bind Banco Industrial

Análisis de Crédito de:
ALTOS LAS HORMIGAS S A V I Y C

ALTOS LAS HORMIGAS

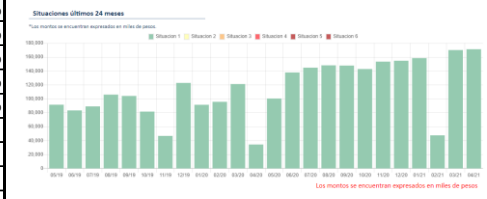
INFORMACIÓN FORMAL

Razón Social	ALTOS LAS HORMIGAS S A V I Y C	**Fecha : 07/2021**
Cuit	30-68422174-0	
Domicilio	AV. SAN MARTIN 1425 - 4 - OF. 44, (5500), MENDOZA, MENDOZA, ARGENTINA	
Teléfonos	2614255389	
Forma Jurídica	SOCIEDAD ANONIMA	
Fecha De Const.	7/3/1996	
Pat. Neto 2020	$ 278 382 642	
Cantidad Empleados	60 Aprox.	
Domicilio Legal	AV. SAN MARTIN 1425 - 4 - OF. 44, (5500), MENDOZA, MENDOZA, ARGENTINA	

SITUACIÓN BANCARIA

Total Endeud. Promedio	abr-21	$	171.364.000

BANCOS	MONTO	Período Inf.	Sit	%
NACION ARGENTINA	98.247.000	4/2021	1	57,3%
SUPERVIELLE	52.639.000	4/2021	1	30,7%
GALICIA Y BUENOS AIRES	14.403.000	4/2021	1	8,4%
DE SAN JUAN S.A.	4.767.000	4/2021	1	2,8%
BICE	1.062.000	4/2021	1	0,6%
SANTANDER RIO S.A.	239.000	4/2021	1	0,1%
CREDICOOP COOP LIMITADO	2.000	3/2021	1	0,0%
PATAGONIA	5.000	4/2021	1	0,0%
	-	-	1	-
	-	-	1	-
	-	-	1	-
	-	-	1	-
	-	-	1	-
	-	-	1	-
	-	-	1	-



INFORMACIÓN CONTABLE

	dic.-19	dic.-20
Activo	490.803.286	501.104.429
Activo Corriente	256.470.835	241.092.807
Activo No Corriente	234.332.450	260.011.622
Pasivo	230.083.854	222.721.788
Pasivo Corriente	202.842.502	209.499.385
Pasivo No Corriente	27.241.352	13.222.403
Patrimonio Neto	260.719.431	278.382.642
% PN / Activo	53,1%	55,6%
Ventas	243.132.877	201.242.084
% Var. Vtas.	-17,2%	
Resultado Final	-19.874.887	17.663.211
% Rent. / Vtas	-8,2%	8,8%

	Fecha	Importe
Prom. Men. de Ventas	may-21	$ 21.953.907
Deudas Bancarizadas Act.	abr-21	$ 171.364.000

	dic.-19	dic.-20
Endeudamiento	0,78	0,75
ROA %	-4,0%	3,5%
ROE %	-7,6%	6,3%
Días Prom de Cobro	137	135
Días Prom de Pago	467	720
Días Prom de Stock	1.186	2.460
Cobertura de interés	-	-
Deuda Ban. / EBITDA	4,09	
Deuda Ban. / Ventas	0,85	

INDUSTRIA

ZONA GEOGRAFICA	MENDOZA, MENDOZA, ARGENTINA
PRODUCTO / SERVICIO	ELABORACIÓN DE VINOS
TIPOS DE CULTIVO	CULTIVO DE VID PARA VINIFICAR
PROVEEDORES	RAYEN CURA SAIC, COACH INVERSIONES SA
CLIENTES	DELPHINUS TRADING KFT, REAL COMERCIAL
ACTIVIDAD/ES	110212 - ELABORACIÓN DE VINOS 012110 - CULTIVO DE VID PARA VINIFICAR 109000 - SERVICIOS INDUSTRIALES PARA LA ELABORACIÓN DE ALIMENTOS Y BEBIDAS 110211 - ELABORACIÓN DE MOSTO

CONCLUSIONES

ALTOS LAS HORMIGAS S.A.V.I.Y.C. es una empresa dedicada a la elaboración y comercialización de vinos, operando desde el año 1996 en la provincia de Mendoza.
Opera con normalidad con el sistema bancario, sin presentar cheques rechazados por Sin Fondos. No registra juicios en su contra.
Presenta deuda exigible referido a Aportes y contribuciones a la Seguridad Social. De su información contable a Diciembre 2020 se desprenden estos indicadores a saber: buena Solvencia en 1.25 (1.13 en el ejercicio anterior), buena Liquidez en 1.15 y bajo Endeudamiento en 0.75. Sus ventas mostraron una caída de -17% interanual, aunque su rentabilidad se recuperó del quebranto de -8.2% s/ventas del periodo anterior, pasando al actual 8.8% s/ventas. Las ventas a 12/21 proyectarían un aumento de más de 30% interanual.
Ante lo dicho la empresa podría llegar a ser asistida con las garantías correspondientes.

RESEÑA HISTÓRICA – GENERALIDADES

"En 1995, los italianos Alberto Antonini, reconocido enólogo de Toscana, y Antonio Morescalchi, un joven empresario, hicieron un viaje a Sudamérica para conocer las zonas vitivinícolas. Visitaron ambos lados de la cordillera de Los Andes y quedaron fuertemente impresionados por los viñedos que se desarrollaban en grandes altitudes y en un clima desértico como el de Mendoza (Argentina). Tanto la naturaleza de la región como su tradición vitivinícola, establecida por los inmigrantes europeos en siglos pasados, eran sorprendentes para quien la visitaba por primera vez.

Alberto y Antonio regresaron a Toscana convencidos del potencial inexplorado del Malbec, una cepa con una fuerte tradición local pero en general ignorada e incomprendida. Mientras el resto del mundo del vino veía a Mendoza luchando por deshacerse de su imagen de zona productora de vinos a granel, estos dos jóvenes italianos vieron en Mendoza un lugar donde los valores tradicionales del vino y un inmaculado terruño se podían revitalizar con un cuidadoso enfoque de elaboración del vino y una visión más amplia. En contra de todos los pronósticos y de los consejos de los locales, decidieron emprender en una bodega dedicada exclusivamente al Malbec de Mendoza, asumiendo el riesgo de apostar por una uva cuyo potencial no estaba probado.

