

Última

No cargue con su equipaje, utilice el Servicio de Equipajes Puerta a Puerta

renfe

www.renfe.com
902 090 121

Bodegas Urbanas lleva su modelo a Madrid

Proyecto de franquicia de un negocio donde el cliente elabora su vino al mezclar las variedades de uva

JAVIER VADILLO Bilbao

Ana Martín, enóloga con tres décadas de experiencia, sólo ha trabajado tres años por cuenta ajena. Ha preferido orientar su trayectoria profesional como asesora de las bodegas en la creación de caldos. Y hace dos años puso en marcha en Bilbao, con su socio Pepe Hidalgo, el negocio Bodega Urbana, un espacio donde el cliente interactúa con el vino. Puede crear su propio caldo en base a mezclas de diferentes variedades de uva, almacenadas en depósitos dentro del propio local.

Martín comenta que "todos los vinos son fruto de una mezcla. Hay que perder el miedo" a combinar las variedades que salen de las cepas, en su opinión. El maridaje recomendado este mes por Bodega Urbana une al 50% garnacha y cabernet.

Es modelo de negocio ha llamado la atención de un grupo de inversores que quieren abrir un local similar en Madrid, bajo el sistema de franquicia. El

problema es encontrar un local cuyas dimensiones permitan recrear el espacio de Bodega Urbana, donde hay mesas para sentarse a comer en grupo o en pareja, barra para picar y beber de pie, zona de tienda y un área para los depósitos. Allí, un cliente puede crear su propio caldo y salir con un lote de botellas con etiquetas personalizadas. A cinco euros la unidad.

Para los que quieran (y puedan) gastar más, la oferta es amplia. Bodega Urbana tiene un centenar de referencias, también en el ámbito de los espumosos. El vino más caro del establecimiento es un Oporto, que sale a 800 euros la botella. Los más modestos pueden escoger un Vega Sicilia (200 euros) o decantarse por un champagne *Cristal*, que tiene un precio similar.

En el local de la calle Gran Vía también se organizan cursos de maridaje de comida y vino. El pasado miércoles, una de quesos a la que asistieron 26 personas y este mes otra sobre diferentes caldos del mundo. Son encuentros que están funcionando bien, como los



Instalaciones de Bodega Urbana. Las mesas conviven con los depósitos, donde se almacenan las variedades de uva. Mezclarlas bien, es la clave del éxito de un enólogo.

actos de empresas, que invitan a trabajadores y clientes. Por Bodega Urbana han pasado aseguradoras, bancos y empresas farmacéuticas. Son eventos cuyo número se dispara en Navidades, así como los regalos de botellas con etiquetas personalizadas.

Ana Martín, que participó en el relanzamiento del txakoli y ahora colabora con bodegas de los tres territorios (Señorio de Astobiza, Hiruzta e Itsasmendi), comenta que en Euskadi es alto el consumo de vino, pero es "monotemático", porque se concentra en los caldos de las denominaciones de origen Rioja y Rueda, además de la citada explosión del txakoli. Y luego está el tema

de los precios. "La gente, cuando come fuera de casa, no mira lo que cuesta un chuletón, pero sí le cobran más de veinte euros la botella, se mosquea".

En este mercado es donde Martín y su socio Hidalgo vieron hace dos años una oportunidad y pusieron en marcha su negocio. ¿Que si nos ha afectado la crisis?, se pregunta Ana Martín, "hemos nacido con ella". Con cuatro personas en plantilla, las comidas se encargan a terceros, con la única condición de que ofrezcan un buen maridaje con los vinos. Los ejemplos más sencillos son ahumados, txistorra, morcillas, huevos de caserío. Lo que no hay en el local, y no van a poner, es una televisión.

Tú pones el dispositivo, nosotros ponemos la información

CincoDias



2014