

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

El objetivo del presente capítulo es comprender mejor la situación actual del vino mexicano mediante una breve recopilación sobre el inicio del vino en México, las principales regiones vinícolas, casas productoras y su consumo en el país; para así realizar el estudio sobre la aceptación y consumo del vino nacional en una muestra de la ciudad de Puebla.

2.1 Breve historia del vino en México

México, importante productor de vinos escaso consumidor de ellos, es el más antiguo fabricante vinícola de América. Sus orígenes se remontan desde la época precolombina en la que los indígenas utilizaban las vides salvajes para hacer una bebida a la que agregaban frutas y miel. Sin embargo, de acuerdo a D'Acosta (1987) la historia de la viticultura mexicana como tal se inicia en el siglo XVI con la llegada de los españoles al Nuevo Mundo, y por consiguiente de la *Vitis vinífera* que es la especie más apropiada para la elaboración de vinos de calidad, a diferencia de la *Vitis rupestris*, *Vitis labrusca* y *Vitis barlandieri* que eran las utilizadas por las poblaciones locales antes de la llegada de los españoles.

Así, la vid estuvo presente en la fundación del Nuevo Mundo ya que desde que llegaron los conquistadores y misioneros a lo que hoy es México, mandaron a traer vides europeas debido a que eran fundamentales en su dieta cotidiana y en las celebraciones eucarísticas. El viñedo de la Nueva España se extendió a partir de la capital del virreinato hacia las regiones septentrionales, Baja California y Sonora; cabe mencionar que en esta época los viñedos de la provincia de Puebla de los Ángeles (Huejotzingo y Tehuacán) fueron reconocidos por el virrey. Al adaptarse estas vides se volvieron lo suficientemente productivas para la elaboración de vino y aguardiente, razón por la que poco a poco dejó de ser utilizado solamente en misas, por los reyes y la gente de poder. Al darse cuenta de esto, la corona española prohibió la siembra de más viñas en México permitiendo sólo utilizar las ya existentes por el temor de que se volviera competencia para el vino peninsular. Los misioneros se negaron a acatar dicha disposición y continuaron difundiendo en pequeña escala la elaboración del vino con fines sacramentales.

Aunque en el siglo XIX las leyes que prohibían la plantación de viñedos en la Nueva España fueron anuladas, no se incrementó el consumo ni la producción, es más, este siglo representó el de mayor retroceso en la vitivinicultura mexicana (Baeza, 2000). El desarrollo vinícola se detuvo como resultado de la guerra de Independencia, y después, la pérdida de los territorios del norte hizo que las hectáreas del viñedo mexicano se redujeran.

Fue hasta 1917 que los vinos mexicanos se empezaron a producir seriamente, pero los resultados no fueron muy buenos pues el vino mexicano carecía de personalidad por factores como la insuficiencia de conocimiento de la viticultura, la utilización de equipo defectuoso y la selección inadecuada de las variedades de uva.

Años después la producción y consumo del vino en México prosperó debido a la influencia que los españoles amantes del vino ejercieron en la población local; dichos amantes provenían de la migración que ocasionó la guerra civil en España. La industria local elaboraba sustitutos que trataban de imitar las características de los vinos españoles, logrando un equilibrio entre los vinos nacionales y los de importación.

Un año notable para la industria del vino en México fue 1948, ya que 15 de las más importantes empresas productoras de vinos formaron la Asociación Nacional de Vitivinicultores y en los siguientes seis años se afiliaron 14 compañías más. Posteriormente, durante la década de los años 70 se inició una nueva etapa para el consumo de los vinos en el país, las principales empresas productoras de brandies aumentaron la elaboración de vinos de mesa como respuesta a las medidas creadas por el gobierno para disminuir el consumo de bebidas alcohólicas. Aunado a esto, la calidad de los vinos mexicanos mejoró debido a la implantación de uvas seleccionadas, la instalación de cavas de vinificación y la integración de los procesos de la ciencia enológica moderna (Peynaud, 1986).