Altos Las Hormigas está situada en Luján de Cuyo a unos 800 metros sobre el nivel del mar, frente a Los Andes, protegida por un pliegue geológico menor hacia el oeste. La finca es de 206 hectáreas, de las cuales 57 ha están plantadas con Malbec y 6 ha con Bonarda. En el corazón de la propiedad se encuentra la bodega de 2.500 metros cuadrados, con diseño tradicional de la zona y las mejores condiciones técnicas para la elaboración del vino.

En 2011, tras la investigación del Terroir con Pedro Parra, fueron adquiridas 55 ha en Paraje Altamira, Valle de Uco. Una propiedad con micro-terroir en el suroeste del Valle de Uco, a 1105 metros snm. Allí, en 2017, plantamos nuestro Jardín Altamira. Un proyecto de viñedo verdaderamente único, la próxima revolución de Altos Las Hormigas en la vitivinicultura de Argentina. Este Terroir súper calcáreo producirá vinos nunca antes vistos en Mendoza."

Fuente: Empresa.

Estructura Societaria y Vinculaciones

SOCIOS / ACCIONISTAS

Apellido y Nombres	Nacionalidad	C.U.I.T/ TAX ID	Porcentaje %
PELAGIA SA	N/I	RUC 216376660014	45.89
PEDRO DONOSO PINTO	N/I	CI 4817091-9	14.59
ANTONIO MORESCALCHI	N/I	PAS 80561-M	10.57
ALBERT CUSSEN	N/I	PAS 10411501-02	8.2
POGGIOTONDO SRL	N/I	TAX 05195400485	7.94
ATTILIO PAGLI	N/I	PAS 096328-J	6.74
PATRICIO BUSTAMENTE PEREZ	N/I	CI 5863552.9	4
CREDIT DU LAC SA	N/I	TAX CHE 112.440.205	2.07

Fuente: Empresa.

VINCULACIONES / EMPRESAS RELACIONADAS

No se detectó información.

PRINCIPALES DIRECTIVOS

Apellido y Nombres	Nacionalidad	C.U.I.T	Cargo
VAZQUEZ CARLOS ALBERTO	N/I	20081597473	PRESIDENTE
PEREZ PABLO MAURICIO	N/I	20170245297	VICE-PRESIDENTE
ARJONA JUAN	N/I	20069022007	DIRECTOR/A SUPLENTE

Fuente: Externa.

ACTUACIÓN Y/O PARTICIPACIÓN EN EMPRESAS DE LOS SOCIOS/DIRECTORES

ARJONA JUAN

- PRESIDENTE DE:LA FORESTAL CUYANA S A (desde 06-1997) CUIT :30586845809
- SOCIA/O GERENTE DE: CLUSTER SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA (desde 02-1999) CUIT :30699615133

VAZQUEZ CARLOS ALBERTO

- PRESIDENTE DE: VIÑA NOBLE S ACUIT :30658911313
- PRESIDENTE DE:SANTORO S A I C I F Y ACUIT :30661635475

ANTECEDENTES DE PRINCIPALES DIRECTIVOS

VAZQUEZ CARLOS ALBERTO - 20081597473

SCORE

68.4

VAZQUEZ CARLOS ALBERTO

FECHA NACIMIENTO:	08/01/1948
ESTADO CIVIL:	CASADA/O
SEXO:	M

FINANCIERO



TOTAL	103 000
BANCOS	2
ANTIGUEDAD SIT. 1	07/1999

CHEQUES RECHAZADOS



BCRA no informa cheques rechazados

DOMICILIOS

DOMICILIO:

J. B. PRINGLES 598, (5570), SAN MARTIN, MENDOZA, ARGENTINA

FISCAL:

GUARDIA VIEJA 2980, (5507), LUJAN DE CUYO, MENDOZA, ARGENTINA

FISCALES

MONOTRIBUTO	C LOCACIONES DE SERVICIO
EMPLEADO DE	ALTOS LAS HORMIGAS S A V I Y C (03/2021)
CLAE	SERVICIOS DE ARQUITECTURA E INGENIERÍA Y SERVICIOS CONEXOS DE ASESORAMIENTO TÉCNICO N.C.P.
INICIO ACTIVIDAD	01/04/1980
RIESGO FISCAL	NO

JUICIOS

CONCURSOS Y QUIEBRAS	0
REMATES	0
PEDIDOS DE QUIEBRA Y JUICIOS EJECUTIVOS	0
OTROS JUICIOS	0
COMO ACTOR	0
COMO DEMANDADO HOMÓNIMO	7
COMO ACTOR HOMÓNIMO	3

ARJONA JUAN - 20069022007

SCORE

N/A

ARJONA JUAN

FECHA NACIMIENTO:	07/04/1923
ESTADO CIVIL:	CASADA/O

FINANCIERO

Información No Disponible

CHEQUES RECHAZADOS



BCRA no informa cheques rechazados

DOMICILIOS

DOMICILIO:

JUAN B JUSTO 00465, (5501), GODOY CRUZ, MENDOZA, ARGENTINA

FISCAL:

JUAN B JUSTO 00465, (5501), GODOY CRUZ, MENDOZA, ARGENTINA

FISCALES

CLAE	SERVICIOS DE ASESORAMIENTO, DIRECCIÓN Y GESTIÓN EMPRESARIAL REALIZADOS POR INTEGRANTES DE LOS ÓRGANOS DE ADMINISTRACIÓN Y/O FISCALIZACIÓN EN SOCIEDADES ANÓNIMAS
RIESGO FISCAL	NO

JUICIOS

CONCURSOS Y QUIEBRAS	0
REMATES	0
PEDIDOS DE QUIEBRA Y JUICIOS EJECUTIVOS	0
OTROS JUICIOS	0
COMO ACTOR	0
COMO DEMANDADO HOMÓNIMO	5
COMO ACTOR HOMÓNIMO	1

