

RESUMEN

En la presente investigación se estudió una muestra de consumidores en algunos restaurantes de la ciudad de Puebla con el objetivo de conocer la aceptación y consumo del vino mexicano. Para tal fin se tomaron como base estudios previos sobre el consumo del vino en general, además de información especializada en la que conscientes de la poca cultura de vinos que existe en México se reconoce el auge que están teniendo actualmente los productos vinícolas nacionales de calidad, a nivel mundial, y en menor medida en el país.

Para este estudio se elaboró un instrumento de medición que se aplicó a 196 personas. Mediante este instrumento se obtuvieron datos sobre las marcas mexicanas más conocidas y consumidas, así como las preferencias de los vinos nacionales sobre los importados. Los sujetos de estudio fueron encuestados en ciertos restaurantes de servicio completo de Puebla; con ello se buscó obtener una muestra confiable ya que por lo general, a dichos restaurantes acuden las personas que consumen vino con cierta frecuencia.

Los resultados demuestran que el vino mexicano no se encuentra completamente posicionado entre todos los integrantes de la muestra, pero indiscutiblemente los vinos de la Casa Domecq son los mejores posicionados entre los que sí conocen los vinos mexicanos. En cuanto a su consumo son tres las marcas preferidas: Monte Xanic, L.A. Cetto y Domecq.

Por otro lado, se puede considerar que aunque en forma moderada, conforme aumenta la edad de los consumidores se incrementa la preferencia por el vino nacional. Además, se realizó un estudio de Chi-cuadrada entre algunas variables encontrando que no existe una dependencia entre la preferencia del vino mexicano sobre el importado con respecto al género de los encuestados.