Para 1980 la Oficina Internacional del Vino eligió a México como sede para la celebración de su Asamblea Anual lo que significó que el resto del mundo comenzara a reconocer al país como un reciente productor de vinos. En esta misma década la crisis económica provocó problemas en la importación de mercancías trayendo como consecuencia un favorable aumento en el consumo de vinos nacionales como sustituto de los productos extranjeros para los residentes ya aficionados al vino. Lamentablemente esta condición positiva duró poco ya que al reabrirse las fronteras como consecuencia de los tratados de libre comercio con América del Norte y Chile se empezaron a comercializar vinos extranjeros en forma amplia e indiscriminada, lo que obligó el cierre de más de 50

compañías productoras de vino (Jarero, 2002). En ese entonces se atribuyó este fracaso al poco apoyo por parte de las autoridades mexicanas, ahora se sabe que la verdadera razón por la que se originó este problema fue que las casas vinícolas mexicanas más que preocuparse por la calidad del vino, le daban mayor énfasis al volumen; hecho que no se hacía evidente ante la falta de competencia (Poncelis, 2003).

Dicha situación cambió a finales de los 80 y principios de los 90, gracias al esfuerzo de un gran número de productores dedicados a crear vino mexicano de alta calidad y por otro lado, a la segunda oleada de vinos del Nuevo Mundo que de acuerdo a la Asociación Nacional de Vitivinicultores (2004), estos vinos son los que se producen en lugares que no necesariamente tienen una tradición vitivinícola centenaria de alta calidad.

Los californianos, australianos, sudafricanos y chilenos siendo precursores de los vinos del Nuevo Mundo fueron los primeros en ofrecer productos de calidad a la altura de los países vitivinicultores tradicionales. De esta manera, los estereotipos como la denominación de origen y *appellations controlées* empezaron a ser cuestionados al demostrarse que estos productos vinícolas podían competir con los buenos vinos españoles, italianos y franceses que aunque no tuvieran características similares, poseían la misma calidad.

En el caso de México fue hasta la segunda oleada de vinos del Nuevo Mundo que, junto con los neozelandeses y argentinos, empezaron a expandirse en los principales mercados internacionales (Asociación Nacional de Vitivinicultores, 2004). Dicha situación fue posible con el proyecto de Santo Tomás y Monte Xanic ya que fueron éstas las primeras vinícolas mexicanas dedicadas a la producción de vino de calidad pues contaban con estándares internacionales reconocidos por especialistas. Además, el vino de Monte Xanic fue impulsado

por la élite política de ese tiempo debido a que era éste, el vino que se bebía en Los Pinos. Aún así, de acuerdo a Poncelis (2003), al vino mexicano le ha costado más de 15 años limpiar su mala imagen y así volver a ser competitivos con los vinos extranjeros.

2.2 Regiones vinícolas

De acuerdo a Baeza (2000), México produce vino en zonas muy distantes unas de otras, y con características climáticas y geográficas dispares. Actualmente en el país cerca de 3 mil 500 hectáreas están dedicadas a la siembra de uva con fines vinícolas, y de acuerdo a Luis Alberto Cetto, presidente de la Asociación Nacional de Vitivinicultores, citado por Hernández (2002b), en el 2002 la producción de vinos alcanzó 11 millones de litros. Dichas hectáreas conforman los viñedos que pueden ser clasificados de varias maneras, y de acuerdo al criterio geográfico existen tres zonas vinícolas en México: zona norte, comarca lagunera y zona centro (ver Anexo C).

2.2.1 Zona norte

Baja California y Sonora

En el estado de Sonora se produce la cantidad más grande de uva en toda la Republica Mexicana, y aunque el clima no es considerado el mejor para la producción de vino se obtiene un gran número de uva de mesa, uva pasa y aguardiente. Hermosillo y Caborca son las dos zonas vitícolas más importantes.

Por otro lado, los viñedos de Baja California se encuentran en el área sur de la línea fronteriza que se extiende desde Mexicali hasta Ensenada, en la costa del Pacífico. Ésta es la zona templada conocida como la franja del vino, cuyas propiedades climáticas: inviernos húmedos y veranos secos y templados, permiten obtener cosechas de máxima calidad. Las zonas de cultivo mas importantes son: Valle de Guadalupe, Valle de Calafia, la zona de Tecate, Valle de Santo Tomas, San Vicente, Valle de Mexicali, Tijuana, Ensenada y Santo Domingo (Vino Mexicano, 2003).

