vinetur

“Los objetivos más importantes del vino mexicano para este año son cuidar la calidad, trabajar en pro de la unidad y en la protección de nuestra industria”

Salomón Abedrop, presidente del Consejo Mexicano Vitivinícola

miércoles 3 de abril de 2024

ESCRITO POR MARIANA GIL JUNCAL



A un año de ejercer como el Consejo Mexicano Vitivinícola conversamos con Salomón Abedrop para conocer cómo su gestión está impulsado fuertemente el enoturismo y el consumo de vino mexicano.

¿Cómo resumiría este primer año de gestión en el Consejo Mexicano Vitivinícola?

Ha sido un año de aprendizaje. Me tocó estrenar no solo la presidencia, sino también al equipo de dirección y eso nos dio oportunidad de conocer todo lo que está pasando en el Consejo y en la industria. He estado en Chihuahua, Aguascalientes, Guanajuato, Querétaro, Baja California, Coahuila... en muchas regiones. Siempre con el interés de ver qué está pasando y cómo trabajar mejor como industria. Lo mejor que ha pasado este año es que he visto una consolidación del Consejo Mexicano Vitivinícola entre todas las regiones de México.

¿Cuáles considera que son los principales logros del último año?

Que la industria se encuentra trabajando unida. Hemos logrado afinar nuestros objetivos y estamos prácticamente todos alineados en cuidar mucho la calidad, el nombre de nuestro vino y, por supuesto, en incrementar nuestra producción para poder hacerle frente a la creciente demanda en México.

¿Cuáles son los objetivos para este nuevo año?

Primero que nada, cuidar muchísimo la calidad y trabajar en pro de la unidad y en la protección de nuestra industria. Y, obviamente, tenemos que atender todos los factores externos que han sido la temática principal en este último año: el tipo de cambio –que es un factor exógeno totalmente– que claramente ha incidido en la demanda.

¿Cómo observa el enoturismo en México?

Creciendo a pasos agigantados, ha habido una grata respuesta del público en diversos lados. En Baja California, ni se diga, tiene varios años al alza: hace 7 u 8 años llegaban 950 mil visitantes documentados al año, la mayoría de Estados Unidos, del sur de California, lo cual le da mucha fuerza y penetración en el mercado regional. Con el

tiempo, creció también Querétaro a la sombra de su cercanía con la Ciudad de México y la zona de Guanajuato que está más pegada a San Miguel de Allende. Aguascalientes y Coahuila han desarrollado programas especiales. El que creo más exitoso y pensado como política pública en México es el de Vinos y Dinos (Coahuila), que ha sido una revelación y ahora mucha gente está visitando esos viñedos también.

¿Qué plan de acción relacionado tiene el consejo en materia de sustentabilidad?

Estamos trabajando fuerte por la sustentabilidad a largo plazo. Primero, con el cuidado del agua que es lo más importante de todo. No podemos permitir que los viñedos mueran en el mediano plazo o que no tengan suficiente agua para sobrevivir. Obviamente, para eso debemos tener sistemas de riego de alto rendimiento que no desperdicien prácticamente nada y en algunas zonas del país estamos entrando en materia de reúso con alta eficiencia en el consumo hídrico. Por otro lado, estamos trabajando en materia verde, cuidando que los insecticidas y los productos químicos utilizados sean lo menos contaminantes y, sobre todo, que no afecten en absoluto a las uvas y sus derivados.

¿Cómo evolucionaron desde el año pasado las hectáreas de uva en México?

No tenemos aún un dato preciso, pero hemos visto con sorpresa que en Coahuila se han sumado dos viñedos de 20 hectáreas, uno de 30 y otro que era de 70 ahora es de 120. Eso está pasando en Querétaro también: había 35 proyectos y ahora me hablan de 50. Guanajuato también está creciendo a un paso un poco más lento, pero creciendo. La medición de hectáreas seguramente la tendremos en unos meses, ahora es muy difícil.

¿Qué ayuda brindan para que poco a poco las hectáreas de viñedos en México sigan incrementándose?

Como Consejo intentamos provocar la generación de políticas públicas que den viabilidad, sustento y apoyo a que se planten más hectáreas para vino en México. El tema es que plantar una hectárea de uva para vino es costoso, va de 55 mil a 73 mil dólares según la región más la dificultad del riego. Si una hectárea de 70 mil dólares tarda tres años en generar algo de ingresos, se vuelve un escalón muy fuerte para los inversionistas que quieran incursionar en el vino. Buscamos que ese brinco sea menos difícil para los nuevos.

¿Y cómo planean realizarlo?

Pues con ayuda del gobierno a través de un programa de pozos, de sistema de riego, de compra de mallas o de plantas. Algunos estados ayudan con la planta, otros con el fertilizante o con mangueras para riego. En general, todos los estados tienen un programa, desafortunadamente el Gobierno Federal no. Si esos programas estatales se replicaran a nivel nacional, seguramente estaríamos duplicando hectáreas en cuatro o cinco años.

¿Cómo describiría la evolución del vino mexicano durante el último año?

