





Radiografía DEL VINO MEXICANO

Con una tradición de cinco siglos, la industria del vino en México aún está, como las buenas uvas, en el reposado proceso de maduración. Sin embargo, el repunte que está teniendo la actividad, que dio inicio hace 15 años, y que propios y extraños califican ya como un boom, lleva a pensar que pese a cualquier inclemencia, su futuro es promisorio.

Texto: María Luisa Aguilar



El valor de la producción de la industria vinícola mexicana, que genera 7 mil empleos totales, es de 42 millones de dólares anuales, cuando hace 10 años era de poco menos de la mitad: 18 millones. Esto demuestra la vocación del sector por seguir surcando un destino que a veces parece tener el viento en contra. Los principales obstáculos de la industria vitivinícola en nuestro país tienen que ver con fuertes cargas impositivas a la comercialización, prácticamente ningún aliciente al fabricante (lo que se traduce en altos costos), falta de una legislación propia y ausencia de campañas nacionales de promoción y apoyo, pese a tratarse de un sector que alcanzó el reconocimiento internacional hace más de una década.

En gustos se rompen géneros, pero en el caso del vino mexicano, también pesa una fuerte dosis de discriminación o malinchismo, que nos lleva a pensar que la bebida de origen francés, italiano, chileno o argentino siempre será mejor que la presentación mexicana. Conocedores del tema, sin embargo, aseguran que la calidad del producto nacional es hoy equiparable a cualquiera de ellos, inclusive en las categorías más refinadas. De acuerdo con Rondi Frankel, estudiosa del vino mexicano y encargada por varios años del área de relaciones públicas de Casa Madero, uno de los tres principales fabricantes del país, el clima mexicano es tan benigno para apuntalar a la industria como lo es el de Chile, pese a que esa nación cuenta con más hectáreas cultivables y, por lo tanto, con la capacidad para atender una demanda más amplia. "Aquí en México, la vocación de nuestros viñedos es de alta calidad y poca producción", asegura. "En el vino bueno tienes que sacrificar volúmenes; si le quitas la mitad de los racimos a cada planta para que salga un buen vino, no la puedes vender a un bajo precio, tu hectárea te tiene que rendir", explica.

El vino mexicano se subió a una ola conocida como vino del Nuevo Mundo, la cual integró las aspiraciones vitivinícolas de Chile, Argentina, California (Estados Unidos), Nueva Zelanda, Australia y Sudáfrica. El concepto, que inició en los años setenta en el estado de California, tuvo que ver



Datos de una industria en auge

Ocho empresas generan el 95 por ciento de la producción nacional: Domecq, Cetto, Monte Xanic, Casa Madero, Santo Tomás, Valle Redondo, Bodegas Ferriño y Frexinet.

La producción total de vino mexicano reporta una facturación de 42 millones de dólares y de 11 millones de dólares de impuestos directos derivados de la venta (IEPS e IVA).

México procesa 16.6 millones de kilos de uva al año. La industria vitivinícola emplea a 3 mil 400 personas directamente, y se pudiera calcular otro tanto indirectamente.

Anualmente se venden 12.7 millones de botellas de vino mexicano dentro del mercado nacional. Otras 780 mil se colocan en el internacional.

En la actualidad, el vino mexicano se exporta a 25 países, como Inglaterra, Francia, Italia, Alemania, Estados Unidos, Canadá, España y Japón.

Las estimaciones de consumo de vino en México para 2008 son de 48 millones de botellas, lo que hace que el vino mexicano tenga una participación de aproximadamente 25 por ciento de este mercado.