Del total de los vinos elaborados en México, el 83 % son producidos en esta zona (Luna, 2003), considerada la más importante del país pues cuenta ya con 14 casas productoras de vino, entre las que destacan las siguientes tres por orden de tamaño en su producción: L.A. Cetto, Industrias Pedro Domecq y Bodegas de Santo Tomás. Sin embargo, existen otras vinícolas pequeñas que han destacado por la buena calidad de su vino.

1. Vitivinícola L.A. Cetto

Su fundador, Don Angelo Cetto llegó a México en el año 1926, adquiriendo posteriormente tres viñedos en la zona de Baja California, hecho que marcó el inicio de la Vitivinícola L.A. Cetto, establecida en 1975. Don Luis, L.A. Cetto, Castillo del Rhin y Champbrulé (espumoso) son marcas de esta vitivinícola y algunas de las cepas que forman sus viñedos son: Zinfandel, Chenin Blanc, Cabernet Sauvignon, Chardonnay, Nebbiolo, Sauvignon Blanc, Petite Sirah y Merlot.

2. Casa Domecq

Para 1948 el consumo de brandy y jerez de procedencia española era ampliamente demandado en el mercado mexicano. Ante esta situación Don Pedro Domecq González y Don

Antonio Ariza Cañadilla crearon la Casa Pedro Domecq en México la cual pretendía satisfacer las demandas de estos productos y también resolver los problemas de importación que las disposiciones gubernamentales estaban generando.

En 1994 Allied-Lyons adquirió a Domecq México para crear el grupo Allied Domecq dedicado a la comercialización y producción de bebidas alcohólicas que según Hernández (2002a) es uno de los cinco productores de vino más importantes del mundo. Esta Casa elabora líneas de vino que van desde económicas hasta premium dentro de las que se encuentran Reyes, Varietales XA, Reserva Real, Chateau Domecq y Cava Reservada. Para la elaboración de dichos productos se utilizan uvas como French Colombard, Riesling, Cabernet Sauvignon, Merlot, Chenin Blanc y Sauvignon Blanc.

3. Bodegas de Santo Tomás

En 1888 Don Francisco Andonegui funda la primera bodega comercial de Baja California llamada Bodegas de Santo Tomás que hasta nuestros días ha mantenido su tradición histórica y vocación vinícola. Desde hace seis años y por la nueva visión de la empresa la producción de las Bodegas de Santo Tomás ha disminuido para enfocarse a obtener volúmenes menores pero de mayor calidad.

Su vino premium es el Duetto pero maneja más marcas como Santo Tomás, Único, Misión, Vinos San Emilio y Calviñe (espumoso). Las cepas que se utilizan para la elaboración de estos vinos son, entre otras, Cabernet Sauvignon, Merlot, Chenin Blanc, Sauvignon Blanc, Chardonnay, Barbera y Calviñe.

4. Monte Xanic

Esta casa vinícola es la creación de Ricardo Hojel y Hans Backhoff, entre otros amigos que en 1987 confiaron en el potencial del Valle de Guadalupe para la elaboración de buenos vinos. Algunas de las etiquetas que maneja esta vinícola localizada al noreste de Ensenada son Viña Kristel, Calixa, Monte Xanic y Gran Ricardo. Los tipos de vinos y cepas que utilizan son Chenin Blanc, Sauvignon Blanc, Chardonnay, Semillón, Cabernet Sauvignon, Cabernet Franc, Merlot, Petit-Verdot, Malbec y Syrah.

5. Casa de Piedra

La primera cosecha de esta pequeña vinícola, pues únicamente produce 600 cajas al año, fue la de 1997. Su propietario y enólogo, Hugo D'Acosta, en un principio elaboraba exclusivamente dos marcas: Vino de Piedra (tinto) en el que utilizan una mezcla de Tempranillo-Cabernet Sauvignon y Piedra de Sol, vino blanco 100% Chardonnay. En el 2003 lanzó una nueva línea de vinos denominados Ácrata que no pretenden competir con ninguna otra bodega pues están elaborados con uvas autóctonas como Ugni Blanc, Rosola y Moscatel, en lugar de otras más populares. Dicha nueva línea se encuentra compuesta por los tintos Ácrata y Tinto del Valle; el blanco, Sinónimo; y el rosado, Tacha.

