



ENTREVISTA Zamorana de nacimiento, fue allí donde comenzó a amar el vino. Tras recorrer varios países, lleva tres años como directora técnica de las bodegas del Grupo Palacio en Ribera del Duero, Toro y Rueda.

ALMUDENA
ALBERCA

PRIMERA MUJER 'MASTER
OF WINE' EN ESPAÑA

«La diversidad de Castilla y León es una ventaja, pero si vamos por separado es difícil vender los vinos»

SANTIAGO GONZÁLEZ / VALLADOLID

Solo 380 personas en todo el mundo, repartidas entre 30 países, pueden poner en su tarjeta de visita MW, que se corresponden con las iniciales de Master of Wine, el título más prestigioso dentro del mundo del vino, y que otorga, desde 1953, The Institute of Masters of Wine (IOMW) de Londres. De estos 380 elegidos, sólo 131 son mujeres y una de ellas es la enóloga zamorana Almudena Alberca, directora técnica de Viña Mayor, que se acaba de convertir en la primera mujer española que obtiene esta distinción, que sólo tienen otros tres hombres.

¿Tras obtener el prestigioso Master of Wine ha alcanzado la cima del conocimiento y la excelencia en el mundo del vino?

Creo que sí, porque es la máxima titulación dentro del mundo del vino, pero hay que seguir formándose para estar siempre actualizado. Por ello, me gustaría incrementar ahora mis conocimientos en marketing y en gestión de empresas... *business* en general.

¿Este título le abre puertas, le amplía horizontes o le permite hacer mejores vinos?

Yo creo que ampliar horizontes y abrir puertas sí, pero la formación es constante. He recibido el título ahora, pero ya llevo muchos años estudiando y voy evolucionando y mejorando.

¿La mayor parte de los actores principales del sector vitivinícola son hombres, las mujeres han llegado tarde y están haciéndose un hueco o es un mundo aún machista?

Hemos llegado tarde en general. La enología hace 20 o 30 años no era un mundo demasiado atractivo para mujeres, a lo mejor ni siquiera culturalmente salvo que vinieras de una familia productora de vino. Pero poco a poco la mujer se va afianzando y adquiriendo puestos de mayor responsabilidad dentro del sector.

¿A veces se habla de una mayor sensibilidad de la mujer, en el vino se nota esta diferencia femenina?

Es posible que biológicamente las mujeres sean capaces de detectar mayor número de aromas o sean más sensibles, por el mero hecho de cuidar a la descendencia y chequear que los alimentos están en buen es-

Tenemos un enorme potencial por las variedades autóctonas y las numerosas zonas geográficas

No creo que dos zonas pequeñas como Ribera y Rueda deban ser competencia

Los jóvenes se han decantado por otras bebidas porque se ha perdido el vínculo cultural con el vino



tado. Sin embargo, cuando hablamos de catadores profesionales bien formados y entrenados, ya da igual que sean hombres o mujeres. Hay mejores o peores catadores dentro de ambos sexos.

¿Con más de 15 años de experiencia y conocedora del sector en el mundo, dónde sitúa los vinos de la Comunidad?

Castilla y León sigue siendo una zona relativamente desconocida, aunque Ribera del Duero o las mencías son más conocidas, pero se está haciendo muy buen trabajo y está trascendiendo. Lo que sí tenemos es un potencial enorme porque tenemos muchas zonas diferentes, muchas de ellas en altitud, cosa altamente valorada porque te ayuda a combatir el cambio climático, permite la madurez lenta de las uvas, y por tanto tener uvas más complejas y conservar la acidez. El mayor potencial está en la diversidad de zonas geográficas y las numerosas variedades autóctonas. Si somos capaces de una comunicación y un marketing correcto, creo que el potencial es enorme.

¿Hacia dónde debería caminar el sector para alcanzar estas cotas de mayor calidad y éxito?

Debería potenciar las variedades autóctonas, centrarse en vinos honestos, que representen el lugar de donde vienen y que sean respetuosos con el medio ambiente. Que tengan la tipicidad de su lugar de origen, ya que eso es único e irrepetible y dotaría a los vinos de mucha personalidad y alta calidad, identificable con la zona de procedencia. Ese es el mayor valor que podemos tener, pero hay que comunicarlo bien. Al final, lo que hay que hacer es profesionalizar más el sector.

¿Qué es más importante para hacer buen vino, la tierra, la planta, el clima o la elaboración?

Todas las fases son igual de importantes, porque sin una de ellas no podrías tener la siguiente. Esto es como si quieres escribir, que no puedes prescindir de la muñeca, pero tampoco del hombro, ni otras partes. Necesitas una buena viña, un buen enólogo que interprete y elabore de forma adecuada en la bodega y un buen equipo comercial que traslade ese producto al mercado.

¿Ribera del Duero es la punta de lanza de la Comunidad. Han llega-

do ya a la cima en calidad o tienen margen para seguir creciendo?

Esto es una carrera de fondo, se han conseguido grandes cosas pero todavía queda potencial. Hay que conseguir el reconocimiento, pero luego hay que mantenerlo y proyectarlo hacia el futuro para que dentro de 25 o 30 años sea mucho mayor. Queda mucho recorrido para afianzar lo que se ha conseguido hasta ahora y para proyectar la DO de una manera positiva hacia el futuro.

¿Qué nos falta para llegar al nivel de Burdeos u otras zonas vitivinícolas del mundo con más prestigio?

Ellos llevan 200 años haciendo vinos de calidad, en suelos determinados, con clasificaciones de viñedos y de bodegas. Nosotros llevamos más de 200 años cultivando la uva, pero no hemos embotellado vino de alta calidad, por lo que hay cosas que todavía quedan por hacer y conseguir.

