

EN PORTADA

MUGA
La bodega que ha conquistado EEUU

MUGA ES UN PESO PESADO DEL VINO DE RIOJA, QUE VENDE DOS MILLONES DE BOTELLAS ANUALES EN MÁS DE 50 PAÍSES. LAS NUEVAS GENERACIONES PUEDEN PRESUMIR DE HABER CONVERTIDO LA EMBLEMÁTICA BODEGA DE HARO EN UNA DE LAS MÁS PRESTIGIOSAS DEL MUNDO.

Abuuelos cuberos, hijos bodegueros y nietos pordioseros. El presidente de Bodegas Muga, Isaac Muga, recurre a este proverbio popular para referirse a los problemas sucesorios que han llevado a la desaparición de muchas bodegas centenarias de la Rioja. No es precisamente el caso de esta bodega familiar fundada en 1932 por el padre de Isaac y que hoy se asienta en el emblemático Barrio de la Estación de Haro. Tanto Isaac, como su hermana Isabel y su hermano Manuel, y desde hace unos años dos de sus hijos y sobrinos, lejos de liquidar el pequeño negocio de vinos a granel que heredaron, lo han convertido en uno de los diez mejores productores de tinto del mundo y en la bodega española más demandada en Estados Unidos. Han pasado de elaborar unos pocos miles de litros, a vender más de dos millones de botellas anuales.

“Podemos decir que a pesar de que nuestro abuelo fue el fundador, la segunda generación fue la que relanzó la empresa”, subraya Manuel Muga (arriba de la escalera en la imagen), que representa a la tercera generación. Junto a su hermano Juan se encarga del área comercial y marketing, tareas que realizaba su padre hasta que falleció en 2007. Mientras, sus dos primos, que han trabajado en bodegas australianas, francesas y sudafricanas, son los enólogos y, como su padre Isaac Muga, son los responsables de los viñedos y de todo lo relacionado con la elaboración del vino. Un reparto de funciones que venía definido en el protocolo familiar, que también establece que sólo dos miembros de cada rama familiar trabajen en el negocio.

Según Manuel Muga, el reto de la



PEDRO SÁNCHEZ

tercera generación pasa por incorporar más viñedos propios— cuenta con más de 200 hectáreas— y aumentar la presencia internacional de la bodega, que vende la mitad de sus caldos en medio centenar de países. Por ahora, entre sus planes no entra expandir la producción a otras denominaciones de origen. “Hemos tenido proposiciones de todas las denominaciones, incluso, para implantarnos en Argentina, Portugal y

China. Ni hablamos de condiciones”, comenta Isaac. Su hijo Jorge apunta a las razones: “preferimos invertir ese dinero en comprar más viñedos (una hectárea cuesta más de 200.000 euros), tenemos todavía mucho margen para hacer cosas nuevas en Rioja y, además, nos cuesta delegar. Somos un negocio familiar y nos gusta estar muy pendiente de todo el proceso, algo que en una bodega en Argentina sería imposible”.