6. Chateau Camou

Ubicada en el Valle de Guadalupe, esta vinícola es fundada en 1984 por Ernesto Álvarez-Morphy quien años más tarde se asociaría con Fernando Favela. Al contrario que otras bodegas que vinificaron de inmediato, ellos eligieron primero hacer los viñedos y esperar años hasta obtener las uvas que consideraban de óptima calidad. Dentro de las marcas más destacadas que esta casa maneja están Gran Vino Tinto, Flor de Guadalupe y Viñas de Camou (Jarero, 2002).

7. Pequeñas vinícolas de Baja California

Desde 1983 han surgido una serie de bodegas dedicadas a la producción de vinos a los que se les ha denominado vinos de culto, de autor o de alta expresión. Tales casas vinícolas, también llamadas bodegas boutique, además de manifestar en sus vinos el carácter de cada una de las micro regiones de Baja California, tienen una producción reducida, su promoción es prácticamente de boca en boca y sus vinos se caracterizan por venderse por lo general a precios altos (Gerschman y Ruvalcaba, 2002).

La primera de estas bodegas fue Cavas Valmar que aunque en 1983 surgió en el estacionamiento de un rancho al sur de Ensenada, hoy ya posee una vinícola en crecimiento que de acuerdo a Gerschman y Ruvalcaba (2002), planea llegar a las 5,000 cajas de vino producidas para el 2005.

Entretanto, en la década de los 80 también nació la bodega Mogor Badan, una de las que más ha conservado la tradición familiar. Su actual dueño, Antonio Badan que incluso el autor de las etiquetas de sus vinos, trabaja con la idea de hacer vino en cantidades limitadas, pero sobretodo, que exprese las características de Baja California y en concreto las de San Antonio de las Minas, región donde se encuentran sus viñedos (Asociación Nacional de Vitivinicultores, 2004).

Posteriormente, nació la ya mencionada Monte Xanic que como afirma Poncelis (2003), fue la que más contribuyó a reforzar la idea de elaborar vinos nacionales caros y de gran calidad. Más tarde surgió en 1998 la primera cosecha formal de la bodega Viña Liceaga, ya que fue en ese año cuando decidió hacer los procesos de vinificación en sus propias hectáreas. También en 1998 se constituyó formalmente Casa Bibayoff la cual llevaba varias

décadas haciendo vinos caseros; a diferencia de otras bodegas, ésta no pretende aumentar mucho su producción pues como mencionó su propietario David Bibayoff (citado en Torres, 2002), planea llegar a las 2,000 cajas en unos años y ahí quedarse.

Asimismo, después se fundaron otras pequeñas casas vinícolas, entre las últimas que aparecieron se encuentra Alborada Guadalupe. Esta empresa familiar la inició Pau Pijoan en 1999 y elaboró sus primeros vinos en el 2001 con la asesoría de Hugo D'Acosta, propietario de Casa de Piedra (Gerschman y Ruvalcaba, 2002). Otra vinícola que apareció en estos últimos años fue Adobe Guadalupe que a pesar de que plantaron sus primeras hectáreas en 1996, fue hasta el 2001 que embotellaron sus vinos a los que llamaron Gabriel, Kerubiel y Miguel. Tales vinos aunque pronto se exportarán, no se van a producir en grandes volúmenes para así seguir con el esquema de vinos boutique (Asociación Nacional de Vitivinicultores, 2004).

Finalmente, cabe mencionar las más recientes y pequeñas bodegas bajacalifornianas: Barón Balché y Jalá Tres Valles. Ésta última, produce vino dirigido a un público joven, especialmente mujeres, pues como lo denomina su propietario Joaquín Prieto, es fácil de tomar (citado por Gerschman y Ruvalcaba, 2002).

