la mayoría de los casos de su modo de elaboración. Así los vinos jóvenes tienen mayor acidez (los blancos, sobre todo), menor complejidad aromática, y conviene beberlos a temperaturas bajas, ya que disminuimos la acidez y mantenemos la frescura.

TEMPERATURA IDEAL PARA LOS VINOS



Los espumosos conviene beberlos muy fríos para que el carbónico no resulte desagradable; si tienen crianza menos fríos. En el caso de los vinos de crianza o también Cognac y Brandy, se beben a mayor temperatura por el hecho de que su complejidad aromática se percibe mejor de esta forma, ya que aumenta la volatilidad de los compuestos, pero tampoco tanta temperatura que el alcohol resulte preponderante.

Blancos, secos y espumosos (Cava, Champán): 6 a 10°C.

Blancos aromáticos, rosados, Oportos y Jerez: 10 a 13°C.



Tintos jóvenes poco tánicos: 14 a 16°C.
Tintos jóvenes tánicos: 16 a 18°C.



Tintos de crianza (Crianza, Reserva, Gran Reserva): 18°C.



36

Activar

EL OÍDO

El sentido del oído participa en la detección de la textura de los alimentos.



Se ha demostrado que sonidos agudos intensifican la sensación de dulzor, mientras que sonidos graves intensifican el amargor.

En un estudio (Holt Hansen, 1968), se demostró que es posible asociar sabores con notas:

• Tonos bajos (510-5210 Hz) por ejemplo las cervezas amargas.

• Tonos altos (640-670 Hz) por ejemplo las cervezas menos amargas.

También se producen estas asociaciones con el tacto si se tapan los oídos. Además, existe una relación ruido vs suavidad.

El VINO cambia de sabor en función del sonido que se este escuchando.

Notas interesantes del sonido y los vinos

- Las ondas sonoras contribuyen a que las levaduras se mezclen, ahorrándoles así la energía que necesitan para consumir el azúcar. De ese modo se consiguen vinos más secos, con un mayor contenido alcohólico y unos aromas más ricos.
- Las diferencias entre un vino "sonicado" y otro convencional comienzan a apreciarse ya en la nariz, y después en la boca, donde se muestran muy suaves.
- Las vibraciones pueden ser empleadas para acortar el tiempo de envejecimiento de los vinos y que, en muchos casos, perjudican a su calidad. De este modo, se recomienda minimizar o reducir las vibraciones durante el almacenamiento de los vinos - al menos los tintos- para evitar así cambios en su composición fisicoquímica.



37

Tipos de vinos y características sensoriales

Tipo de Vino	Características Sensoriales	Referencia
Blancos	Frescos y ligeros, con notas cítricas o florales.	
Tintos	Más corpulentos y con taninos presentes, ofrecen notas de frutos rojos, especias o maderas según su crianza.	
Rosados	Intermedios entre blancos y tintos, añaden frescura y pueden tener toques frutales como fresas o cerezas.	
Espumosos	Con efervescencia, pueden variar desde secos hasta dulces, con aromas a frutas blancas o pan tostado.	
Fortificados	Poseen una mayor graduación alcohólica, como el jerez, y ofrecen sabores intensos y a menudo dulces, como pasas, nueces o caramelo.	

38

Técnicas de maridaje

Maridaje

El maridaje es el arte de combinar el vino y la comida de manera que se complementen mutuamente. Este proceso busca crear una armonía no solo a través de los sabores, sino también de las texturas.



La palabra "maridaje" proviene del verbo "maridar", que significa "unir" o "casarse". En la gastronomía, maridaje se refiere a la práctica de seleccionar el vino que mejor se adecúa a un determinado plato, logrando una combinación que realce y equilibre ambos elementos.

El maridaje exitoso va más allá de simplemente combinar sabores y texturas; también se trata de crear una experiencia memorable y emocionante para los comensales. La creatividad y la pasión por la gastronomía y el vino son ingredientes esenciales para explorar

nuevas combinaciones y sorprender a los paladares con experiencias únicas y emocionantes.

Reglas básicas para el maridaje de vinos con comidas

1. Vinos blancos con carnes blancas
2. Vinos tintos con carnes rojas.
3. Beber vinos blancos antes que los tintos.
4. Beber vino seco antes que el dulce.
5. Beber vino joven antes que los viejos.
6. Maridar el cuerpo y las características del vino con la comida.
7. La riqueza e intensidad del vino con la riqueza e intensidad de la comida.
8. Maridar la acidez de la comida con la acidez del vino.
9. Maridar el sabor dulce de los vinos con el sabor dulce de las comidas (Frutas, miel, almendras, comidas con pimienta).

