

CONTACTO: Andrea Sahakian
212-445-8380
asahakian@theaxisagency.com

EL VINO OBTIENE GANANCIAS SIN PRECEDENTES CON LOS CONSUMIDORES HISPANOS

Más que Cualquier Otro Grupo Étnico, Los Hispanos Descubren el Placer del Vino

ST. HELENA, California. (10 de Abril de 2006) – Así como los gustos y preferencias de la comunidad hispana evolucionan, esta también está emergiendo como el grupo líder en cuanto a consumo de vino. De hecho, el consumo de vino entre los hispanos está aumentando más que entre cualquier otro grupo étnico. Según una encuesta llevada a cabo por el Consejo de la Industria del Vino, el 31% de los hispanos que beben vino consumen más vino ahora que durante los últimos años, mientras que sólo 11% de los caucásicos afirman lo mismo.

Para satisfacer esta creciente influencia latinoamericana, el Consejo de la Industria del Vino está modificando sus métodos de comunicación para llegar a este importante e influyente grupo. “Nos encontramos en un momento impactante para la industria del vino. Estamos encantados de ser testigos de la amplia aceptación del vino por parte de los hispanos, quienes lo están integrando a su cultura orientada a la familia y a la comida”, afirma John Gillespie, presidente del Consejo de la Industria del Vino.

Mientras que muchos caucásicos disfrutan del vino en ocasiones de la vida diaria, más informales, menos hispanos hacen lo mismo, a causa aparentemente de mitos con respecto al vino. Investigaciones realizadas demuestran que los hispanos tienen el 50% más de posibilidades que los caucásicos de disfrutar del vino sólo en ocasiones o celebraciones especiales. Se trate de una ocasión especial o no, la comida y el vino son una combinación ganadora para Richard Sandoval, galardonado chef y propietario del grupo líder de nivel internacional Modern Mexican Restaurants. “Cuando se mezcla apropiadamente con la gran variedad existente de especias y sabores latinos, el vino es el mejor amigo de la comida. El vino debe complementar —no complicar— el sabor de la comida”, señala Sandoval. Al haber integrado la tradición latinoamericana a su propia versión de la cocina “mexicana moderna”, Sandoval ha hecho del vino una parte esencial de la experiencia de comer en sus restaurantes, yendo más allá de la tradicional margarita, para realzar y balancear esos intensos sabores.

Sabores de las Fronteras del Sur

Al escoger y adquirir vinos, los hispanos se enorgullecen de su herencia cultural. Entre los consumidores hispanos, una gran proporción del consumo de vino corresponde a los vinos importados, comparado con otros grupos étnicos. Un tercio (33%) del vino consumido por hispanos es vino importado, comparado con un 22% entre los caucásicos, y un 30% entre otros grupos étnicos. Dentro de los vinos importados consumidos por los hispanos, los provenientes de Chile y Argentina son los favoritos por un amplio margen.

Los vinos tintos chilenos más populares son el Cabernet Sauvignon y el Merlot. El Chardonnay y el Sauvignon Blanc representan los vinos blancos más aclamados del país.

Argentina —cuyo clima es similar al de Chile— produce muchas de las mismas variedades de vinos que su vecino país. El Malbec es la estrella de los vinos tintos argentinos. Además, las variedades de Cabernet Sauvignon y Merlot también merecen ser celebradas.

Además de estos notables productores latinoamericanos, otros países están obteniendo más notoriedad, como en el caso de México. Las frías brisas oceánicas que se encuentran en el Valle de Guadalupe, junto con las pequeñas cantidades de lluvias invernales, convierten a ésta en la principal región de cultivo de uvas en México. Dicha zona produce principalmente Chardonnay, Sauvignon Blanc y Cabernet Sauvignon.

Hablando el Mismo Idioma

En la actualidad, algunas bodegas históricamente de lengua inglesa está respondiendo a la tendencia de crear marcas vinícolas tanto en español como en inglés. Asimismo, algunas bodegas están ofreciendo visitas a sus instalaciones con guías que hablan español. Algunas bodegas hasta están contratando a gerentes de mercadotecnia multicultural para planificar las tácticas más relevantes y para llegar a este creciente segmento consumidor.

Los hispanos están dejando huella en la industria vinícola más que cualquier otro grupo étnico. “El consumo actual de los hispanos, y la atención a este mercado de parte de importantes bodegas alrededor del mundo pueden lograr un crecimiento rápido y perdurable del vino hasta convertirlo en un placer cotidiano en la vida de millones de adultos hispanos en los Estados Unidos”, concluye Gillespie. Muchos expertos de la industria vinícola coinciden en que esto es sólo un anticipo de los cambios en el desarrollo de un mercado cada vez más global.

Para más información acerca del Consejo de la Industria del Vino, sus investigaciones y consejos adicionales sobre vinos, por favor visite www.winemarketcouncil.com y www.wineanswers.com.

###

El Consejo de la Industria del Vino es una asociación industrial independiente, sin fines de lucro, de cultivadores de uvas, productores, importadores, vendedores al público, y otras organizaciones afiliadas a la industria del vino. Para más información, visite www.winemarketcouncil.com o www.wineanswers.com.

Modern Mexican Restaurants es un grupo líder de restaurantes internacionales con sucursales en Nueva York, San Francisco, Washington DC, Denver, Las Vegas, México DF y Dubai. Propiedad del legendario chef Richard Sandoval, el grupo incluye los restaurantes Maya en Nueva York y en San Francisco; Pampano en Nueva York; Zengo en Washington DC y en Denver; Tamayo en Denver; Isla en Las Vegas; y próximamente Maya en Dubai y Hip Kitchen en México DF. Para más información, acerca de Modern Mexican, visite www.modernmexican.com.