2.2.2 Zona Comarca Lagunera

Esta zona abarca el 4 % de la producción vinícola del país y comprende los estados de Coahuila y Durango. Las principales cepas que se encuentran en estos viñedos son Cabernet

Sauvignon, Chardonnay, Merlot, Savignon Blanc, Tempranillo y Semillón (Casa Madero, 2003).

Casa Madero

Esta vitivinícola ubicada en el Valle de Parras es considerada como la más antigua de América pues nació en el año de 1597 cuando Lorenzo García se convirtió en el primer productor de vinos con fines comerciales al fundar La Hacienda de San Lorenzo. Posteriormente, en 1893 esta propiedad fue vendida a Don Evaristo Madero cuyos descendientes la operan hasta ahora bajo la razón social de Casa Madero. Sus vinos se dividen en Casa Grande Gran Reserva, Casa Madero, San Lorenzo, Monte Viña, Carlón Doble y Casa Grande.

2.2.3 Zona centro

Aguascalientes

Como menciona D´Acosta (1987), Aguascalientes fue reconocido durante mucho tiempo como el estado vitícola más importante del país, tanto por su superficie como por su producción. Pero hoy, a pesar de esta tradición, su potencial enológico está limitado a unos cuantos viñedos aislados. Las principales viníferas cultivadas en los ocho municipios que comprenden esta región son las variedades Salvador, Cariñana, Chenin Blanc, Ugni Blanc o Trebbiano y Palomino.

Viñedos y Bodega Dinastía

Dentro de los límites de Aguascalientes y Zacatecas, en la Ex –Hacienda de San Luis de Letras, Don Carlos Salas Luján y Luis Carlos Hernández deciden en los años 80 dedicarse a la vitivinicultura creando la principal casa productora de vinos de esta región.

Querétaro y Zacatecas

A pesar de que Zacatecas es una de las zonas de más reciente incorporación a la viticultura mexicana, las regiones vitivinícolas de estos estados son núcleos productores pues ambos satisfacen el gusto de los conocedores. Las diferentes cepas que estos estados cultivan son: Merlot, Ugni Blanc, Sauvignon Blanc, Semillón, Malbec, Gamay, entre otras.

1. Casa Cachola

Fue fundada en 1984 en el Valle de las Arcinas, Zacatecas, por Jesús López López (Vino Mexicano, 2003). Su producción está centrada en tres vinos, uno tinto y dos blancos, hechos de las cepas Ruby Cabernet, Chenin Blanc y French Colombard, respectivamente.

2. Casa Freixenet de México

Empresa proveniente de la unión de las familias españolas Sala Vivé y Ferrer en 1978. A diferencia de otras casas extranjeras que han adquirido viñedos ya existentes, esta bodega plantó los propios y ha ocupado desde 1985 el primer lugar entre las empresas del mundo dedicadas a la elaboración de vinos espumosos según el método tradicional *champenoise* (Freixenet México, 2003). Sus vinos son fabricados a partir de cepas como Pinot Noir, Saint Emilion, Macabeo, entre otras. La producción de vinos de esta empresa se divide en tres clases: vinos espumosos, vinos jóvenes y vinos de autor.

2.3 Vino y calidad

Partiendo de la definición de Peynaud (1987), la calidad representa subjetivamente la forma y propiedades de un objeto. Por lo que en términos generales, la calidad de un vino es el conjunto de cualidades y propiedades que hacen que éste sea aceptable y deseable; pues para juzgar un buen vino se debe considerar su tipo, clase, años y elaboración.

Apoyando lo anterior Luis Alberto Cetto (citado en Hernández, 2002b), sustenta:

Al contrario de lo que piensan los españoles y chilenos un buen vino no se hace en la vinícola, este se forja desde el viñedo, porque el vitivinicultor sólo transforma lo que el propio viñedo produce, no le puede agregar características, sólo respetar lo que el viñedo le entregó (p. 13).

Para controlar la calidad de los vinos se requiere de un análisis físico y químico de estos. A través del análisis químico se controla la cantidad de los constituyentes del vino, como porcentaje de alcohol, gramos de acidez, densidad, cantidad de azúcar residual y acidez volátil (Amerine, 1976). No obstante realizar únicamente un examen químico genera resultados que no permiten distinguir un buen vino de uno malo ya que pueden tener un idéntico grado de acidez, y no así el mismo nivel de calidad. Por este motivo las cualidades buenas o malas del vino se aprecian mediante un examen sensorial.

