

Bodegas Murviedro aumenta su facturación un 7% y afronta el 2014 con nuevos proyectos

SEVi (SeVi nº 3416 - 08-02-14) - Actualizado el 28/1/2014 10:00:15

Bodegas Murviedro, filial española del Grupo Schenk, una de las empresas líderes del sector del vino en Europa, ha cerrado el ejercicio 2013 con una facturación de 25 millones de euros, lo que supone un incremento del 7% con respecto al 2012. La empresa ha seguido creciendo de manera paulatina, de acuerdo con la estrategia que se había marcado y ha aumentado en un 2% el volumen de producción, superando los 20 millones de botellas, a pesar de ver comprometidos sus márgenes durante la última vendimia por la fluctuación al alza en el precio de la uva.

Durante el año 2013 la bodega ha completado el plan de inversiones que comenzó hace 5 años que contemplaba la ampliación de la nave de barricas, la compra de nuevos depósitos isobáricos, el incremento de la capacidad de almacenamiento de la bodega con nuevos depósitos de acero inoxidable, las nuevas líneas de embotellado y BIB, la automatización de la gestión del almacén por un sistema de racks; además de la nueva depuradora, los nuevos sistemas de frío, los filtros tangenciales y la continua renovación del parque de barricas nuevas de roble francés y americano, hasta alcanzar las 4.500 actuales. La adquisición de un nuevo "decanter" que sustituye a la tradicional prensa neumática, para procesar de manera más eficiente la recepción de la uva culmina un proceso de inversión que sitúa a la bodega en una posición de vanguardia en lo que a instalaciones y procedimientos se refiere.

El objetivo que se marca la bodega para los próximos años es continuar con la línea ascendente de crecimiento moderado, tal y como se viene haciendo durante los últimos cinco años, aprovechando la amortización de las inversiones para tratar de mantener los niveles de precio, consolidándose como una oferta competitiva en el mercado del vino.

Plan estratégico 2014-2020

Entre los mercados sobre los que Bodegas Murviedro centra su estrategia de expansión para los próximos años destaca EE.UU., donde la bodega cuenta con una persona de su confianza desplazada, Marc Grin, que trabaja con uno de los distribuidores más potentes del mercado americano en la implantación de los vinos de Murviedro. La bodega mantiene su apuesta por el mercado asiático, en concreto China, donde cuenta con representación propia gracias a las oficinas del Grupo Schenk, y donde va definiendo sus áreas de liderazgo. Rusia sigue siendo una apuesta segura para Murviedro, donde durante los últimos años ha experimentado un crecimiento exponencial, gracias al trabajo del equipo comercial y su excelente relación con el distribuidor líder del sector. Respecto a Europa, el objetivo es mantener el posicionamiento de la bodega, ya que se trata de un mercado maduro y seguir fidelizando a sus clientes, a través de los embajadores de la marca en cada uno de los mercados.

En cuanto a mercados emergentes, Bodegas Murviedro apuesta por Sudamérica, en concreto los mercados colombiano, brasileño y mexicano, para cuyos mercados la bodega ha lanzado nuevas líneas de producto. El mercado indio y el sudeste asiático también suponen un reto para la bodega, ya que ha empezado a distribuir algunas gamas de manera incipiente y cuyo posicionamiento espera consolidar a lo largo de los próximos años.

La bodega mantiene su estrategia de crear una marca en el vino español y situar a Bodegas Murviedro como un referente y el mejor representante de la oferta de nuestro país en los mercados internacionales, lo que le lleva a renovar y actualizar el número de referencias de manera continua, adecuando el producto en todo momento a las tendencias del consumo a nivel internacional. En palabras del director general, Diego Talavera: "la fuerza de Bodegas Murviedro reside en la capacidad de trabajar en equipo, elaborando vinos de calidad a precios razonables; además de contar con una potente red de distribución internacional avalada por la fuerza del Grupo Schenk y una red de importadores y distribuidores líderes en cada uno de los mercados comprometidos con nuestro proyecto".