Zonas Vinícolas REGISTRADAS

Estado de Baja California:

- Región de Tecate
- Región de Ensenada
- Valle de Guadalupe
- Valle de Calafia
- San Vicente
- Santo Tomás
- San Antonio de las Minas

Estado de Sonora:

- Región de Hermosillo
- Región de Caborca

Estado de Coahuila:

- Región de La Laguna
- Parras
- Cuatro Ciénegas

Estado de Querétaro:

- Región de San Clemente
- Región de Tequisquiapan
- Región de Ezequiel Montes
- Región de San Juan del Río

Estado de Zacatecas:

- Región de Fresnillo-Calera
- Región de Luis Moya
- Valle de las Arsinas

Estado de Chihuahua:

- Delicias

Estado de Durango:

- Región de La Laguna

Estado de Guanajuato:

- Región de San Luis de la Paz
- Región de Dolores Hidalgo

con desligar la bebida propia del sello o imitación del vino europeo; el país se sumó 10 años más tarde a este proceso, en los años 80. “La empresa vinícola Monte Xanic, con la tecnología más moderna y el mejor viñedo que pudieron encontrar, fue la que empezó y la que detonó el movimiento en el país; ellos le pusieron un nombre al vino mexicano y lo presentaron al mundo”, relata Frankel. La primera cosecha generó sólo mil cajas, a un precio tres veces mayor que cualquier otro vino mexicano, pero con una calidad que pasó todas las pruebas de fuego. En una cata ciega realizada por un grupo de prestigiados sommeliers, la bebida producida en Baja California ocupó un honroso segundo lugar, sólo por debajo de un californiano; los vinos franceses se situaron varios escalones abajo.

Entre los mejores

Para Manuel Orgaz, sommelier del Club de Industriales, el vino mexicano comenzó a sacar la cabeza desde el siglo xx, tras un parto doloroso, que trajo consigo una bebida de reconocimiento internacional. “Más pronto de lo que

El consumo per cápita nacional ronda los 340 mililitros. Comparado con 12 litros en EU, 17 en Chile y 55 en la Unión Europea.

Las tendencias señalan que el consumo en el país podrá seguir incrementándose alrededor de 12 por ciento anual durante los próximos cinco años.

El sector vitivinícola está en posición de continuar creciendo con el mercado, y con posibilidades de incrementar su participación en cinco puntos en los siguientes siete años.

Fuente:

Asociación Nacional de Vitivinicultores, con la sumatoria de los datos individuales de cada una de las empresas.

Brindando con la historia

En los primeros años de la Conquista, el rey Felipe II prohibió el consumo de vino producido en las colonias de la Nueva España, ante las protestas airadas de los embarcadores del Puerto de Cádiz. Pero no sólo se detuvo el consumo, sino también el tener viñedos, lo que provocó un marasmo en la actividad de cerca de 300 años.

En México, las regiones afectadas fueron Puebla y Michoacán y en Sudamérica, Perú, que en el siglo XVI era catalogado como un productor potencial, legado que, por consecuencia, desapareció.

Fundada en México en 1593, Casa Madero se vio afectada por la ordenanza, al igual que la productora Santo Tomás, que nació en 1888. L.A. Cetto, también empresa líder del sector, se fundó en 1926, haciendo destilados en Baja California, aunque sus primeros pasos a nivel comercial los dio a partir de 1960. Este grupo de compañías, las más fuertes del sector, sobrevivieron a pesar de la caída de aranceles que se dieron en 1988 con el Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio, antecedente del Tratado de Libre Comercio con América del Norte, lo que propició la desaparición del 90 por ciento de las empresas vinícolas del país.

esperamos, México será uno de los jugadores de mayor importancia a nivel mundial, que lo llevará a cobrar un lugar representativo en la economía nacional", sostiene.

Los orígenes de la producción semi-industrial del vino tienen que ver con empresas familiares; de 50 medianas empresas, 10 de ellas han podido evolucionar hacia el rol de grandes jugadores, con presencia internacional, en una historia bañada de episodios históricos como el ejercicio del poder de la Corona Española, el movimiento de Independencia y las secuelas de la Revolución de 1910. Y en medio de estos sucesos los intereses dispersos de una industria que tuvo que integrar prohibiciones, surgimientos y resurgimientos. "Nuestra industria ha crecido muy rápido en estos últimos años. De hecho, se dice que en 15 años se ha avanzado más que en los 200 anteriores, lo que creo que es una realidad", apunta Pilar Meré, coordinadora de promoción de la Asociación Nacional de Vitivinicultores (ANV).