La cata o examen sensorial comprende las impresiones que el vino causa en la vista, en el olfato, gusto y en el tacto. La vista apreciará el color, la brillantez y la transparencia de un vino. Por su parte, el olfato es considerado el más importante, pues existen más olores que sabores, además por medio de él podemos conocer la edad del vino. Como indica Bell (1989),

existen principalmente dos clases de olores que se distinguen en un vino: el aroma que viene de la uva y el bouquet que se desarrolla durante elaboración y añejamiento del vino. En cuanto al gusto, el vino posee todos los sabores fundamentales debido a la complejidad de las sustancias que lo conforman. Y por último, en la boca se captan sensaciones táctiles: temperatura, suavidad y densidad (Blas, 1988).

Ahora bien, así como los factores antes mencionados influyen en la calidad del vino, ésta depende también del consumidor, pues el emitir un juicio acerca de su elaboración requiere de aptitud para percibir y juzgar un vino partiendo del criterio, gusto y placer de la persona. Como consecuencia, la calidad del vino no existe sin consumidores expertos (Peynaud, 1987).

2.3.1 Calidad en los vinos mexicanos

Actualmente se producen en México vinos de gran calidad debido a la utilización de uvas de calidad superior, tecnología de punta y al esmerado cuidado de los enólogos que buscan expresar la personalidad de sus viñedos. El resultado es que México sigue la tendencia mundial de beber menos cantidad pero de mejor calidad, a diferencia del vino masivo y sin consistencia de una cosecha a otra que antiguamente consumía (Jarero, 2002).

Prueba de dicha calidad es que los vinos mexicanos han sido avalados por enólogos de prestigio internacional que asesoran y respaldan el trabajo vitivinícola en México (De la Rosa, 2002). Según palabras de Alberto Curis, ex-presidente de la Asociación Nacional de

Vitivinicultores (De la Rosa, 2002), son varias las empresas vitivinícolas nacionales cuyos productos han sido premiados repetidas ocasiones en importantes exposiciones y concursos celebrados en todo el mundo, Francia, España, Argentina, Alemania y Bélgica entre otros países.

La empresa vitivinícola que más preseas ha acumulado es L.A. Cetto con 108 medallas hasta el 2003, entre los reconocimientos internacionales que ha ganado están:

- Medalla de Oro (1999), Plata (1994) y Bronce (1993) en el Intervi de Toronto y Nueva York, para el vino Cabernet Sauvignon.
- Medalla de Oro (2002), tres medallas de Plata (1995, 1999, 2000), Vino del Año (1995) y Seal of Approval (2001 y 2003)) en el Internacional Wine Challenge de Londres, Inglaterra, para el vino Petite Sirah.
- Premio de Excelencia (1995) en Vinalies Internacionales de Paris, Francia, por el vino Chardonnay Reserva Privada (L.A. Cetto, 2003).

A continuación se encuentra Casa Madero que hasta el 2002 había acumulado 34 medallas mundiales, de las que destacan:

- Medalla de Plata Internacional Wine Challenge (1999), Londres, Inglaterra por Casa Grande Reserva Especial Cabernet Sauvignon.
- Premio como Mejor vino de la Región (Latinoamérica) en Chardonnay Du Monde en Francia por el vino Casa Grande Reserva Especial Chardonnay.
- Medalla de Plata, Monde Selection (1989), Londres, Inglaterra, por el vino San Lorenzo, Vino Blanco (Casa Madero, 2003).

Le sigue Monte Xanic que entre los últimos premios internacionales que ha ganado están:

- Medalla de oro en Pacific International Wine Competition para el vino Gran Ricardo 1995.
- Medalla de plata en Pacific International Wine Competition (2000) para el vino Calixa Chardonnay (Gerschman, 2001).