A nivel de producto, los objetivos para este año son reforzar la vinculación de la marca con su origen español y trabajar en los nuevos lanzamientos de la nueva línea de productos DNA que simbolizan el espíritu de Murviedro, y la fusión entre la cultura y las gentes de las diferentes tierras de España. Reforzar el sentido de la pasión como parte del estilo de vida mediterráneo, donde las pequeñas celebraciones también son importantes y Murviedro acompaña estos momentos. Esta nueva gama comprende vinos de la Comunidad Valenciana con D.O.P. Utiel-Requena, Valencia y Alicante, además de Rioja, Rueda y Rías Baixas.

Reestructuración interna

Para lograr estos ambiciosos retos, la Dirección General, liderada desde hace más de tres años por Diego Talavera ha llevado a cabo una reestructuración interna, auditando los diferentes departamentos para optimizar la gestión. Esta reestructuración ha obligado a realizar cambios en el departamento comercial cuya dirección pasa a manos de Javier Solano, anterior jefe de ventas nacional, y en la dirección técnica de la bodega, donde Víctor Marqués será el encargado de liderar los nuevos proyectos de desarrollo y producción de nuevas gamas de producto en los que lleva trabajando, como adjunto al anterior director técnico, desde hace tres años.

Entre los principales retos para 2014 a nivel de producto está la elaboración de la nueva línea de productos DNA, que incluye tres gamas diferenciadas: una gama "classic", que concede el protagonismo al varietal más representativo de una zona, que incluye un blanco de PlantaNova Moscatel, un rosado Tempranillo y los tintos de Tempranillo, Bobal y Monastrell, para los que se ha llevado a cabo una selección de uva en campo y una cuidada elaboración con levaduras naturales que potencian la personalidad de cada varietal.

 Traducir esta página
 Catalán
 Microsoft® Translator


Ene 2014						
Lu	Ma	Mi	Ju	Vi	Sa	Do
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

- ▶ Feb 3
Concurso Garnachas del Mundo 2014
- ▶ Feb 22 - Feb 24
GastroAlicante
- ▶ Feb 25
VII Certamen de Calidad de Vinos de la D.O.P. Bullas
- ▶ Mar 20 - Mar 21
XX Certamen de Calidad de Vinos de la D.O. Jumilla
- ▶ Mar 20
XXII Concurso de Vinos de Cuenca

Una segunda gama "fashion" que representa la modernidad y las nuevas tendencias de consumo, que se inclinan hacia varietales más aromáticos y cargados de frescura donde están Alma Mística, Alba, Rosa e Iris, además del Dulce de moscatel.

Y la gama "signature" que comprende el top de la gama, con las nuevas denominaciones de origen trabajadas por la bodega, como son: Travitana de Rias Baixas, Calinda de Rueda y Eko como alternativa de consumo de vinos resultado de una producción y elaboración ecológica con D.O.P. Alicante; y tres riojas (uno joven, un crianza y un reserva) bajo la nomenclatura Astro. Además, la bodega sigue ampliando su oferta de cava valenciano, con su próximo lanzamiento de cava ecológico.

Todos estos proyectos serán desarrollados por un departamento que pasa a estar liderado por Víctor Marqués, un experimentado enólogo que juega y ha jugado desde hace tres años un papel fundamental en la consecución de los éxitos de Bodegas Murviedro; y en el que el grupo ha depositado su confianza para desarrollar y liderar la siguiente fase de desarrollo de nuevos productos de acuerdo a la estrategia 2014-2020.

--- Para visualizar el resto del artículo tiene que ser suscriptor y estar registrado en la web ---

Tenga presente nuestras [Condiciones de uso](#) y si utiliza esta información recuerde citar siempre www.sevi.net y La Semana Vitivinícola como fuente.



Los usuarios son responsables de sus propios comentarios.

Enviar comentario

»