Estas 10 empresas trabajan hoy con modelos de negocios definidos, que incluyen tecnologías de punta y programas de exportación, que combinados con la experiencia proporcionan un nivel de calidad alto (*benchmark*) que es visto con muy buenos ojos en el exterior. Sin embargo, existe también un amplio espectro de empresas pequeñas y medianas o pyme, desde nano empresas hasta productores independientes, inclusive productores que no tienen ni vinos propios ni bodegas, con productos boutiques en ocasiones sobrevalorados.

En su 60 aniversario, la ANV se ha convertido en el interlocutor más serio de los esfuerzos del sector. Para Meré, el gran tema es el repunte de la industria —gracias a un consumo que va en ascenso, tanto en el mercado doméstico como en el exterior— y el reto que esto conlleva. España y Francia han llegado a tener un consumo per cápita de 70 litros anuales, mientras el de Chile es de 19 litros y el de Argentina de 20. Comparativamente con estos países, el consumo en México es bastante modesto.

"Sin embargo, prácticamente, en los últimos cinco años, alcanzamos un crecimiento anual de dos dígitos (en el mercado nacional), lo que esperamos se mantenga y vaya en ascenso. Mientras hace 10 años bebíamos 250 mililitros, hoy el consumo es de medio litro al año, que si bien es poco, cuando ves que se trata de un avance de 12 por ciento, pues es mucho", plantea Meré. Entre los puntos positivos acerca de nuestra capacidad de consumo, figura también la conformación de una población joven, de entre 25 y 35 años, que muestra preferencia por este tipo de bebida y que mantendrá y compartirá el gusto los próximos 50 años de su vida.

La industria hoy

Además del fortalecimiento de los hábitos de consumo, entre las asignaturas pendientes resaltan los costos de operación. La industria vinícola en México tiene sobrecostos de hasta 50 por ciento, lo que hace que el financiamiento resulte más caro respecto a otros países vinícolas. Aquí es común que el empresario desembolse cerca de 130 mil dólares por acre de tierra cultivable (4,047 m²), a sabiendas que la primera cosecha tendrá un periodo de maduración de entre 6 a 10 años. A veces hasta más.

En países como Francia, por ejemplo, el vino es un tesoro nacional, que tiene denominaciones de origen, consejos reguladores y fuertes apoyos





que forman parte del subsidio al sector agrícola, por lo que si la cosecha se echa a perder por fenómenos climáticos, por plagas o cualquier situación adversa extraordinaria, el gobierno sale a su rescate. Otro ejemplo de apoyos en la industria vitivinícola internacional lo pone el gobierno chileno, que paga toda la promoción internacional del vino producido en casa.

En México, otro punto negativo es la parte impositiva, que redunde en sobrecarga. Al cobro del IVA de 15 por ciento, se añade el Impuesto Especial sobre Producción y Servicios (IEPS), que escalonados, como se factura para el consumidor, resulta en una obligación fiscal de 40 por ciento, si se quiere beber vino nacional. En tanto, el vino proveniente de Argentina, España o Francia paga una cuota arancelaria mínima —el chileno no paga aranceles—, lo que le aligera la carga.

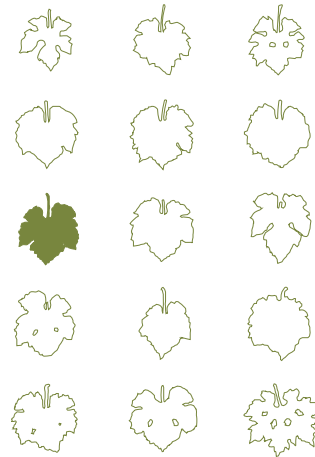
Contrario a lo que se piensa, la evolución del sector ha derivado también en una regulación rigurosa, que si bien no integra la denominación de origen, como en el caso del tequila, cumple una serie de normas y reglamentos impuestos por las secretarías de Economía, Agricultura y Hacienda. “De hecho, la mayoría de los países de Nuevo Mundo no tenemos la denominación de origen. Sin embargo, debemos tomar en cuenta que al tratarse de un asunto de alimentación y bebidas, pues está relacionado con la salud y la economía, tienen que tener un control muy serio”, asegura la representante de la ANV. “La normatividad además nos permite competir internacionalmente, lo que nos ha dado más de 350 reconocimientos del exterior en 15 años”, añade.

