



# ESPE

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS  
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

## DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO

### MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS - MENCIÓN INNOVACIÓN TRABAJO DE TITULACIÓN

Trabajo de titulación, previo a la obtención del título de Magíster en  
Administración de Empresas Mención en Innovación

### TEMA: ANÁLISIS DE LA PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR ECUATORIANO, SOBRE EL CONSUMO MODERADO DEL VINO Y SU INCIDENCIA EN LA SALUD.

Autor: Araujo Molina Aníbal Andrés

2023



# CONTENIDO

## Introducción:

- Planteamiento del problema
- Objetivos e Hipótesis

## Capítulo 1:

- Base teórica

## Capítulo 2:

- Metodología

## Capítulo 3:

- Resultados

## Capítulo 4:

- Conclusiones y recomendaciones

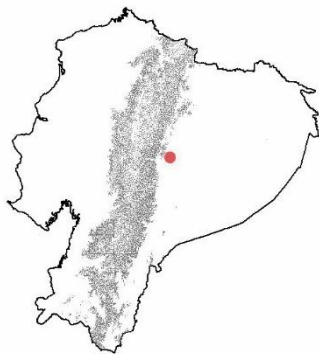


# Introducción



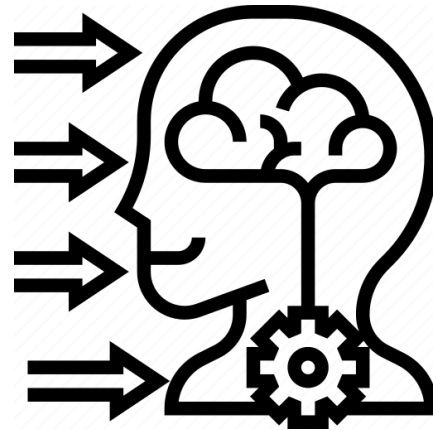
# ***PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA***

## Qué tipo de producción tiene el Ecuador?

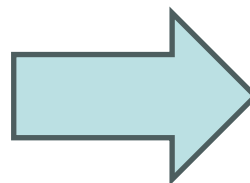


**ESPE**  
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS  
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

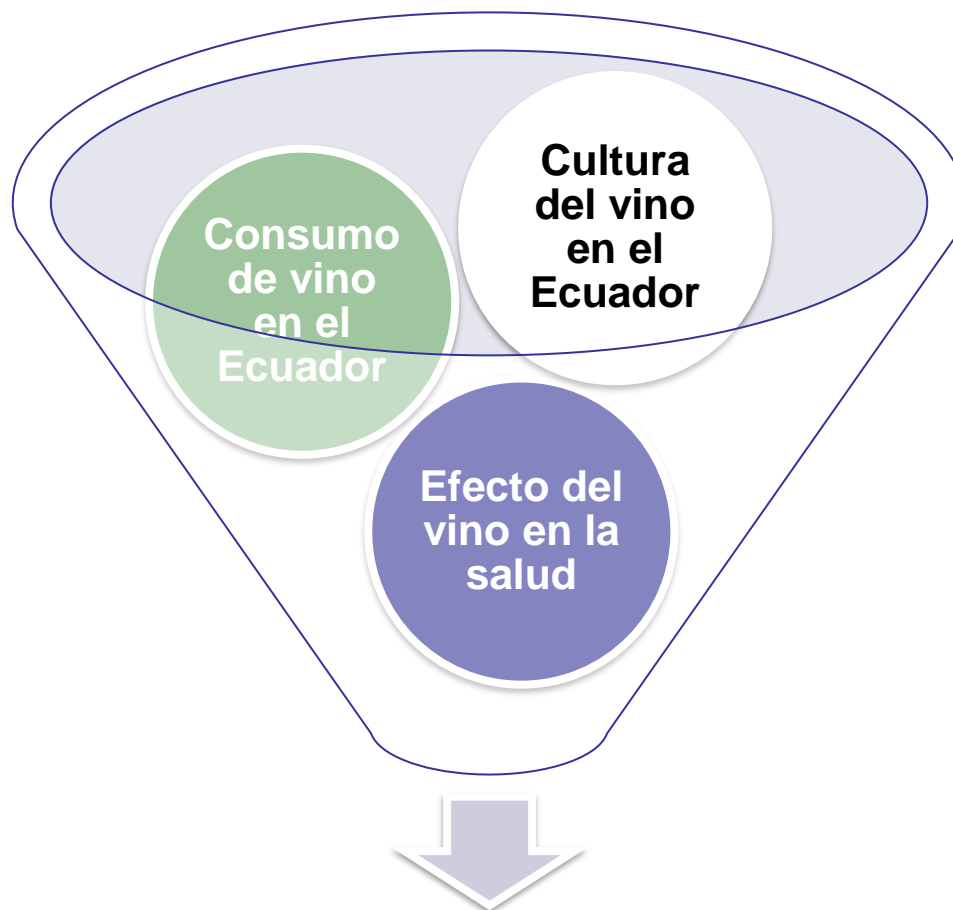
## Qué son las percepciones?



# PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA



# PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA



Percepciones del consumidor de vino en Pichincha e Imbabura



## Objetivo general

- Analizar los factores que influyen en la percepción y la escasa cultura del consumidor ecuatoriano, sobre el consumo moderado del vino y su incidencia en la salud en las provincias de Pichincha e Imbabura en septiembre 2022.





## Objetivos específicos

- Determinar las principales causas que influyen sobre el desconocimiento del vino en Pichincha e Imbabura.
- Identificar el perfil del consumidor de vino en las provincias de Pichincha e Imbabura.
- Definir la demanda del vino de la población objeto de estudio en Pichincha e Imbabura.
- Establecer los factores que influyen en el cambio de paradigmas de los consumidores de Pichincha e Imbabura con respecto al consumo del vino.
- Interpretar las circunstancias del desconocimiento del consumidor acerca de los efectos del vino en la salud en Pichincha e Imbabura.
- Determinar los datos más relevantes sobre el consumo de vino en Pichincha e Imbabura.



- Ho: En Pichincha e Imbabura se asegura que el consumo moderado de vino es beneficioso para la salud.
- H1: En Pichincha e Imbabura se asegura que el consumo moderado de vino no es beneficioso para la salud.



- Ho: En Pichincha e Imbabura se asegura que el consumo moderado de vino es más saludable que otro tipo de licores.
- H1: En Pichincha e Imbabura se asegura que el consumo moderado de vino no es más saludable que otro tipo de licores.



- Ho: En Pichincha e Imbabura se asegura que el consumo moderado de vino previene la obesidad.
- H1: En Pichincha e Imbabura se asegura que el consumo moderado de vino previene la obesidad.

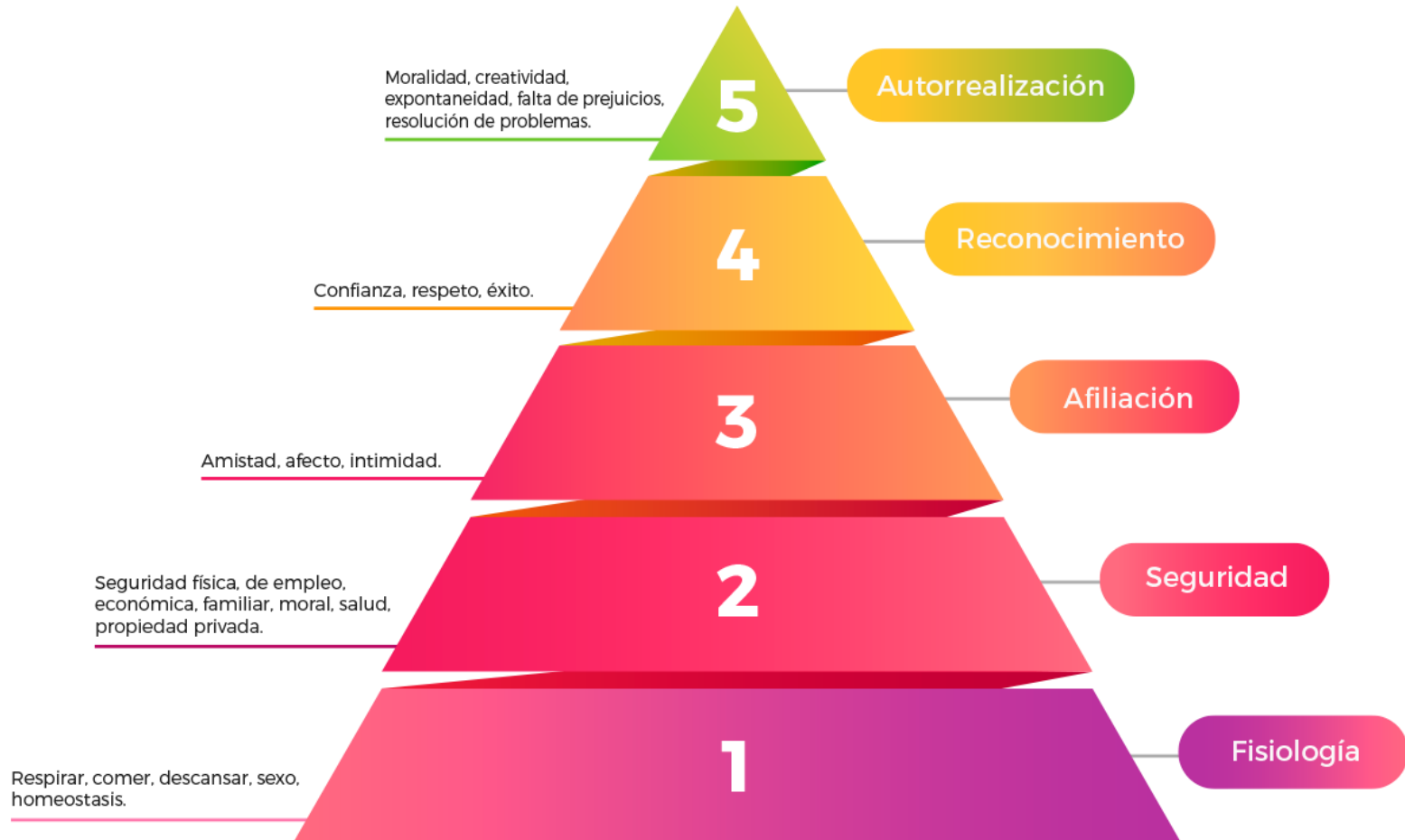


# Capítulo 1

## ***BASE TEÓRICA***



**Figura 1**  
*Pirámide de Maslow*



Nota: La pirámide de Maslow sobre las necesidades de ser humano



**Figura 2**

*Factores que influyen la decisión de compra*

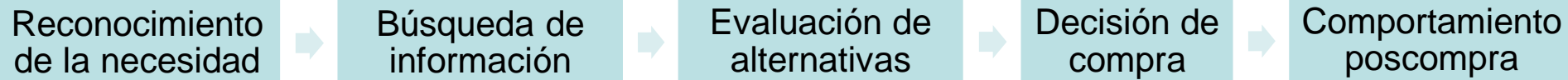


*Nota.* La figura representa todos los factores que influyen sobre la decisión de compra del consumidor. Adaptado de *Proceso de decisión del consumidor* (p. 42), por D.B. Rodríguez, 2014, Universidad Internacional de Catalunya.

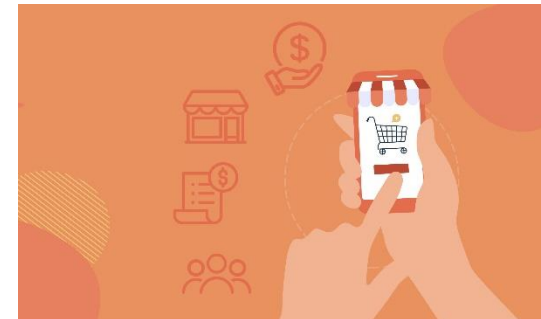


**Figura 3**

*Fases del proceso de decisión de compra*



Nota; El esquema representa el proceso de decisión de compra según Kotler. Adaptado de Proceso de decisión del consumidor (p. 51), por D.B. Rodríguez, 2014, Universidad Internacional de Catalunya.





