

Plan de mercadeo para el arrechón y viche curao como bebidas exóticas del litoral Pacífico colombiano

Daniela Tobón Bedoya
Keidy Neliza Pino Cabrera
Yeraldín Mejía Rave
Universidad Católica Luis Amigó



Resumen

El arrechón y el viche curao son bebidas alcohólicas colombianas, representan la historia de los pueblos racializados del pacífico y el legado de los antepasados esclavizados, formando parte del componente cultural, tradicional y patrimonial del país. El objetivo es posicionar las bebidas exóticas del litoral Pacífico colombiano para promocionarlas como licores tradicionales de Colombia. La metodología fue descriptiva y cualitativa: se plantea una estrategia de marketing, caracterización de las empresas para crear alianzas estratégicas y se determinaron los organismos nacionales, entidades, agencias y fundaciones de apoyo en la creación de la marca con denominación de origen protegida (DOP). La revisión de literatura es proveniente de las bases de datos de Procolombia, Ministerio de Cultura de Colombia, Organización Mundial de la Salud (OMS), Universidad del Pacífico, y *Revista Estudios del Pacífico Colombiano*, donde se obtuvo información acerca del origen de esta tradición, su estado actual y estadísticas de consumo de las bebidas alcohólicas. Los hallazgos se relacionan con la creación de la marca, como una herramienta fundamental en la promoción de las bebidas como parte de la imagen e identidad de la nación a nivel mundial, brindando una alternativa a su desconocimiento actual por parte de la población nacional e internacional.

Palabras clave: bebidas alcohólicas; marca; marketing; conocimientos tradicionales; denominación de origen protegida.

Introducción

La historia de los pueblos racializados del Pacífico colombiano se ha caracterizado por el olvido estatal del que se derivan problemas de salubridad pública, pocas oportunidades en el sistema de educación y laboral, y desplazamiento a manos de grupos delincuenciales. El viche curao y el arrechón surgen como una solución que representa un sustento económico y contrarresta esta situación.

El legado de los antepasados esclavizados, que actuó inicialmente como medicina y distracción a la realidad que enfrentaban estas comunidades, representan en la actualidad la pujanza de los pueblos negros del litoral. Así, estas bebidas consumidas por las clases bajas y medias de la región en festividades y velorios son empleadas como medicina para enfermedades producidas por parásitos, como estimulante para la fertilidad en las mujeres y para entretenimiento. Una práctica ancestral que ha venido desde las pasadas generaciones y que hoy se conserva, otorgándole un toque diferencial y propio a esta región del país.

Colombia está lleno de muchas culturas que poseen saberes ancestrales, convirtiéndola en un paraíso gastronómico y turístico. Allí nacionales y extranjeros disfrutan y comparten sus experiencias con el mundo, haciendo del país un destino atractivo para visitar.

El presente documento narra las posibles formas y beneficios que trae apostar por los productos nacionales, los cuales se desconocen en gran parte del territorio, bebidas exóticas del litoral Pacífico, multiusos, únicas y de sabor característico como el viche curao y arrechón. Estas bebidas merecen ser probadas por todos al cumplir con todas las condiciones para posicionarse en el mercado.

Teniendo en cuenta el componente cultural, tradicional y patrimonial que representan estas bebidas, surge la idea de crear una marca nacional orientada en DOP, un certificado que indica de forma específica el lugar geográfico de procedencia del producto, y las costumbres inmersas en su proceso de producción por parte de la comunidad. Con ello, otorga una distinción respecto a los productos similares provenientes de otros lugares geográficos.

Las bebidas ancestrales siempre han estado presentes en la vida de las comunidades negras del litoral Pacífico colombiano, una tradición que ha venido generacionalmente. Es un proceso de empoderamiento en especial para las mujeres productoras de viche, puesto que a través de este se hace un reconocimiento de los saberes; además, se fortalece la confianza entre familiares y conocidos. Esta actividad productiva representa un enorme logro y crecimiento económico, al generar un sustento, desde el saber ancestral. No obstante, ayuda a contrarrestar los problemas producidos por la precariedad del entorno, violencia y la falta ingresos (Ibáñez, 2020).

Para la elaboración de las bebidas se necesitan plantas medicinales, remedios ancestrales del Pacífico que utilizan los habitantes de esta región para curar diversas enfermedades y aliviar sus dolencias, variedad de hierbas que se usan según la intención (Quiñones, 2020). La Superintendencia de Industria y Comercio considera que el viche es una bebida originaria de los tiempos coloniales, siendo la más apetecida junto al arrechón, durante las celebraciones del Festival Petronio Álvarez (Bohórquez, 2020). ProColombia (2019) expresa: “Este festival es un atractivo para llamar turistas extranjeros, y además sirve para mostrar lo más representativo del pacífico, como lo son las bebidas ancestrales del viche y sus derivados (el Arrechón, la tomaseca, el tumbacatre)”.