Hay un hecho contundente: el país tiene una producción vinícola limitada, con altas cargas fiscales, por lo que hoy no cuenta con un peso mayor dentro de la economía nacional.

La ruta del vino

El 85 por ciento de los productores están en Ensenada por razones especiales relacionadas con el clima y el suelo de la zona, mientras que al resto de los interesados en la industria les cuesta un poco más de trabajo, como en los

05 Y 06 SEP SÉPTIMA CATA DE VINOS MEXICANOS



Día Siete

Ensenada, BC. 2008

Victor Absalón • Pablo Arena • Miguel A. Bautista • Jesús Díez • Francisco Domenech
Rondi Frankel • Miguel Guzmán Peredo • Raquel Julou • Pilar Meré
Manuel Orgaz • Gerardo Téllez • Adriana Torres Duque • Paulina Vélez
Lula Martín del Campo • Ricardo Muñoz • Benito Molina • Mónica Patiño • Alejandro Ruiz



¡Libros para todos!

casos de Querétaro, Zacatecas, Aguascalientes, y Coahuila, cuyos productos, empero, han comenzado a dar batalla por las preferencias del consumidor. “De hecho, como ruta de vino, sólo tenemos Ensenada; los demás todavía no pueden conformarla, aunque hay planes muy atractivos para hacer un corredor del vino”, indica Pilar Meré.

El financiamiento a la expansión de la industria proviene de fuentes tradicionales de fondeo, por lo que México es de los pocos países que restringe la inversión extranjera en la actividad. Chile, uno de los ejemplos más notorios de la escalada y el impacto de este sector en su economía, aplica reglas claras para la participación extranjera que, sin embargo, ha mostrado ser una parte fundamental de su desarrollo. Australia es otro caso palpable en los años recientes. Los pequeños productores se han aglutinado en cooperativas para gestionar las formas de entrada de la inversión extranjera, lo que ha apoyado el despegue del sector.

La profesionalización de la industria en nuestro país, sobre todo en las 10 compañías más grandes, no obstante, ha redundado también en beneficios, aunque aún falta un trecho por recorrer. “Las empresas grandes hoy son lideradas por la tercera generación de empresarios, gente de entre 35 a 40 años con una clara idea del negocio, con visión de largo plazo, que ya no sólo tiene la pasión por la tierra y el vino, como sus antepasados, sino que ya cuentan con modelos de negocio sustentables”, explica Meré.

Los especialistas consultados lo tienen claro: la industria vitivinícola mexicana está pasando por momentos clave, de grandes desafíos pero también de grandes oportunidades. Si bien coinciden en que la parte impositiva no tendrá ajustes, existe un trabajo sistemático con las autoridades para que haya otros mecanismos de compensación. De hecho, después de mucho tiempo de gestión, el sector vinícola ha obtenido recursos para promover el producto en los mercados internacionales, con un esquema 50-50, compartido entre las empresas y la Secretaría de Agricultura (Sagarpa).

Aunque el conjunto de esta industria está consciente del valor de la denominación de origen y la creación de un consejo regulador para reforzar la proyección internacional de la bebida mexicana, también se tiene claro que una regulación



Consumo nacional de vino de mesa

(MILES DE CAJAS)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
NACIONAL	1,206	1,313	1,368	1,520	1,600	1,678	1,790
IMPORTACIÓN	1,777	2,000	2,250	2,480	2,650	2,830	3,000
CONSUMO TOTAL	2,983	3,313	3,618	4,000	4,250	4,508	4,790

Cajas de 12 botellas de 750 ml = 9 litros cada una

Fuente mixta: Iscam/Productores.



Más sorbos de información

- **México** forma parte de un **movimiento de productores** surgido en los años 70, **conocido como del Nuevo Mundo**, que integra además a Australia, Nueva Zelanda, Sudáfrica, Argentina, Chile, Uruguay y California, en Estados Unidos.