PEREZ PABLO MAURICIO - 20170245297

SCORE

N/A

PEREZ PABLO MAURICIO

FECHA NACIMIENTO:	16/07/1964
ESTADO CIVIL:	CASADA/O
SEXO:	M

FINANCIERO

Información No Disponible

CHEQUES RECHAZADOS



BCRA no informa cheques rechazados

DOMICILIOS

DOMICILIO:

CRUZ DEL SUR 70, CHACRAS DE CORIA, MENDOZA, ARGENTINA

FISCAL:

LA LIBERTAD, (5579), LA LIBERTAD, MENDOZA, ARGENTINA

OTROS:

SAN MARTIN 1425 - 4§ 44, (5000), CORDOBA, CORDOBA, ARGENTINA

JUICIOS



no se detectó actividad judicial

Situación Comercial

PROVEEDORES

- RAYEN CURA SAIC
- COACH INVERSIONES SA

CLIENTES

- DELPHINUS TRADING KFT
- REAL COMERCIAL

MARCAS / PATENTES

COMO UNA LIEBRE EN MARZO	**NOMBRE:** COMO UNA LIEBRE EN MARZO **TIPO:** Denominativa **CLASE:** 32, 33 **ACTA:** 3915826 **BOLETÍN:** - **PUBLICACIÓN:** 12/08/2020
AVENTADOR	**NOMBRE:** AVENTADOR **TIPO:** Denominativa **CLASE:** 32, 33 **ACTA:** 3958982 **BOLETÍN:** - **PUBLICACIÓN:** 02/12/2020
ENALTECE	**NOMBRE:** ENALTECE **TIPO:** Denominativa **CLASE:** 32, 33 **ACTA:** 3958987 **BOLETÍN:** - **PUBLICACIÓN:** 02/12/2020

EVOLUCION DE LAS VENTAS

12-2018	12-2019	12-2020	Post Balance al 05-2021	Post Balance proy. al 12-2021	Deuda en Días Ventas sobre BCRA
-	$ 243 132 877	$ 201 242 084	$ 109 769 537	$ 263 446 889	234

Situación Bancaria

CHEQUES RECHAZADOS

No se registran cheques rechazados.

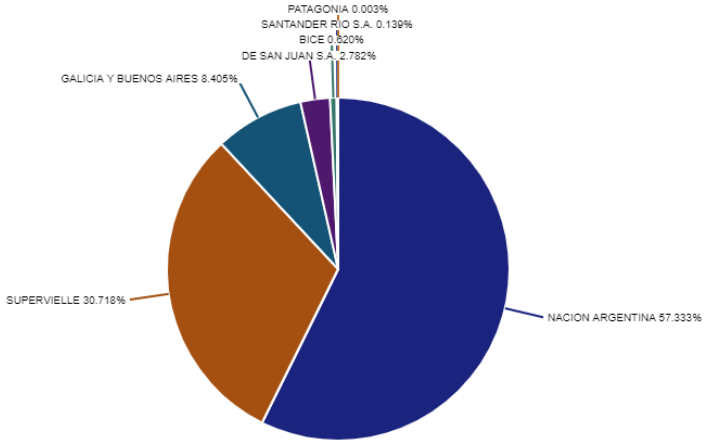
CENTRAL DE DEUDORES

Banco	05/2019	06/2019	07/2019	08/2019	09/2019	10/2019	11/2019	12/2019
GALICIA Y BUENOS AIRES								
BICE								
CREDICOOP COOP LIMITADO							1,00	
PATAGONIA		1,00	1,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
SUPERVIELLE	18 710,00	13 556,00	18 316,00	24 742,00	24 706,00		25 889,00	31 767,00
SANTANDER RIO S.A.	54,00	159,00	111,00	59,00	78,00	171,00	106,00	53,00
NACION ARGENTINA	57 467,00	55 213,00	55 637,00	60 914,00	59 577,00	60 545,00		70 331,00
DE SAN JUAN S.A.	15 388,00	14 501,00	15 131,00	20 401,00	19 859,00	21 007,00	20 773,00	20 792,00
TOTAL PERIODO	**91 619,00**	**83 430,00**	**89 196,00**	**106 118,00**	**104 222,00**	**81 725,00**	**46 771,00**	**122 945,00**

Banco	01/2020	02/2020	03/2020	04/2020	05/2020	06/2020	07/2020	08/2020
GALICIA Y BUENOS AIRES								
BICE							3 044,00	3 044,00
CREDICOOP COOP LIMITADO	1,00		1,00		1,00			
PATAGONIA	3,00	3,00	83,00		80,00			
SUPERVIELLE		23 950,00	25 533,00	34 435,00		36 071,00	37 310,00	38 609,00
SANTANDER RIO S.A.		109,00	73,00		82,00		113,00	120,00
NACION ARGENTINA	70 260,00	71 714,00	73 420,00		77 421,00	78 655,00	80 576,00	82 514,00
DE SAN JUAN S.A.	21 257,00		22 212,00		22 908,00	23 209,00	23 785,00	23 924,00
TOTAL PERIODO	**91 521,00**	**95 776,00**	**121 322,00**	**34 435,00**	**100 492,00**	**137 935,00**	**144 828,00**	**148 211,00**