# BASE TEÓRICA

200 has de cultivo de uva

Chile 13.4 millones de hectolitros

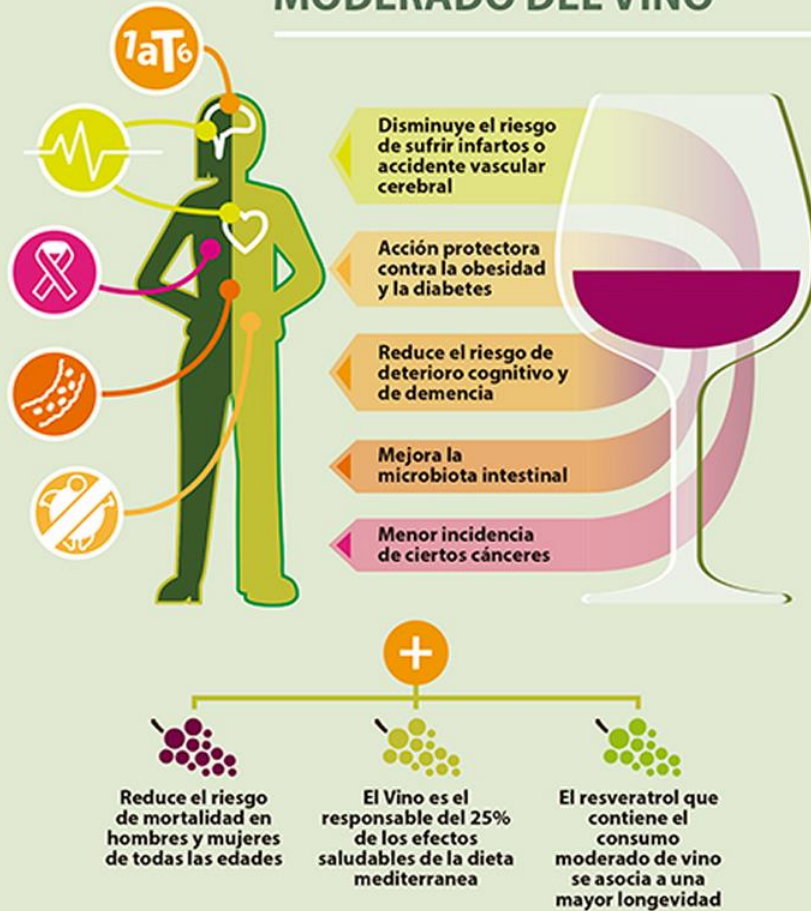
Argentina 12.5 millones de hectolitros

Ecuador 470 hectolitros de vino en 2021

Tercera bebida de preferencia en Ecuador



## BENEFICIOS DEL CONSUMO MODERADO DEL VINO



# Capítulo 2

## ***METODOLOGÍA***



# METODOLOGÍA

Provincia de  
Pichincha e  
Imbabura



384 encuestas:  
333 Pichincha,  
51 Imbabura



Individuos  
mayores a 18  
años



Clases de la  
pirámide  
socioeconómica  
(A, B o C+) del  
INEC



**ESPE**  
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS  
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA



## PERCEPCIÓN SOBRE EL CONSUMO MODERADO DEL VINO EN EL ECUADOR Y SU INCIDENCIA EN LA SALUD

La encuesta solo te tomará cinco minutos y tus respuestas son totalmente anónimas y se manejará con absoluta reserva

andresaaam@gmail.com [Cambiar de cuenta](#)

\*Obligatorio

Correo \*

Tu dirección de correo electrónico

Edad \*

Tu respuesta

Género \*

- Masculino  
 Femenino

Nivel de educación \*

- Básica  
 Secundaria  
 Tercer nivel  
 Cuarto nivel  
 Otro: \_\_\_\_\_

# Tres secciones

Perfil del  
consumidor

Comportamiento  
de consumo del  
vino

Percepción y  
efectos del vino  
en la salud



**ESPE**  
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS  
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

