vinetur

Bodegas Lozano pone en marcha nuevas inversiones

La bodega refuerza inversiones y busca nuevos consumidores ante la caída del consumo tradicional en España

sábado 25 de julio de 2026



Bodegas Lozano ha puesto en marcha nuevas inversiones en equipamiento mientras busca ampliar su negocio con productos dirigidos a nuevos perfiles de consumidor. La empresa, con sede en Villarrobledo (Albacete) y presencia también en Rioja, lanzó este año su primer vino desalcoholizado con marca propia, ‘Hey Bro’, dentro de una estrategia orientada a abrir nuevas vías de crecimiento en un momento de caída generalizada del consumo de vino en España.

La bodega forma parte del grupo de compañías vinícolas que superan los 100 millones de euros de facturación. La firma vincula su nueva línea sin alcohol a la apuesta por categorías No/Low, una tendencia que gana peso entre consumidores que reducen o eliminan el alcohol de su dieta.

Fundada en 1853, Bodegas Lozano mantiene desde hace años una estrategia centrada en la exportación. La compañía está presente en más de 50 países y sitúa entre sus principales mercados Europa, América y Asia. En esos destinos comercializa vinos de distintas gamas, desde productos de alta rotación hasta referencias premium.

La empresa atribuye su evolución de los últimos años al avance en mercados internacionales, a la mejora de sus procesos productivos y a la innovación aplicada a sus vinos. También relaciona ese recorrido con la diversificación de su oferta y con la adaptación a los cambios en los hábitos de consumo.

Bodegas Lozano cuenta con una plantilla de algo más de 100 empleados. Con las inversiones en equipamiento y el lanzamiento de ‘Hey Bro’, la compañía trata de reforzar su posición en un mercado que busca fórmulas para atraer a nuevos consumidores y compensar el descenso del consumo tradicional.