- Lejos de lo que se cree, **en el país hay cerca de 100 empresas vitivinícolas**, entre grandes, medianas, pequeñas, micro, boutiques y nano productores. De ellas, 50 son las más representativas, siendo L.A. Cetto, Santo Tomás y Casa Madero las más grandes.

- **Nuestro país produce más de 280 tipos de vino**, de los cuales, 15 marcas se exportan (L.A. Cetto y Casa Madero). En las cerca de 100 bodegas del país, hay vino mexicano para todos los gustos.

- La extensión de los **cultivos de uva en México comprende cerca de 60 mil hectáreas**. Aquí se incluye la producción de uva *vitis vinifera*, uva de mesa, uva pasa y aquella destinada a la elaboración de extractos y jugos.

- **Sonora es el estado con más hectáreas de cultivos de uva, con 26,200 hectáreas en total**. Le siguen Baja California, con 7,500; Aguascalientes, con 6,000 y Zacatecas con 5,800 hectáreas. Coahuila tiene 4,300 hectáreas y Chihuahua 3,500; otros productores son Querétaro con 2,500 hectáreas y Durango, con 1,700 hectáreas.

- Mientras que en México tenemos 21 uvas tintas y 21 uvas blancas –un total de 42–, **el país líder en la producción de vinos, Italia, tiene 500 variedades de uva**.

- Sin embargo, las grandes empresas con procesos tecnificados, como **Santo Tomás**, han logrado valiosas **innovaciones**. Esta firma desarrolló un vino más dulce que los tradicionales, llamado **Tardo o vino de poste**, el cual tiene por ahora una producción limitada.

excesiva desalentaría la actividad. “En una industria que está creciendo, como la nuestra, sería más malo que bueno, por ahora”, acepta la ANV.

La última frontera

Con el reconocimiento exterior, sin embargo, es un hecho que el vino mexicano ha superado las pruebas de calidad. Además, toda la bebida que se produce en México se comercializa, lo que ubica al país en una situación excepcional frente a sus competidores, los cuales reportan una sobreproducción que tienen que colocar, en muchas ocasiones, a costa de la calidad. Pero también debido al auge que hoy experimenta el sector en México, hay varios proyectos que intentan sacar el mayor provecho, dando pie a la proliferación de marcas, que a veces no gozan del prestigio que se requiere. “Lo que más nos preocupa es que a veces los productos de estos micronegocios están sobrevaluados. Como atienden a un asunto aspiracional de la gente, elevan sus precios sin control”, asegura una de las fuentes consultadas. “Como la ley del péndulo, tienes que ir de un lado a otro hasta encontrar el justo equilibrio. El sector se va a ir depurando y los que persisten van a tener que seguir cumpliendo con la calidad, la variedad y el precio, para permanecer en el gusto del consumidor”, advierte Pilar Meré.

Lo que es un hecho, es que la producción vitivinícola nacional hoy mide su fuerza con lo que “desembarca” de Europa o de los países de Nuevo Mundo. Así, los estudios de mercado apuntan a que el vino español sigue ocupando el primer lugar en las preferencias del paladar nacional, seguido del producto chileno, pero los vinos de casa ya ocupan un honroso tercer lugar, superando a los franceses y los australianos, cuando hace apenas unos años no figuraban en la lista. “Un público muy especial que atender son las mujeres”, indica Manuel Orgaz, sommelier del Club de Industriales. “Ellas serán un factor clave para visualizar un cambio de hábitos, van a ser el puntal para que el vino mexicano se acabe de consolidar”, añade. Por su parte, Pilar Meré asegura que otro punto fundamental en la fórmula del éxito en esta actividad es “partir de una base real, tener la certeza de lo que puede significar el vino para la agricultura y la economía de este país”. No hay más, en la industria mexicana del vino la unión es la clave. El siguiente paso es crear una fuerza común entre productores, comercializadores, autoridades y todos los actores involucrados en este medio, a fin de promover el consumo de vino nacional.

CALDOS (mexicanos y) DULCES

Se les conoce como vinos de postre, probablemente, debido a ello su consumo ha sido limitado. Esta idea equivocalos ha hecho pasar un trago amargo, pero ahora resurgen y demuestran que no son tan dulces cuando se trata de acompañar al plato fuerte. **Texto: Martha Robles Félix • Foto: Antonio Cruz**

Contrario a lo que mucha gente cree, los vinos de postre contrastados con los sabores de alimentos salados pueden crear maridajes muy exitosos. Por ejemplo, a diferencia de México, "en Europa es bastante común disfrutar este tipo de vinos en las comidas y no sólo en los postres. En Sauterns, Francia, suelen recibir a la gente con vino dulce y frituras", asegura Manuel Orgaz, sommelier del Club de Industriales en la Ciudad de México.

Manuel explica que en el país no se tiene la cultura del consumo regular de los vinos dulces por desconocimiento; además de que las condiciones climatológicas, de obtención, de producción y de trabajo están mejor dadas en países

como España, Francia o Alemania, pero México se está introduciendo en este proceso de forma destacada.

Un vino denominado dulce natural suele conservar los azúcares naturales de la uva; en cambio, un vino de licor es un mosto que no fermenta porque se le adiciona alcohol desde un principio con este propósito. Existen diferentes métodos de elaboración para obtener la diversa gama de vinos dulces. A continuación le ofrecemos una lista breve de conceptos para que elija el que más le guste:

Vinos generosos dulces. Son vinos ricos en alcohol que proceden de vendimias asoleadas (pasificadas), de uvas muy dulces y, por



1

2



3

4

5

consiguiente con una gran riqueza de azúcares naturales que pueden pasar por una larga crianza.

Vinos dulces naturales. Tienen una fermentación parcial, detenida con una adición de alcohol con el fin de conservar el azúcar natural de la uva y elevar el grado alcohólico.

Vinos naturalmente dulces. No se les añade ni azúcar ni alcohol y son dulces por la maduración de la uva.

Vendimias tardías. Vinos dulces procedentes de vendimias sobremaduras que resultan con una buena riqueza de azúcares residuales y un grado alcohólico de entre 13 y 15.

Licorosos de botritis. Estos vinos provienen de uvas deshidratadas por la acción de un hongo denominado *Botritis cynerea*, que se deposita sobre las uvas, elimina el agua y concentra el azúcar siempre que las condiciones climáticas del sol y humedad lo permitan.

Los vinos dulces suelen tener de 18 a 400 gramos de azúcar por litro.

Maridar con el divorcio

Hay dos formas de combinar un vino dulce: a través del maridaje por complementación, que consiste en reafirmar los sabores propio del vino con alimentos afines, y del maridaje por contraste, donde dos sabores contrarios resaltan al combinarse. Por ejemplo: un vino dulce con tarta es un maridaje por complementación, mientras que combinar alimentos agrídulces es por contraste. En este sentido, "la cocina asiática es excelente para entender estos vinos, sin embargo, no todos son exitosos", destaca Manuel Orgaz.

Una buena característica de los vinos dulces es su alto grado de acidez (sensación refrescante), y sus aromas de fruta confitada y deshidratada, por lo que vale la pena experimentar y dejar de pensar que pueden empalagarnos. •

Dulces a la mesa

1 MONTE XANIC CHENIN BLANC 2007

Monte Xanic
Cosecha Tardía
13.5% Vol. Alc.
750ml

La uva Chenin Blanc produce un vino muy frutal que brinda un excelente equilibrio entre la acidez y un suave dulzor, ideal para tomarse como aperitivo con platillos ligeros como una ensalada de frutas o inclusive como vino de postre.

Maridaje de complementación: chiles en nogada.

Maridaje de contraste: tarta de piña.

2 PASSITO 1999

L.A. CETTO Boutique
16.% Vol. Alc.
500ml

Este vino de la línea boutique está elaborado con uvas pasificadas (Moscatel de Alejandría). Esta cepa blanca mediterránea requiere de altas temperaturas para su buena maduración. De ahí que sea la preferida para elaborar vinos dulces.

Maridaje de complementación: galleta de almendra.

Maridaje de contraste: pato a la ciruela negra.

