

El consejero de Economía, Hacienda y Empleo ha visitado hoy la empresa Licinia Wines en Morata de Tajuña

---

## La Ventanilla Única de Internacionalización de la Comunidad de Madrid colabora con las bodegas de la región en la exportación de sus vinos

- El 30% de la producción de la D.O. se vende en el extranjero, especialmente en la UE, Estados Unidos y China
- Las rutas turísticas vinculadas a la enología han sumado en el último año a 21.000 visitantes, nacionales y foráneos

**3 de mayo de 2022.-** La Comunidad de Madrid colabora con las bodegas de la región para exportar sus productos, poniendo a su disposición la Ventanilla Única de Internacionalización (VUI), un recurso del Ejecutivo autonómico para asesorar y acompañar a las empresas que quieren acceder a mercados extranjeros. Así lo ha destacado el consejero de Economía, Hacienda y Empleo, Javier Fernández-Lasquetty, en su visita a las instalaciones de Licinia Wines en Morata de Tajuña.

Allí, ha señalado que las ventas de los caldos de la Denominación de Origen – D.O. Vinos de Madrid– se han incrementado un 24% en 2021, alcanzando los 4,5 millones de euros, el mejor dato de los últimos 15 años. Este aumento se debe tanto al apoyo que los productores reciben de cadenas de alimentación, como a las ventas al exterior. Además, se ha consolidado en otros países de la Unión Europea, Estados Unidos y China, a los que exporta alrededor de 5.000 hectolitros, el 30% de su producción.

Fernández-Lasquetty ha recordado que esta Denominación obtuvo su reconocimiento hace ya 32 años y, en la actualidad, está formada por 50 bodegas y cuenta con casi 9.000 hectáreas de viñedo repartidas por 70 municipios. La firma morateña visitada se encuentra en la subzona vitivinícola de Arganda del Rey, es de carácter familiar y elabora esta bebida desde hace casi dos décadas.

Fernández-Lasquetty ha puesto en valor el sector vitivinícola “que está en auge en la región”, donde “cada vez más países consumen nuestros vinos y las bodegas se están convirtiendo en un polo de atracción turística”. Enfocado a este mercado, en 2015 se creó la marca *Madrid Enoturismo*, con el fin de promover las visitas a los entornos rurales en los que se produce. Desde ahí se promociona la *Ruta del Vino de Madrid*, certificada por la Asociación Española de Ciudades del Vino en 2020 e incluida en su catálogo de *Rutas del Vino de España*. Esta iniciativa ya cuenta con 24 itinerarios y ha recibido 21.000 visitantes en el último año –tanto nacionales como foráneos– frente a los 11.000 de 2017.