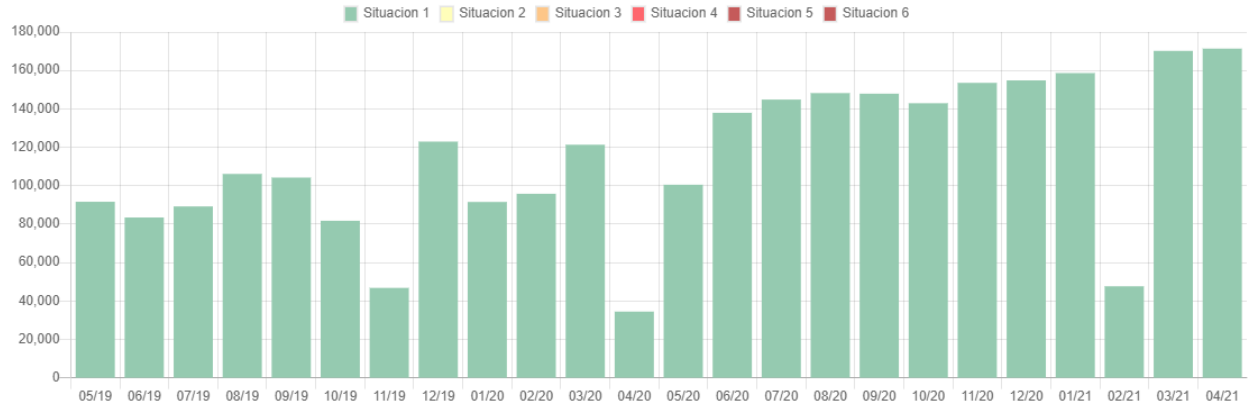
Banco	09/2020	10/2020	11/2020	12/2020	01/2021	02/2021	03/2021	04/2021
GALICIA Y BUENOS AIRES			12 360,00	12 472,00	13 822,00	14 268,00	13 894,00	14 403,00
BICE	3 044,00	3 044,00	2 726,00	2 404,00	2 076,00	1 743,00	1 405,00	1 062,00
CREDICOOP COOP LIMITADO	1,00	1,00	1,00	1,00			2,00	
PATAGONIA		4,00	8,00	15,00	14,00	18,00	17,00	5,00
SUPERVIELLE	37 290,00	38 494,00	40 130,00	40 269,00	40 533,00	26 879,00	53 495,00	52 639,00
SANTANDER RIO S.A.	162,00	174,00	473,00	160,00	110,00	292,00	282,00	239,00
NACION ARGENTINA	84 431,00	84 685,00	88 334,00	90 303,00	92 576,00		96 545,00	98 247,00
DE SAN JUAN S.A.	22 965,00	16 523,00	9 504,00	9 200,00	9 497,00	4 412,00	4 543,00	4 767,00
TOTAL PERIODO	**147 893,00**	**142 925,00**	**153 536,00**	**154 824,00**	**158 628,00**	**47 612,00**	**170 183,00**	**171 362,00**

Situaciones	
1 Situación Normal	4 Con Alto Riesgo de Insolvencia (atraso de 181 a 365 días)
2 Con Riesgo Potencial (atraso de 31 a 90 días)	5 Irrecuperable (atraso de más de 365 días)
3 Con Problemas (atraso de 91 a 180 días)	6 Irrecuperable por Disposición Técnica (Morosos de ex entidades financieras, con atraso de más de 180 días)



Situaciones últimos 24 meses

*Los montos se encuentran expresados en miles de pesos.



Los montos se encuentran expresados en miles de pesos

Situación Judicial

CARÁTULAS DE JUICIOS COMO DEMANDADO

No se detectaron datos.

CARÁTULAS DE JUICIOS COMO DEMANDANTE

No se detectaron datos.

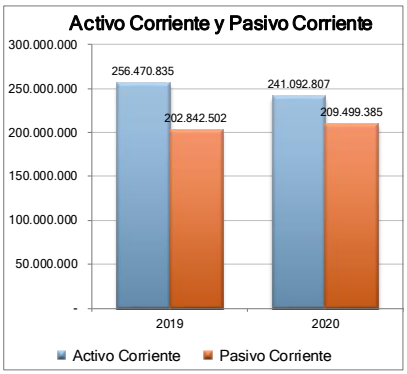
Información Económica / Financiera

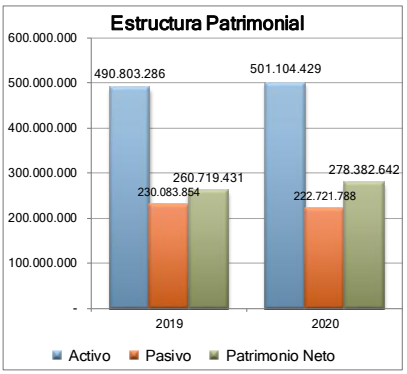
DATOS CONTABLES

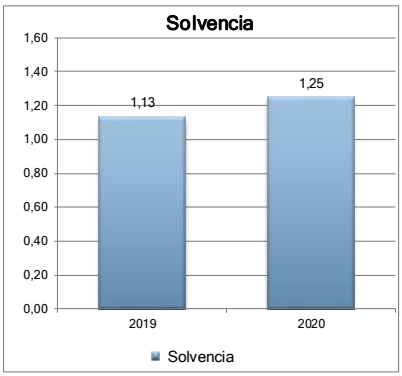
Períodos Analizados	2019/2020	
Concepts	12/2019	12/2020
Caja y Bancos	7.483.520,0	5.578.708,0
Inversiones corrientes	0,0	0,0
Creditos por ventas	110.789.591,0	90.079.537,0
Otros Créditos	25.040.904,0	19.083.375,0
Bienes de Cambio	113.156.820,0	126.351.187,0
Bienes intangibles	0,0	0,0
Otros activos corrientes	0,0	0,0
Activo Corriente	**256.470.835,0**	**241.092.807,0**
Otros Créditos no corrientes	0,0	0,0
Otras inversiones no corrientes	0,0	0,0
Bienes de Uso valor de origen	257.590.099,0	462.363.430,0
Depreciación acumulada	23.417.282,0	202.510.549,0
Bienes de Uso	234.172.817,0	259.852.881,0
Activos intangibles no corrientes	159.633,0	158.741,0
Otros activos no corrientes	0,0	0,0
Activo no Corriente	**234.332.450,0**	**260.011.622,0**
ACTIVO	**490.803.286,0**	**501.104.429,0**
Deudas Comerciales	30.753.415,0	39.122.761,0
Deudas bancarias	3.652,0	5.812,0
Deudas sociales	6.075.538,0	5.104.006,0
Deudas fiscales	11.588.652,0	9.943.686,0
Otros Pasivos	154.421.246,0	155.323.119,0
Pasivo Corriente	**202.842.502,0**	**209.499.385,0**
Deudas Comerciales	0,0	0,0
Deudas bancarias	22.789.934,0	7.150.000,0
Deudas fiscales	4.451.418,0	6.072.403,0
Otros Pasivos	0,0	0,0
Previsiones	0,0	0,0
Pasivo no Corriente	**27.241.352,0**	**13.222.403,0**
PASIVO	**230.083.854,0**	**222.721.788,0**
Capital social	45.466.861,0	45.466.861,0
Resultados Acumulados	215.252.570,0	232.915.781,0
PATRIMONIO NETO	**260.719.431,0**	**278.382.642,0**
PASIVO + PATRIMONIO NETO	**490.803.286,0**	**501.104.429,0**
Ventas	243.132.877,0	201.242.084,0
Compras del ejercicio	34.833.337,0	18.743.803,0
Costo de Ventas	89.056.718,0	67.656.400,0
Margen Bruto	154.076.160,0	133.585.684,0
Amortizaciones	13.440.011,0	16.977.731,0
Gastos Comerciales	51.895.616,0	35.575.970,0
Gastos Administración	42.028.313,0	32.170.913,0
Gastos Financieros	2.174.158,0	1.287.686,0
Otros ingresos	3.708.381,0	21.577.645,0
Otro egresos	75.360.287,0	62.523.941,0
Impuesto a las ganancias	6.201.054,0	5.941.609,0
Resultado del ejercicio	**-19.874.887,0**	**17.663.211,0**
EBITDA	**1.940.336,0**	**41.870.237,0**