La evolución ha sido muy satisfactoria. Primero, su calidad es absolutamente destacable. Vemos al vino mexicano ganando medallas en los principales certámenes del mundo, se codea con los mejores vinos y logra grandes premios. Estamos logrando posicionar al vino mexicano –que ni siquiera existía en el mapa hace pocos años– y no solo eso sino que es de alta calidad. Vamos a certámenes donde dan 800 medallas y nos traemos 80, un logro nada menor si pensamos que el vino mexicano no representa ni el 0.5 de la producción mundial. Lo que esto demuestra es que nuestros vinos son altamente destacables por su calidad. En el mercado interno quiero resaltar que estos últimos tres años hemos tenido una lucha feroz, palmo a palmo en el mercado, con los vinos importados, que antes se importaban con dólares a 21 o 22 pesos. Ahora, con dólares de 17 y hasta de 16.60 pesos, tienen ya de entrada un 30 por ciento de

descuento; entonces, la gente acostumbrada a comprar un vino de 200 pesos hoy lo compra en 140, eso hace que el vino mexicano tenga que luchar por conservar su lugar en el mercado interno. En particular, de mediados de 2023 para acá se ha recrudecido esta situación y estamos luchando por mantener nuestros espacios y consumidores sin sacrificar nombre o calidad. En el mercado externo, sin perder de vista que el tipo de cambio encarece nuestro vino en el extranjero, las ventas están creciendo a un paso, quizá no tan rápido, pero muy sólido. Considero que el mercado externo para el vino mexicano se está consolidando.

¿Cómo vaticina los vinos de la reciente cosecha?

En Coahuila y Baja California hubo una buena cosecha, parece que tendremos buenos resultados y esto nos llevará a continuar en la lucha por el mercado y la preferencia de los consumidores mexicanos. Hubo buenas condiciones de clima en el norte y 2024 pinta para ser un buen año también.

¿De qué forma trabaja el consejo para incrementar la demanda del producto vino entre los mexicanos?

Hacemos campañas para promover la calidad del vino, el consumo responsable y, por supuesto, también para presentar opciones a los consumidores. Ahora mismo estamos trabajando con Amazon para crear una tienda de vino mexicano, lo mismo que con aplicaciones de entrega, como Rappi, Didi y otras, para que también tengan tienda de vino mexicano. En general, tratamos de abrir el mercado. Estamos colaborando también con Canirac para que exista en los restaurantes una carta de vino mexicano por separado o destacada, que muestre todo el esplendor por regiones y que eso permita tener mayor posicionamiento y ventas. A la par, desarrollamos una gran campaña, a nivel nacional, de capacitación para restauranteros, capitanes, meseros... con varios aliados, sobre todo con el destacado grupo de sommeliers que hay en México.

Salomón Abedrop, presidente del Consejo Mexicano Vitivinícola



Oriundo de Saltillo, Coahuila, ocupó puestos en la administración pública en el Gobierno Estatal en diferentes áreas, tales como Subsecretario de Egresos, Subsecretario de Planeación Educativa y la Dirección General de la Comisión Estatal de Agua Potable, Alcantarillado y Saneamiento del Estado de Coahuila. En la Ciudad de México, ocupó el cargo de Subdirector General de Infraestructura Hidroagrícola y la Subdirección General de Planeación, ambas en la CONAGUA.

Desde enero del 2008 es socio director de la empresa consultora Asesoría Técnica y Financiera S.C. dedicada a la elaboración de proyectos de infraestructura hidráulica en diversas zonas del país.

Actualmente es miembro de importantes organismos consultivos e instituciones, entre las que destacan: Miembro permanente del Consejo Consultivo del Agua (México ,D.F.). desde el 2003. Presidente de 2004 al 2007 de la Asociación de empresas de agua y

saneamiento de México (ANEAS). Miembro de la Asociación de entes reguladores de agua de las américas (ADERASA) y primer representante de México en esa organización. Fundador e impulsor del primer sistema de benchmarking de los organismos operadores de agua de México.

Ha formado parte de importantes consejos editoriales de periódicos, tales como El Palabra (Reforma) y Vanguardia, de Saltillo.

Fundó el Patronato "Un regalo que da vida", que promueve la cultura de donación y trasplantes de órganos.

En el 2009, motivado por el crecimiento de la industria vitivinícola y siendo él, un apasionado del mundo del vino, con el apoyo y asesoría de sus amigos de Casa Madero, fundó el Viñedo Hacienda Florida, ubicado en el municipio de General Cepeda, Coahuila. El Proyecto que inició con una siembra de tan sólo 5 hectáreas, hoy cuenta con una plantación activa de 20 hectáreas y 10 más en planeación.

Los vinos han sido merecedores de importantes medallas de concursos de talla mundial tales como el Concours Mondial de Bruxelles, el Global Wine y el Decanter World Wine Awards, entre otros. Actualmente Hacienda Florida ha sido elegido para reportajes de las revistas México Desconocido, Grupo Reforma -Monterrey y México- y otros medios internacionales.

Participó activamente para la formación del Consejo de Vinos de Coahuila, Organismo al que pertenece junto con 25 Viñedos más asociados.