

V Muestra de Vinos de España en México

Oficina Económica y Comercial
de la Embaiada de España en México

Otros documentos

V Muestra de Vinos de España en México

Este informe ha sido realizado por Álvaro del Palacio
bajo la supervisión de la Oficina Económica y Co-
mercial de la Embajada de España en México

Febrero de 2011

V MUESTRA DE VINOS DE ESPAÑA EN MÉXICO

I. ORGANIZADORES

La V Muestra de Vinos de España 2011 se ha llevado a cabo bajo la organización del Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX), el Consejo Superior de Cámaras, quien delegó en la Cámaras de Comercio de Valladolid para la coordinación de esta actividad, y la Oficina Económica y Comercial de México D.F.

A igual que en la anterior edición, la Muestra ha tenido lugar el 22 de febrero de 2011 en la ciudad de México D.F.

II. OBJETIVO

Dentro del marco del Plan del Vino Español en México, la V Muestra de Vinos de España tiene una doble finalidad. El objetivo primordial es la búsqueda de importador y/o distribuidor local para que las bodegas españolas puedan introducir sus productos en el mercado mexicano así como consolidar y ampliar la presencia de bodegas recién llegadas. Por otro lado, el segundo objetivo es fomentar la imagen de España como país productor de vino de alta calidad y mantener la posición de líder en cuota de mercado por valor de vino importado de México.

V MUESTRA DE VINOS DE ESPAÑA EN MÉXICO

III. DESARROLLO DEL EVENTO

Como en la edición anterior, la V Muestra de Vino de España se celebró en el Salón y Terraza Virreyes del Hotel Camino Real en Polanco con una amplitud de 1.500 m² aproximadamente, situado en una de las zonas más exclusivas de la ciudad. El horario del evento fue de doce de la mañana a nueve de la noche. Debido a que se trata de un evento estrictamente profesional, los asistentes fueron importadores y/o distribuidores de vino, mayoristas, grandes superficies, tiendas gourmet, representantes y jefes de compra de sector HORECA (hotel, restaurantes y catering), escuelas de gastronomía, así como la prensa (generalista y especializada) e invitados institucionales.

La Muestra se inauguró con la intervención del Consejero Jefe de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en México, D. Francisco Garzón. Contó con la presencia de una representante de la Cámara de Comercio de Valladolid, Dña. Beatriz Aguirre y la Consejera Comercial Dña. Matilde Climent, Durante la inauguración se resaltó la posición en la que se encuentran los vinos españoles en México, así como el Plan del Vino Español en México que se está llevando a cabo desde hace cinco años.

En la entrada del salón, se repartieron bolsas promocionales¹ de la V Muestra a todos los asistentes al evento. Dependiendo del perfil del visitante se entregaron tres tipos de bolsas, diferenciando entre: expositores, prensa y visitantes.

Por último, hay que destacar que debido al éxito en la anterior edición, en ésta, se contó también con la colaboración del Sr. Jesús Díez, enólogo y propietario de la revista *Vinicultura*, quien realizó en una parte del salón tres catas seminarios a lo largo del evento que tuvieron una gran aceptación por parte de los asistentes. En las catas/seminarios se estudiaron cinco vinos en cada una de las dos primeras y seis en la última. Las temáticas de cada una fueron diferentes, así, para la primera cata se trataba de “Sinergia Varietal de España” donde se cataron vinos procedentes de diferentes D.O y diferentes tipos de uva. La segunda cata hacía referencia a “Terrunos de Garnacha” donde se diferenciaba la garnacha elaborada en diferentes D.O. Y la última cata se trataba de “Nuevos Conceptos de Autor” donde se presentaban vinos, tipos de uva y D.O menos conocidas.

El objetivo principal de las catas/ seminarios fue explicar a los asistentes las múltiples variedades de qué?? que existen en España, así como resaltar las características y propiedades de cada una de las denominaciones de origen, especialmente, las menos conocidas en México.