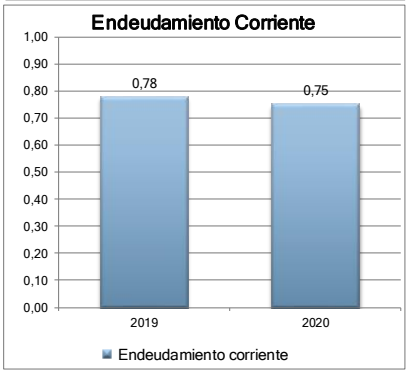
Importes Expresados en Pesos

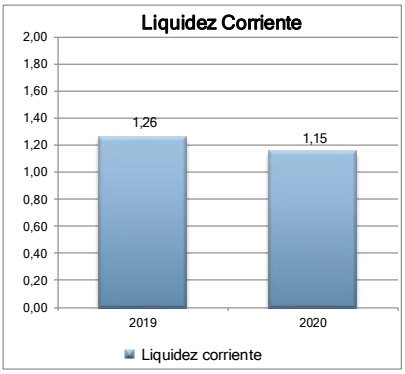
PRINCIPALES INDICADORES

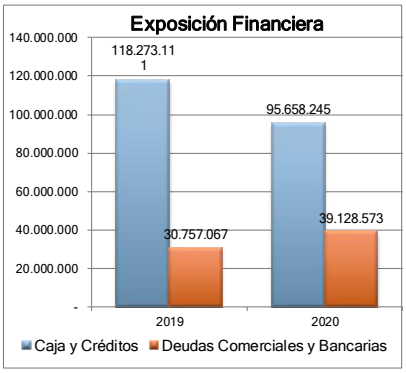


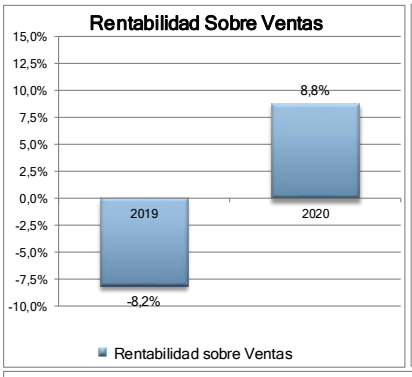


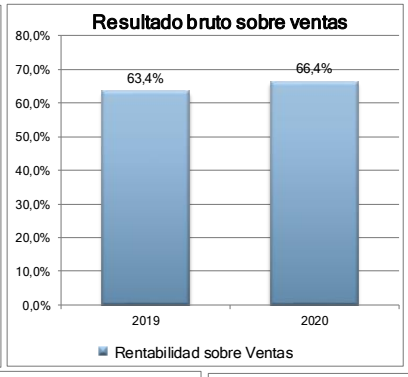


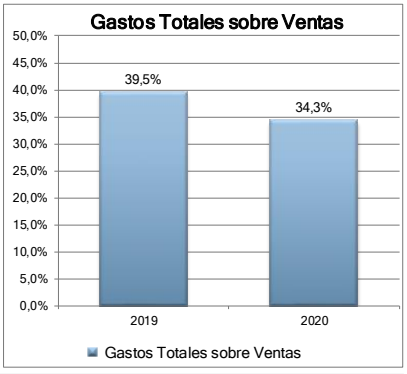


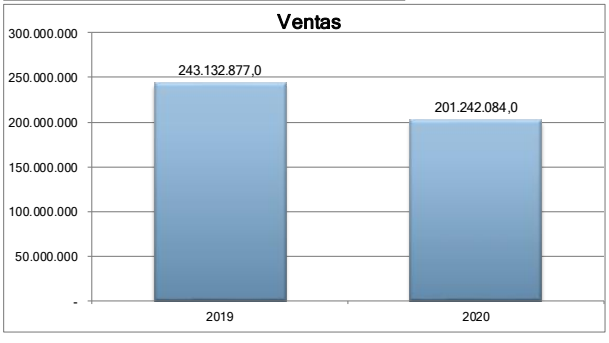


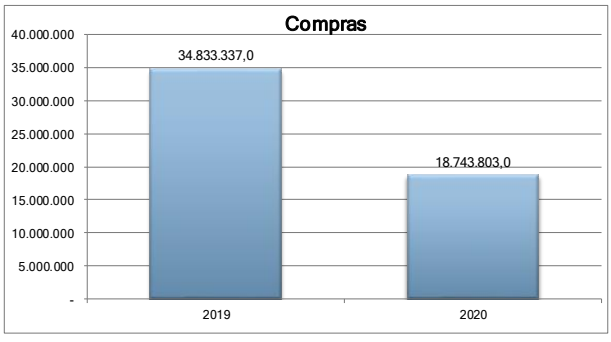












Publicaciones

OFICIALES

Provincia: BOLETIN OFICIAL DE LA PROVINCIA DE MENDOZA Fecha: 07/12/2011

ALTOS LAS HORMIGAS S.A.V.I. y C.: Con el objeto de proceder a su inscripción y dando cumplimiento a lo dispuesto en el artículo 10 de la Ley 19550 y en el artículo 1º, inciso 2º de la Resolución 546/2005 de la Dirección de Personas Jurídicas, se hace saber que: en Asamblea Ordinaria del 02 de noviembre de 2009, según consta en Acta de Asamblea Nº 19, los accionistas de Altos Las Hormigas S.A.V.I. y C. resolvieron incrementar el Capital Social en la suma de ciento ochenta mil pesos ($ 180.000,00). El incremento está representado por mil ochocientas (1.800) acciones ordinarias, de cien pesos ($ 100,00) de valor nominal cada una, nominativas no endosables, con derecho a un (1) voto por acción. El incremento dispuesto quedo totalmente suscripto por Gateforth Ltda., quien procedió a la integración del monto respectivo mediante la capitalización de créditos con fecha 30 de diciembre de 2009. Bto. 67107 7/12/2011 (1 Pub.) $ 13,50

Provincia: BOLETIN OFICIAL DE LA PROVINCIA DE MENDOZA Fecha: 02/12/2011

ALTOS LAS HORMIGAS S.A.V.I. y C.: Con el objeto de proceder a su inscripción, se hace saber que, en virtud de lo resuelto en las Asambleas Ordinarias del 25 de abril de 2011 y del 28 de mayo de 2011, según consta en Actas de Asamblea Nº 21 y N° 23 y, de conformidad a la distribución de cargos inserta en actas de Directorio Nº 85 del 27 de abril de 2011 y N° 86 del 04 de mayo de 2011, el Directorio de Altos Las Hormigas S.A.V.I. y C. quedo conformado de la manera que se indica a continuación con mandato hasta la Asamblea Ordinaria que considere la documentación referida al ejercicio que finaliza el 31 de diciembre de 2013: Presidente: Vazquez, Carlos Alberto; Vicepresidente: Morescalchi, Antonio; Director Titular: Terni, Antonio; Director Suplente: Cussen, Albert. Bto. 92307 2/12/2011 (1 Pub.) $ 12,00

COMERCIALES

El mejor del año - Por primera vez, un vino argentino obtuvo el puntaje máximo del crítico inglés Tim Atkin
Fecha:22/05/2021 Fuente: Clarin

Fue el crítico más difícil de seducir. El británico Tim Atkin visitó el país por primera vez en 1992 y, desde entonces, se convirtió en uno de los especialistas internacionales que más sabe de vinos argentinos en el mundo. Al igual que otros colegas suyos como el español Luis Gutiérrez o el estadounidense James Suckling, cata cientos de ejemplares todos los años y publica informes donde otorga puntajes a cada uno de acuerdo con su calidad. Pero, hasta hoy, Atkin era el único que nunca había puesto la calificación máxima a ninguno.

