

La mano que impulsa un negocio bodeguero de tradición centenaria

Es directora y copropietaria, junto con sus tres hermanas, del grupo vinícola A&B, con 3 bodegas y 80 trabajadores. Amedna le ha premiado como mejor empresaria.

Con 22 años empezó a dirigir la bodega familiar Camilo Castilla, en Corella, una empresa que, hoy, después de otros 22 años, es la sede de un grupo bodeguero, con domicilio en la localidad navarra, que incluye dos bodegas más, por ahora.

MARIALUZ VICONDOA . PAMPLONA

Ana Beltrán Villalva (Zaragoza, 1966) repite, en varias ocasiones durante la entrevista, que se considera una gran afortunada por la oportunidad que le dio su familia en su día para dirigir esta empresa, pero también se muestra orgullosa cuando explica en qué se ha convertido hoy el grupo que gestiona, Bodegas A&B (Arturo Beltrán).



Esta rama vinícola forma parte del grupo empresarial familiar liderado por su padre, el empresario zaragozano Arturo Beltrán, que cuenta con otras actividades como la industrial, con plantas de automoción y hormigones; la dedicada al desarrollo de centros comerciales (Carrefour, El Corte Inglés...), y la rama relacionada con el mundo taurino, que incluye, entre otras actividades, la propiedad y gestión del palacio Vistalegre en Madrid. Ana Beltrán y sus tres hermanas comparten la propiedad del grupo pero cada una de ellas gestiona cada una de las ramas.

Esta directiva, que hace seis años se trasladó de Corella a Pamplona al casarse con Eduardo Lavín, recibió recientemente el Premio Empresaria 2008 por la Asociación de Mujeres Empresarias y Directivas de Navarra (Amedna). De todas las felicitaciones que ha recibido por el galardón se queda con una. "Iba con mi hijo el mayor en el coche cuando nos dieron la noticia por el manos libres. Íbamos a encontrarnos con mi marido. Me quedo con las lágrimas y con el abrazo emotivo e intenso que nos dimos", recuerda. Ana Beltrán tiene cuatro hijos: Arturo, de 16; Marina, de 12, y los gemelos Candela y Eduardo, de cuatro.

¿Cómo empezó en la empresa?

En 1987 a mi padre se le presentó la posibilidad de comprar Camilo Castilla. Yo había terminado empresariales en Zaragoza y me incorporé a la empresa para estudiar todo el proceso vinícola. Fui pasando por diferentes puestos y en 1989 se me ofreció la posibilidad de dirigirla.

¿Por qué usted y no sus hermanas?

Fue una decisión de mi familia. Mis hermanas, entonces, estaban estudiando. Ahora, cada una lleva alguna de las ramas del negocio familiar.

¿Qué características tiene la bodega Camilo Castilla?

Es una bodega centenaria, con capacidad para un millón de litros, ocupa 8.000 metros² en el centro de Corella y tiene aire de bodega del sur. Tenemos en las afueras 55 hectáreas de moscatel de grano menudo, que es de rama pequeña, con más complejidad para cultivar y de mayor concentración aromática que otros moscateles. La extensión de esta variedad es una de las mayores del mundo.

¿Cómo se fue creando el grupo bodeguero que usted dirige?

Al poco tiempo de tomar las riendas de la empresa, vi que era importante tener sinergias y decidimos comprar Bodegas Peinado, en 1989, en Tomelloso, donde producimos Brandy Peinado. Con la idea de hacer un grupo, en 2007 adquirimos en Alfaro una bodega que llamamos Egomei. Así se va formando el grupo bodeguero que comparte red comercial y que cuenta con una estrategia común: bodega pequeña, familiar, de vino alta gama y diferenciado. Con Egomei hemos querido incorporar a nuestra gama un vino de rioja, que complementa la gama y abre mercados. Será un vino tinto que va a tener un año de envejecimiento en roble francés. Además de vino Egomei, sacaremos el Egomei Alma, que tendrá una producción pequeña, de unas 10.000 botellas, con año y medio de envejecimiento en roble francés.

¿Cuándo estará en el mercado?

Lo lanzaremos en septiembre, fecha que aprovecharemos para presentar también el aceite ecológico que producimos, también con el nombre Egomei.

¿Qué características tiene esta bodega?

En una extensión de 100 hectáreas, la bodega ocupa 1.200 metros². Es totalmente nueva por dentro, sólo se ha respetado la fachada.

¿Qué inversión ha supuesto?