¹ Detalles del contenido de las bolsas promocionales en apartado *IV Material Promocional*

V MUESTRA DE VINOS DE ESPAÑA EN MÉXICO

IV. MATERIAL PROMOCIONAL

Como se ha detallado en el punto anterior, a la entrada del Salón Virreyes, se entregó material promocional del ICEX y de 'Wines from Spain' a cada expositor, personal de prensa y visitantes:

Expositores: 51 bolsas	
1	Bolsa Wines from Spain de Tela
2	Mapa D.O. de vinos de España
3	Bolígrafo con logo "España"
4	Catálogo de V Muestra de Vino de España
5	Revista Moda de España
6	Revista Sabores de España
7	Revista Spain Gourmet Tour
8	Escanciadores
9	Libros 100 mejores vinos de España
10	Paraguas Vinos de España y Gorra Aceituna
11	Recetarios Food & Wines de José Andrés CD

Prensa: 49 bolsas	
1	Bolsa Wines from Spain de Tela
2	Mapa D.O. de vinos de España
3	Bolígrafo con logo "España"
4	Catálogo de V Muestra de Vino de España
5	Revista Moda de España
6	Revista Sabores de España
7	Revista Spain Gourmet Tour
8	Escanciadores
9	Libros 100 mejores vinos de España
10	Paraguas Vinos de España y Gorra Aceituna
11	Recetarios Food & Wines de José Andrés CD

V MUESTRA DE VINOS DE ESPAÑA EN MÉXICO

Visitantes: 400 bolsas	
1	Bolsa roja ICEX
2	Catálogo de V Muestra de Vino de España
3	Revista Mi Vino
4	Revista Sabores de España
5	Revista Moda de España
6	Paraguas Vinos de España
7	Bolígrafo con logo "España"
8	Mapa D.O. de vinos de España

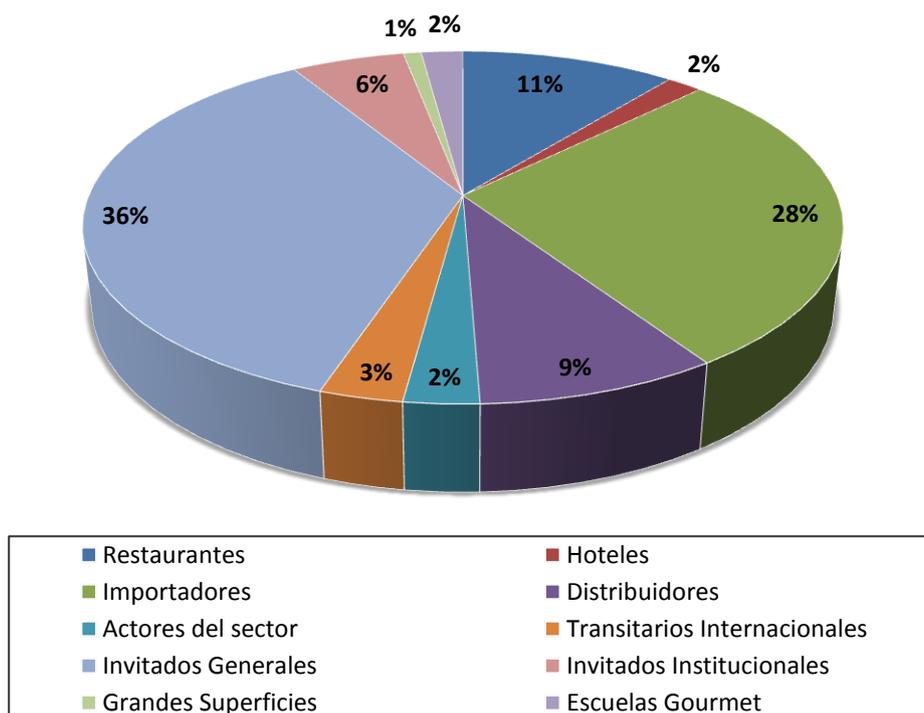
ICEX

V MUESTRA DE VINOS DE ESPAÑA EN MÉXICO

V. ASISTENCIA

En esta V Edición aumentó el número de asistentes respecto a la edición anterior, contando con más de 800 asistentes.

Cabe destacar, el alto registro de asistentes profesionales del sector del vino o relacionados directos que visitaron la V Muestra, dando un marcado carácter profesional al evento.



En el gráfico anterior podemos observar la distribución, en función del tipo de profesional, de los asistentes a la Muestra².

Dentro del apartado *actores del sector* se incluyen diferentes personalidades del mundo del vino, como catadores, enólogos y varias asociaciones de vino y alimentación. En *transitarios internacionales* se incluyen todas las empresas de cargo internacional así como agentes aduaneros relacionados directamente con el sector del vino.

