



MANUEL MUGA

Vicepresidente de Bodegas Muga

ANA SAMBOAL

Muga es sinónimo de calidad en el mundo del vino. Sukling, el crítico especializado con más prestigio en el sector a escala internacional, ha seleccionado a su Prado Enea como el tercero mejor del mundo. Es el resultado de una cuidada selección de la uva –explica su vicepresidente–, del trabajo artesanal y de un saber hacer que se ha ido enriqueciendo y puliendo a lo largo de tres generaciones. Fueron los abuelos de Manuel Muga los que, ya en el corazón de La Rioja, soñaron con hacer vinos de calidad embotellados. Sus padres conquistaron el mercado español. La tercera generación, hoy a los mandos, es la que ha logrado llevar el apellido, grabado en sus etiquetas, a consumidores de setenta mercados. Con un solo objetivo: sentirse orgullosos de lo que hacen.

"Los vinos españoles se codean con los mejores del mundo"

"Ahora mismo cuidamos los viñedos como si fuesen jardines"

–¿Qué define su vino?

–Hemos conseguido aunar tradición con modernidad. Es una bodega muy artesanal, todo el proceso de elaboración es en roble, no tenemos nada en acero inoxidable ni en cemento. ¿Eso es bueno, es malo, es mejor? Es distinto, pero a nosotros nos funciona bien. Tenemos la fama de ser artesanales y es verdad, nos gusta mantener lo que consideramos que vale la pena, lo que aporta calidad en el proceso de elaboración. Lo haremos, aunque suponga un extra-coste importante. Pero también incorporaremos los avances tecnológicos que nos hagan mejorar.

–¿Pero su uva es la misma que la del resto de Rioja?

–Toda la Denominación de Origen (D.O.) tiene 65.000 hectáreas de viñedo. De ellas, 350 son nuestras. Hay cerca de 300.000 habitantes y unos 17.000 son viticultores. Eso quiere decir que la tierra, la viña, está muy repartida. Algunas bodegas tienen una producción muy pequeña, en otros casos es cien por cien comprada y en otros mixta. En nuestro caso, el 60% de las necesidades que tenemos para hacer nuestros vinos se cubren con esas 350 hectáreas, el resto lo compramos. En los últimos diez o quince años, nuestro objetivo ha sido evitar no depender tanto como antes de la compra de uva, invertir en viñedo propio y, con ese 60%, estamos más o menos cómodos. Así podemos garantizar la calidad de la materia prima que entra en nuestra bodega, porque lo cuidamos, lo vendimiamos, lo controlamos nosotros.

–¿En vez de cantidad optaron por calidad?

–Efectivamente. En años de bonanza, como el 2004, 2005 o 2007, decidimos no aumentar la producción, mantenernos en los volúmenes que teníamos, que los controlábamos bien. A pesar de tener mucha demanda, apostamos por ganar prestigio. Afortunadamente, nos ha ido bien, pero sí hemos tenido que dedicar bastante inversión a terrenos para seleccionar la producción.

“El cambio climático produce vino con más grados de alcohol”

–¿Cómo es ese viñedo de calidad?

–Terrenos que no sean muy productivos, en zonas que no sean planas, más bien en altitud. Por supuesto, la climatología marca la calidad o el estilo de una cosecha, pero es muy importante el trabajo previo. Y eso lo ponemos nosotros, el factor humano. A principios de año, hacemos una pre-poda con máquina, pero, posteriormente, es manual. Haces un seguimiento a lo largo del año. Necesitas emplear a bastante gente, es una de las inversiones potentes que hemos hecho. No es lo mismo tener personal para cuidar de 100 hectáreas de viñedo que para el triple. Ahora mismo, se cuidan los viñedos como si fuesen jardines, cuando antes se tenían un poquito olvidados, lo importante era la elaboración.

–¿Por qué aporta más calidad al vino ese trabajo manual?

