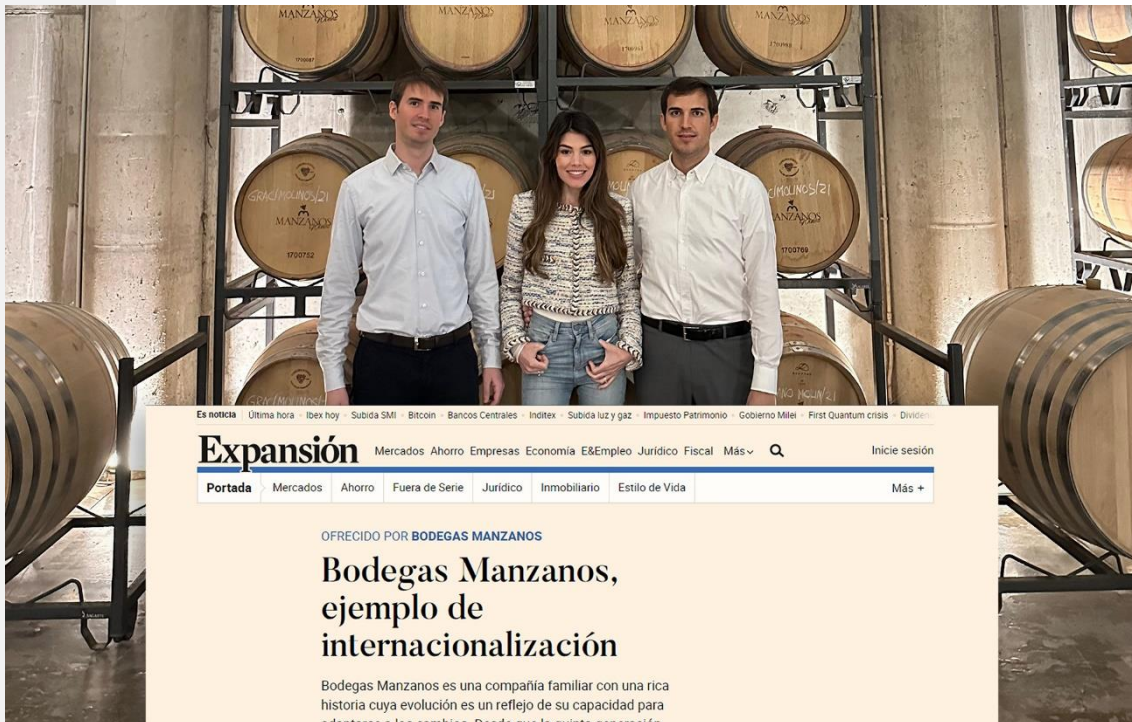


Expansión – Bodegas Manzanos, ejemplo de internacionalización



Bodegas Manzanos es una compañía familiar con una rica historia cuya evolución es un reflejo de su capacidad para adaptarse a los cambios. Desde que la quinta generación asumió el liderazgo en 2010, la bodega ha experimentado un impulso que la ha llevado a comercializar sus vinos en más de 70 países de todo el mundo.

Laura Mateo, responsable de marketing de Bodegas Manzanos, explica que siempre han visto las crisis como una oportunidad: «el vino está enfrentándose a muchísimos retos derivados de la situación política y económica mundial que, además, se han visto agravados por lo grande que este sector en nuestro país y en el mundo. Nosotros vivimos los retos como oportunidades para hacer cosas, aprender y crecer», explica.

Bodegas Manzanos vende 10 millones de botellas de vino anualmente en 70 países de todo el mundo

En este contexto se enmarcan las actuaciones de la bodega a raíz de la pandemia. «Hace más de tres años que cambió el mundo, y ese cambio vino lleno de incertidumbre y acompañado de hechos que conducían al pesimismo más catastrófico -explica Mateo-. Algunos negocios pudieron quedarse como espectadores pero otros tuvimos que innovar en mayúsculas. Para nosotros, innovar no es solo comprar tecnología que nos ayude a mejorar procesos o aligerar estructura; en aquel momento, innovar fue, sobre todo, ser capaces de modificar rápidamente la estrategia y de actuar para cambiar nuestro funcionamiento. Hoy, tres años más tarde, seguimos convencidos de esa forma de actuar».

Una bodega histórica y un salto geográfico

Con bodegas ubicadas estratégicamente en Haro, Azagra y Campanas, la empresa comercializa anualmente más de 10 millones de botellas. Su catálogo se destaca por la preeminencia de los vinos con DOC Rioja y DO Navarra (siendo sus bodegas las más antiguas en ambas denominaciones), a las que suman también Cavas y vinos con DO Ribera del Duero y Ribera del Guadiana.