VI. MEDIOS DE COMUNICACIÓN:

La convocatoria de prensa y otros medios de comunicación fue llevado a cabo por la agencia Comunicación Begani. Además, esta agencia supervisó la asistencia de los periodistas y la coordinación de las diferentes entrevistas que se realizaron durante la Muestra.

² No incluye los asistentes de prensa.

V MUESTRA DE VINOS DE ESPAÑA EN MÉXICO

Hasta el momento, no se puede determinar el impacto final de la Muestra en los medios, ya que muchas de las publicaciones que acudieron al evento son de carácter semanal, mensual o bimensual; no obstante, ya el primer fin de semana apareció un artículo en las revistas especializadas como la revista *Mi Vino*, y una noticia en varios periódicos de mayor tirada nacional como el periódico Reforma, El Universal o TV Azteca.

El Anexo III contiene el listado completo de los 36 medios de comunicación asistentes a la V Muestra de Vinos de España.

VII. VALORACIÓN DE LOS EXPOSITORES ³

La V Muestra de Vinos recibió por parte de las empresas expositoras una valoración muy positiva. Según muchos expositores, y al igual que la pasada edición al no haber empresas de alimentación a diferencia de otras ediciones anteriores, favoreció la presencia de visitantes muy especializados en el sector de vinos. Además, resaltan la buena organización del evento, el excelente emplazamiento del mismo en el Salón Virreyes del Hotel Camino Real y la capacidad de convocatoria por parte de la organización.

Por contra, algunos expositores resaltaron que el evento tuvo una duración excesivamente larga, aunque reconocieron que por las características del sector y de México, era necesario para poder captar todos los profesionales del mercado de vino.

En general, tanto los expositores como los visitantes han encontrado una mejora cualitativa y cuantitativa en la V Muestra de Vino de España. Para la mayoría de los expositores representaba su primera toma de contacto con el mercado mexicano, llevándose una impresión muy positiva al conocer en primera persona el funcionamiento del sector.

La mayoría de los asistentes se sorprendieron de la calidad y la variedad que ofrece España en materia de vino, llegando a admitir que desconocían la existencia de la mayoría de denominaciones de origen de la Muestra, aunque reconocían que muchos de los nuevos vinos presentados tendrán éxito en México por su alta calidad.⁷ y buena relación calidad/precio.

VIII. CONCLUSIONES Y OBSERVACIONES DE LA OFECOMES

- La V Muestra de Vinos de España celebrada en México D.F. ha sido un éxito, tanto por la valoración positiva de los expositores, como por la gran afluencia de público profesional al evento.

³ Datos extraídos de los cuestionarios de valoración realizados por los expositores. Resultados completos se encuentran en Anexo II.

V MUESTRA DE VINOS DE ESPAÑA EN MÉXICO

- Con una edición más, el evento se ha consolidado como una referencia anual importante para el sector, siendo un punto de encuentro para profesionales mexicanos que buscan nuevos vinos españoles y las empresas expositoras para establecer nuevos acuerdos comerciales en el sector vitivinícola.
- En esta edición ha aumentado el número de denominaciones de origen nuevas o menos conocidas y variedades de tipos de uva menos comunes en el mercado.
- En general, los expositores están muy satisfechos de los resultados del evento, en términos de organización y presentación, como en la calidad de los contactos realizados a lo largo del día. De hecho, el 50% considera muy probable que obtendrá un socio comercial a corto plazo, y más del 10% cerraron algún acuerdo.
- En esta edición, ha aumentado la asistencia de medios al evento y profesionales del sector de vino, resaltando así la importancia que tiene la V Muestra de Vino de España para el sector en México.
- La realización de tres catas/ seminarios por parte del enólogo Jesús Díez presentando vinos de muchas regiones, incluyendo las tradicionales y otras no tan conocidas en México tuvo una gran acogida por parte de los visitantes y prensa. Se comentó el alto nivel en cuanto al contenido y la amena exposición por parte del maestro catador.
- La Oficina Económica y Comercial valora negativamente el hecho de no contar en esta edición con la participación de empresas del sector agroalimentario. Se considera que hay una oferta importante y de gran calidad de productos agroalimentarios que debería estar presente en la Muestra (inicialmente era una Muestra de Alimentos y Vinos), dado que muchos de los importadores-distribuidores en México tienen carteras de productos mixtas (vinos y alimentos), por lo que les pueden interesar productos de ambos sectores así como al canal HORECA (especialmente chefs de restaurantes) que acuden también para conocer las novedades de los productos agro españoles. Por ello, consideramos que para la próxima edición del 2012, debería hacerse un esfuerzo importante por parte de las entidades convocantes (Consejo Superior de Cámaras e ICEX) para atraer un número representativo y significativo de empresas del sector agroalimentario a la Muestra de México.
- Algunas de las empresas españolas que han participado en la Muestra ya cuentan con importadores/distribuidores en México. Sin embargo, han participado para potenciar su marca o presentar nuevos productos al mercado. Se debería informar que existen otro tipo de eventos de promoción, como el Día del Vino de España en la residencia del Embajador de España en México, donde importadores mexicanos muestran sus vinos españoles con el fin de dar a conocer al público profesional asistente su presencia en el mercado mexicano.

