



“Nos ayudan a crear pero lo que tienen que hacer es apoyarnos para vender, que es lo más difícil”

ción de 400.000 hectáreas en todo el territorio europeo en un plazo de cinco años, como solución a los excedentes en la producción, Fausto González manifiesta estar en desacuerdo con esta propuesta, en primer lugar, porque no hay que olvidar que en los últimos años se han llevado a cabo Planes de Reestructuración del Viñedo encaminados hacia la profesionalización y la calidad del sector.

En segundo lugar, continúa, de ejecutarse la propuesta, se tendrían que imponer una serie de condiciones de arranque y, sobre todo, “habría que establecer un sistema, mediante el cual haya un control de producciones y una regulación del rango de calidad”, establece.

Junto a la propuesta de Bruselas, se da la paradoja de que se conceden ayudas para realizar inversiones en el sector vitivinícola: “Nos ayudan a crear pero lo que tienen que hacer es apoyarnos para vender, que es lo más difícil. Nos dan para inversiones y, sin embargo, nos están cortando las alas a la hora de comercializar, con lo que nos dan por un lado y nos quitan por otro”, opina Fausto.

Chile, el competidor más peligroso

Actualmente, Bodegas Martúe destina, aproximadamente, un 78% de su producción al mercado nacional y un 22% a la exportación, principalmente a Europa -Bélgica, Holanda, Dinamarca, Inglaterra e Irlanda-, aunque también ha abierto mercado en países como China, Japón, México o Venezuela.

En cuanto a la competencia que encuentran los vinos de Castilla-La Mancha en el mercado nacional, Julián muestra optimismo al afirmar que, aunque sigue suponiendo un esfuerzo dar a conocer la calidad de los caldos castellano-manchegos frente a otras zonas sobradamente consolidadas, cada vez cuesta menos abrirse camino en el mercado nacional.

Otro escollo importante con el que se encuentran los



Julián Rodríguez Abad, director comercial de Bodegas Martúe.

vinos de la Región en su comercialización es la existencia en el mercado internacional de nuevos países emergentes, denominados en términos vitivinícolas Nuevo Mundo, que están ganando posiciones muy rápidamente a costa de los países productores tradicionales. Para Julián, “el competidor más peligroso es el chileno, por su importante potencial, seguido del australiano y el sudafricano, que tiene gran extensión de producción y ca-

pacidad para abaratar costes, por lo que son muy competitivos en precio y en calidad”, considera el Director Comercial.

Bodegas Martúe apuesta fuerte por el enoturismo

Bodegas Martúe ofrece a los amantes del vino y a cualquier persona que tenga una inquietud por acercarse a este mundo diversas actividades.

Por ello, sus proyectos de futuro están encaminados en este sentido porque, según indica Fausto González, “tenemos una producción totalmente limitada y tampoco vamos a plantar más viñedo”, advierte, para confirmar que, una vez consolidado el viñedo, la elaboración de unos caldos a partir de viñedo propio y su comercialización, el gran reto de Bodegas Martúe en la actualidad es incentivar esta bodega como destino turístico, ➔

Bodegas Martúe posee unas magníficas instalaciones para promocionar y desarrollar el enoturismo.

