
HIJOS DE ANTONIO BARCELÓ, tradición e innovación

La facturación de la compañía aumentó un 4,5% durante el año pasado.

Fundado en 1876, Hijos de Antonio Barceló es uno de los 20 principales grupos vitivinícolas de España. Desarrolla su actividad en la elaboración, crianza, embotellado y comercialización de vinos de calidad, actuando tanto en el mercado nacional como en el internacional.

La Compañía ha experimentado un avance del 4,5% en la cifra de facturación en el ejercicio 2014. La internacionalización del negocio, con el 40% de la facturación en los mercados exteriores, sitúa a la firma en una posición más estable ante la coyuntura actual del mercado interior. Las ventas exteriores concentraron en el continente americano el 23,4% de la facturación y en Europa, el 14,5%.

LAS BODEGAS Y SUS MARCAS

Para la elaboración de sus vinos la Compañía dispone de bodegas en cinco de las zonas vinícolas más prestigiosas del país, desarrollando diferentes líneas de negocio, entre las que destacamos:

- Línea de vinos con D.O. Ribera del Duero, D.O. Rueda y D.O. Toro.
Esta línea, que supone ya más del 29% de la facturación total del Grupo de Bodegas, ha crecido un 20% en

facturación en este ejercicio. Su desarrollo se realiza primordialmente bajo la marca paraguas Viña Mayor, que ampara vinos de las tres denominaciones de origen citadas;

- Viña Mayor D.O. Ribera del Duero, situada en el TOP 5 de las Bodegas de la Denominación de Origen.

- Viña Mayor D.O. Rueda y Viña Mayor D.O. Toro, de más reciente implantación y que prosiguen su buen desarrollo.

- Vinos acogidos a la DOCa. Rioja: Bodegas Palacio.

Con las marcas Glorioso y Cosme Palacio como referentes, representa ya el 24% de la facturación del Grupo de Bodegas. La línea de Rioja también ha experimentado un interesante avance del 6% en este último año, apoyada por el crecimiento del 10% en la línea Glorioso.

- Vinos rosados de calidad elaborados en Bodegas Peñasal (Valladolid).

La marca Peñasal, líder en el segmento de vinos rosados de calidad en el mercado nacional, y apoyada por el desarrollo de la declinación de bajo grado Peñasal Frizzante 5.5 y el moscato

El 40% del negocio se factura en mercados exteriores

Ponte Vecchio, ha tenido un buen desempeño en el año 2014, creciendo un 11%. Representa el 20% de la facturación.

- Por último, las líneas de negocio constituidas por los vinos Quinados, otros vinos dulces y vinos de Castilla y León, suponen el 27% restante de la facturación.

LOS VIÑEDOS

El grupo de Bodegas dispone de 300 ha de viñedo en propiedad en la Finca Caserío de Dueñas (Villaverde de Medina

- Valladolid) y 100 ha en Finca Anzil (Toro). Ambas plantaciones responden a la filosofía de *Integración Vertical*, que permite el control de la calidad del producto desde el viñedo hasta su salida de Bodega.

La Compañía conjuga tradición e innovación en la elaboración de sus vinos, y dentro de su política de sostenibilidad tiene certificaciones de calidad (ISO 9001), medio ambiente (ISO 14001) y seguridad alimentaria (ISO 22000). Además, como muestra de su compromiso

por el respeto al medio ambiente en el entorno vinícola tiene acogido su viñedo de Ribera del Duero al reglamento de *Viñedo ecológico*.

Del ejercicio 2014, hay que destacar, por un lado, la continuidad de la apuesta en potenciar la imagen de sus marcas con inserciones publicitarias en distintos medios y actividades; y, por otro, la apuesta por la calidad y mejora de sus instalaciones con las inversiones en mejoras tecnológicas, y la continua renovación de su parque de barricas.

Líneas estratégicas de la Compañía:



Portafolio



Marcas



Calidad

Desarrollo de un portafolio con orígenes prestigiosos, que se adapte a la demanda actual del mercado.

Desarrollo de marcas líderes en su segmento de mercado y expansión en los mercados Internacionales.

Implantación de una política de continua mejora en la gestión de calidad en las diferentes áreas funcionales de la Compañía.