Por último, se valora muy positivamente la colaboración y trabajo conjunto con la Cámara de Valladolid, el ICEX y la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en México.

V MUESTRA DE VINOS DE ESPAÑA EN MÉXICO

ANEXO I. LISTADO DE EXPOSITORES EN LA MUESTRA

1	LYNUS VIÑEDOS Y BODEGAS S.L.
2	PAGO TRASLAGARES S.L.
3	CILLAR DE SILOS S.L.
4	SOCIEDAD COOPERATIVA REINA DE CASTILLA
5	BODEGA SAN ROQUE DE LA ENCINA S. C.
6	DEHESA VALDELAGUNA SL
7	TENOIRA GAYOSO
8	BODEGAS PUELLES
9	VELILLA 2006 S.L. (Bodega Finca de los Arandinos)
10	BODEGAS HEREDAD BAÑOS BEZARES S.L.
11	BODEGAS MEGALLUM S.L.
12	BODEGAS RODA S.A.
13	BODEGAS Y VIÑEDOS ILURCE SAT
14	BODEGAS SANTAMARÍA LÓPEZ - PAGOS DE LEZA
15	SPANISH FINE WINES
16	Grupo Familiar BODEGAS FERNÁNDEZ DE PIEROLA
17	AMÉRICA TERRA NOSTRA WINES, S.L.
18	BODEGAS MEDRANO IRAZU
19	MONT REAGA S.L.U.
20	ALTOLANDON
21	BODEGA FINCA EL REFUGIO
22	VINÍCOLA DE TOMELLOSO
23	DOMINIO DE PUCTUM
24	BODEGAS HACIENDA ALBAE S.L.
25	BODEGAS PAGO DE LARRÁINZAR
26	BODEGAS MACAYA
27	BODEGAS OCHOA S.A.
28	AZUL Y GARANZA BODEGAS
29	BODEGAS SAN VALERO S. COOP.
30	COVINCA S. COOP
31	VIÑEDOS Y BODEGAS EL CASTILLO S.L.
32	BODEGAS CANOPY
33	SCA SANTA CRUZ DE ALPERA
34	BODEGA SAN JOSÉ
35	VIHUCAS DISTRIBUCIONES Y SERVICIOS S.L.
36	BODEGAS COTO REDONDO S.L.
37	VIÑA SOMOZA, BODEGAS Y VIÑEDOS S.L.
38	CELLERS SANT RAFEL
39	DOMINI DE LA CARTOIXA S.L.
40	BODEGAS COSTERS DEL SIÓ

V MUESTRA DE VINOS DE ESPAÑA EN MÉXICO

41	SANGENÍS i VAQUÉ S.L.
42	BODEGAS CASTAÑO S.L.(grupo)
43	ROQUETA ORIGEN
44	TERRA DE VEREMA
45	LAVINYETA
46	PORTAL DEL MONTSANT
47	BODEGAS EMILIO CLEMENTE
48	BODEGAS PARADELLS

