vinetur

Enrique Chueca: “Cuando entré en Aragonesas, el mundo del vino me atrapó tanto que enseguida comprendí que era el trabajo de mis sueños”

El embajador de la garnacha se despide de Bodegas Aragonesas tras cuarenta años al frente

viernes 19 de septiembre de 2025

ESCRITO POR ENTREVISTA



Tras cuatro décadas al frente de Bodegas Aragonesas, Enrique Chueca deja su cargo por jubilación. Chueca ha sido, al igual que la garnacha, el gran embajador y la imagen de la reconocida bodega en todo del mundo. Su trabajo y esfuerzo por demostrar que la variedad reina tenía una gran calidad y era capaz de dar excelentes vinos ha sido uno de los hitos que han marcado su carrera y su paso por Aragonesas. Eric Paré será, a partir del ahora, el nuevo director general de Bodegas Aragonesas.

Cuarenta años al frente de una gran empresa como Bodegas Aragonesas dan para mucho. ¿Cuál es el mayor reto al que te has enfrentado como director general de esta reconocida bodega?

Los retos en grandes empresas como Bodegas Aragonesas, son siempre colectivos. Nunca personales. Para todo el equipo, el mayor reto ha sido conseguir que la garnacha, en estos momentos, sea considerada como una de las mejores variedades que hay en el mundo. Esto no ha sido fácil. Han sido 40 años de esfuerzo y de creer mucho en este tipo de uva, porque en los años 80 y 90 era una variedad en la que no confiaba nadie. Incluso el sector pensaba que no tenía capacidad de guarda, que era oxidativa y que no se podía hacer nada con ella. Pero nosotros demostramos que cultivándola bien, elaborándola bien, guardándola bien y mimándola se podían hacer unos vinos de calidad altísima. Tanto es así que, en este momento, prácticamente todas las bodegas del mundo tienen variedad garnacha dentro de su porfolio de vinos.

Cuando entraste en Aragonesas, ¿llegaste a pensar que estarías dirigiéndola cuatro décadas?

Antes de llegar a Bodegas Aragonesas pensé que sólo estaría tres meses, pero, una vez dentro, el mundo del vino me atrapó tanto que enseguida comprendí que era el trabajo de mis sueños, pero nunca pensé que estaría cuarenta años. No sólo por mí sino porque todos los compañeros que han estado a mi lado son los que han permitido que yo haya podido estar en una empresa tan emblemática durante todo este tiempo.

De los principales objetivos que te marcaste en un principio, ¿cuáles has conseguido?

Mi principal objetivo era sencillo: conseguir que todo el equipo que compone Bodegas Aragonesas –trabajadores, viticultores, colaboradores...- pudieran ser felices con la rentabilidad de los vinos de Bodegas Aragonesas y disfrutar de la vida. Que se sintieran que formaban parte de este gran proyecto y que estuvieran orgullosos de ello y de lo que íbamos consiguiendo día a día.

Aragonesas tiene vinos reconocidos mundialmente y tú has formado parte de la creación y consolidación de cada uno de ellos. ¿De cuál te sientes más orgulloso y por qué?

Esta pregunta es muy complicada, porque, a lo largo de estos años, ha habido muchos vinos que han permitido que la bodega se encuentre en el lugar en el que está, en estos momentos. Aunque, obviamente, tenemos que destacar un vino que sobresale de los demás: Fagus. Fagus salió al mercado en el año 2002 con la añada 2000. Enseguida fue reconocido como la garnacha mejor elaborada del mundo en toda la historia y supuso un espaldarazo importantísimo no sólo para Bodegas Aragonesas, sino para la garnacha en general. Esto facilitó que todo el mundo entendiera que esta variedad era capaz de conseguir vinos de altísima calidad.

Vuestra apuesta por la garnacha, desde los inicios, fue fundamental para crear una identidad propia con la que sois reconocidos mundialmente, ¿cómo recuerdas el momento de esta decisión?

La decisión de empezar a trabajar la garnacha no fue un momento concreto. Fue un periodo bastante largo. Empezamos a trabajarla con dignidad y calidad a finales de los años 80. Era un momento muy difícil para tomar esa decisión porque en el sector la garnacha era una variedad muy denostada, pero nosotros estábamos convencidos viendo la calidad que tenía que podíamos hacer vinos excelentes. Y siendo perseverantes no abandonando esa idea y yendo contra la tendencia del mercado que

prefería elaborar vinos de otras variedades. Seguimos insistiendo hasta convencer al sector y al mundo en general el gran valor que tiene la garnacha. No fue algo sencillo. Fue un periodo duro, pero que, como todo, si lo persigues, lo consigues.

Al igual que la garnacha, eres la imagen de Aragonesas, en España y en el mundo, y ocupar ese puesto no debe ser nada sencillo. ¿Qué recomendaciones le das al nuevo gerente de Aragonesas, Eric Pare?

Eric es un profesional con un largo bagaje y necesita pocas recomendaciones. La única que puedo darle es que mantenga la ilusión hasta el último momento y que observe y escuche mucho. El mercado y la gente dan muchas lecciones y si se consigue entender lo que quieren, lo que necesitan, lo que dicen, se logran grandes éxitos.

Tiene que ser muy complicado definir una trayectoria de cuarenta años, pero ¿cómo la definirías?