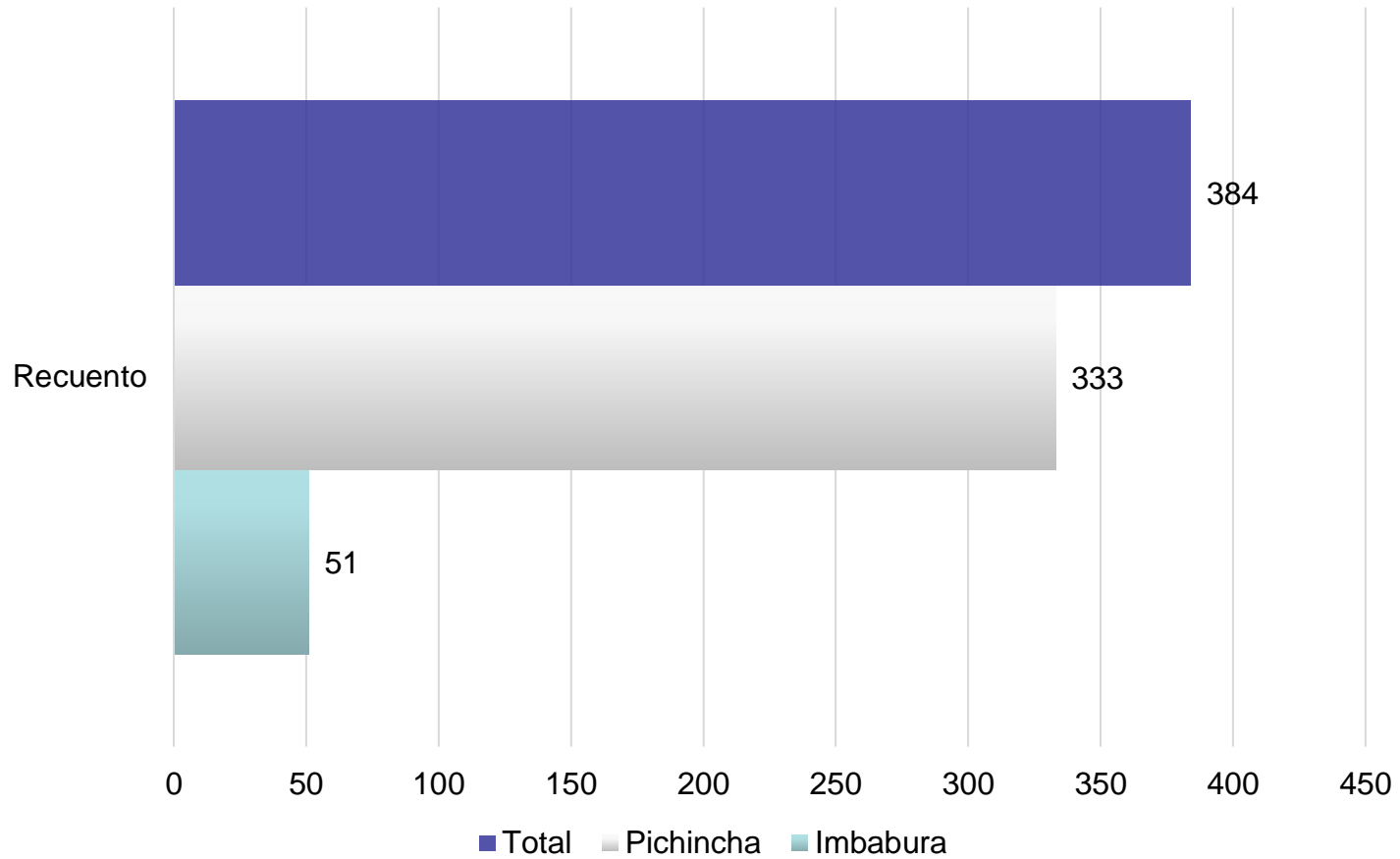
# Capítulo 3

## ***RESULTADOS***



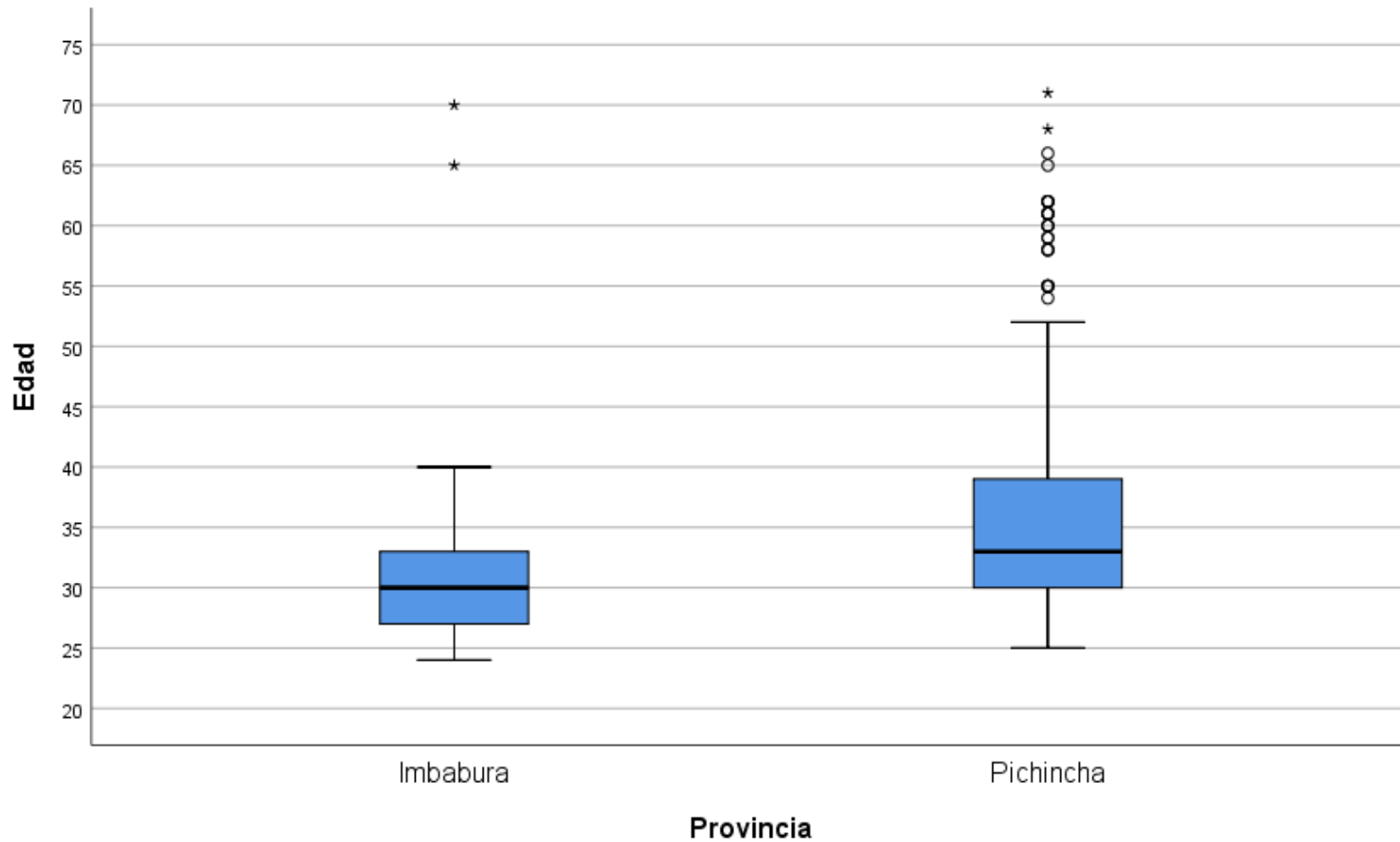
# PERFIL DEL CONSUMIDOR





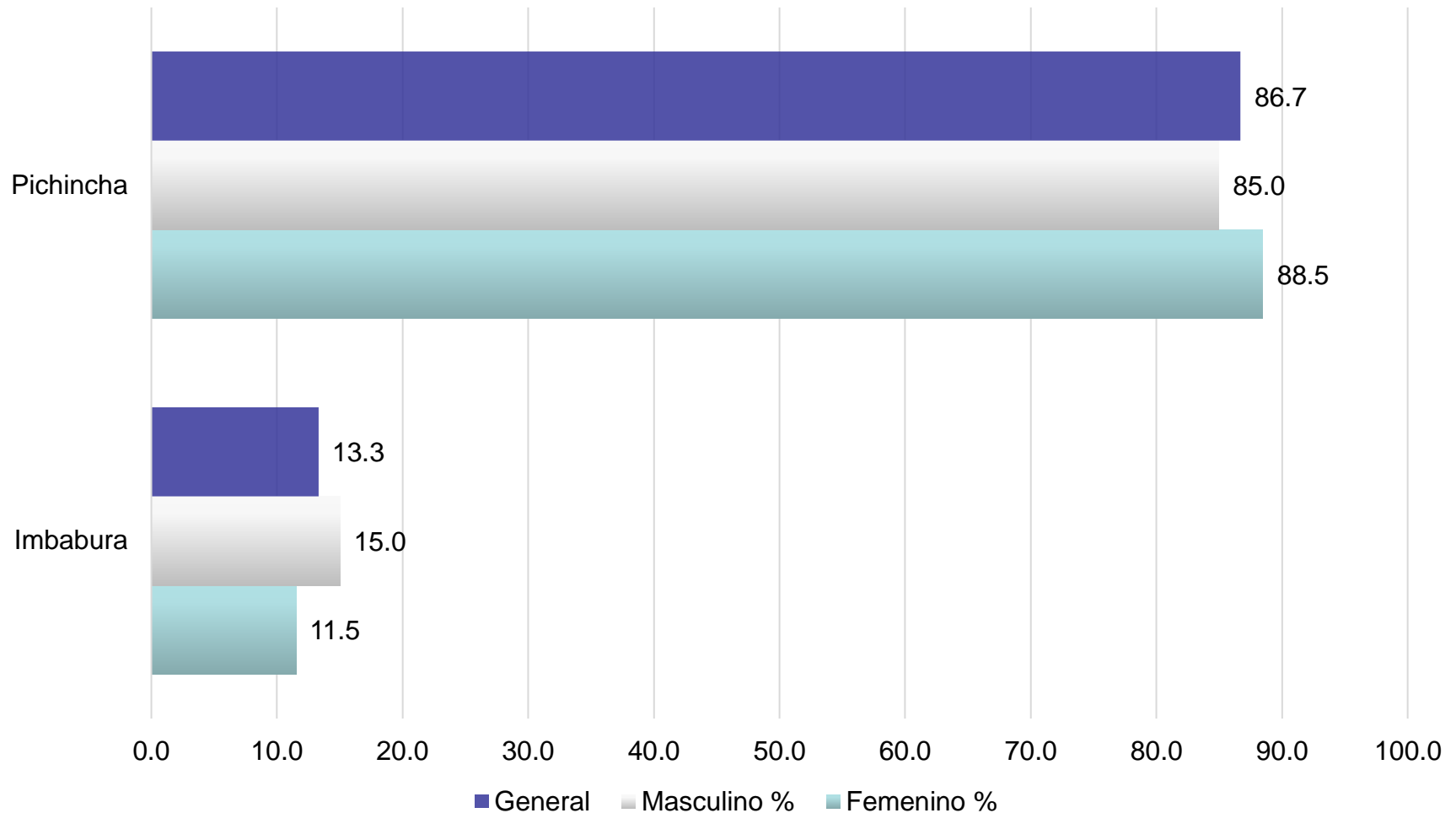


## Distribución de edad

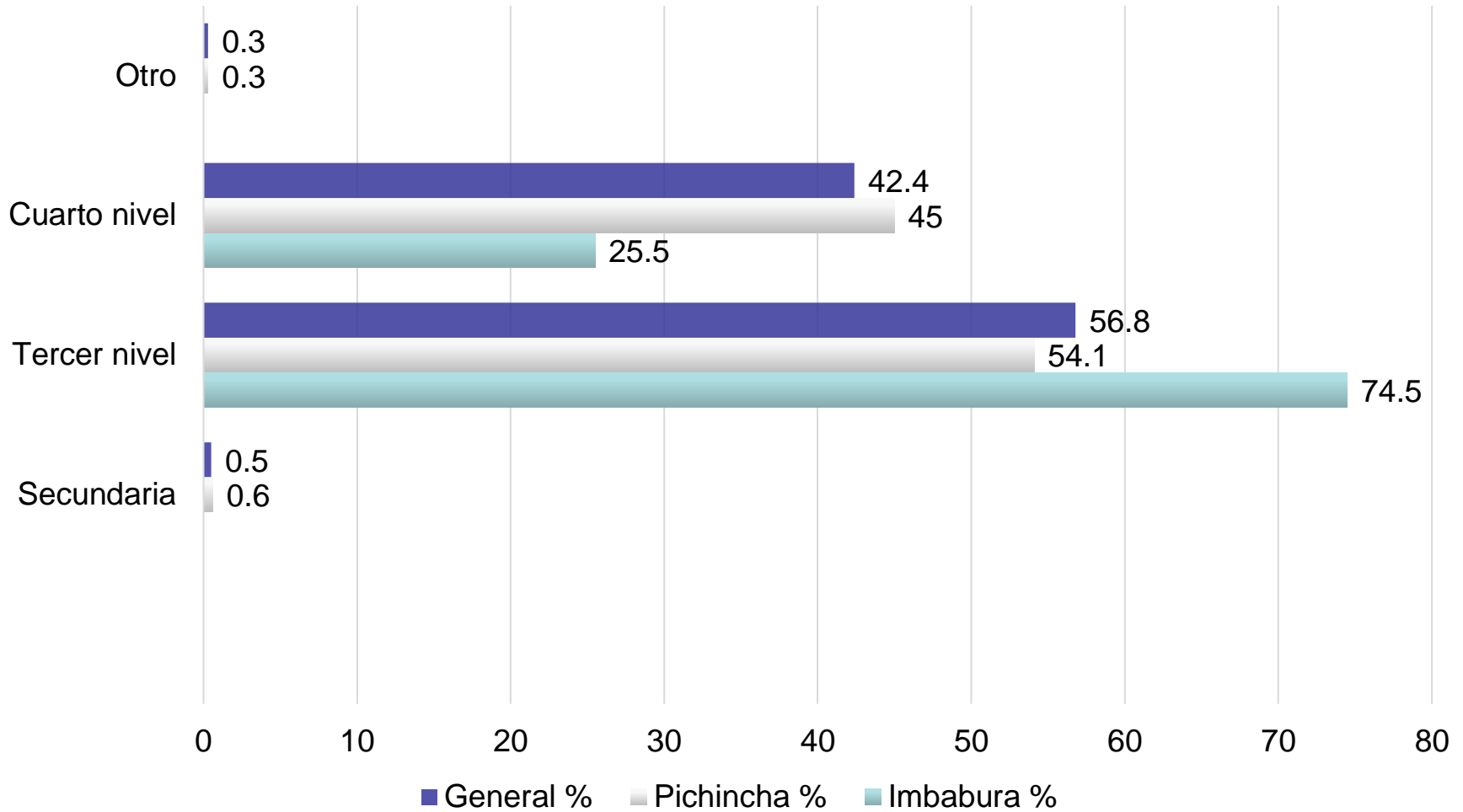


# RESULTADOS

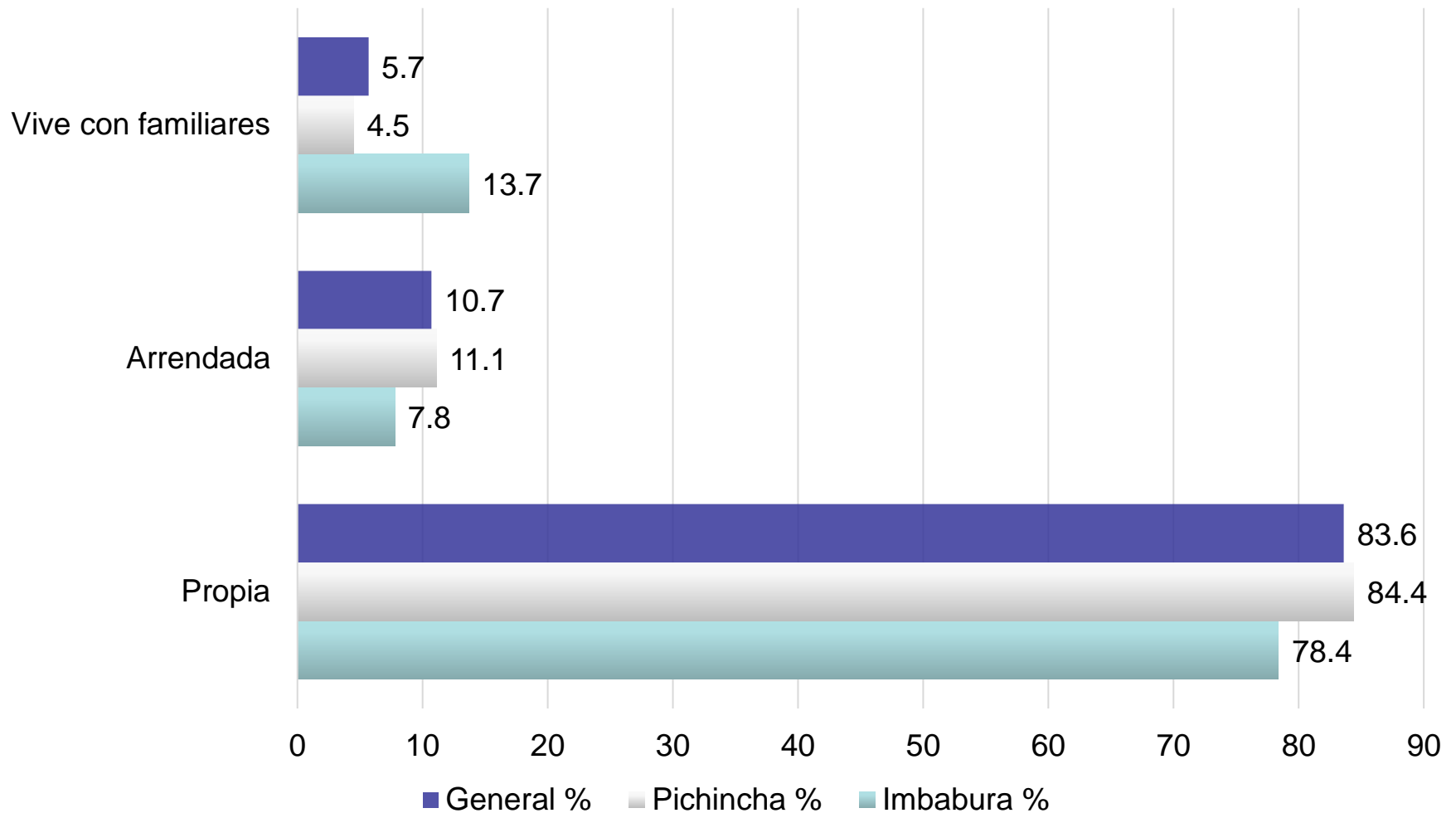
Recuento de personas según provincia y género



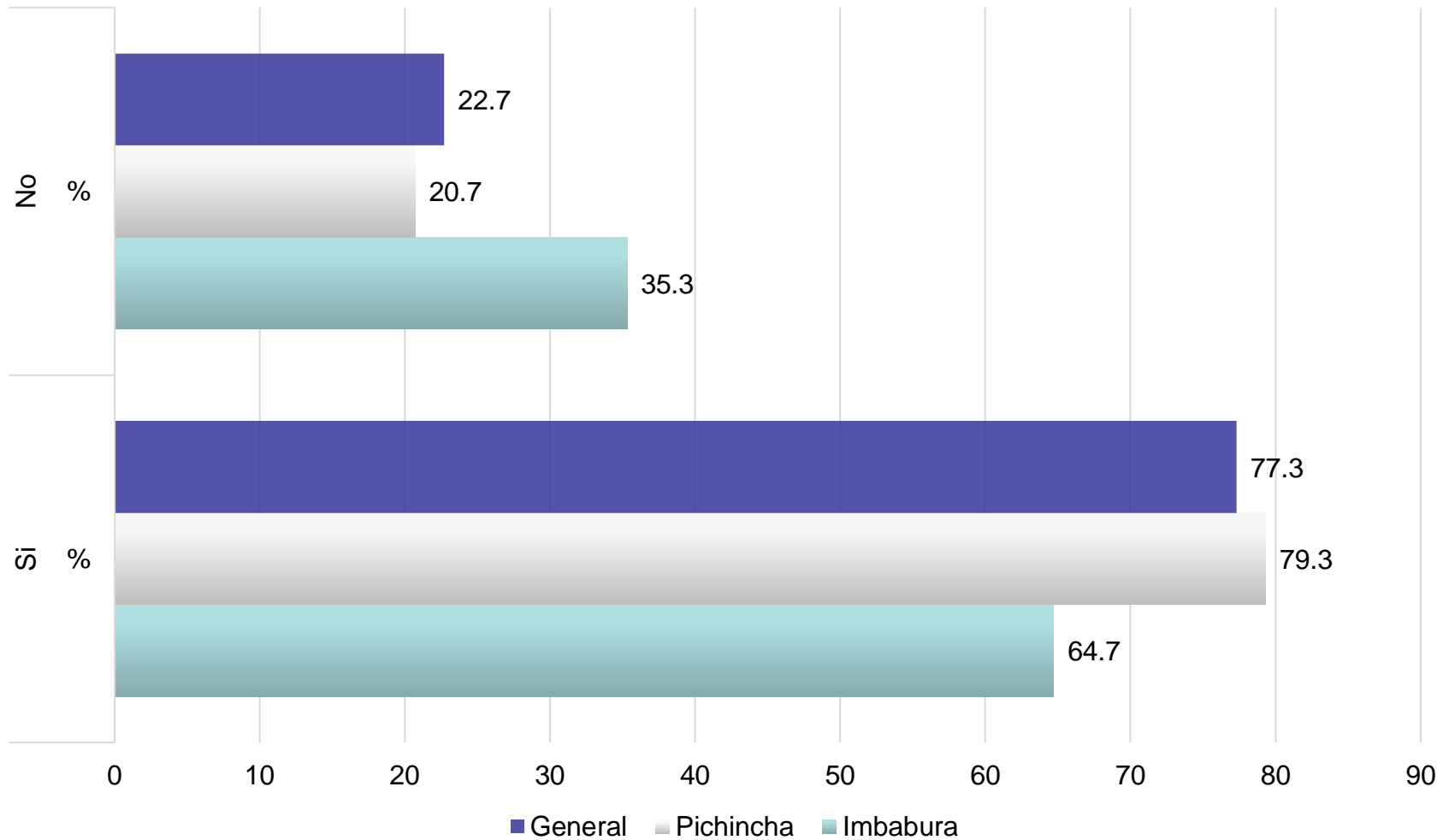
**ESPE**  
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS  
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA



## Recuento de personas según tipo de vivienda

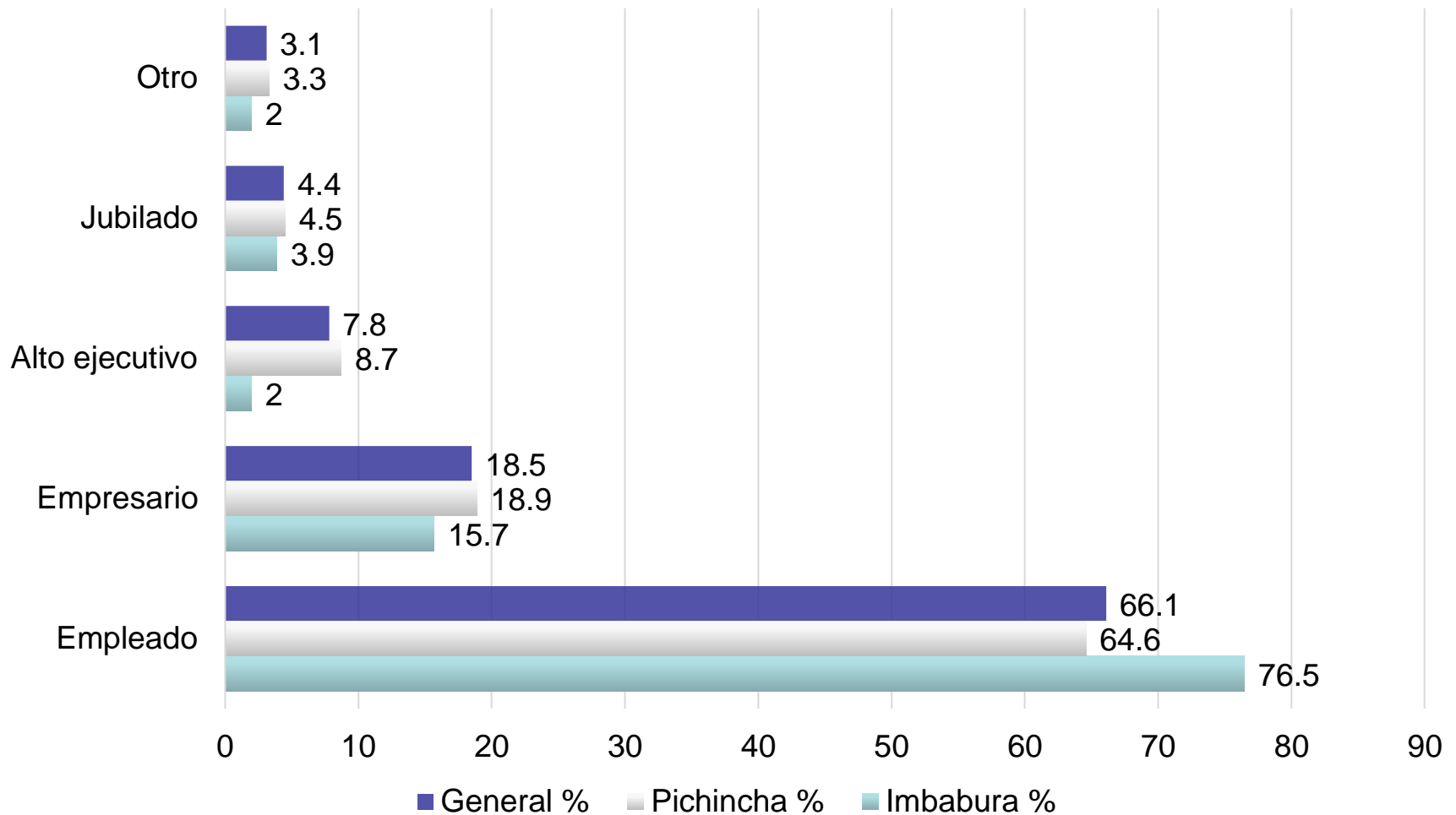


## Recuento de personas con vehículo propio



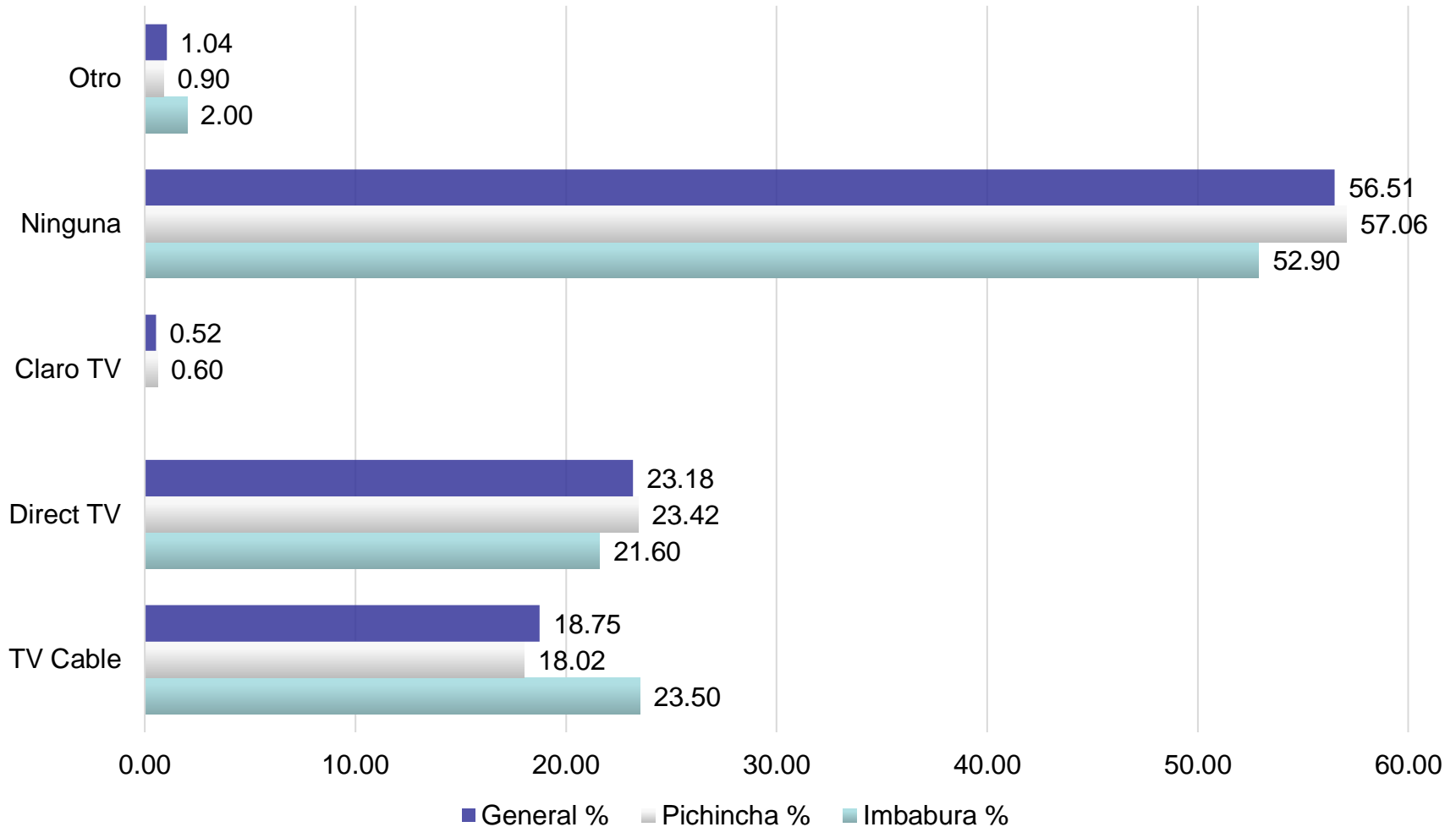
# RESULTADOS

## Recuento de personas según actividad profesional



# RESULTADOS

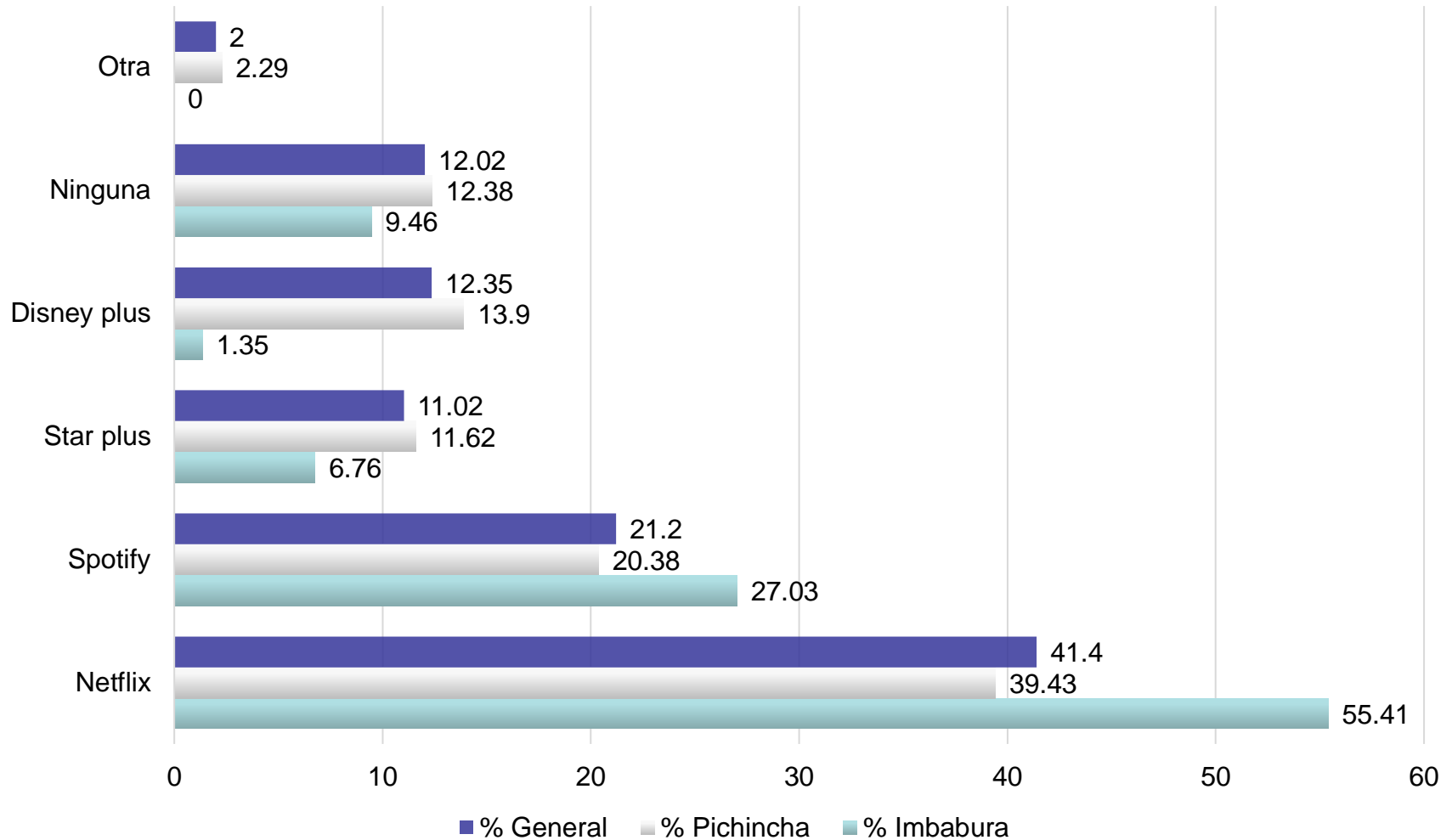
Recuento de personas por servicio de televisión pagada



**ESPE**  
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS  
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

