
Vinos californianos abren camino en La Habana

08/02/2016



Un centenar de productores californianos del «licor de los dioses», la mayoría con negocios descritos como familiares, participaron durante tres días en un festejo en la capital cubana organizado por la firma US Cava Exports (USCE), de Sonoma, California, del viñatero Darius Anderson, a quien sus colegas definieron como un «conocedor» del mercado cubano por haberlo visitado con frecuencia.

Anderson dijo a la prensa local que Estados Unidos y Cuba viven «un momento ideal, que genera un interés sin precedentes», entre empresarios «americanos», en especial los relacionados de alguna manera con restaurantes privados y con el sector hotelero. En otras palabras, los vitivinicultores de California, que son los más apreciados en Estados Unidos por la calidad de sus producciones, buscan un espacio en un país con mucho consumo de cerveza y de ron, pero con poco de vino.

El motivo de esas preferencias «está en el calor que hay en Cuba en gran parte del año», dijo a ANSA Eusebio Martínez, de 76 años, que se dedicó por años a labores en restaurantes. «El cubano prefiere acompañar la comida con la cerveza, y la fiesta, con ron y hielo», aseguró. No obstante, las gestiones de los productores de vino no parecen mal encaminadas. Con la expansión del turismo internacional, los negocios gastronómicos privados, y de las estancias de cubanos en otros países, el vino se bebe con mayor frecuencia, aseguran «conocedores» como Martínez. En 2015 visitaron la isla 3,5 millones de turistas extranjeros, la gran mayoría procedente de países donde el vino es el rey.

Pese a que la competencia con la cerveza y el ron puede ser escabrosa, el vino de ninguna manera está destinado a perderla. Una de las citas más frecuentes del cubano, que se atribuye al prócer José Martí, es que «nuestro vino es agrio, pero es nuestro vino». Sin embargo, en realidad los vinos que se venden en Cuba de manera abundante en los supermercados del país vienen de Argentina, Chile, España, Italia y otros países europeos, y son de buena calidad.

Muy pocas marcas son cubanas, y cuando lo son, están producidas al gusto del cubano, con tendencia a los dulces.

Los fabricantes extranjeros de vinos de California quieren aprovechar, además, otro boom mucho más modesto, que es el del turismo, pero que se expande. Los «paladares» o restaurantes privados en Cuba son cada vez más numerosos. Las autoridades acaban de anunciar que en 2016, 230 negocios gastronómicos estatales se transformarán en cooperativas urbanas privadas. Una mayoría de los cerca de medio millón de «cuentapropistas», tal como bautizó a los privados el gobierno, en este país se dedican precisamente a negocios con comidas y bebidas y, aunque el vino es quizá el gran ausente en muchos de esos establecimientos, eso cambia poco a poco.

Como otros empresarios estadounidenses, tras anunciarse el deshielo, los vitivinicultores de California están esperanzados con «entrar» en este mercado, pese a que aún el embargo de más de 50 años que aplica Washington a Cuba no lo permite. Pero cuando el momento llegue, estarán entre los hombres de negocio en Estados Unidos que esperan pacientemente a que caiga la medida, en «posiciones avanzadas» con sus ofertas.