La puedo definir en tres o cuatro palabras. La primera, y muy importante, la sencillez. Esto me ha permitido relacionarme con cualquier tipo de persona y en cualquier lugar. El trabajo duro y constante. Desde hace cuarenta años, he trabajado todo lo que me han permitido mis fuerzas. No he perdido ni un solo minuto en dejar de intentar hacer cosas por la bodega y, por supuesto, el amor por Bodegas Aragonesas. Siempre he pensado y defendido que lo nuestro era lo mejor y ha sido lo que he hecho ante todo el mundo. No podemos creer que lo de los demás es mejor que lo nuestro, porque entonces salimos derrotados ya al mercado. Y, por supuesto, creer que lo imposible es posible. Si no nos creamos metas difíciles, nunca las vamos a conseguir

¿Cuál es el hito que más te ha marcado?

Es complicado nombrar uno, porque en estas dos décadas de trabajo han sido muchos los hitos que me han acompañado durante este tiempo, aunque por nombrar uno, diría que la construcción de la primera bodega, que en aquella época fue algo realmente impresionante. La construcción tuvo un coste de 350 millones de pesetas, a principios de los 90. Una auténtica barbaridad en esos años, pero permitió que el consumidor se

diera cuenta de quién éramos. Es decir, ya empezábamos a crear algo de sensación en el mercado, pero lo refrendamos con aquella construcción. La gente cuando venía decía «qué bodega. Es impresionante». Este para mí fue el primer hito de la bodega, ya que esto permitió que el consumidor nos viera como un referente de calidad.

¿Qué conocimientos vinícolas tenías antes de entrar en Aragonesas?

Antes de llegar a Bodegas Aragonesas mis conocimientos sobre vino eran escasos. Mi padre era viticultor y yo trabajé en la bodega de operario, pero no sabía nada sobre la elaboración y comercialización de vinos. Tenía conocimientos muy básicos. En aquella época, el equipo humano de Bodegas Aragonesas era muy pequeño y tuve que espabilar y aprender rápido, porque eran momentos difíciles para la comercialización y tuvimos que lanzar vinos más frescos, así nació Coto de Hayas. Una línea que nos ha permitido crecer y mantenernos donde estamos.

En cuanto a la producción, ¿cuántas botellas de vino se producían en 1985, cuando entraste, y cuántos ahora?

Lógicamente, a lo largo de estos años hemos crecido mucho. En 1985 comercializábamos setecientas mil botellas, en un mercado bastante reducido. Estas cifras se han ido incrementando mucho en el tiempo y, en este último periodo, hemos alcanzado los siete millones de botellas, aunque lo más importante es que estamos presentes en más de sesenta países y todo el territorio nacional, prácticamente con 102 distribuidores. Y estamos en cualquier canal que se nos busque: Horeca, venta online, venta a través de cualquier operador que comercialice vinos, gran distribución, pequeña distribución, pequeño comercio...

¿Cómo ha evolucionado en estos años la exportación? ¿Hasta qué lugares remotos llega hoy Bodegas Aragonesas?

Por supuesto, la exportación ha evolucionado muchísimo en estos años. Yo creo que de lo que más orgullosos estamos es que tenemos presencia en los cinco continentes. Es decir, en prácticamente cualquier país se pueden encontrar los vinos de Bodegas

Aragonesas: Korea del Sur, Singapur, Belice, Sudáfrica, Guatemala, Canadá, Estados Unidos...

Bodegas Aragonesas y sus vinos están siendo premiados en los mejores certámenes vitivinícolas del mundo. De todos los conseguidos, ¿cuál es el galardón más preciado para ti?

No llevo la cuenta de todos los premios que tienen los vinos de Bodegas Aragonesas, pero sí que podemos hablar de miles. Entre todos ellos, hay dos que sobresalen del resto, por el momento y por lo que supusieron para la bodega. Uno es la primera medalla que conseguimos en nuestra vida. Fue en la feria VinExpo en Burdeos en los años 90 y premiaron a nuestro Coto de Hayas Crianza. Esto permitió que la garnacha fuera reconocida en el mundo, ya que era uno de los certámenes de vino más importantes del mundo. A partir de entonces, muchos importadores quisieran probar ese vino por la extrañeza, ya que no entendían que un vino de garnacha pudiera conseguir una medalla y, sobre todo, de una bodega que no conocía nadie. Y, el segundo logro fue conseguir 90 puntos en la Guía Peñín por nuestro vino Fagus que fue nombrado como «la garnacha mejor elaborada del mundo» y este reconocimiento ya fue un gran espaldarazo. Esto supuso una rápida comercialización para Fagus y que todos los vinos de Bodegas Aragonesas elevaran su nivel. Es decir, ya eran un referente para el consumidor por elaborar vinos de garnacha de alta calidad.

¿Cómo ves el futuro de Bodegas Aragonesas?

Con mucha ilusión. Estoy seguro que, aunque lo vea desde fuera, me van a seguir sorprendiendo con grandes logros. El consumo de vino se está reduciendo en el mundo, pero tenemos una franja de edad importante de los 18 a los 45 años que pueden crecer en consumo de forma exponencial. Además, son un segmento de mercado que tiene ganas de aprender sobre vino y que pueden ser unos grandes consumidores. El vino es experiencia y hay que desarrollar mucho ese aspecto del producto. Es decir, no sólo hablar de las bondades del vino, sino del cómo y con quién se puede tomar un vino.