El Festival Petronio Álvarez aumentó la demanda turística, trayendo consigo un incremento considerablemente de la producción de derivados del viche como la crema de viche, el arrechón y el viche curao hace un par de décadas (Gómez, 2019). Grande (2020) menciona: “Estas bebidas el Viche y sus derivados son una bebida ancestral de carácter medicinales pero el consumidor final lo percibe de manera recreacional,

y en el mayor de los casos se sexualiza el producto, inclinándose finalmente por este último”. Es un producto sostenible, debido a que el Valle del Cauca es el principal productor de caña de azúcar, puesto que una sola siembra abastece cuatro cosechas, esta materia prima se encuentra disponible todo el año en Colombia (Materón y Orozco, 2019)

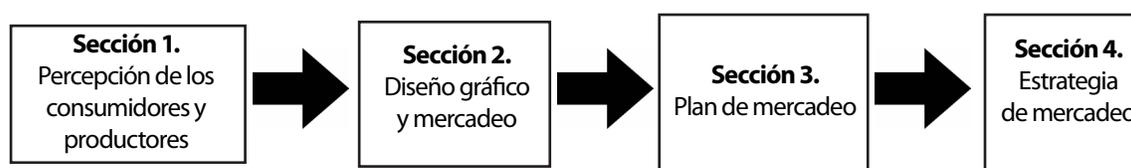
Es debido a esto el total mensual de botellas de Viche es de 40.806 solo entre 12 productores, permitiendo que este producto sea tenido en cuenta para exportar, gracias a que es ilimitado (Márquez y Morales, 2021). Por tal motivo, y partiendo de toda la información ya mencionada, el Congreso de la República de Colombia aprobó en plenaria la propuesta de Reyes Kuri.

Otros beneficios que traerá este proyecto serán la protección de la propiedad intelectual que tienen las comunidades sobre esta práctica y el acompañamiento para empoderar su producción. A esto, se le suman empresarios del viche como Sofia Arroyo Quiñones “muchos restaurantes de Cali y de ciudades como Cartagena quedaron encantados con el producto y lo utilizan para sus platos, cócteles o incluso venderlo” (Quintero, 2021).

Metodología

La investigación es descriptiva, de corte cualitativo, se utilizó fuentes secundarias que permitieron recolectar la información necesaria para dar respuesta al objetivo general de la investigación. Es así como tras una exhaustiva revisión de la literatura se tomarán referentes que contribuyan a apoyar el desarrollo del presente trabajo. Para alcanzar el reconocimiento de estas bebidas tradicionales como parte de la imagen e identidad de Colombia, el proyecto se encuentra dividido en cuatro secciones.

Figura 1: Secciones de la metodología en la investigación.



Fuente: Elaboración propia. 2021

La primera comprende un acercamiento donde mediante encuestas se busca conocer las percepciones de consumidores y productores acerca de las bebidas y determinar los aspectos relacionados con su producción. La segunda sección se encuentra enfocada al diseño gráfico y de mercadeo. En esta se realizará un cambio de imagen y se elaborará la tabla nutricional de ambas bebidas. La tercera sección ligada al plan de mercadeo abarca la caracterización de las empresas dedicadas a la producción y promoción del viche curao y el arrechón con las que se puede crear una coalición; así como de los organismos nacionales, entidades, agencias y fundaciones, que podrían servir como apoyo en la creación de la marca DOP. Finalmente, una vez desarrolladas cada una de estas actividades se elaborará una estrategia de marketing orientada a la promoción de las bebidas, que permita el alcance del reconocimiento y posicionamiento planteados.

Los datos recolectados se obtienen de fuentes primarias que comprenden encuestas a los consumidores y entrevistas realizadas a los productores de viche curao y arrechón en la región. La revisión de la literatura se realiza en bases de datos y páginas oficiales enfocadas al origen de esta tradición, su estado actual, la ruta que emprende el viche curao y el consumo de bebidas alcohólicas a nivel mundial.

Discusión y resultados

El arrechón y el viche curao son productos fabricados por las comunidades afrodescendientes del Pacífico colombiano, siendo parte de una herencia cultural de los pueblos que conforman esta región del país, pueblos que han adoptado y utilizado el conocimiento ligado a dichas tradiciones milenarias, para generar el desarrollo de sus comunidades. Hablar de bebidas ancestrales puede ser un tema poco conocido por las personas, no obstante, el origen de estas se remonta al siglo XVI, consolidándose desde entonces como un referente fundamental en el desarrollo cultural de los territorios y comunidades del Pacífico, puesto que trasladaban esclavos de África para transportar la caña, habituándose de esta manera con sus características (Cenicaña, 2014).