Para finalizar Chateau Camou es una de las pequeñas vitivinícolas que ha demostrado que la calidad de sus vinos ha sido reconocida en los últimos concursos de cata:

- Medalla de plata en Challenge Intl Du Vin, Paris Francia (2003), para Cabernet Merlot 1999.
- Medalla de Bronce en Challenge Intl Du Vin, Paris, Francia, 2003 para El Gran Vino Blanco 1999 (Chateau Camou, 2003).

Por su parte, en México con la finalidad de impulsar el consumo de vinos nacionales se llevó a cabo en Tequisquiapan, Querétaro el Primer Concurso Enológico “Vintequis 2002” organizado por la Asociación Mexicana de Sommeliers en la que participaron empresas vitivinícolas nacionales de tres áreas geográficas (Valle de Guadalupe, Valle de Parras y Tequisquiapan, en tres entidades de nuestro país: Baja California, Coahuila y Querétaro) y 75 vinos que equivalen al 80% de la producción nacional.

Los diferentes vinos compitieron entre sí con sus similares en añejamiento lo que permitió que fueran evaluados de una manera más equilibrada. De acuerdo a esta cata, los considerados como mejores vinos mexicanos del 2002, en sus respectivas categorías, fueron:

- Vino blanco sin barrica → Calixa Chardonnay, cosecha 2000 de Monte Xanic.
- Vinos blancos con añejamiento mayor a 90 días → Chardonnay cosecha 1997 de Chateau Camou.

- Vinos tintos cosecha 2000 y 2001 → Cabernet Sauvignon / Merlot 1998 de Monte Xanic.
- Vinos tintos cosecha 1997 o anterior → Cabernet Sauvignon 1997, Monte Xanic.
- Vino espumoso → Gran Reserva Freixenet (Vino Mexicano, 2002).

Al respecto cabe mencionar que las principales casas vinícolas del país cada año organizan fiestas durante su vendimia invitando al público en general para que conozcan más sobre la producción, degustación y maridaje del vino, así como sus principales marcas, todo esto con el objetivo de incrementar la cultura del vino.

2.4 Consumo del vino en México

El consumo mundial del vino es muy diverso pues cada mercado tiene capacidades financieras, cultura y tradiciones distintas unas de otras, pero lo que indudablemente ha tenido un incremento general es la demanda de calidad en los productos que se consumen (Coltman, 1989). Según cifras de la Organización Internacional del Vino (2003), el consumo mundial de vino en el 2001 alcanzó los 218.9 millones de hectolitros, de los cuales Francia fue el principal consumidor con 15.39% del total mundial, seguido de Italia y Estados Unidos respectivamente.

No obstante los reconocimientos que los vinos mexicanos han obtenido en concursos internacionales, el consumo de ellos en el país aún es mínimo comparado contra el consumo en los países con los que ha competido. Por ejemplo en Italia, Francia y España toman 62, 58

y 45 litros al año, respectivamente; en contraste con México donde su consumo per cápita está entre 180 y 200 mililitros anuales (Hernández, 2002b).

Sumado a este bajo consumo de vino en el país, de acuerdo a Fregoso y Vázquez (2003), solamente el 32% es vino elaborado en México ya que las importaciones han sobrepasado a la producción nacional, haciendo que la participación del mismo en el mercado mexicano sea ridícula. Pero esta condición como Poncelis (2003) declaró es: “muy ganada por la mala imagen que adquirieron las casas vinícolas en los 80 cuando se preocupaban más por el volumen que por la calidad de sus productos”. Por tanto, las vinícolas concientes de esta situación están demostrado que cuentan ya con la calidad adecuada para que puedan ser una opción al elegir un buen vino en México.

Esta invasión de vinos importados, principalmente de Chile, Argentina, Estados Unidos y Francia, también sucede porque hay excedentes de vino en estos países y los productores tratan de colocarlo en otros lugares como México donde los aranceles y los tratados de libre comercio hacen que los precios de los vinos que entran al país sean realmente bajos.

