



DE CERCA | **Ana Martínez Bujanda**  
Bodegas Valdemar

## “Tener competencia te pone las pilas”

La quinta generación de Valdemar decidió fundar una bodega en Walla Walla (EEUU) tras 130 años elaborando vino en Oyón (Álava). “Cada generación debe dejar su propio sello y las anteriores pusieron el listón muy alto”, reconoce Ana Martínez Bujanda.

Emelia Viaña, Madrid

“¿Qué podemos aportar a la historia de la bodega?”. Ésta fue la pregunta que se hicieron Ana y Jesús Martínez Bujanda, quinta generación de una familia dedicada al mundo del vino desde 1889, cuando analizaron los pasos que habían dado sus antepasados y el impacto que aún tenían muchas de sus decisiones en el día a día de la compañía. “Jesús Martínez Bujanda empezó a elaborar vino a finales del siglo XIX en un pequeño calado en Oyón (Álava), el pueblo en el que aún elaboramos nuestro producto. Sus hijos lo mantuvieron y plantaron las primeras uvas, a pesar de las dificultades que les tocó vivir. Y mi abuelo Jesús y mi padre, que también se llama Jesús, compraron las primeras parcelas y comenzaron a exportar. ¿Por qué seríamos recordados mi hermano y yo? Es algo que nos planteábamos a menudo y por eso nos decidimos a invertir en Walla Walla (EEUU), donde nos hemos convertido en la primera bodega extranjera que se establece allí”, explica Ana Martínez Bujanda (Logroño, 1974).

– **Abrieron esa bodega (Valdemar Estates) en abril del año pasado, ¿había que viajar tan lejos –hasta el estado de Washington– para pasar a la historia?**

Podíamos haber invertido en otras zonas vinícolas españolas, incluso habernos ido a Francia o Italia, pero queríamos hacer algo muy rompedor, que nadie se hubiera atrevido a hacer antes. Mi hermano conocía los vinos de Walla Walla porque estudió en Estados Unidos y nos pareció buena idea instalarnos en un sitio donde no hay ninguna bodega extranjera.

– **¿No tienen ahora demasiado alto el listón sus hijos?**

A nosotros también nos lo dejaron muy alto, pero cada generación debe dejar su propio sello, llevar a la bodega al siguiente paso.

– **Su padre aún figura como presidente de la bodega, ¿va tanto como exige un negocio como el vinícola o ya se ha desentendido?**

Cuando un negocio es familiar nunca te desentendes. Es verdad que lo ha dejado en nuestras manos, pero viene todos los días a la bodega y nos sigue dando consejo. No demostraríamos ser muy inteligentes si no aprovecháramos esa experiencia.

– **La bodega terminó de construirse en 1985 y fue pionera por elaborar**



Ana Martínez Bujanda dirige, junto a su hermano, Valdemar, un grupo que inauguró en 2019 una bodega en Walla Walla (EEUU).

“Destacar, sorprender al mercado o convertirse en noticia es una tarea cada vez más complicada, pero no hay que rendirse”

“Los nuevos vinos de Rioja”. ¿Estarian hoy desfasados?”

Mi padre era muy joven, pero entendió que debía hacer algo diferente. Su estilo era moderno para aquella época y no siempre se entendió, aunque todas las bodegas terminaron co-

“Para vivir del campo hay que echarle cada vez más valor y renunciar a muchas cosas, pero es algo que llevamos en la sangre”

piándole. Además, equipó la bodega con la última tecnología, algo que la convirtió en la más avanzada de Europa, tanto que venían a visitarla muchos bodegueros extranjeros. Fue eso lo que precipitó nuestra internacionalización. Tanto, que empezamos a

“No puedes influir en lo que estudiarán tus hijos, pero sí enseñarles a amar el negocio para que sepan tomar decisiones correctas”

exportar antes de tener las etiquetas de haber vendido una sola botella en el mercado nacional.

– **¿Tienen sed de seguir innovando o es más difícil hacerlo ahora?**

La competencia ha aumentado mucho –sólo en España hay casi

5.000 bodegas– y, aunque es bueno porque te obliga a ponerte las pilas, también hace que destacar, sorprender al mercado o convertirse en noticia sea una tarea cada vez más complicada, pero no hay que rendirse. Ninguno de mis antepasados lo hizo y gracias a ese tesón hoy estamos aquí.

– **Fue su padre el que decidió también en esos años quitar de la etiqueta sus apellidos y elaborar Conde de Valdemar.**

Mi padre es una persona discreta que no necesita ver sus apellidos en una botella para hacer las cosas bien. Además, cuando empezó a exportar se dio cuenta de que nuestros apellidos eran complicados de pronunciar y que estaban de moda los vinos que se llamaban *Marqués de...* o *Conde de...* Uno de nuestros mejores clientes firmaba como Conde de Valdemar –Hipólito Sanchis– y le pareció un nombre más adecuado. Hablé con él y le cedí la marca a cambio de que no hiciéramos nada de lo que no se sintiera orgulloso y de que no le faltara vino. Fue muy generoso y, cuando murió, su hijo nos visitó para decirnos que podíamos seguir usando el nombre porque su padre se sentía muy orgulloso de lo que habíamos hecho.

– **Producen cerca de dos millones de botellas; son propietarios de más de 300 hectáreas de viñedo; exportan a 55 países; facturan alrededor de 10 millones de euros, y emplean a unas 70 personas. ¿Se puede vivir del campo?**

Hay que echarle cada vez más valor, esforzarse mucho y renunciar a muchas cosas. De hecho, la gente que se metió en el sector para hacerse millonario ha salido corriendo. Nosotros llevamos el negocio en la sangre porque nuestro padre nos lo inculcó. Nos costaría mucho renunciar a él.

– **¿Y se lo inculcan a sus hijos?**

Me haría mucha ilusión que estuvieran algún día al frente de la bodega –sus hijos tienen 21 y 15 años y sus sobrinos, 4 y 1–. Además, el vino es un negocio a largo plazo y los beneficios de decisiones que estamos adoptando ahora los recogerán ellos en el futuro. Pero entiendo que cada uno debe dedicarse a lo que quiere y que los padres no debemos influir. Lo que sí debemos hacer es enseñarles a amar el negocio para que cuando lo hereden sean responsables y tomen las decisiones correctas, aunque se dediquen a otra cosa.