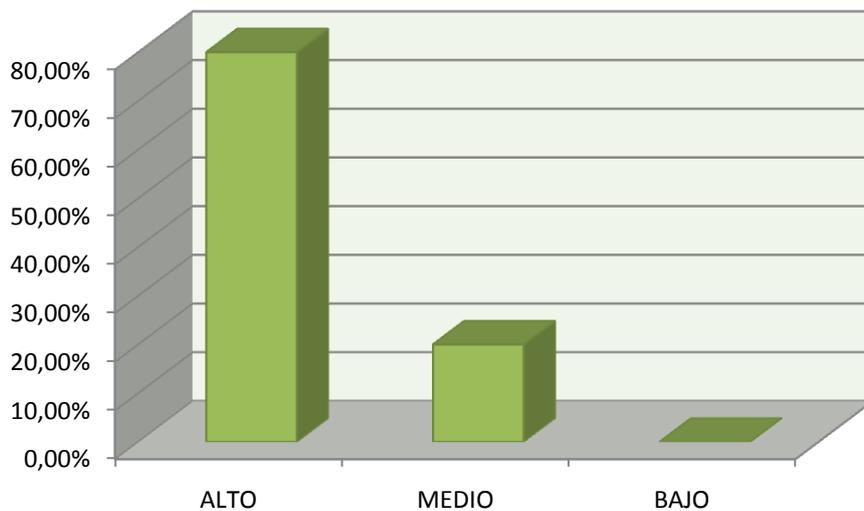
ICEX

V MUESTRA DE VINOS DE ESPAÑA EN MÉXICO

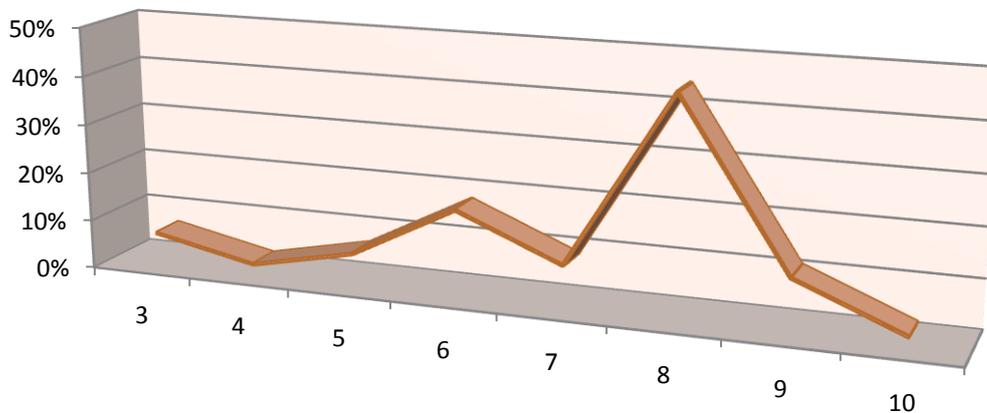
ANEXO II. CUESTIONARIO DE VALORACIÓN DE LOS EXPOSITORES

1. ¿Qué grado de interés tenía para usted el mercado mexicano antes de participar en este acto?

El 80% tenían un interés alto en conocer el mercado mexicano antes de participar en la Muestra ya que consideran México como una zona de gran potencial. El 20% restante declaran un interés medio por el mercado mexicano.



2. ¿Cómo valoraría globalmente la Muestra?



V MUESTRA DE VINOS DE ESPAÑA EN MÉXICO

Con respecto a la valoración del evento en términos generales, el 58% de los expositores le da una nota superior al 8 en una escala del 0 al 10. La calificación media que le dan todos los expositores al evento es de 7,1 sobre 10.

2.1. ¿Por qué motivo?