# RESULTADOS

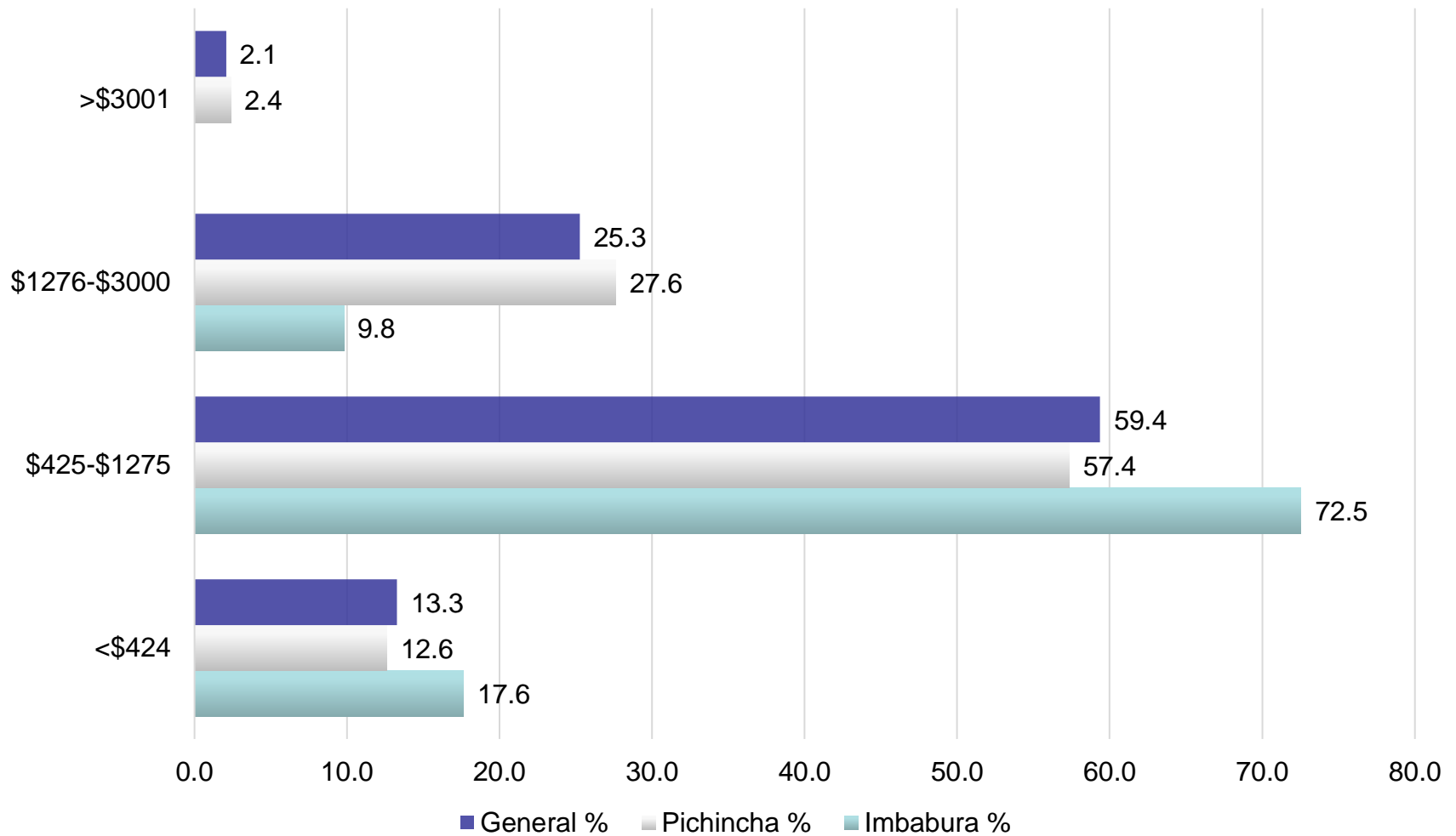
Recuento de personas por suscripción a plataforma digital

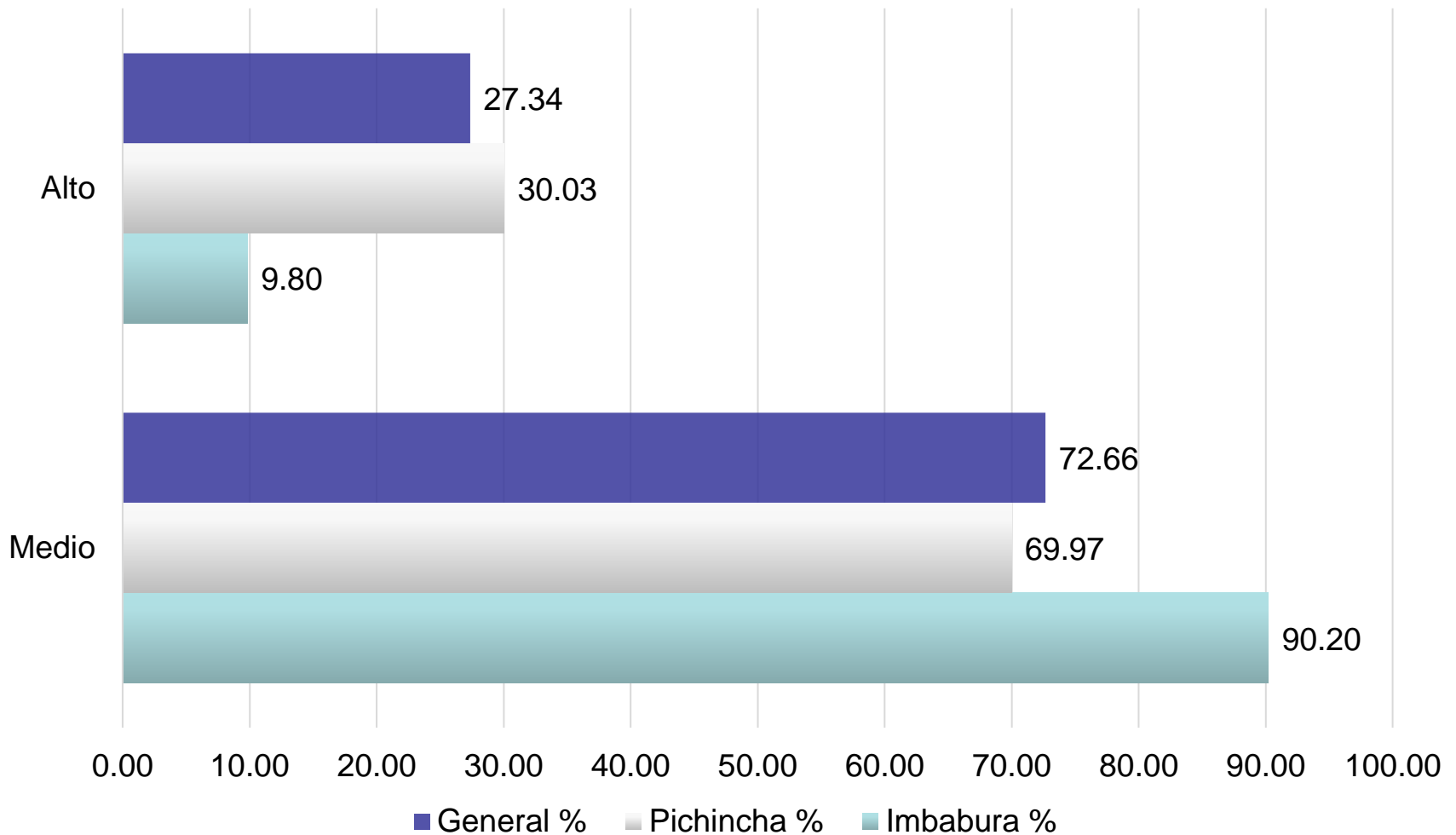


**ESPE**  
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS  
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA



## Recuento de nivel de ingresos



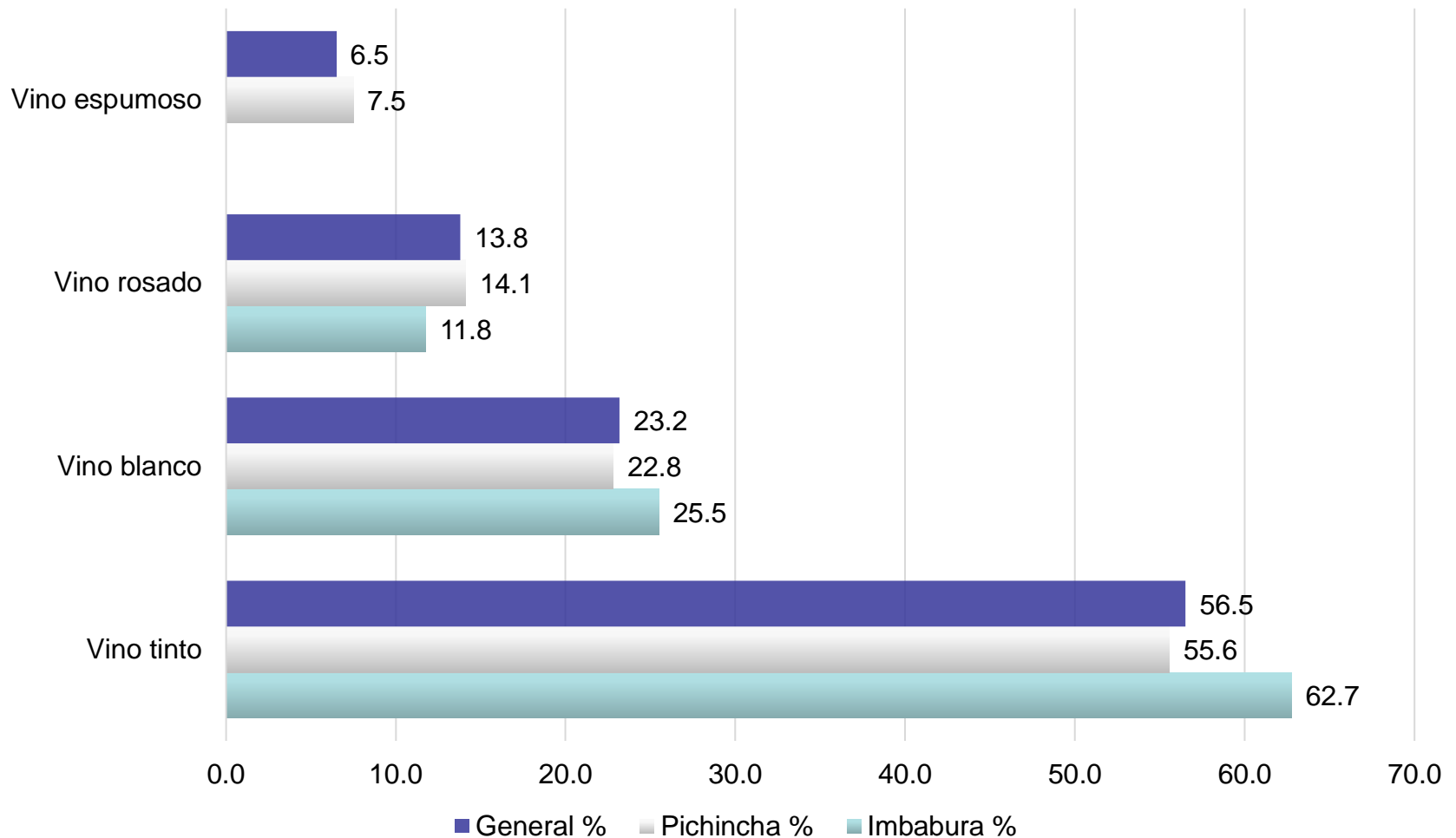


# DEMANDA DEL CONSUMIDOR

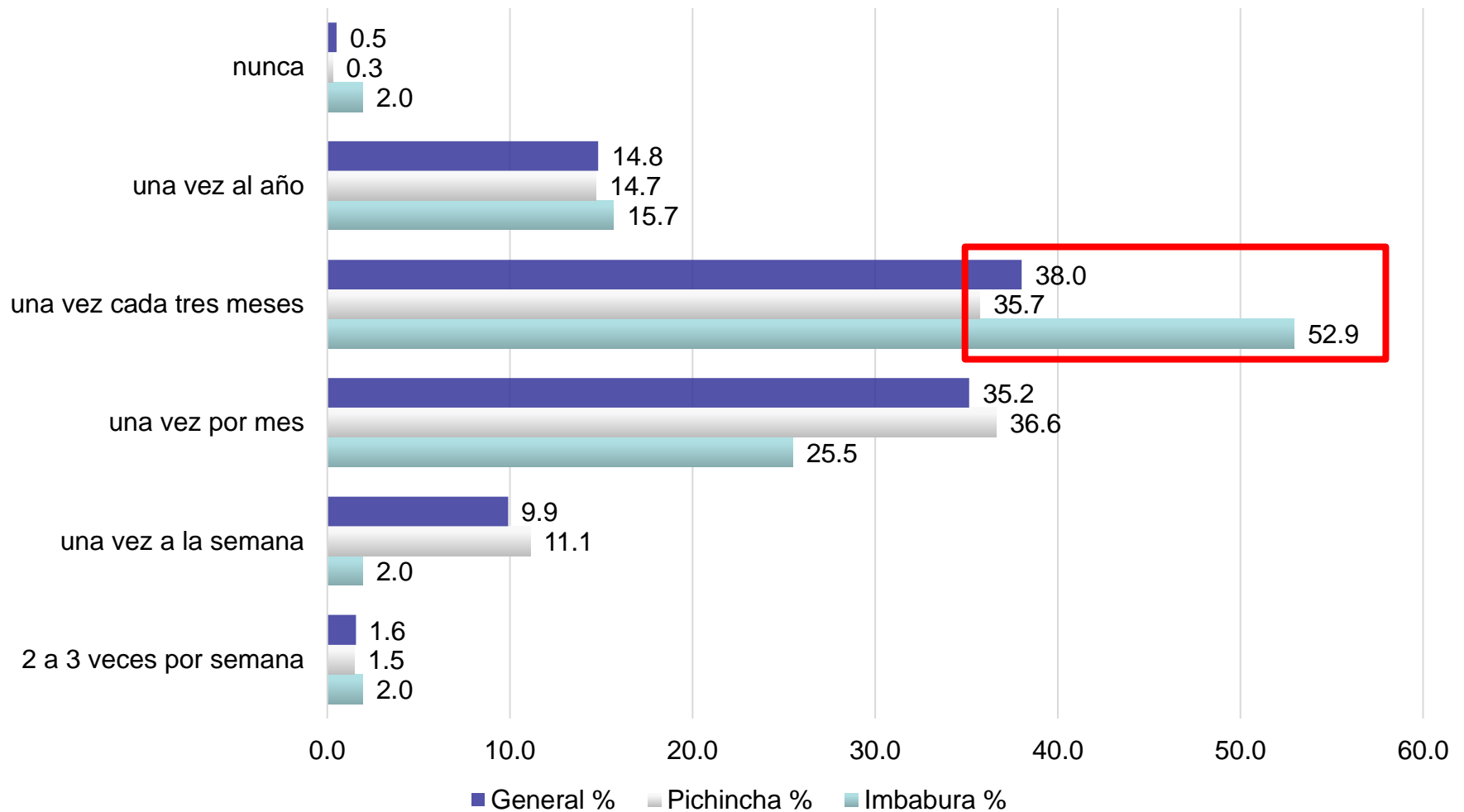


# RESULTADOS

## Porcentaje de preferencia de tipo de vino

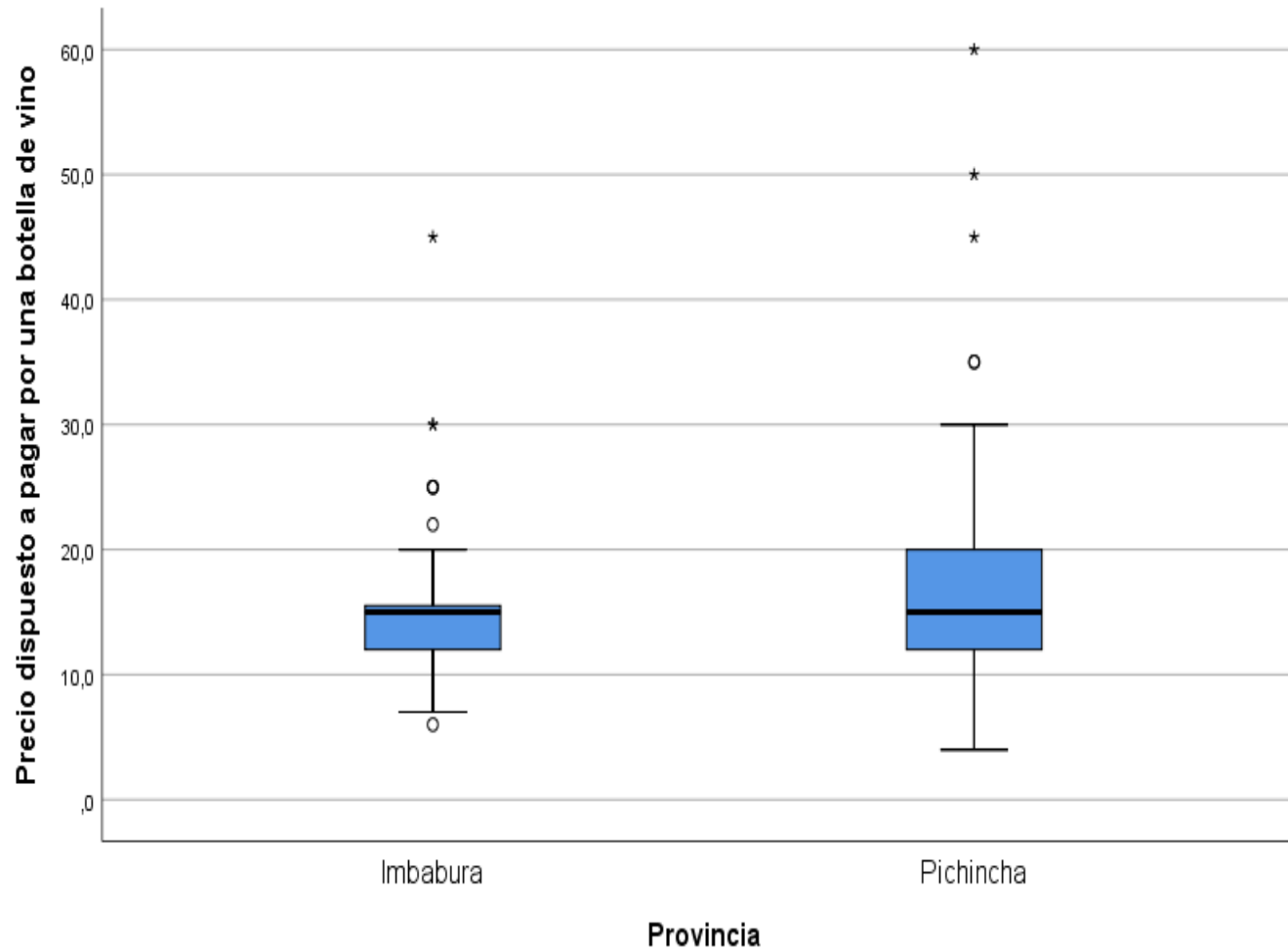


## Porcentaje de frecuencia de consumo

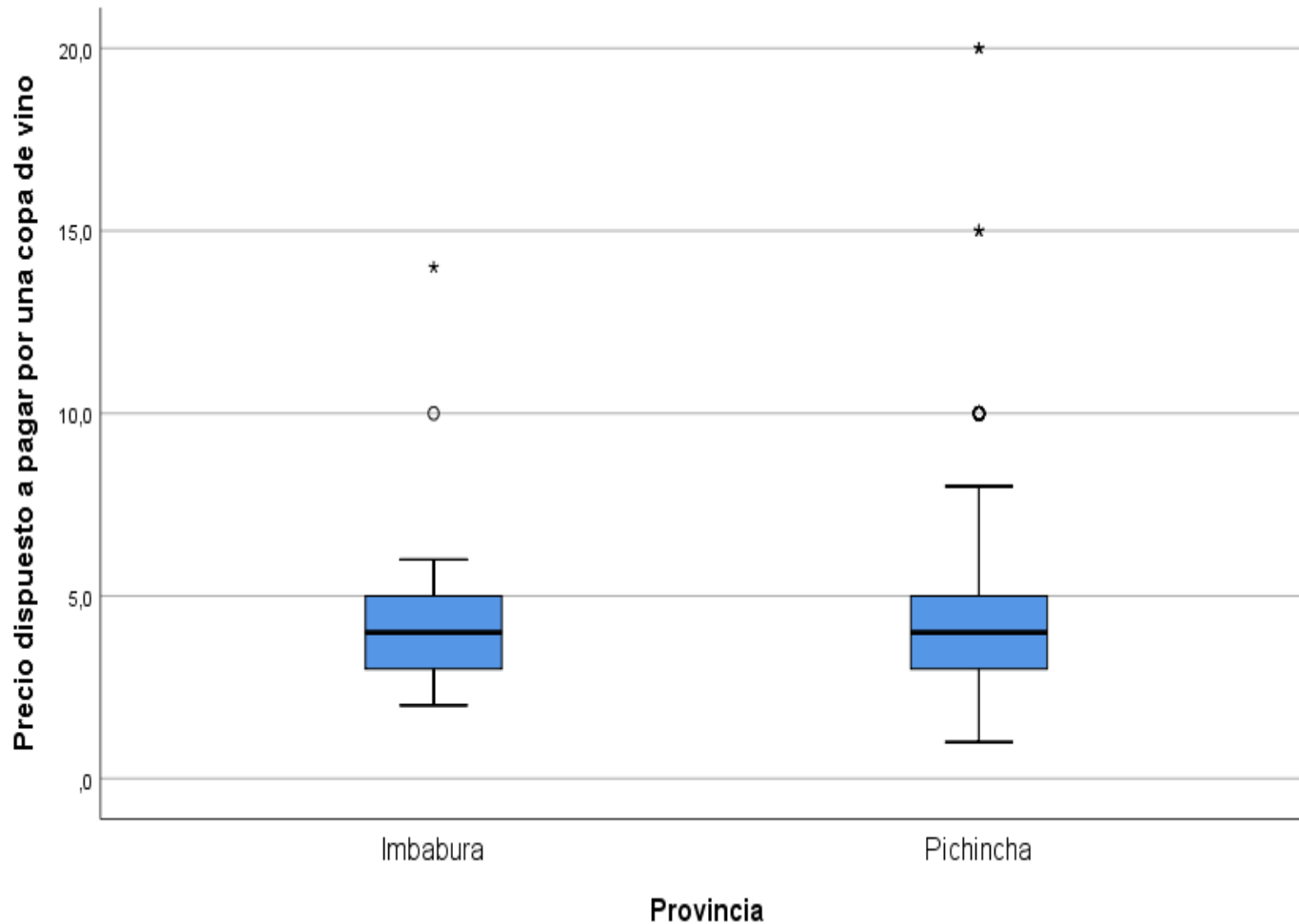


# RESULTADOS

Precio dispuesto a pagar por botella



**ESPE**  
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS  
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA



# RESULTADOS

Provincia	Nivel Socioeconómico	Tipo de vino	Cantidad	Precio (\$)	
				Botella	Copa
Imbabura	Medio	Vino tinto	29	15.72	4.17
		Vino blanco	11	14.64	3.46
		Vino rosado	6	11.33	3.17
	Alto	Vino tinto	3	22.33	6.00
		Vino blanco	2	12.50	4.00
Pichincha	Medio	Vino tinto	123	16.65	4.58
		Vino blanco	60	13.38	3.83
		Vino rosado	32	15.81	4.84
		Vino espumoso	18	14.72	3.61
	Alto	Vino tinto	62	19.03	5.57
		Vino blanco	16	17.19	5.50
		Vino rosado	15	17.40	4.80
General	Medio	Vino tinto	152	16.47	4.50
		Vino blanco	71	13.58	3.78
		Vino rosado	38	15.11	4.58
		Vino espumoso	18	14.72	3.61
	Alto	Vino tinto	65	19.19	5.59
		Vino blanco	18	16.67	5.33
		Vino rosado	15	17.40	4.80
		Vino espumoso	7	21.86	4.29