39

10. Maridar las comidas frías con vinos ligeros.
11. Maridar las comidas especiadas que llaman al frescor de la comida con carnes frías y con bebidas frescas si hay dulzor mucho mejor.
12. Las comidas saladas que se maridan con vinos altos en alcohol y que tienden a ser dulzones darán como resultado cierto amargo. Por otra parte



14. Unir no sólo el sabor de la comida con el del vino, sino también con la intensidad de sabor y el peso o cuerpo del vino. Esta fórmula es imprescindible, es incluso más relevante que la referente a la vinculación entre colores apuntada: carnes rojas con tinto y blancos con carnes blancas.
15. Considerar la textura de los alimentos: algunos entumescen la boca y dificultan la percepción del vino.



debe existir un equilibrio entre la carta menú y la de vinos.

13. Las grandes empresas del mundo encargadas de categorizar una instalación hotelera tienen en cuenta:

- Ambiente
- Servicio.
- Carta de comida.
- Carta de vinos.



16. La riqueza de sabor de un plato puede ser minimizada a través de

40
Activar V

un vino ácido o bien acompañada con un vino también consistente y untuoso.

17. Complementar la acidez de un plato con la de un vino. El limón, por ejemplo, requiere vinos también ácidos.
18. Los platos salados pueden acompañarse muy bien con vinos con cierto dulzor, que se pueden encontrar tanto en algunos tintos como en blancos. También combinan bien con la acidez, otorgada asimismo por ciertos tintos y blancos. Los platos dulces se acompañan bastante bien por vinos también dulces.
19. Si un plato tiene salsa, los sabores de la misma se han de tener en cuenta en la elección del vino.
20. El queso se toma tradicionalmente con vino tinto pero el blanco es generalmente mejor. Dentro de los blancos los dulces tienen más afinidades con el queso. Para los tintos es mejor elegir un queso suave.
21. Tener en cuenta que ciertos alimentos van mejor con tipos concretos de uva. Por ejemplo, el Cabernet Sauvignon casa muy

bien con el cordero. También una uva tinta como el Pinot Noir casa mejor que las blancas para pescados.

22. Los vinos jóvenes se tomarán antes que los más viejos, los ligeros antes que los fuertes, o los blancos antes que los tintos. Aunque estas reglas son válidas no constituyen más que una mera orientación, puesto que nada hay que hacer frente a la decisión del particular o a la armonía existente entre un vino y un plato que puede no cumplir del todo tales requisitos.



41

Técnicas adaptadas a las particularidades de la gastronomía y los vinos disponibles en Cuenca

Maridaje por Congruencia

Definición: Combina vinos y alimentos con características similares para lograr una sensación de armonía en el paladar.

Ejemplo:

Vino: Sauvignon Blanc

Alimento: Ceviche de camarón

Vino: Malbec

Alimento: Seco de chivo



Maridaje por Contraste

Equilibra los sabores contrastantes entre el vino y el alimento, creando una experiencia complementaria.

Ejemplo:

Vino: Espumoso Brut

Alimento: Uapingachos

Vino: Moscato

Alimento: Aji de gallina



Maridaje Regional

Combina vinos y alimentos de la misma región, aprovechando las afinidades naturales entre productos locales.

Ejemplo:

Vino: Dos Hemisferios Paradoje

Alimento: Hornado cuencano

Vino: Chaupi Estancia Sauvignon Blanc

Alimento: Mariscos de la costa ecuatoriana



Maridaje de Texturas

Empareja vinos y alimentos considerando sus texturas para una experiencia coherente en el paladar.

Ejemplo:

Vino: Chardonnay

Alimento: Sopa de camarones

Vino: Cabernet Sauvignon

Alimento: Carne asada



42
Activar V

Maridaje de Intensidad

Combina vinos y alimentos de intensidades similares para asegurar que ninguno domine al otro.

Ejemplo Local:

Vino: Pinot Noir

Alimento: Pollo al horno

Vino: Zinfandel

Alimento: Cordero asado



Maridaje por Complemento de Sabores

Empareja vinos y alimentos con sabores complementarios, aumentando la complejidad del conjunto.

Ejemplo:

Vino: Sauvignon Blanc con notas herbales

Alimento: Ensaladas frescas con hierbas locales

Vino: Syrah con notas especiadas

Alimento: Carne adobada



Maridaje Sazonal

Utiliza vinos y alimentos adecuados para la temporada, destacando la frescura y disponibilidad de ingredientes.