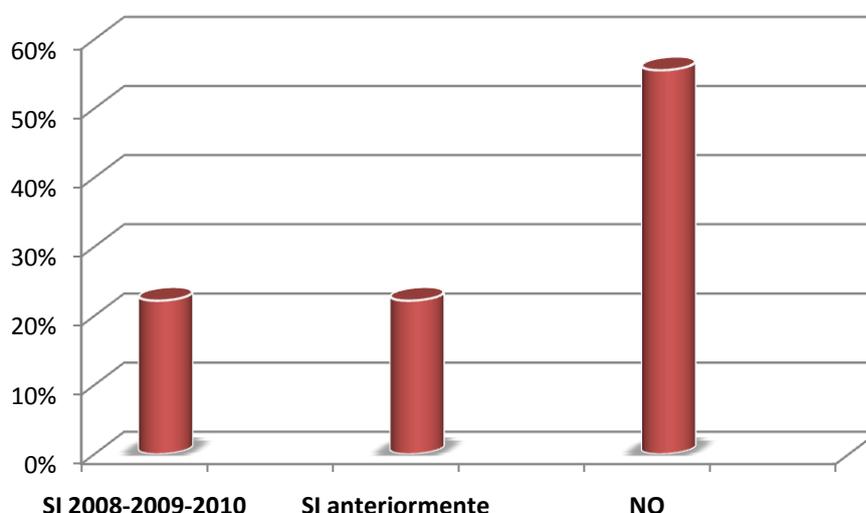
Los motivos por los cuales los expositores valoraron positivamente fueron más o menos comunes, siendo los más representativos los siguientes:

- Buena organización y emplazamiento del evento.
- Profesionalidad en la asistencia del público.
- Calidad de visitantes adecuado.
- Buena presentación del evento e imagen de España como país productor de vino.

Por otro lado, algunos de los argumentos negativos del evento fueron, de manera genérica, los siguientes:

- Duración del evento demasiado extensa.
- Número bajo de visitantes y repartido a lo largo del evento.

3. ¿Había realizado alguna actuación antes de esta presentación para dar a conocer su empresa en México?



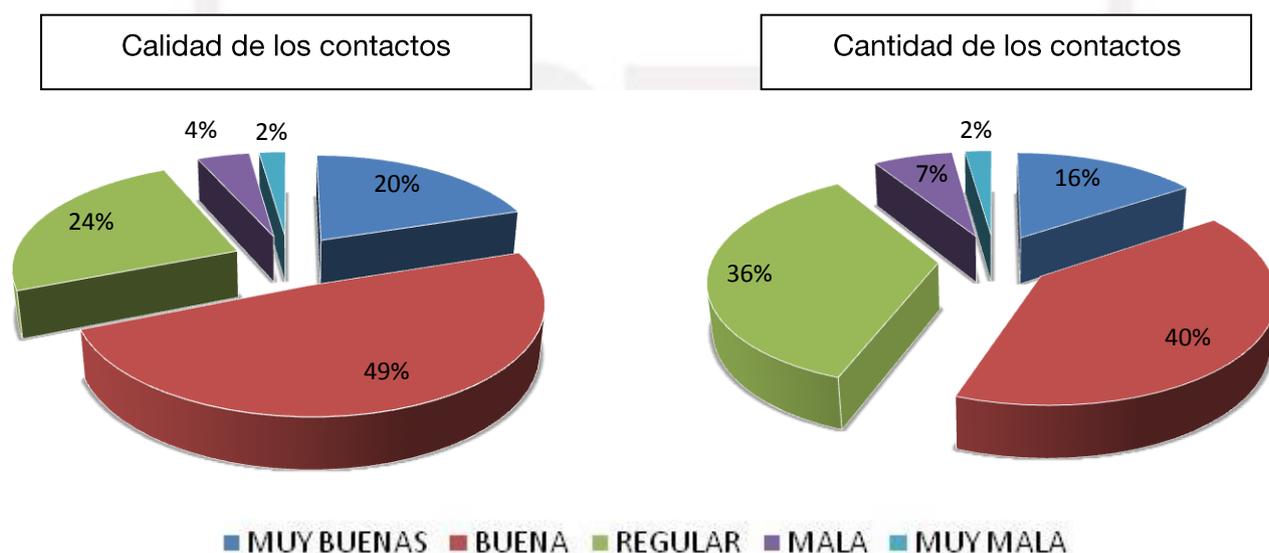
V MUESTRA DE VINOS DE ESPAÑA EN MÉXICO

3.1. Si la respuesta es afirmativa, ¿por qué medios?

A pesar de que la Muestra se presenta como un evento para que empresas españolas encuentren importadores mexicanos para colocar su producto en el mercado, muchos de los expositores ya tenían experiencia previa debido a:

- Ya tenían importadores y buscaban nuevos compradores para nuevos canales de venta.
- Querían promocionar nuevos productos a prescriptores.
- Buscaban nuevos importadores.
- Habían visitado México participando en ferias internacionales o en misiones comerciales organizadas por diferentes Cámaras, pero no habían tenido ningún acuerdo comercial con un socio comercial mexicano.