La empresa apostó por crear estructura propia en los Estados Unidos para fomentar su internacionalización

Bodegas Manzanos combina su estructura tradicional en España con la presencia directa en los Estados Unidos, principal consecuencia de los cambios implementados a raíz de la pandemia. El cambio, según explican sus responsables, «no fue sencillo, ya que pasamos de tener un equipo en la bodega a establecer uno en un país grande y desconocido en términos burocráticos y legales». No obstante, desde la dirección de Bodegas Manzanos se tiene la convicción de haber tomado la decisión correcta.

Calidad diferencial

Uno de los rasgos diferenciales de Bodegas Manzanos es que siempre han evitado competir únicamente a partir del precio para hacerlo desde la calidad y el valor añadido que ofrecen sus vinos. En este sentido, Laura Mateo explica que la internacionalización es una carta que tiene mucho camino por delante: «España tiene aún mucho camino por recorrer en cuanto a la internacionalización de nuestros vinos. A nosotros nos toca esforzarnos en darlos a conocer a públicos que aún no los disfrutaban para que vayan ganando cuota en mercados incipientes, por un lado, y subiendo en bloque precios y calidad en los mercados ya consolidados, por otro».

El resultado de esa apuesta por la calidad ha traído consigo multitud de reconocimientos para sus vinos. Así, en lo que va de año, la Bodegas Manzanos ha obtenido 126 premios y 118 de sus vinos han sido calificados por encima de los 90 puntos en reconocidas publicaciones como Mundus Vini, Decanter, Guía Peñin, Guía Gourmet, James Suckling, Wine Spectator o Wine Enthusiast. Esta última revista norteamericana, referente número uno en el sector del vino, ha situado 17 vinos de Bodegas Manzanos entre los 50 mejores de la DO Navarra, puntuando a dos de sus productos con 93 puntos.

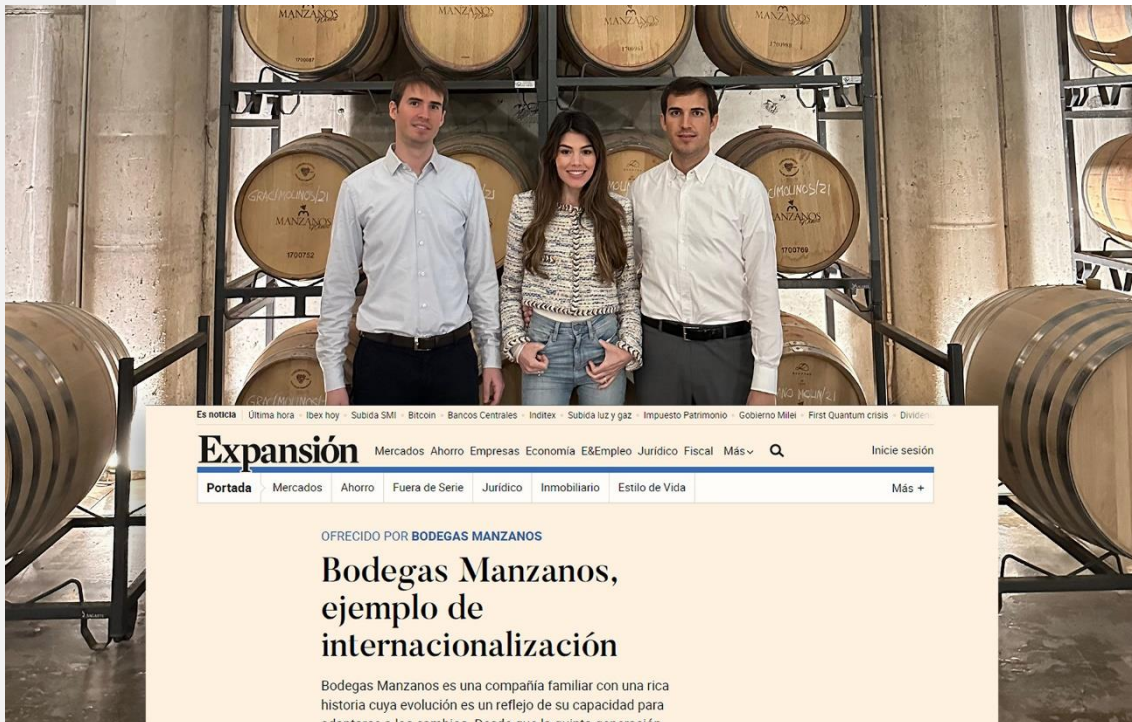
Reconocimiento internacional

Bodegas Manzanos ha sido galardonada en los VIII Premios Alimenta Navarra, organizados Navarra Capital y el Clúster Agroalimentario de Navarra (NAGRIFOOD). La empresa ha recibido el premio en la categoría de Internacionalización, un reconocimiento que pone en valor la apuesta de la bodega al abrir una filial en Estados Unidos hace ahora tres años.