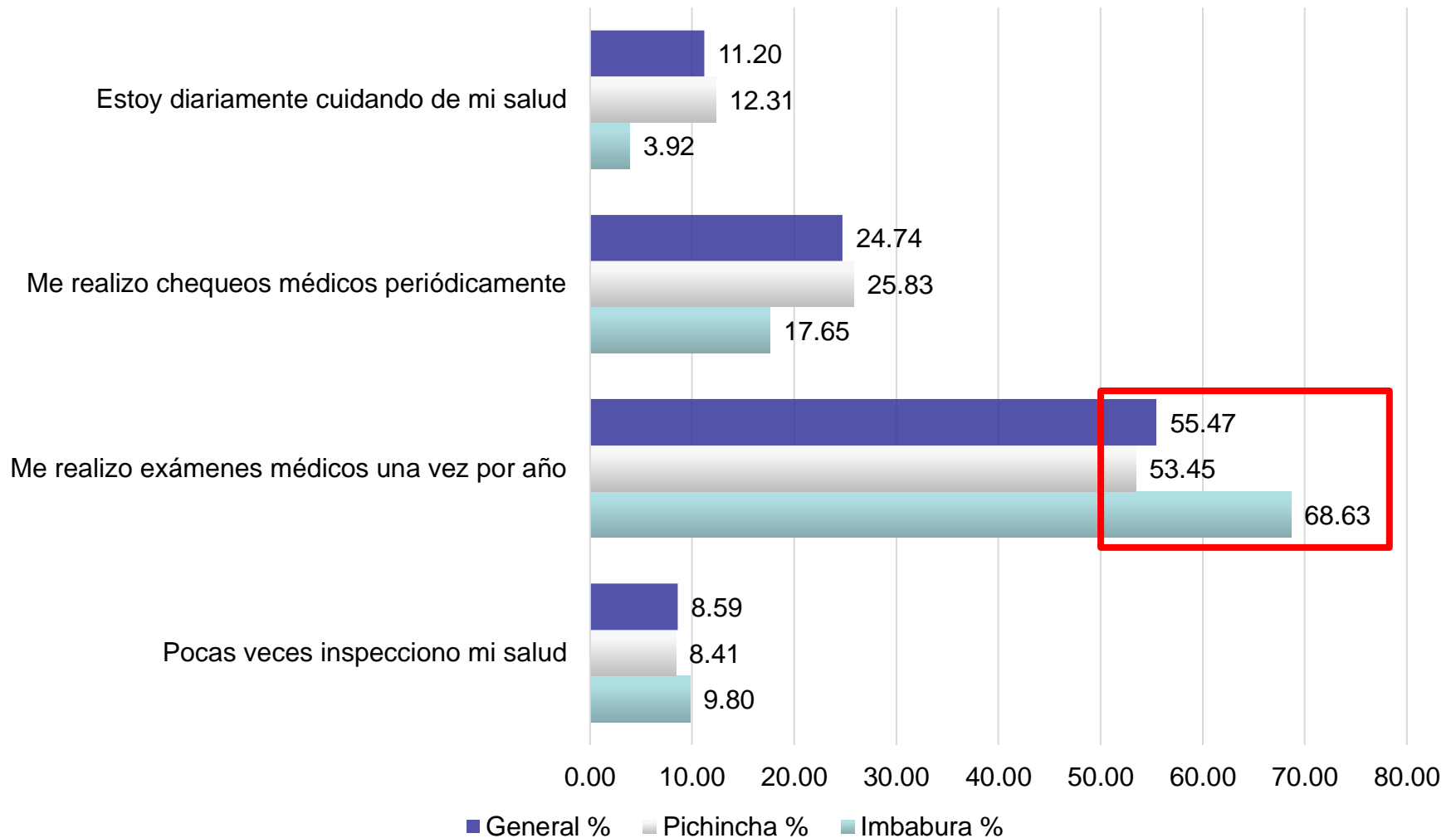


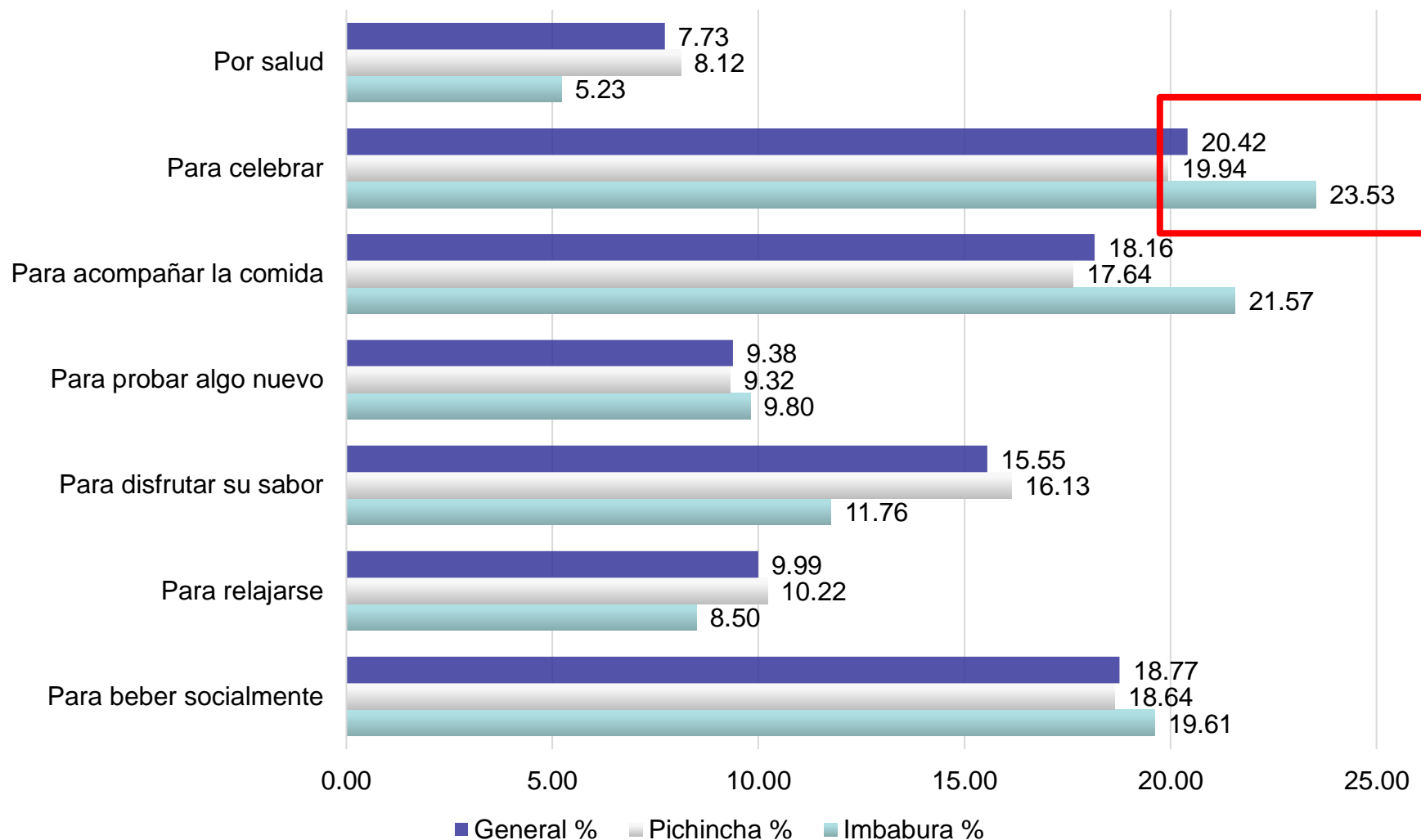


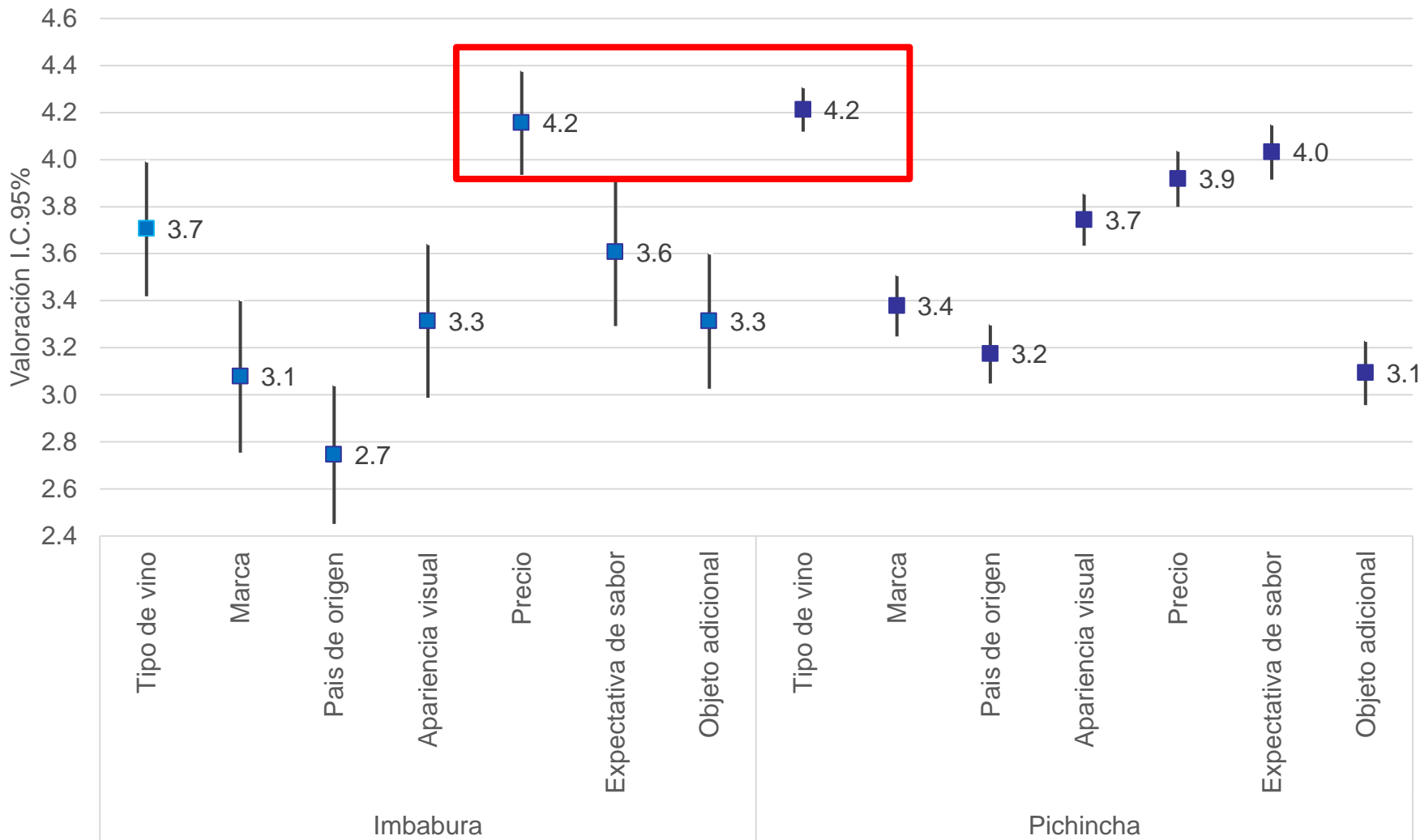
## PERCEPCIONES DEL CONSUMIDOR

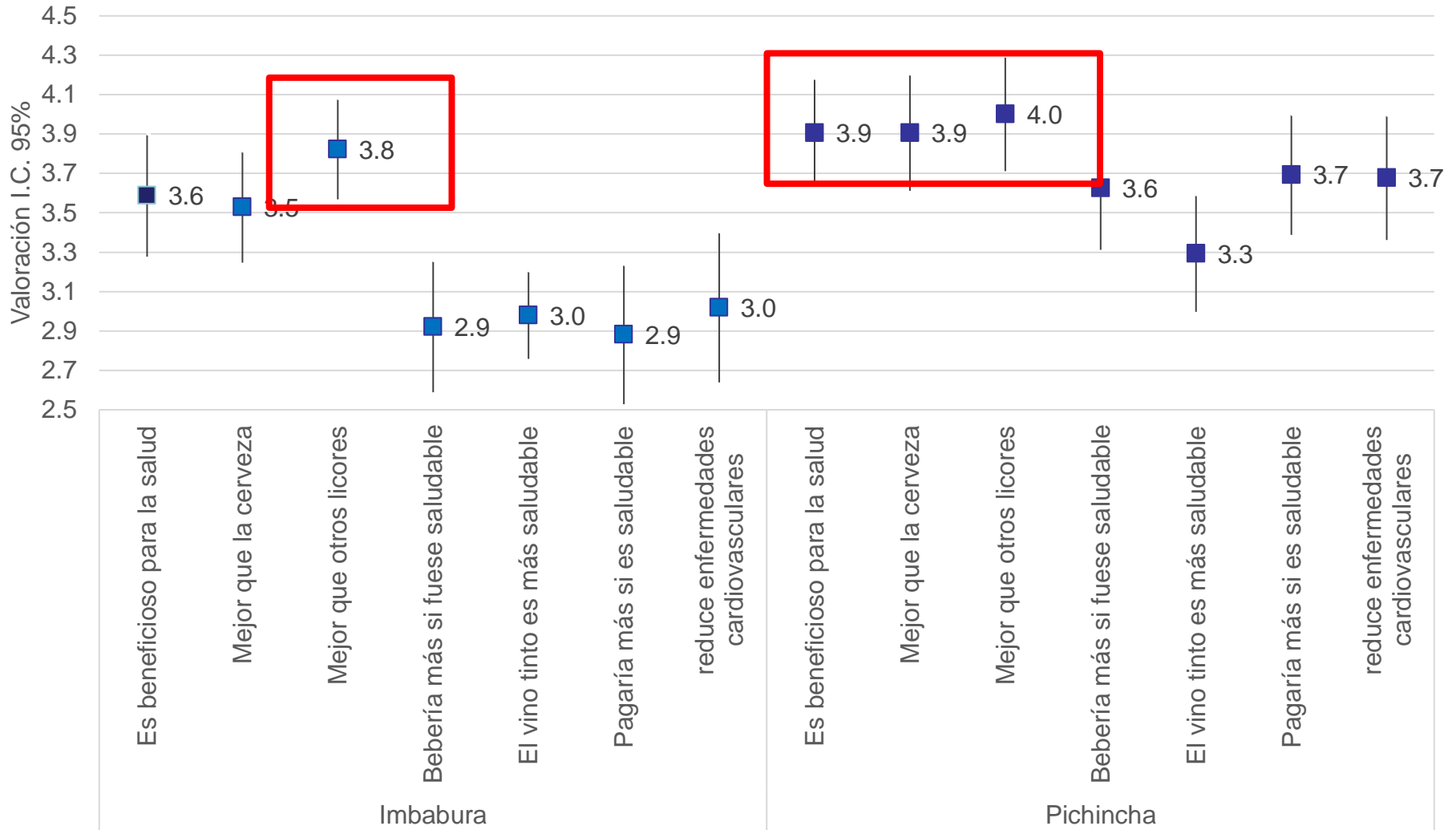


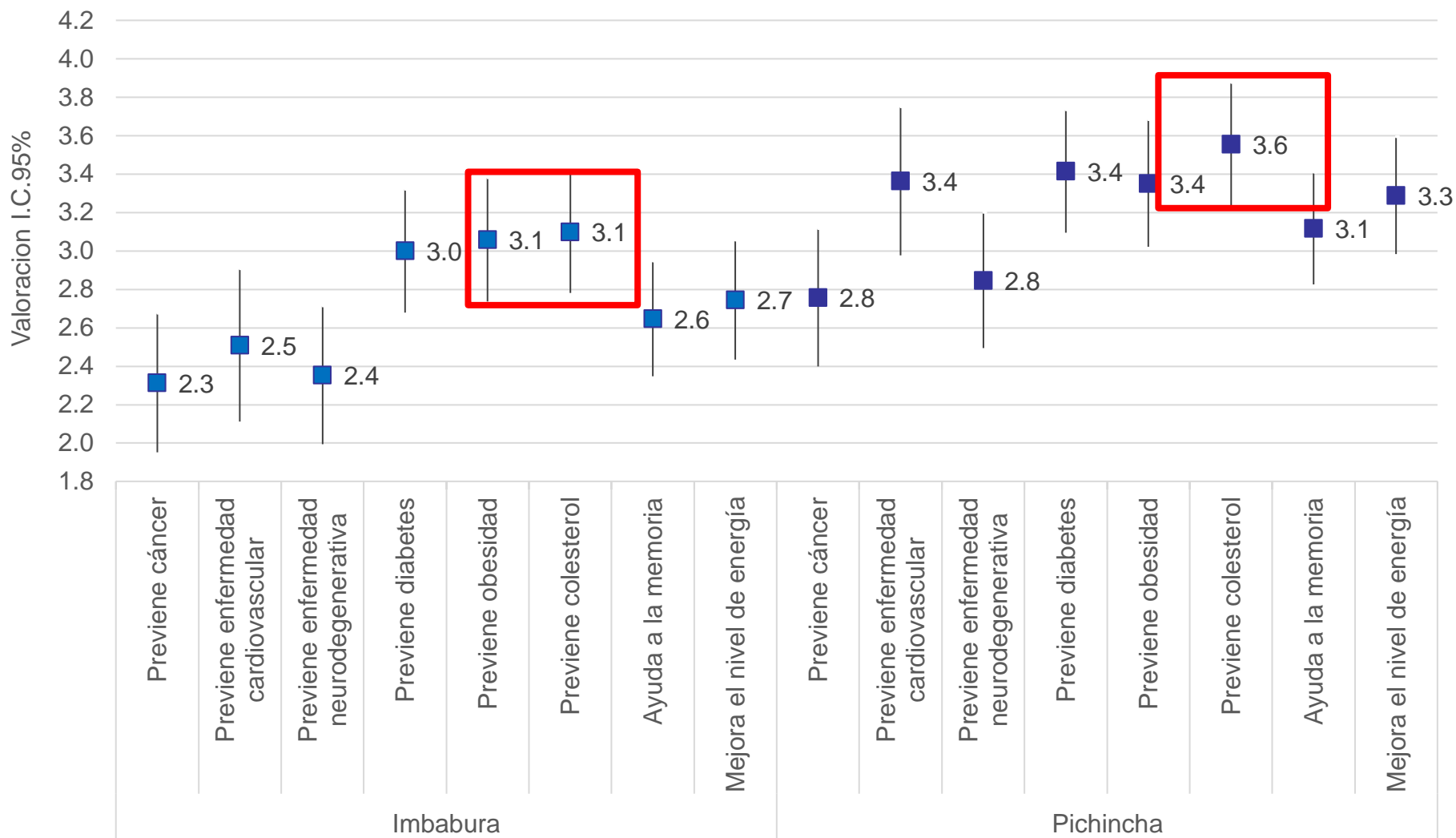
## Nivel de conciencia personal de la salud











## CAMBIO DE PARADIGMAS



Provincia	Factor de influencia	Precio				
		Nada importante	Ligeramente importante	Neutral	Muy importante	Extremadam. importante
Imbabura	Para beber socialmente			3	15	12
	Para relajarse		1	2	7	3
	Para disfrutar su sabor			3	8	7
	Para probar algo nuevo		1	2	5	7
	Para acompañar la comida		1	4	15	13
	Para celebrar		1	4	16	15
	Por salud		2	3	3	
Pichincha	Para beber socialmente	4	7	24	76	75
	Para relajarse	5	6	22	35	34
	Para disfrutar su sabor	9	11	33	58	50
	Para probar algo nuevo	5	5	15	30	38
	Para acompañar la comida	6	9	27	64	70
	Para celebrar	5	8	27	81	78
	Por salud	17	14	20	15	15



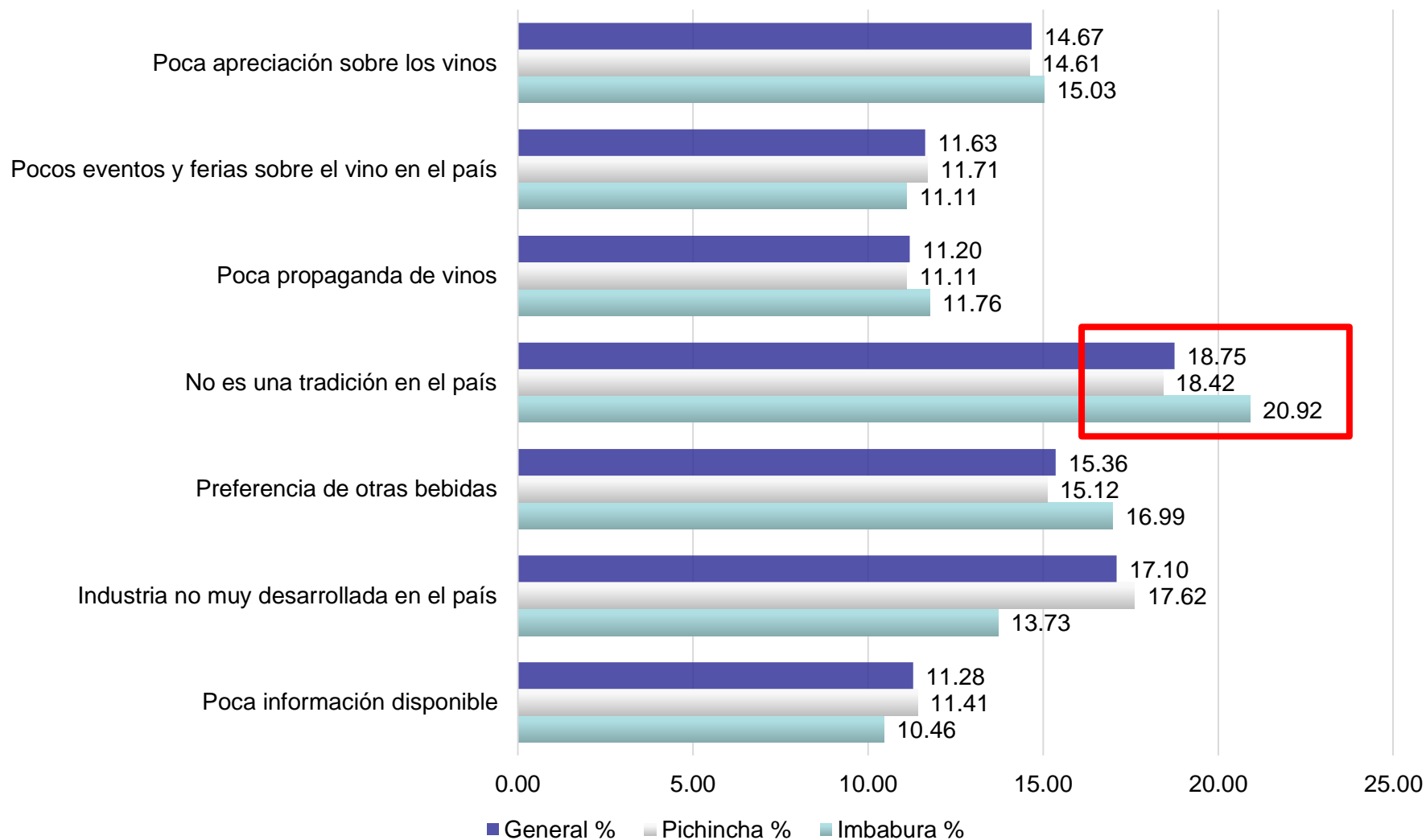


Provincia	Factores de influencia	Expectativa de sabor				
		Nada importante	Ligeramente importante	Neutral	Muy importante	Extremadamente importante
Imbabura	Para beber socialmente	1	7	9	8	5
	Para relajarse		2	2	3	6
	Para disfrutar su sabor		3	1	10	4
	Para probar algo nuevo		1	2	5	7
	Para acompañar la comida	1	7	9	8	8
	Para celebrar Por salud	1	10	10	7 4	8 4
Pichincha	Para beber socialmente	8	15	54	45	64
	Para relajarse	4	5	15	25	53
	Para disfrutar su sabor		6	20	43	92
	Para probar algo nuevo	1	7	19	21	45
	Para acompañar la comida	8	12	35	44	77
	Para celebrar Por salud	9	20	58	55 12	57 68

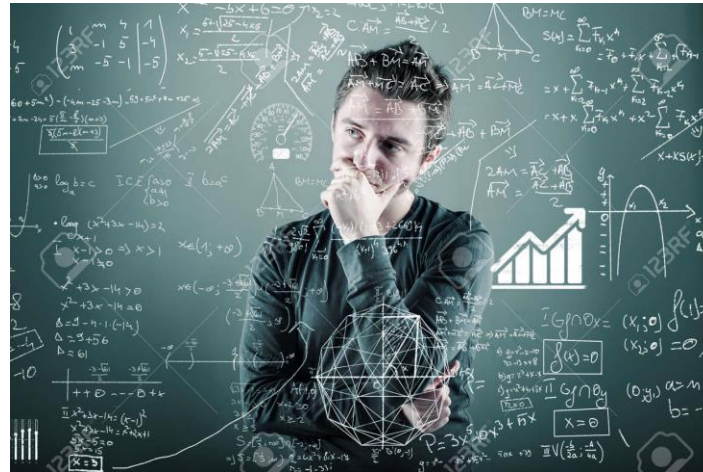


## FACTORES DE DESCONOCIMIENTO DEL CONSUMIDOR





# CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS



# RESULTADOS

Prueba Mann Whitney para las percepciones del vino es beneficioso para la salud en Imbabura y Pichincha

Variable	Significancia
El vino es beneficioso para la salud	0.056

- Ho: En Pichincha e Imbabura se asegura que el consumo moderado de vino es beneficioso para la salud.
- H1: En Pichincha e Imbabura se asegura que el consumo moderado de vino no es beneficioso para la salud.



# RESULTADOS

Prueba Mann Whitney para las percepciones del vino es beneficioso para la salud en Imbabura y Pichincha

Variable	Significancia
El vino es más saludable que otros licores	0.106

- Ho: En Pichincha e Imbabura se asegura que el consumo moderado de vino es más saludable que otro tipo de licores
- H1: En Pichincha e Imbabura se asegura que el consumo moderado de vino no es más saludable que otro tipo de licores