–Las producciones son inferiores a lo que podrían ser, porque, con la poda, diriges el rendimiento que tendrá posteriormente el viñedo. Lo puedes dirigir a producción o a calidad. A la hora de vendimiar, la tendencia, desgraciadamente, es usar mucha máquina. Es verdad que también es muy complicado encontrar mano de obra, porque es un trabajo duro. Parece algo bucólico, pero de eso nada, es muy físico. En los últimos años, conseguir personas que estén dispuestas a trabajar en las vendimias no es fácil. Y más aún si buscas gente que tenga algo de experiencia. Entonces, es más sencillo utilizar máquina. Lo que pasa es que la uva no llega en las mismas condiciones a la bodega. Vendimiándolo manualmente, llega el racimo entero. Fíjate hasta dónde llega el interés para que la uva llegue en buenas condiciones que tenemos contenedores climatizados para que, si el viñedo está un poco alejado de la bodega, la uva mantenga la temperatura deseada.

–¿El cambio del clima se nota en la uva?

–El cambio climático se está notando en todas partes. El estilo de vino que producimos actualmente, queramos o no, es algo distinto. La uva llega con más grado de alcohol del que solía tener. Hace cincuenta años, los vinos que elaborábamos podían tener un máximo de en torno a doce grados. A veces, había que compensarlo con uvas que cogíamos en la Rioja Baja, un poco más cálida, con algo más de grado, para llegar al nivel de equilibrio que queríamos ofrecer. Actualmente, tenemos que intentar controlar los vinos para que no se vayan demasiado de grado.

–¿Una vez llega la uva a la bodega, cómo se trata?

–Una vez que ha acabado la fermentación alcohólica pasamos el vino a otros depósitos para que haga la segunda fermentación, que es la fermentación maloláctica, y posteriormente el vino lo metemos en barricas donde realiza su crianza. Utilizas barricas nuevas o barricas usadas. Lo dejas más o menos tiempo dependiendo del vino que quieras hacer. La Rioja Alta tiene diversidad de suelos y terrenos y eso nos permite hacer distintos vinos. Un clásico de Rioja es un vino elegante, compensado, fino, de disfrute, complejo, como nuestro Prado Enea, que pasa tres años aproximadamente en barrica de envejecimiento y cuatro en botella. Lo sacamos cuando consideramos que está en condiciones para empezar a beberlo o, incluso, como tiene un potencial de envejecimiento muy largo, para guardar en bodega. Torre Muga o Aro son conceptos más modernos, se buscan cosas distintas: más volumen en la boca, más fruta. En este caso, la barrica es nueva y el tiempo de envejecimiento más corto. Eso le trasmite al vino otro carácter. Pero lo más importante es la procedencia de la uva.

"Vendimiamos a mano para que el racimo llegue entero a la bodega y tenemos hasta contenedores climatizados"

–¿Siguen usando barricas de madera?

–Todo el proceso de elaboración se hace en roble, a pesar de que, ahora, lo más común, es acero inoxidable y, en algunos casos, cemento. Es muy difícil encontrar ya bodegas que trabajen todo en roble, salvo la nuestra. Tiene ventajas e inconvenientes. A la hora de fermentar, conseguimos suavizar un poquito más el tanino, pero no podemos controlar la temperatura al cien por cien, así que debemos hacer un seguimiento. La aportación del roble nos compensa y, además, es un elemento diferenciador importante. El hacer todo el proceso de elaboración en roble nos ha obligado a tener tonelería propia, con toneleros y cuberos. Es algo único, no conozco otra bodega que tenga cuberos, porque muy pocas usan roble.

–¿Muga lo usa durante todo el proceso?

–Para todo el vino tinto, sí. Aproximadamente, cada 35 años se renueva un depósito y tenemos 220. La labor de mantenimiento es también muy importante. Pero donde hay que hacer más renovación es en barricas. Su vida útil ronda los seis años, por lo que hay que renovar del orden del 15% cada año, unas 1.500. Como casi nadie trabaja con roble en fermentación o almacenamiento, el oficio de cubero prácticamente se ha perdido en España. En la bodega hay cuatro personas que han empezado a trabajar desde los 18 años, han ido aprendiendo desde pequeños. Cuando se empezó a poner de moda el acero, más práctico y más cómodo, mi padre y mis tíos decidieron seguir con el roble porque nos estaba funcionando bien. Sigue dando buenos resultados. El objetivo primordial, no sólo de la segunda generación, sino de la familia, es intentar estar orgullosos de lo que hacemos, de la calidad que ofrecemos y de la imagen de nuestra marca. En La Rioja siempre se ha trabajado con roble americano, porque es más económico. Pero, a finales de los ochenta, se empiezan a hacer otro tipo de vinos de corte más moderno, se usa más barrica nueva y se empieza a usar con más frecuencia el roble francés. De nuestro parque de barricas, aproximadamente el 75% es francés. ¿La diferencia? En cuanto a calidad, la hay, pero en cuanto al precio muchísimo más, es prácticamente el doble. Aunque depende del bosque, una barrica nueva, de 225 libras, puede costar unos 450 euros en roble americano y entre 800 y 1.000 si es francés. En Estados Unidos, la compramos a través de un bróker, pero en Francia, mis primos, que son los que se ocupan de la elaboración del vino, van al bosque con los toneleros y seleccionan los tipos de roble.