En su flamante reporte 2021, la sorpresa fue que, por fin, otorgó 100 puntos a una etiqueta nacional. Fue para el Uni del Bonnesant 2019, un tinto de la bodega mendocina PerSe, desconocido para el consumidor masivo por su pequeña -aunque exquisita- producción que en sus dos añadas anteriores no superó las 200 botellas.

"Un Malbec único de uno de los más grandiosos y espectaculares viñedos del Nuevo Mundo. Profundo y sublime", escribió Atkin de este vino que comenzó a elaborarse hace apenas cinco años con uvas de una parcela con solo 312 plantas en Gualtallary, Valle de Uco.

"¿Por qué es excepcional? Dos cosas: el lugar y el talento de la gente detrás de él", responde Atkin, consultado por Clarín. "No se necesitan viñas antiguas para hacer un gran vino. Este ha sido excepcional desde el comienzo y ahora está siendo reconocido como un vino de calidad mundial. El volumen pequeño es una pena, aunque ahora se va a expandir. Pero nadie critica a (el enólogo) Christophe Roumier en la Borgoña por hacer solo una barrica de Musigny", observa, ilustrando con un ejemplo de Francia. "Lo grande puede ser hermoso, pero también lo pequeño", agrega.

Para el británico, periodista con el prestigioso título de Máster of Wine y jurado del concurso International Wine Callenge, la de 2021 fue la primera degustación que hizo sin viajar a Argentina por el contexto de la pandemia de coronavirus. Sin embargo, sigue de cerca la coyuntura política y económica nacional para analizar la evolución de la industria vitivinícola.

En su informe, Atkin menciona la medida del presidente Alberto Fernández de cerrar las exportaciones de carne y señala: "El vino no tiene el mismo nivel de importancia. Los gobiernos no se preocupan por el precio de una botella de Malbec. Sin embargo, en los mercados de exportación, diría que el vino hace más por la imagen de Argentina que la carne. En un período de menos de 30 años, el vino se ha convertido en la tarjeta de presentación del país. La gente se enamora de Argentina por su tintos y, cada vez más, también por sus blancos".

Mejor blanco del año

En esta última categoría, al igual que en 2020, Atkin volvió a elegir la nueva añada del Certezas Semillón de la bodega Michelini I Mufatto (Mendoza) como el mejor blanco del año, con 98 puntos. El Semillón fue, además, uno de los varietales que más lo impresionaron y que destaca entre las nuevas tendencias a tener en cuenta.

"Creo que otras variedades y blends son para entusiasmarse, así como algunas de las nuevas y redescubiertas regiones de altura y latitudes más bajas", dice a Clarín en referencia a zonas como Chubut, donde se están elaborando los vinos más australes del país.