El enoturismo, reconocido por los usuarios

Uno de los elementos distintivos de Bodegas Manzanos es su compromiso con el enoturismo. Miles de usuarios de Tripadvisor han reconocido a la bodega como la principal atracción en Haro, la cuna del Rioja. Además, sus instalaciones han sido galardonadas con el premio Travellers' Choice 2023, una distinción otorgada solo al 10% de las experiencias más valoradas por los usuarios a nivel mundial.

Expansión – Bodegas Manzanos, example of internationalization



Bodegas Manzanos is a family company with a rich history whose evolution is a reflection of its ability to adapt to change. Since the fifth generation assumed leadership in 2010, the winery has experienced a boost that has led it to market its wines in more than 70 countries around the world.

Laura Mateo, marketing manager at Bodegas Manzanos, explains that they have always seen crises as an opportunity: “wine is facing many challenges derived from the global political and economic situation that, in addition, have been aggravated by the size of the sector in our country and in the world. We experience challenges as opportunities to do things, learn and grow,” he explains.

Bodegas Manzanos sells 10 million bottles of wine annually in 70 countries around the world

The winery’s actions as a result of the pandemic are framed in this context. “It’s been more than three years since the world changed, and that change was full of uncertainty and accompanied by events that led to the most catastrophic pessimism,” explains Mateo. “Some businesses were able to remain spectators, but others had to innovate in capital letters. For us, Innovating is not just buying technology that helps us improve processes or lighten the structure; at that time, innovating was, above all, being able to quickly modify the strategy and act to change our operation. Today, three years later, we remain convinced of that way of acting.”

A historic winery and a geographical leap

With wineries strategically located in Haro, Azagra and Campanas, the company sells more than 10 million bottles annually. Its catalog stands out for the preeminence of wines with DOC Rioja and DO Navarra (its wineries being the oldest in both denominations), to which it also adds Cavas and wines with DO Ribera del Duero and Ribera del Guadiana.

The company opted to create its own structure in the United States to promote its internationalization

Bodegas Manzanos combines its traditional structure in Spain with a direct presence in the United States, the main consequence of the changes implemented as a result of the pandemic. The change, as explained by those responsible, “was not easy, since we went from having a team in the winery to establishing one in a large and unknown country in bureaucratic and legal terms.” However, the management of Bodegas Manzanos is convinced that they have made the right decision.

Differential quality

One of the differentiating features of Bodegas Manzanos is that they have always avoided competing solely on the basis of price to do so based on the quality and added value that their wines offer. In this sense, Laura Mateo explains that internationalization is a card that has a long way to go: “Spain still has a long way to go in terms of the internationalization of our wines. It is up to us to make an effort to make them known to audiences that still “They do not enjoy them so that they can gain share in incipient markets, on the one hand, and by increasing prices and quality en masse in already consolidated markets, on the other.”

The result of this commitment to quality has brought with it a multitude of recognitions for its wines. Thus, so far this year, Bodegas Manzanos has obtained 126 awards and 118 of its wines have been rated above 90 points in recognized publications such as Mundus Vini, Decanter, Guía Peñin, Guía Gourmet, James Suckling, Wine Spectator or Wine Enthusiast. This latest North American magazine, number one reference in the wine sector, has placed 17 wines from Bodegas Manzanos among the 50 best in the DO Navarra, scoring two of its products with 93 points.

International recognition

Bodegas Manzanos has been awarded at the VIII Alimenta Navarra Awards, organized by Navarra Capital and the Navarra Agri-Food Cluster (NAGRIFOOD). The company has received the award in the Internationalization category, a recognition that highlights the winery’s commitment to opening a subsidiary in the United States three years ago.

Wine tourism, recognized by users

One of the distinctive elements of Bodegas Manzanos is its commitment to wine tourism. Thousands of Tripadvisor users have recognized the winery as the main attraction in Haro, the birthplace of Rioja. In addition, its facilities have been awarded the Travelers’ Choice 2023 award, a distinction awarded only to the 10% of the experiences most valued by users worldwide.