

## LA INNOVACIÓN EN BODEGAS MATARROMERA

Miriam Delgado Verde  
*Universidad Complutense de Madrid*

Bodegas Matarromera es una empresa bodeguera de la Ribera del Duero (Valladolid) especializada en vinos de gama alta, con una producción media anual de 700.000 botellas, que ha apostado fuertemente en los últimos años por la innovación, a través de un considerable esfuerzo en Investigación y Desarrollo (I+D), a la cual dedica alrededor de una cuarta parte de su facturación que en 2009 se situó sobre los 16 millones de euros.

Una de las últimas innovaciones sacadas al mercado ha sido un vino sin alcohol, denominado Eminasin. Este vino se ha conseguido a través de un sistema de evaporación al vacío para eliminar el etanol casi en su totalidad. Aunque legalmente no puede llamarse vino, ya que este producto debe tener al menos 9 grados para poder ser así considerado, se trata de una bebida que pretende competir con la cerveza sin alcohol, pero manteniendo el sabor del vino. El producto empezó a comercializarse en España, pero el objetivo principal que persigue la empresa con el mismo es introducirse en los países árabes, donde existe un potencial de 1.300 millones de consumidores que tienen prohibido el consumo de alcohol.

Derivado de este vino sin alcohol, también se ha lanzado otro que aún un 0,0% de alcohol con un nivel bajo en calorías, denominado Eminacero. Se trata de una bebida refrescante que mantiene el color del vino, un 80% de su aroma original aunque un poco más dulce, pero con 0 calorías, frente a las 200 que tiene un mosto o las 85 de un vino normal.

Pero quizás la innovación más sorprendente llevada a cabo por la empresa ha sido el lanzamiento de una línea de cosméticos de alta gama, comercializada bajo la marca Esdor. Aunque, en principio, esta nueva actividad parece muy alejada de su negocio principal, lo cierto es que los cosméticos han sido desarrollados a partir de un proyecto de I+D que tiene como base el vino. En efecto, la fórmula de Esdor tiene como base los polifenoles que contiene el vino, unos compuestos beneficiosos para la salud humana, que tienen propiedades antioxidantes y antienvjecimiento.

La empresa ha elegido entrar sólo en el segmento de alta gama de los cosméticos, por ser donde los márgenes comerciales suelen ser mayores, y utilizar como canal de distribución la cosmética de farmacias. En esta línea, llegó a un acuerdo con El Corte Inglés para la venta de sus productos a través de su división de parafarmacia.

También desde el punto de vista de la tecnología de procesos, Matarromera ha desarrollado y automatizado un sistema para controlar on-line el embotellado, almacenamiento y etiquetado de sus vinos con un importante ahorro energético mediante el empleo de energías alternativas.