Los 110 mejores vinos argentinos de 2021 según Tim Atkin

Del total de 1847 vinos argentinos que cató este año, 110 fueron los que obtuvieron los puntajes más altos, entre 95 y 100. El siguiente es el listado agrupado por cepas y estilos de vinos. El reporte completo se puede adquirir en Timatkin.com.
Mejores vinos tintos 2021
Malbec
2018 Achával Ferrer Finca Altamira Malbec, Paraje Altamira
2018 Achával Ferrer Finca Bella Vista Malbec, Perdriel
2017 Alta Vista Single Vineyard Serenade Malbec, Agrelo
2017 Alta Vista Single Vineyard Temis Malbec, El Cepillo
2019 **Altos Las Hormigas Malbec Appellation Paraje Altamira, Paraje Altamira**
2019 Arca Yaco Amar y Vivir Malbec, Quebrada de San Lucas […]

Decanter eligió los mejores 10 Malbec de Argentina con algunas sorpresas
Fecha: 20/04/2021 Fuente: Los Andes

La prestigiosa publicación británica eligió a los más destacados vinos argentinos de los últimos tiempos.
En una clara muestra de cómo el Malbec argentino se ha ganado el respeto de los más exigentes consumidores de vino en el mundo, la prestigiosa revista Decanter eligió con motivo del Día Mundial del Malbec los diez mejores Malbec de nuestro país y dejó algunas sorpresas.
La publicación resalta que el clásico maridaje del Malbec es la carne roja, pero con la evolución que ha tenido en el último tiempo se ha convertido en una opción diversa para los amantes del vino que desean explorar.
“Si bien el Malbec argentino se ha convertido efectivamente en una ‘marca’ por derecho propio, ahora es un elemento básico en las listas de vinos de todo el mundo, los vinos han evolucionado”, explica Decanter.
“Los productores están invirtiendo en el Valle de Uco hacia el oeste, más allá de Luján de Cuyo, persiguiendo altitudes más altas, rangos de temperatura diurnos más amplios y diferentes suelos (sobre todo, caliza). Gualtallary, Altamira y La Consulta son las pequeñas subzonas que están ganando fama internacional”, dijo a Decanter Patricio Tapia, crítico chileno, autor de la renombrada Guía Descorchados.
El experto remarcó que el camino del Malbec se dirige a vinos más frescos y con menos alcohol en el que el viticultor trabaja entre las nuevas tecnologías y la herencia de viejas viñas. “Un trabajo cuidadoso en la orientación de las hileras y la viticultura está aportando fruta más fresca”, describió.
Por su parte, la experta en vinos Amanda Barnes, sostuvo en diálogo con Decanter que “las viñas más antiguas de la región a menudo se plantan sobre sus propias raíces, con una gran diversidad genética derivada de siglos de selecciones y mutaciones masivas, lo que les confiere un carácter distintivo”.
“En términos generales, sin embargo, los Malbec de Luján son típicamente más redondos y más amplios en el paladar, con sabores de frutas negras y rojas más maduros que el estilo floral más fresco del Valle de Uco, pero más cincelado que los vinos más dulces de Maipú”, declaró.
Así mismo, Tapia destacó el cambio que se da en la elaboración: “En la bodega, hay un movimiento bienvenido para reducir el roble y reemplazar las barricas nuevas por roble viejo y fudres grandes. Significativamente, la nueva generación está invirtiendo en hormigón.
Estos son los diez vinos elegidos por Decanter:
1 Gualtallary Malbec 2014, Altos Las Hormigas, Valle de Uco
2 Terroir Series Finca Ambrosia,Trapiche, Valle de Uco
3 Apartado Gran Malbec 2017, Rutini, Valle de Uco
4José Zuccardi Malbec 2016, Zuccardi, Valle de Uco
5 Single Vineyard Finca Las Torcazas Malbec 2016, Cadus, Luján de Cuyo,
6 Barrel Selection Malbec 2019, Bodegas Salentein, Valle de Uco
7 Single Vineyard Malbec 2019, Estancia Mendoza, Valle de Uco
8 DOC Single Vineyard Malbec 2018, Luigi Bosca, Luján de Cuyo
9 La Flor Malbec 2018, Pulenta Estate, Mendoza
10 Reserve Malbec 2019, Trivento, Mendoza

ALERTAS DE PRENSA

No se detectó información.

INFORMACION DE MERCADO

Exportaciones: buenas perspectivas para el segundo semestre de 2021
Fecha: 27/06/2021 Fuente: LOS ANDES

La pandemia provocó una caída del consumo mundial de vino en casi 3%, aunque el share de las ventas argentinas pasó del 4,5% al 5,2%, según destaca un reporte de la banca privada. Referentes del sector estiman que es necesario trabajar sobre Asia como un factor diferencial.
Casi con el primer semestre del año cerrado, las exportaciones parecen ser la salida para el vino argentino, sobre todo si se habla de fraccionado. En el “Informe anual de la vitivinicultura argentina 20/21” de la División Vinos del Banco Supervielle, elaborado por Javier Merino, se expuso que el escenario para el sector está marcado por la incertidumbre, aunque encuentra su oportunidad en la exportación. Asimismo, lo que pueda pasar depende de variables como el panorama internacional, la

