vinetur

El legado del vino que no se quiere

El relevo generacional amenaza décadas de criterio, memoria, proveedores y confianza construida con los clientes.

martes 28 de julio de 2026

ESCRITO POR JAVIER CAMPO



Hay un tipo de herencia que no aparece en ningún testamento con nombre propio, pero que se está repitiendo en toda España: una carta de vinos que nadie va a continuar. Y que nadie se rasgue las vestiduras que hay muchos restaurantes a los que la gente va

por el vino y no por la comida.

Restaurantes que tardaron veinte, treinta años en construir una carta de vinos de verdad. Añadas guardadas con criterio. Relación directa con el productor. Un propietario que nunca estudió sumillería y que era capaz de recomendarte a ciegas qué vino pedir según lo que habías pedido de comer, tu presupuesto y hasta tu cara de indeciso. Y detrás de este negocio, muchas veces, un hijo o una hija que estudió otra cosa, que no le interesa el vino, o que directamente ve el restaurante como demasiado sacrificado para lo que da.

No es una excepción. Es la norma que empieza a preocupar al sector. El propio presidente de Hostelería de España ya lo ha metido en la lista de riesgos estructurales, junto a la presión fiscal y el aumento de costes. Y no hace falta ir muy lejos para encontrar testimonios. El otro día leía el comentario de un restaurador que resume el problema: su hijo es empresario, pero de otra cosa que no es la restauración tal y como él la había entendido toda la vida. Desde la vocación. Desde la mirada cómplice de un cliente sonriendo. Desde la satisfacción de haber hecho bien lo que fuese que hubiese hecho ese día.

Hay una diferencia entre lo que se hereda y lo que no. Aquí está el tema. El local se hereda. La licencia se hereda. Las mesas, las sillas, hasta la clientela fiel, en parte, se hereda. Lo que no se hereda es el criterio o el compromiso de lo que ha costado media vida en construirse.

Una carta de vinos de verdad no es algo que se transfiere con una firma notarial. Es conocimiento acumulado durante años, casi artesanal. Cuál va a ser la referencia y la añada aguantará diez años más en la bodega, qué proveedor te fía en un mal mes, qué cliente reserva siempre la misma botella y la misma mesa para su aniversario. Cuando quien hereda no quiere el negocio, ese conocimiento se esfuma. Se apaga. Adiós.

Y como todo lo que se apaga sin ruido, no sale en ningún titular. No hay ninguna gala de premios para el restaurante que, un año después del relevo, ha convertido su bodega de cuatrocientas referencias en cuarenta vinos genéricos de distribuidora. Simplemente ha dejado de ser el sitio al que ibas por el vino, y ha pasado a ser un restaurante más.

Es curioso, porque este cambio, para mí paradigmático, no es generalizado. Los datos del sector muestran que la restauración, a diferencia de otros negocios, sí está consiguiendo atraer a menores de 35 años a ser restauradores de sala o cocina. El problema no es siempre la falta de gente joven en el sector. Es la falta de gente joven dispuesta a heredar la parte del negocio que exige más años de aprendizaje silencioso y menos recompensa inmediata.

Porque tener una buena carta de vinos no es hacer un curso de fin de semana. Son muchos años de probar, equivocarte, memorizar y afinar el gusto. Y esta nueva generación, tan dispuesta a transformar su propio proyecto desde cero, no tiene ningún interés en dedicar cinco años en heredar el criterio de otro, aunque ese criterio valga oro.

Me pregunto si esto es reversible o si hay salida. Seguramente, la habrá. Pero, creo que exige al propietario el dejar de pensar en su hijo como única opción de continuidad. Y esto es duro. Encontrarse en la disyuntiva de dejarle el restaurante a tu hijo para que tenga un negocio o vendérselo a un precio decente a quien trabaja para ti desde hace más de una década y entiende perfectamente como es ese negocio. Y es muy fuerte que alguien que no es de tu sangre, sea capaz de defender esto, mientras que, en algunos casos, el hijo de su madre, se carga el negocio y cierra al poco tiempo porque lo ha petado todo en festividades nocturnas. Y muchos saben de qué estoy hablando.

He visto casos en los que pasa casi siempre lo mismo. Traspasar el restaurante a quien ya lo conoce de dentro o buscar un socio externo que compre el negocio precisamente por lo que el heredero desprecia. Una carta de vinos que costó tanto construir y una fama ganada a pulso.

Lo que no funciona es lo que está pasando ahora mismo en cientos de restaurantes españoles. No puedes esperar a que tu hijo cambie de opinión, y mientras tanto, ver cómo se diluye algo que no se va a poder reconstruir en unos meses de formación en marketing digital para redes sociales. Y que no se equivoque nadie en lo que estoy explicando si lee otros de mis artículos en los que hablo de la importancia de innovar en el sector y hacer las cosas de otra manera a las que hacía tu padre. Como todo en la vida, es cuestión de equilibrio.

El vino, al final, tiene la paciencia que a nosotros nos falta. Aguanta años en botella esperando el momento perfecto. Una carta de vinos, en cambio, no espera a nadie. Si nadie la cuida, se muere con la misma rapidez con la que se cierra una persiana.