Por otro lado, en cuanto a las exportaciones Luis Alberto Cetto indicó que desde hace 12 años México exporta formalmente vinos principalmente a Francia, Alemania, España, Países Bajos, Dinamarca, los países nórdicos e Inglaterra. De hecho del total de la producción de vinos en México entre 20 y 25% se va al mercado de exportación, lo que genera al país 6.5 millones de dólares al año, pero comparado con las siguientes cifras registradas en la balanza comercial de la industria vitivinícola estos números son mínimos (citado por Hernández, 2002b):

- Producción Nacional: 1,000,000 cajas.
- Importación: 1,500,000 cajas.
- Exportación: 200,000 cajas

Otro aspecto importante que influye en el consumo del vino en México es el precio, ya que como menciona D'Acosta citado por Hammer (2003), actualmente la calidad del vino mexicano ya no está en duda, la disyuntiva es saber si el vino vale lo que cuesta, es decir si es caro o no. En México, el precio del vino es principalmente consecuencia de los costos de elaboración, ya que los productores tienen que importar prácticamente todo lo que interviene en su fabricación: botellas, barricas, corchos, máquinas de embotellamiento, tanques de fermentación y hasta la vides mismas; aunado a esto, deben pagar aranceles por estos insumos y lógicamente el costo se refleja en el precio del vino.

Sin embargo, para Poncelis (2003) el precio no influye en la elección del vino mexicano, ya que actualmente hay buenos vinos que no resultan caros y que pueden competir con los vinos importados, pero de la misma manera en el país se puede hacer vino de calidad a un mayor precio.

Ante esto como señala Appel (2000), los productores mexicanos han demostrado dos estrategias: los que maneja grandes volúmenes como Cetto y Domecq que tratan de depender menos del mercado interno; y los que tratan de posicionarse entre los vinos más caros, quedando fuera de la franja más competitiva que se encuentra por debajo de los 100 pesos.

Siguiendo este rango de precios se realizó un estudio en la ciudad de México (Catadores, 2003), para conocer cuales son los vinos más vendidos, los resultados arrojados indican que por debajo del rango de precios más competitivo, los más comprados son los mexicanos. En esta categoría la bodega Domecq con sus diferentes vinos encabeza la lista por encima aún de los chilenos, siendo el Cabernet Sauvignon X-A el de mayor crecimiento entre los nacionales. Además, en dicha investigación se demostró que por arriba de los 100 pesos no hay vinos mexicanos que se acerquen a las ventas de los importados, a pesar de la importante demanda de algunos vinos nacionales de más de 300 pesos como por ejemplo, el Gran Vino Tinto de Camou, Vino de Piedra, Merlot Casa Madero y Monte Xanic. Como se puede apreciar la invasión de vinos extranjeros es una condición que afecta a los productores mexicanos pero al mismo tiempo los ayuda a reposicionar el vino nacional difundiendo la cultura de éste en el país (Poncelis, 2003).

Por otro lado, el malinchismo es una práctica frecuente en un amplio sector de la población nacional, que considera que sólo los vinos extranjeros son dignos de su consumo por el hecho de haber sido elaborados fuera del país. Por tal razón y al no tener los recursos económicos suficientes para pagar la publicidad, las casas vitivinícolas mexicanas consideran que la mejor manera de impulsar sus productos es la promoción de boca en boca, confiando en que una vez que los prueben se convencerán de ellos (Poncelis, 2003).

Por su parte, en la ciudad de Puebla existe un futuro alentador en el consumo del vino, ya que como considera Poncelis (2003), es una de las ciudades en las que más se bebe este producto. Sin embargo, como señala un estudio realizado para conocer la percepción del vino en la ciudad de Puebla (Ruisánchez, 1998), se demostró que en esta ciudad la mayoría de los encuestados prefieren consumir vino extranjero por considerarlo de mejor calidad.

Concluyendo, el consumo de vino en México es pequeño pero potencial ya que son los jóvenes entre 25 y 30 años quienes toman esta bebida, pues han hecho crecer la industria entre 4 y 5% en los últimos cinco años como indicó en el 2002 Ramón Vélez gerente de Casa Domecq México (Hernández, 2002a). De esta manera, como concuerdan especialistas en el tema (Cetto citado en Hernández, 2002b y Poncelis, 2003) el panorama a mediano plazo para la industria vitivinícola es muy bueno pues se espera que haya un *boom* para el vino mexicano.