¿Para competir en un mundo global es más importante la calidad o la cantidad. O simplemente es elección de cada uno?

Cada proyecto individual, cada bodega tiene que elegir. En términos de zonas, debería existir un equilibrio entre calidad y cantidad, pero la cantidad tiene que ser de calidad también. Es verdad que si hiciéramos vinos buenisimos, pero en pequeñas cantidades, por mucha calidad que tuvieran no serían relevantes en el mercado porque no llegaría al público. Serían vinos de nicho sin un alcance general. Yo creo que tiene que haber cantidad, de buena calidad y calidad top, a ser posible también en cantidad para que el vino pudiera tener un impacto mundial.

Vinos iconos que elaboran bastante volumen pueden exportar a bastantes países y mantener su stock durante el año, y ahí es cuando el vino se reconoce porque se puede pedir en una carta allá donde estés y consumirlo en muchas ocasiones. Cuando las bodegas hacen 1.000 o 2.000 botellas, aunque sean muy top el impacto es muy pequeño porque casi no llega a los consumidores.

¿Es partidaria de especializar cada zona o de introducir vinos blancos en Ribera o tintos en Rueda?

La especialización es parte del éxito. Cuando hagas una cosa muy bien, empieza con la segunda, pero primero hay que conseguir ser el mejor en algo. Es un tema complicado, creo



que si se decide hacerlo, tiene que ser con cabeza y sentido común, introducir variedades que te puedan dar calidad de vinos y que sean versátiles. Lo que yo no haría sería plantar tempranillo en Rueda ni verdejo en Ribera cuando hay 70 kilómetros de distancia entre uno y otro. No creo que haga falta hacerse competencia entre dos zonas pequeñas que están especializadas en otras cosas.

¿Es complicado vender fuera los vinos de Castilla y León por su diversidad y variedad o es una ventaja?

Todo depende de cómo decidas comunicarlo y hacerlo. La diversidad es una ventaja, pero si vamos todos por separado será complicado. Si fuéramos todos de manera conjunta enseñando los vinos de Castilla y León, que tiene a su vez distintas variedades, sería más sencillo. Lo más di-



JONATHAN TAJES

fácil es ir a otro país a identificar una zona muy pequeña de producción, aunque sea de alta calidad.

¿Qué vino le hubiera gustado elaborar, que todavía no ha logrado?
Me gustaría elaborar casi todos los que no he hecho, porque yo estoy muy especializada en Castilla y León. Me llama mucho la atención Champagne, Jerez y Montilla-Moriles, en general el mundo de los generosos y fortificados. Me encantaría hacer un amontillado.

¿Y en qué proyecto novedoso está trabajando?

De momento, voy a empezar a elaborar un dorado de Rueda. Hay unas cuantas bodegas tradicionales que ya lo tienen, pero no en Caserío de Dueñas (perteneciente al grupo Bodegas Palacio, de la que Alberca tam-

bién es directora técnica). Lleva un proceso largo de crianza, por lo que no saldrá hasta dentro de dos años.

¿Aunque el año pasado creció el consumo de vino, llevaba muchos años cayendo. Y España no está entre los diez países europeos con mayor consumo per cápita. ¿Dónde está el problema, falta conexión con los jóvenes?

Los jóvenes se han decantado por otras bebidas, pero creo que porque se ha perdido el vínculo cultural de la vid y el vino, muy importante en este país porque soporta grandes zonas rurales, además de mantener y fijar población. Hay un par de generaciones que han perdido el conocimiento de estas zonas y la parte cultural, cuando nuestros abuelos tenían una viñita y hacían su vino. Eso no se ha transmitido y al no arraigar-

se las tradiciones se ha perdido un poco el consumo. Hay que trabajar mucho en volver a recuperar la educación y conexión con estas zonas.

¿El precio puede ser un obstáculo para incrementar el consumo?

En España afortunadamente tenemos vinos con un precio/calidad prácticamente imbatible, por lo que eso no es un problema. Puedes ir al supermercado y comprar una botella de vino rico por tres o cuatro euros. Si haces la cuenta, igual te sale mucho más cara una cerveza artesana o muchísimo más caro un combinado. Yo creo que es más el desconocimiento de no saber qué beber y la incertidumbre de si te gustará.

¿Hablando de precio y calidad, es mito o realidad la influencia de algunas listas de puntuación como

Parker u otros prescriptores?

En épocas anteriores, las puntuaciones ayudaban al negocio, simplificaba un poco la compra de vinos por parte de vendedores o importadores. Obviamente, es una manera de que los especialistas en el vino reconozcan el trabajo de las bodegas, pero creo que actualmente tiene menos importancia o relevancia y cobra mayor importancia el boca a boca, los consejos de gente que conoces, informaciones online o plataformas de las que te fies.

¿Cuál es su vino preferido?

Me encanta 'El Secreto', un tinto de Viña Mayor con una meditada crianza de diez meses en barricas de roble francés. Y también un amontillado de Montilla-Moriles.

¿Qué importancia tiene el enoturis-

mo para extender la cultura del vino? ¿Las bodegas han tomado conciencia de ello?

El enoturismo es fundamental para acercar el conocimiento del vino al público e incluso le introduce a pequeñas iniciaciones a la cata. Es una labor muy buena para recuperar las generaciones que han perdido el conocimiento del vino.

Hay que preparar mejor nuestras zonas porque al final la persona que viaja por enoturismo quiere conocer el vino, pero también le atrae la gastronomía y en muchos casos la historia, la cultura o el campo. Creo que hay que ampliar toda la oferta que tenemos alrededor para atraer al público un fin de semana completo o tres días. Para ello tiene que haber buenos hoteles, restaurantes y bodegas con ofertas atractivas y actividades divertidas.