Hemos invertido en un proyecto pionero dos millones de euros en obras y maquinaria.

¿Por qué pionero?

Porque hemos incorporado una máquina que lava los racimos de uva antes de pasar a la mesa de selección. Es un gran recipiente (5x2m), que contiene agua en movimiento para eliminar residuos de tratamientos realizados al racimo. Ahí se vacían las cajas con las uvas y después de ser lavadas pasan a ser secadas en una cinta con aire a propulsión. Después comienza la selección de cada racimo. No existe ninguna bodega en España que lo tenga.

¿Va a seguir creciendo el grupo?

Tenemos proyectos en Agón, que es denominación de origen de Borja, Aragón, donde compramos una bodega en 2008 que queremos tirar y para construir una nueva. Además, tenemos fincas en Laguardia donde también queremos levantar una bodega. Pero son proyectos a largo plazo.

¿Qué se le pasa por la cabeza cuando se le presenta con 22 años la posibilidad de dirigir la empresa?

No tuve posibilidad de pensarlo dos veces, me encontré con eso entre las manos. Se me planteó, era una empresa familiar y por responsabilidad tenía que sacarla adelante y en ningún caso pensé qué otras posibilidades tenía. Asumí el reto y, desde entonces, nunca he pensado si era lo mejor o no. En ningún momento he echado de menos dedicarme a otra cosa. Además, me considero muy, muy afortunada de dirigir una empresa, de que mi familia me dé esta oportunidad y de haber hecho de una bodega, un grupo bodeguero.

¿Es una gestión en solitario o compartida?

Normalmente, estoy demasiado sola, en el mejor sentido. Quiero decir que siempre he tenido mucha libertad de maniobra. Luego, eso sí, reporto al comité de dirección, donde están los accionistas (familiares y minoritarios), además de asesores externos.



Terminó los estudios y comenzó a trabajar. ¿Cuáles han sido las principales dificultades?

Las dificultades no han venido de fuera, son propias. Quiero decir, que tengo la necesidad imperiosa de conocer el mercado en el que estoy, el producto y su comercialización porque, cuando comencé, desconocía absolutamente todo. Y, dentro de los vinos, tenía que conocer las particularidades del vino dulce. Las dificultades las fui viendo en el día a día y las fui solventando conforme iban saliendo.

¿Los momentos más difíciles?

Siempre han estado relacionados con el ámbito de la comercialización, cuando no se consiguen cumplir los objetivos. Es la dificultad propia de estar en un mercado maduro en el que hay que buscar constantemente acciones para ser diferente a la competencia, ganarse el cliente para que tu producto no pase desapercibido, motivar a los distribuidores...

Heredar la empresa supone recibir gran parte del trabajo hecho. ¿Demasiado fácil?

Es cierto que yo no me arriesgué a comprar la bodega, me vino dado, sí. Pero, también es verdad que lo que he hecho ha sido hacer crecer el proyecto que recibí y rentabilizarlo. Repito que me siento muy afortunada, pero eso lleva consigo que

de la noche a la mañana te cae esa responsabilidad que tiene, por una parte, la compensación de que tienes mucho por hacer, pero también te encuentras con muchos disgustos, quebraderos de cabeza y muchas noches sin dormir. Cuando yo empecé en Camilo Castilla me encontré un producto obsoleto, que había que incentivar y, además, había que sacar al mercado una gama de vino seco (tinto, blanco y rosado) Montecristo, para diversificar nuestra oferta y no encasillarnos sólo en vino dulce. Además yo opté por la gama alta, como es el moscatel Montecristo y el Capricho de Goya, darle valor a la elaboración de vino dulce. Yo, en esa bodega, había adquirido un producto que ya estaba en el ciclo de vida alto y había que mantenerlo. El riesgo que corren este tipo de productos tan maduros es que el consumidor varíe, por edad o por modas, y hay que estar revitalizándolo continuamente, con gamas diferentes, modificando las presentaciones. Ése ha sido mi reto, rentabilizar el "goya" y mantener la fidelidad de su clientela, hacer crecer un producto tan clásico, posicionado y maduro como es el moscatel Goya, y renovar sus clientes. Por eso hace seis meses cambiamos la presentación y etiqueta para captar al consumidor más joven.

Uno de los problemas de la empresa familiar es separar negocio y familia. En su caso, ¿temas empresariales llegan a crear conflictos en la familia?