# RESULTADOS

Prueba Mann Whitney para las percepciones del vino es beneficioso para la salud en Imbabura y Pichincha

Variable	Significancia
El vino previene la obesidad	0.082

- Ho: En Pichincha e Imbabura se asegura que el consumo moderado de vino previene la obesidad
- H1: En Pichincha e Imbabura se asegura que el consumo moderado de vino previene la obesidad



# Capítulo 4

## ***CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES***





# CONCLUSIONES

- El perfil de consumidor de vino son personas de alrededor de los 35 años con tercer nivel de educación en su mayoría, que poseen vivienda y vehículo propio, tienen dependencia laboral y su rango promedio de ingresos de 425-1275 USD mensuales; y en su mayoría son pertenecientes al nivel socio económico medio.



# CONCLUSIONES

- El vino tinto es el tipo de vino más demandado y de mayor apreciación para las dos provincias, con una frecuencia de consumo de una vez cada tres meses y menos del 1% no consume vino; el precio promedio dispuesto a pagar por una botella y una copa son de 16.30 y 4.60 USD respectivamente.



# CONCLUSIONES

- Las principales causas que influyen sobre el desconocimiento del vino en Imbabura y Pichincha es que el vino que no es una tradición en el país.
- El factor más importante que influye para el consumo de vino es por efecto de eventos sociales y celebraciones en las dos provincias



# CONCLUSIONES

- Los cambios de paradigmas y el consumo de vino demuestran que hay asociación en Pichincha entre la importancia del precio y la expectativa del sabor al momento de adquirir un vino para alguna celebración o para beber socialmente.



# CONCLUSIONES

- Para la contrastación de hipótesis, la prueba de Mann Whitney demostró que las tres hipótesis nulas planteadas en el estudio, entre los beneficios del vino sobre sus efectos en la salud como: el vino es beneficioso para la salud, el vino es más saludable que otros licores y previene la obesidad son positivas en Pichincha e Imbabura.



# RECOMENDACIONES

- Se recomienda realizar estudios de mercado en otras provincias del país, para tener información amplia y específica sobre la cultura del vino en el Ecuador.
- Se recomienda realizar un estudio sobre el consumo de vino en las generaciones más jóvenes y ver sus preferencias sobre vinos.
- Se recomienda realizar un estudio para comparar el consumo de vino contra el consumo de nuevos licores de frutas mal llamados “vinos de frutas”.



# GRACIAS



**ESPE**  
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS  
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA