
La marca Havana Club busca el primer lugar en ventas en EE.UU.

28/02/2016



“Estamos seguros de que el ron Havana Club será el principal producto cubano que entre en Estados Unidos tan pronto se pueda. (...) Representa el 40% de las ventas mundiales de ron, entonces el reto y la potencialidad son grandes”, señaló en una entrevista el director de desarrollo de mercado de Havana Club, Sergio Valdés.

El directivo precisó que, con un mercado como el estadounidense todavía vetado, Havana Club es ya el tercer ron más vendido en todo el mundo, marca que podría superar fácilmente cuando las empresas cubanas puedan entrar sin restricciones en el país vecino, ávido por adquirir productos emblemáticos de una isla prohibida a ellos durante 50 años, como el ron o los tabacos.

Batalla legal

Antes de poder entrar con todos los galones en ese potente mercado, la empresa mixta cubano-francesa que comercializa en el mundo Havana Club conformada por la francesa Pernod Ricard y la cubana Cuba Ron, se apuntó un importante logro hace unas semanas al vencer una batalla legal de más de veinte años con Bacardí por los derechos de esa marca en Estados Unidos.

Como resultado de esa pugna legal, se producía una situación anómala: Bacardí vendía la marca en los Estados Unidos; mientras que Pernod Ricard lo hacía en el resto del mundo; desde que conformara en 1993 la empresa mixta con Cuba.