Este legado de los antepasados esclavizados inició como medicina y distracción frente a la realidad que enfrentaban. Tal y como lo afirmaba Grande (2020), dichas prácticas han sido perseguidas en diversos momentos de la historia, siendo su conservación el resultado de la resistencia de los pueblos que las han hecho sobrevivir. Cuando se empezaron a implementar en festividades la iglesia católica decidió perseguir estas prácticas, en épocas del surgimiento de la república fueron estigmatizadas, capturaban a los productores y comercializadores del viche, más tarde, a principios del siglo XX fueron perseguidas por los fabricantes de aguardiente y cerveza, dado que representaba su principal competencia (Grande, 2020).

Desde entonces, los sistemas de producción que se han generado a partir de la interacción de la comunidad con su hábitat han permitido el crear productos autóctonos representativos de su comunidad. Al igual que estas bebidas ancestrales son un conjunto de prácticas espirituales y medicinales, y conocimientos que han sido transmitidos a través del tiempo.

Conclusiones

El sabor característico del arrechón y el viche curao, las infinidades de usos que tienen, la gran aceptación por parte de los turistas que las han consumido, así como el hecho de que destiladores expertos las han analizado, estableciendo que tienen la calidad de cualquier otro licor tradicional como la ginebra o el whisky (Congreso de la República de Colombia, 2021); son razones suficientes para pensar en la necesidad de dar a conocerlas, de traspasar fronteras y mostrar en el exterior la gran diversidad que tiene el Pacífico colombiano. Con esto, garantizando la conservación y el reconocimiento de estas prácticas como patrimonio cultural con el potencial de ser nuestra marca país.

Referencias

- Bohórquez, E. (2020, diciembre 14). *Iniciativa para conjurar luchas de comunidades por evitar que bebidas ancestrales sean para lucro*. El Tiempo. <https://www.eltiempo.com/colombia/cali/noticias-de-cali-el-arrechon-el-tumbacatres-y-viche-reciben-proteccion-del-congreso-554587>
- Cenicaña. (2014, noviembre 11). *Fechas históricas de la agroindustria de la caña en Colombia*. <https://www.cenicana.org/fechas-historicas-de-la-agroindustria-de-la-cana-en-colombia/>
- Congreso de la República de Colombia. (2021, abril 27). *El Congreso aprobó proyecto de ley llevará el sabor del Pacífico al mundo*. <https://www.camara.gov.co/el-congreso-aprobo-proyecto-de-ley-llevara-el-sabor-del-pacifico-al-mundo>
- Gómez, J. (2019, agosto 19). *Viche, arrechón, tumbacatre: una breve guía a las bebidas tradicionales del Pacífico*. Semana. <https://www.semana.com/agenda/articulo/viche-arrechon-tumbacatre-una-breve-guia-a-las-bebidas-tradicionales-del-pacifico/77143/>

- Grande, J. (2020). *Propuesta para resolver la barrera de mercado para la comercialización del viche y sus derivados* [Trabajo de grado, Universidad ICESI]. Repositorio institucional Universidad ICESI. https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/handle/10906/87458
- Ibáñez, S. (2020). *Proceso de empoderamiento de las mujeres vicheras/bicheras del pacífico colombiano* [Tesis de maestría, Universidad del Valle]. Repositorio institucional Universidad del Valle. <https://bibliotecadigital.univalle.edu.co/handle/10893/20204>
- Márquez, K. y Morales, G. (2021). *Caracterización de la oferta de producción real del destilado campeón [viche], mediante la identificación de productores activos, con miras a encontrar mercados posibles de exportación: una mirada a la zona de Buenaventura – Valle del Cauca* [Trabajo de grado, Universidad ICESI]. Repositorio institucional Universidad ICESI <http://repositorio.uan.edu.co/handle/123456789/4557>
- Materón, L. y Orozco, D. (2019). *Plan de marketing internacional de las bebidas ancestrales* [Trabajo de grado, Universidad ICESI]. Repositorio institucional Universidad ICESI. https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/handle/10906/87408
- Procolombia. (s.f.). *Festival Petronio Álvarez*. <https://procolombia.co/noticias/festival-petronio-alvarez-joya-cultural-del-pacifico>
- Quiñones, F. A. (2020). *Determinación de las condiciones básicas de estandarización del proceso de producción de un licor tradicional para raigambre Gota del Pacífico* [Trabajo de grado, Universidad de Antioquia]. Repositorio institucional Universidad de Antioquia. <https://bibliotecadigital.udea.edu.co/handle/10495/16979>