"Hacemos catas de copas para saber en cuál de ellas el vino se expresa mejor"

–¿Esa es la receta para hacer del Prado Enea el tercer mejor vino del mundo?

–Tiene mucho cariño, mucha pasión, mucho entusiasmo, mucha dedicación y una uva que procede de viñedos fantásticos. Cuando, hace ahora exactamente 25 años, lanzamos Torre Muga, en el 91, el mercado tendía a buscar y prestigiar vinos con volumen, con cuerpo, con mucha estructura. Hizo una labor fantástica abriéndonos puertas en exportación y dándonos a conocer en otros mercados. Entonces, vendíamos más fácilmente el Torre Muga en un mercado como el americano que un vino como el Prado Enea. Este vino, que creo que ahora se valora más, es más fino, más elegante, más complejo, pero, al mismo tiempo, se puede disfrutar. Se ha empezado a apreciar muchísimo. De alguna manera, su filosofía es diferente, un poco única. Lo que hace diferente al Prado Enea es su elegancia, su complejidad, su finura. Y estos valores se obtienen gracias a la selección de la uva y al conocimiento de varias generaciones, que nos permite mantener una filosofía de envejecimiento del vino que hoy en día es una rareza. La competencia es muy pequeña, porque elaborar este vino conlleva bastante tiempo e inversión. Está en el mercado ocho años después de recogerse la uva.



El vicepresidente de Bodegas Muga muestra una botella de Prado Enea, una de sus joyas. | Clara Larrea Quemada

–¿A los chinos les gusta nuestro vino?

–Sí, les gusta mucho. Pero hay que hacer más labor de comunicación. Hay un porcentaje de ventas interesante en un mercado como el asiático donde tradicionalmente han consumido té y cerveza.

–¿Quiénes son los clientes internacionales de nuestros vinos?

–Aunque para los vinos de Rioja el mejor mercado es Inglaterra, donde va destinado el 33% de sus exportaciones, para Bodegas Muga el mercado de exportación de referencia es EE UU, seguido de Reino Unido y de Canadá.

–¿Les afectarán los aranceles de Trump?

–Nos están afectando. Desde el 18 octubre, incluso a las mercancías que estaban en tránsito se les ha empezado a aplicar al arancel. A nosotros, nos afecta a blancos y rosados, no a los tintos. El sector también está muy preocupado con el Brexit. Hay

mucha incertidumbre, aunque, ahora, entendemos que habrá un acuerdo.

–Antes se comía con vino y gaseosa y ahora, aunque se consume menos en volumen, se pide una buena copa de vino.

–Ahora, el consumidor es más exigente y, en este caso, creo que nos hemos beneficiado. En cultura del vino el consumidor ha aprendido muchísimo. Quedarán cosas por aprender, pero ha habido un salto importante en cuanto a cómo se presenta y se cuida el vino, tanto en lineales y expositores como en la restauración. No tiene nada que ver con cómo se hacía hace cuarenta años. Se ha mejorado la temperatura, el servicio y las copas que se utilizan, que son fundamentales.

–¿Cómo es la copa ideal?

–Tiene que ser una copa fina. Hay distintos tipos, distintas calidades. Depende del vino. A veces, ya no sólo hacemos catas para ver cómo están evolucionando nuestros vinos o qué está haciendo la competencia o cómo son otros vinos de otras denominaciones, de otras zonas. Hacemos también catas de copas, es decir, el mismo vino en distintos formatos de copas para saber en cuál de ellas se expresa mejor. Ese ejercicio supone también un cambio. Hay un cambio, seguramente también debido a nuestro interés por fomentar la cultura del vino. El enoturismo, por ejemplo, ha tenido un paso fundamental. Son enseñanzas que han venido un poco de fuera.