Soy consciente de que en muchas empresas familiares eso pasa, pero nosotros tenemos claro que por encima de todo está la familia y que los negocios es secundario. Esto parece fácil decirlo, pero en el día a día, en las reuniones mensuales de grupo se tiene claro que lo que ahí se dice es por el bien de las empresas. Y cuando se sale de ahí y se cierra la puerta, nadie hace ningún comentario sobre lo tratado en el ámbito profesional. Además, es que cada uno tenemos nuestras parcelas diferenciadas y tenemos claras las prioridades. Como sabemos que esto ha pasado en muchas familias, hemos aprendido en cabeza ajena.

Recientemente fue premiado Juan Ignacio Velasco, presidente del grupo La Navarra. ¿Es un sector de moda?

Cada vez los consumidores tienen más conocimiento, más formación en cuanto a calidades, pero fuera de eso, el sector atraviesa momentos de cierta dificultad

¿Debido a qué?

A un exceso de oferta y a una estabilización de la demanda, ésta influida por una legislación más restrictiva del consumo del alcohol.

Y, sobre el exceso de oferta, parece que hoy todo el que se precie tiene que tener su bodega

En los últimos seis años ha habido una proliferación de bodegas de reciente creación, procedente de patrimonios inmobiliarios y con un componente de cierto esnobismo y de imagen. No hay que olvidar que una bodega, al final, es un inmueble con capacidad de revalorización.

Ha sido miembro del Consejo de Denominación de Origen. ¿Cómo ve el sector en Navarra?

Navarra tiene magníficos vinos, con calidades altísimas, a los que les falta reconocimiento nacional. Tienen más prestigio fuera y es más fácil su comercialización en el mercado internacional. Se han hecho grandes inversiones en tecnología, adaptado viñedos, conseguido dar el producto que el consumidor busca... Ahora es el momento del reconocimiento que se merece.

Perfil

Ana Beltrán Villalva
Nació en Zaragoza en 1966. Está casada con Eduardo Lavín y tiene cuatro hijos hijos de entre 4 y 16 años.
Trayectoria. A los 22 años empezó a dirigir la bodega familiar Camilo Castilla. Hoy, a los 42, gestiona el grupo Bodegas A&B.

En detalle

GRUPO BODEGAS A&B

Trabajadores: 80, entre eventuales y hijos. Facturación total prevista para 2008: 5 millones de euros.
Exportación: 20% hoy. En tres años, la previsión es llegar al 50%. Ahora exporta a Centro Europa (Suiza, Alemania, Bélgica, Dinamarca, Inglaterra...), EEUU y Japón. El mercado objetivo es EEUU y países asiáticos.

CAMILO CASTILLA

Dónde: Corella. Es la bodega matriz del grupo y su sede.

Extensión: 8.000 metros cuadrados de extensión; de ellos, 5.500 construidos, en el centro de Corella. Y 55 hectáreas de moscatel de grano menudo, en las afueras de la localidad.

Origen: 1856. La familia Beltrán la adquiere en 1987.

Capacidad: un millón de litros/año.

Producto: Vino dulce de alta gama Capricho de Goya y vino seco Montecristo.

BODEGAS PEINADO

Dónde: Tomelloso. La Mancha.

Extensión: 8.000 metros cuadrados de superficie total, de los que están construidos 4.800

Origen: 1820. El grupo la adquiere en 1989.

Producto: Brandy Peinado

Capacidad: 300.000 litros/año

LAGUARDIA

Rioja Alavesa.

Hace dos años, adquisición de 40 hectáreas en varias fincas.

Proyecto: A largo plazo construir bodega con capacidad para 800.000 litros.

BODEGAS EGOMEI

Dónde: Alfaro, La Rioja.

Extensión: 100 hectáreas, de las que la construcción de la bodega ocupa 1.200 metros cuadrados y 40 hectáreas de tempranillo y graciano. El resto está dedicado a la explotación de pera conferencia (1.200.000 kilos/año), aceite ecológico (20.000 litros/año) y manaza (500.000 kilos/años). La finca es además coto de caza.

Producto: vino tinto marca Egomei, que saldrá al mercado en septiembre.

Capacidad: 1500.000 litros.

Origen: Unos 30 años. El grupo la adquiere en 2007.

Los vinos que comercializaban los anteriores propietarios eran Estarajo y Torrescudo, que ha sido sustituidos por el nuevo Egomei.

Proyectos de nuevas bodegas:

AGÓN.

Adquisición en 2008

DO Campo de Borja, Aragón.

Extensión: 1.000 metros cuadrados.

Proyecto: a largo plazo, construir nueva bodega, con capacidad para 300.000 litros.