

Corporación Habanos, líder en la comercialización de puros premium



por Roberto Morejón

La industria cubana del tabaco está en condiciones de abastecer el mercado internacional, incluyendo Estados Unidos si el bloqueo cesara, con una calidad sostenible, basada en una mano de obra con experiencia y tradición más sueltos inigualables.

Así se pone de relieve en el decimonoveno Festival Internacional del Habano, en esta capital, al que asisten invitados, aficionados a los puros, empresarios, turistas y otras personas atraídas por los resultados de una industria de fama mundial.

A ellos les llama la atención, al margen de agasajo, cómo el tabaco es representativo de la cultura, tradición y el arte de los cubanos.

Con esos asideros esa rama de la economía y la agricultura prosigue su auge y los estrategas, técnicos, campesinos, torcedores y comercializadores se empeñan en que el buen nombre del producto siga calzado por la calidad.

Si hablamos de atributos, de ellos se hablará en las primeras actividades del presente evento, al distinguir las marcas H. Upmann, junto a Montecristo y Quai d'Orsay, con nuevas vitolas en sus perfiles habituales.

H. Upmann expondrá su primera Gran Reserva Cosecha 2011, en tanto Montecristo, originada en 1935, suma a su portafolio una nueva línea de productos y la propuesta más Premium, privilegio de la marca.

Los organizadores siempre garantizan novedades. En 2015 se lanzaron al mercado tabacos añejados de 5 a 8 años, bajo las reconocidas marcas Montecristo y Romeo y Julieta.

En 2016, la legendaria marca de habanos Cohiba celebró su cumpleaños 50 por todo lo alto y el festival del habano correspondiente le rindió honores.

En la edición número 19 del Festival Internacional del Habano, los visitantes tendrán, como siempre, la posibilidad de adentrarse en el proceso de confección totalmente manual de un tabaco Premium, a cargo de operarios versados.

De esas manos habilidosas emergerán las unidades que los clientes degustarán en un año con pronósticos positivos, como lo fue el 2016.

Las perspectivas halagüeñas deben concretarse aun sin ponerse fin a las prohibiciones actuales para que los habanos lleguen al exigente mercado estadounidense.

Es cierto que el gobierno estadounidense flexibilizó acápites del boicot al apelar el expresidente Barack Obama a sus prerrogativas, pero las medidas fueron insuficientes, aunque positivas.

De todas formas, el festival se presenta atractivo para los interesados estadounidenses si se califican en las 12 categorías de viaje permitidas a los de esa procedencia con destino a Cuba.

Todos los participantes en el certamen constatarán que las 27 marcas Premium de Habanos seguirán gozando de la mayor vitalidad.

<https://www.radiohc.cu/especiales/comentarios/122783-corporacion-habanos-lider-en-la-comercializacion-de-puros-premium>



Radio Habana Cuba