–¿De Francia?

–Diría que los americanos han tenido mucho que ver en todo esto, sobre todo los californianos. Los franceses no eran muy partidarios de enseñar las bodegas o de llevarte a catar sus vinos. Donde sí aprendemos mucho es en Estados Unidos, en Napa, aunque se ha llevado un poquito al extremo, ya parece más Disneywine. Pero, cuando yo la visité por primera vez, en el año 97, me sorprendió la forma tan didáctica en que lo presentaban y las facilidades que te daban para conocer el vino y las bodegas, algo que aquí no se hacía.

"No es fácil conseguir mano de obra con algo de experiencia dispuesta a trabajar en la vendimia, es muy duro"

–¿Tenemos unos vinos tan buenos como pensamos?

–Tenemos unos vinos fantásticos, entre los grandes vinos del mundo, entre los cinco primeros. Lo que pasa es que no tenemos la imagen, el glamour o como quieras llamarlo que, desgraciadamente, sí tienen franceses e italianos. Salimos a comercializar nuestros vinos más tarde que ellos. Y, luego, tenemos un hándicap muy importante a la hora de darlos a conocer y prestigiarlos. Con la grandísima restauración que tenemos en España, que es una referencia a nivel mundial, desgraciadamente hay poca fuera. Y de calidad todavía menos. ¿Por qué? No lo sé. O puede ser porque a los españoles nos cuesta más viajar, irnos de nuestro país. Puede ser porque la comida española es más difícil de reproducir en otros contextos.

–¿Cuentan con el apoyo de las administraciones?

–Se están haciendo esfuerzos que se intentan mantener en el tiempo y estamos logrando llegar a cotas de reconocimiento internacional que hace años serían impensables. Contamos con vinos de una calidad extraordinaria, capaces de codearse con los mejores del mundo. Tenemos que dejar de lado el argumento de la buena relación calidad-precio, porque, a pesar de ser cierto, la apuesta tiene que ser más ambiciosa, debemos dejar a un lado los complejos. En cualquier caso, echamos en falta un poquito más de apoyo. Se podría hacer mejor para apoyar a los vinos españoles. Nosotros no nos apoyamos en este tipo de ayudas. Marcamos objetivos, viajamos, vamos de la mano de los distribuidores y, si después todo eso viene apoyado por el ICEX o la D.O., fenomenal.

–¿Quizá porque Muga ya tiene bastante personalidad?

–Sí, pero cuando hablamos de España, el potencial o la imagen de marca que tenemos es muy potente. Desde mi punto de vista, para la gente que le gusta el vino, Muga es una referencia. Afortunadamente fuera también tenemos una imagen, pero el peso es inferior porque competimos con todo el mundo.

–¿Se siente más empresario o bodeguero?

–Me siento más bodeguero. Al final, el negocio tiene que funcionar y tiene que ser rentable, esa es la base. Pero uno de nuestros éxitos, como empresa y familia, es que tenemos muy claro que nuestro negocio es a largo plazo. Las decisiones financieras son importantes, pero no son las prioritarias. Nuestro vino tiene una marca, esa marca es nuestro apellido. Y tenemos que estar orgullosos de lo que hacemos. Hemos intentado siempre mantener nuestra filosofía, nuestra personalidad. No hemos sido inmovilistas. Si la tendencia del mercado va hacia vinos, por ejemplo, con más color, con más fruto, nos movemos un poquito, pero sin perder la esencia. No vamos a dar bandazos, porque perdemos personalidad y despistamos al consumidor. No lo podemos hacer. Hay clientes, por ejemplo, que dicen: si comparas el Prado Enea de 1970 con el de hoy, es distinto. Y ahí pongo el ejemplo de los coches: ¿cómo era un Mercedes hace treinta años y cómo es hoy? Ha habido cambios, el coche, la seguridad, el motor o la potencia son distintos, pero sigue siendo Mercedes.

Los datos la empresa

- 72 países
- 82% tinto
- 18% blanco y rosado
- Viñedo: 300 hectáreas
- Facturación: 23.2 millones