Ejemplo:

Verano: Pinot Grigio

Alimento: Ceviche de pescado

Invierno: Merlot

Alimento: Guisos y sopas



Maridaje con Postres

Empareja vinos dulces o fortificados con postres para complementar la dulzura y realzar los sabores.

Ejemplo:

Vino: Late Harvest

Postre: Torte de choldo

Vino: Porto

Postre: Torte negra



43

Tabla de maridaje de vinos y gastronomía tradicional de Cuenca

Plato	Imagen	Vino	Referencia
Ovej asado		Vino tinto robusto como Malbec, Cabernet Sauvignon	
Mote pata		Vino blanco seco como Sauvignon Blanc o Chardonnay	
Chencho hornado		Vino tinto con cuerpo como Merlot o Syrah	
Papas con cuero		Vino blanco afrutado como Riesling o Gewürztraminer	
Sopa de ojo		Vino blanco fresco y ligero como Verdejo o Albariño	
Mote Pilo		Vino tinto suave como Pinot Noir o Garnacha	
Trucha a la alcaireña		Vino blanco seco como Chardonnay o Pinot Grigio	

44

Activar V

Tamales Cuenquanos



Vino tinto ligero y afrutado como Gamay o Beaujolais



Torta negra (Bueves Santo)



Vino dulce oporto o vino de postre como Pedro Ximénez



Panes cuenquanos



Vino espumoso como Cava o Champagne



Tortillas de maíz con queso



Vino blanco semidulce como Moscato o Gewürztraminer



Morteruel o cuenquano



Vino tinto joven y afrutado como Tempranillo o Cabernet Franc



Empanada de viento



Vino blanco ligero como Verdejo o Sauvignon Blanc



Arroz con leche



Vino de postre dulce como Moscato o Sauternes



Buñuelos



Vino espumoso demi-sec o semidulce como Prosecco o Cava



45

Venta y comunicación con el cliente

En el mundo de la hostelería y la gastronomía, la venta de vinos y comidas no solo se trata de



ofrecer productos de calidad, sino también de brindar una experiencia memorable a los clientes. Para lograr esto, es esencial una comunicación efectiva y un conocimiento sólido tanto del vino como de la comida que se sirve.

Para mejorar las ventas es necesario seguir las siguientes pautas:

1. Para vender vino con éxito, es fundamental tener conocimiento de los productos que se ofrecen. Como por ejemplo, la historia, el origen, las variedades de uva, y los métodos de producción del vino.

2. Ser capaz de describir los aromas, sabores y texturas del vino.

3. Entender qué tipos de alimentos complementan mejor cada vino.

4. La comunicación con el cliente debe ser bidireccional. Es importante escuchar sus preferencias y necesidades para ofrecer recomendaciones personalizadas.



Algunas preguntas pueden ser:

- ❗ ¿Qué tipo de vino prefieren?
- ❗ ¿Están buscando una experiencia específica o tienen alguna ocasión especial?
- ❗ ¿Prefieren sabores más suaves o más intensos?

46

Activar V

-
- ✦ Una vez que se conozca las preferencias del cliente, se puede hacer una recomendación informada y segura.

Algunas sugerencias pueden ser:

- ✦ Los clientes aprecian la honestidad. Si no se está seguro de un vino, es mejor ofrecer una sugerencia alternativa en lugar de fingir conocimiento.
- ✦ En lugar de solo listar las características técnicas del vino, describir la experiencia que el cliente puede esperar. Por ejemplo, "Este vino tiene un sabor afrutado y fresco que combina perfectamente con pescados y mariscos".
- ✦ Cada cliente es único y crear una experiencia personalizada puede hacer que se sientan especiales y valorados.



Esto incluye:

- ❗ Si un cliente es recurrente, recordar sus preferencias anteriores puede impresionar y fidelizar.
- ❗ Permitir que los clientes prueben un pequeño sorbo de vino antes de comprometerse con una botella completa puede aumentar la confianza en su elección.

Técnicas de Venta

Algunas técnicas de venta que pueden ser efectivas son:

Ventas Cruzadas: Sugerir un vino que complementa perfectamente el plato que el cliente ha elegido.

Up-selling: Ofrecer una opción de vino ligeramente más cara que el cliente podría disfrutar más, explicando los beneficios adicionales de esta elección.

Es importante la capacitación continua del personal sobre vinos y habilidades de comunicación. Participar en catas de vinos, asistir a cursos y mantenerse actualizado con las tendencias del vino puede mejorar significativamente la capacidad de vender y comunicar.

Finalmente, el entorno en el que se vende y se comunica también juega un papel crucial. Un ambiente acogedor y profesional puede hacer que los clientes se sientan más cómodos y abiertos a sugerencias.