3 EL GRAN DIVINO 1999

Château Camou
13.0% Vol. Alc.
500ml

Vino blanco dulce natural de uvas Sauvignon Blanc y Chardonnay. Cosecha otoñal, color amarillo dorado límpido con aromas dominantes de toronja, piña, durazno, humo y mantequilla. En boca, un excelente graso con dominancia a frutas tropicales y gran persistencia.

Maridaje de complementación: foie gras sellado con pan de especias y compota de frutos secos.

Maridaje de contraste: chabacano rostizado con biscuit de nuez, espuma de yogut y helado de pistache.

4 DULCHÉ 2003

Barón Balché
13.5% Vol. Alc.
500ml

Vino dulce natural elaborado con la vinificación tradicional de las uvas Grenache 95% y Ruby Red 5%. Cosecha tardía: septiembre-octubre.

Destaca por su color rojo granate, aromas a frutas rojas y maderas.

Maridaje de complementación: pollo a la cantonesa.

Maridaje de contraste: tarta de mamey con almendra tostada.

5 SANTO TOMÁS COLOMBARD 2007

Bodegas Santo Tomás
12.6% Vol. Alc.
750ml

Este vino se caracteriza por su color amarillo paja con buen brillo, aroma afrutado con notas de granada china y miel. Sabor equilibrado con final dulce y de textura sedosa.

Excelente para quesos fuertes.

Maridaje de complementación: tronco de salmón rostizado con salsa oriental.

Maridaje de contraste: manzana con miel, biscuit de avellana y helado de canela.

Aliados del vino

Más parecido a un ritual, el descorche hoy se ha vuelto más sofisticado, debido a la gran oferta de accesorios creados especialmente para él. Aquí, una pequeña probadita para neófitos, aficionados y sibaritas. Texto: Martha Robles Félix • Foto: Alfredo Pelcastre

Temperatura correcta. Este enfriador de botellas mantiene temperaturas de 15 a 25°C. Sólo introdúzcalo durante seis horas en el refrigerador y una vez que abrace la botella bajará su temperatura en cinco minutos y la conservará durante el servicio; 400 pesos.

Sin oxigenación. Bomba de vacío con tapón para botellas ya abiertas. Logrará que los vinos se conserven entre 2 y 10 días, dependiendo del tipo; 370 pesos.

Vinos perfumados. Encuentre los aromas del vino entrenando su nariz con estas cajas de seis hasta 52 esencias. Desde 475 hasta 6,200 pesos.

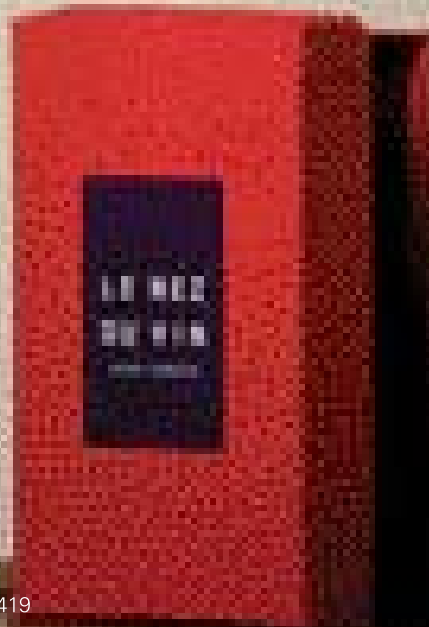
Cavas al tiempo. Mida la temperatura y humedad correctas para mantener la buena salud de sus vinos con un termómetro con higrómetro; 409 pesos.

Apertura. Dé un respiro a su vino con este decantador Krosno de cristal; 450 pesos.

El mejor servicio. Termómetro metálico tipo pluma; 400 pesos.

Hora de la degustación. Sacacorchos con cache de madera para sommeliers; 475 pesos.

¡Salud! Copa de cristal, su elección es tan importante como la de un vino. Desde 150 pesos.



Agradecimiento especial a la enoteca y restaurante
Tierra de Vinos em el Distrito Federal, en donde se
pueden conseguir los accesorios mencionados.
Tel. (55) 5208 5133.