4. Valoración de los contactos realizados a raíz de su participación en el acto:



Casi el 70% de los expositores consideraron buena o muy buena la calidad de los visitantes una vez finalizado el evento, así como el 56% encontrar una cantidad buena de contactos a lo largo del día. El 20% se mostraban muy satisfechos tanto de la Muestra en la calidad de los contactos como en la cantidad que habían alcanzado.

V MUESTRA DE VINOS DE ESPAÑA EN MÉXICO

5. ¿Qué expectativas tenía al finalizar el evento de encontrar importador en México?

	muy buenas	buenas	regulares	malas	muy malas
México D.F.	20%	52%	25%	2%	0%

En este apartado habría que puntualizar que algunos de los expositores ya tenían importador en México, a pesar de eso, más del 70% está muy satisfecho con las expectativas de hacer negocios al finalizar el evento.

6. ¿Ha conseguido encontrar importador a raíz de la presentación?

Sí, uno de los contactos realizados se ha convertido en mi importador en México.	11%
No tengo importador en estos momentos, pero las probabilidades de tenerlo en el futuro son altas.	48%
No tengo importador en estos momentos, pero las probabilidades de tenerlo en el futuro son inciertas.	41%
No tengo importador en estos momentos, pero las probabilidades de tenerlo en el futuro son bajas.	0%

En esta pregunta también hay que tener en cuenta el hecho de que algunos expositores ya tienen importador, por lo que esta cuestión no aplicaría. Cabe destacar que ninguno de los expositores cree que las probabilidades de tener importador en un futuro son bajas.

6.1. Si no tiene todavía importador y las posibilidades son inciertas, ¿cuál cree que puede ser la razón?

El 41% de las empresas que contestaron esta opción, resaltaron los siguientes aspectos:

- Mayor número de importadores con verdadero interés en comprar.
- Existe una cierta saturación del mercado de vinos español.

V MUESTRA DE VINOS DE ESPAÑA EN MÉXICO

6.2. ¿Tiene ya importador en México? En caso afirmativo, ¿desde cuándo? ¿Está satisfecho con los resultados obtenidos? En ese caso, ¿cuál ha sido la razón para participar en la Muestra?

Algunos de los expositores sí tenían importador en México anterior a la Muestra, tenían relaciones aún cortas, aplicables a pocos productos de su gama.

La mayoría estaban satisfechos de los resultados obtenidos con sus importadores, pero las razones por las que habían participado en la V Muestra de Vino de España fueron las siguientes:

- Búsqueda de un nuevo importador para introducir sus productos en otras zonas geográficas dentro de México.
- Encontrar nuevos importadores para potenciar otros canales de venta.
- Promoción de la marca entre los prescriptores del sector.
- Introducir nuevas líneas de productos y analizar la aceptación del mercado mexicano.

ICEX

V MUESTRA DE VINOS DE ESPAÑA EN MÉXICO

ANEXO III. MEDIOS DE COMUNICACIÓN ASISTENTES. MÉXICO D.F.

1	Sabor e Arte
2	Restaurantes de México
3	Alfa Editores
4	El Economista
5	Al Detalle
6	Reforma
7	Crónicas de Sabor
8	Catadores - Gula
9	Milenio-Sociales
10	El Sol de México
11	Mi Vino México
12	Consultor independiente
13	El Gourmet.com
14	México Gourmet
15	El Conocedor
16	A&B Industrias
17	Alta Gastronomía
18	The News México
19	El Financiero
20	Dónde Ir
21	Club Reforma
22	Tiempo Libre
23	México Gourmet
24	Agenda VIP
25	Varios
26	TVC
27	El Universal
28	Milenio-Negocios
29	Diario Imagen
30	Empresa Exterior
31	Entre Copas y Corchos
32	Revista Fortuna "La cava del experto"
33	TV Azteca
34	Reforma Sociales
35	Revista Personae
36	Sergio Flores

V MUESTRA DE VINOS DE ESPAÑA EN MÉXICO

ANEXO IV. FOTOGRAFÍAS DEL EVENTO



Vista del Salón Virreyes del Hotel Camino Real de Polanco



El enólogo mexicano Sr. Jesús Díez realizó 3 catas/ seminarios de vino a largo del evento