macroeconomía argentina, la coyuntura del sector, la producción primaria, las decisiones de largo plazo y las tendencias de un sector en transformación.
En lo que respecta al panorama internacional, la pandemia provocó una caída del consumo mundial de vino en casi un 3%, aunque el share de las ventas argentinas pasó del 4,5% al 5,2% impulsadas por fenómenos que es difícil predecir si continuarán, aunque mantiene una tendencia creciente que comenzó en 2018. Para Merino, esta caída es una reacción normal. Asimismo, no en todos los países pasó lo mismo, por lo que no puede atribuirse a una conducta generalizada. Mientras que los dos principales consumidores mundiales (Estados Unidos y Francia) mantuvieron el consumo total, Italia lo aumentó considerablemente (posiblemente consecuencia de los bloqueos) y China lo redujo considerablemente. En este contexto Argentina fue uno de los pocos países que lo incrementaron.
Un dato desalentador para la vitivinicultura argentina es que ha crecido el costo logístico en el mundo, lo que implica que difícilmente las bodegas de nuestro país puedan exportar a mercados lejanos. Aunque después de la pandemia y la recuperación del comercio mundial puede volver a los niveles habituales.
Por otra parte, a nivel mundial el 40% de los vinos que se consumen son importados. Esto quiere decir que, en términos empresariales, aumentó la competitividad en el mercado internacional.
Los principales mercados
El informe también analizó cómo fue el período de los principales cinco mercados para el vino argentino. En Estados Unidos, principal importador mundial, hubo una fuerte caída en valor (-9,4%) y algo leve en volumen (4%), aunque Argentina recuperó espacio después de una década, con un 6% de participación en los vinos fraccionados. En este mercado, el gran ajuste se realizó en la importación de vinos fraccionados y espumantes que fue parcialmente compensado con volúmenes de vino a granel.
Para el Reino Unido, el vino de Argentina creció en valor (10,4%) y volumen (30,2%). Es el mercado más dinámico de los últimos años. Los vinos argentinos alcanzaron su mayor share histórico con ocho años de expansión con un 3,2% en valor y 3,8% en volumen.
En el caso de Canadá, aumentó sus importaciones, aunque con una fuerte caída de precios promedio lo cual está en línea con la adecuación a consumidores más cautelosos en gastos. Nuestro país perdió participación en el valor (-0,7%), aunque ganó en volumen (20,8%), lo que significa que se vendió vino a un menor precio.
La importación total de vinos de Países Bajos está más relacionada a su rol de redistribuidor hacia otros países y muestra su necesidad de derivar a otros mercados. Con un rebrote en la importación, el valor de los vinos argentinos creció 22,2% y el volumen 21,9%. El mercado neerlandés tuvo un sustancial crecimiento en vinos fraccionados mientras que en granel mostró una caída, distinto al fenómeno de otros países.
Por su parte, Brasil es uno de los países que mostró un sustancial aumento de sus importaciones de vino, tanto en valor como en volumen, participando Argentina de esa expansión. Nuestro país es el segundo proveedor después de Chile y compite a la par de Portugal. La variación de valor en el último año para los vinos argentinos fue del 26,1%, mientras que en volumen fue de 40,4%.
Merino explicó que, si se mira sólo el vino fraccionado en sus principales ocho mercados de Argentina, las exportaciones crecieron. El precio promedio ha caído, lo que responde a una estrategia de bajar el precio promedio, incorporando a sus portfolios gamas de vino de menor precio.
“Argentina se puede encontrar entre los países que han ganado espacio en relación a sus competidores internacionales. En este contexto, en el mundo todo parece indicar que hay buenas perspectivas para el vino argentino”, aseguró el experto.
Las expectativas para el próximo semestre
En consonancia a lo expuesto por Javier Merino, referentes de bodegas de la provincia, con importante participación en las exportaciones, hablaron de las expectativas para lo que queda de este 2021.
Gustavo López Viñals, gerente de Negocios de Fecovita, contó a Los Andes que los primeros meses del año han sido muy buenos, con crecimiento tanto en volúmenes como en facturación y esperan que se mantenga ese empuje de crecimiento. Para eso, consideró que hay que seguir trabajando en cada uno de los mercados donde tienen sus productos y saber encontrar las oportunidades para sostener el cumplimiento y calidad en los negocios desarrollados. Actualmente, los mercados más fuertes son Brasil, Estados Unidos, Canadá y se están desarrollando en los mercados asiáticos.
Vacuvino
Silvina Barros, Marketing Manager de Trivento, comentó a Los Andes que la bodega ha tenido un crecimiento sostenido en las exportaciones, que se potenció el año pasado gracias a la performance de mercados como Reino Unido, Estados Unidos, Brasil o Corea del Sur, por nombrar aquellos que más crecieron. Asimismo, en 2021 la tendencia se mantiene y, a abril, Trivento registra un incremento en exportaciones de 42% vs 2020.
Con una fuerte presencia en Reino Unido, Estados Unidos, Brasil, Países Bajos, México, Irlanda, Canadá y Corea del Sur, Barros aseguró que para el segundo semestre esperan continuar con un crecimiento respecto de 2020. “Si bien en los principales mercados como Estados Unidos y Reino Unido pronostican una baja de consumo post Covid, hemos realizado importantes inversiones de marketing para mantener con una curva de crecimiento”, aseguró. Además, López Viñals y Barros, de Marketing Manager de Trivento, coincidieron en que Asia se presenta como la región de alto potencial para las exportaciones de vino argentino. Para el referente de Fecovita, China tiene grandes posibilidades de crecimiento. “Siempre las expectativas están puestas en ese mercado que crece todos los años en consumo y que todavía los vinos argentinos no hemos logrado capitalizar este auge a nuestro favor. Tenemos que seguir realizando esfuerzos y acciones adecuadas para continuar creciendo en este mercado en desarrollo”, dijo. Mientras, Barros añadió a Corea del Sur como un potencial destino.

Consumo de vino en 2021. Fuerte ascenso del vino en lata
Fecha:06/07/2021 Fuente: diario16

El equipo redactor de la revista VINETUR.com ha elaborado un interesante esbozo sobre la situación actual del mercado del vino que reproduzco con su autorización. En él hacen un referido a la consultora IWSR que analiza las tendencias que

consideran impulsarán el mercado del vino. Tras el duro golpe de la pandemia de COVID-19, esperan que el consumo mundial de vinos tranquilos y espumosos se recupere en 2021. Y detallan puntos interesantes en lo que a consumo de vino se refiere.
El mundo del vino tiene millones de personas seguidoras en todo el mundo. También hacen un referido al vino en lata, del que me siento orgulloso – hoy como colaborador articulista en Diario16- ser unos de los pioneros en España – hace 12 años- en su comercialización desde una importante distribuidora de vinos y licores de Bizkaia.
Conviene decir previamente que el consumo mundial de vino se ha visto gravemente afectado por la COVID-19, con el declive del sector de la hostelería, el daño a los viajes y el turismo, y la debilidad de la economía. La consultora con base en Londres IWSR se fija en las tendencias de consumo de vino y todos los factores mencionados conllevan a descensos del 9,7% en volumen y del 9,5% en valor para el mercado en 2021.
Aunque la recuperación de la categoría será fragmentada– según VINETUR- indican que se espera que el consumo se recupere en 2021. A nivel mundial, se prevé que el volumen de vino siga sin alcanzar los niveles anteriores a la crisis, mientras que el vino espumoso gozará de buena salud a lo largo de la recuperación, y es probable que la paridad se restablezca en 2023. En 2021 una serie de tendencias clave de consumo de vino derivadas de la pandemia de COVID-19 darán forma al mercado mundial de este producto, por lo que suponen una serie de oportunidades de crecimiento.
Respecto al crecimiento del comercio electrónico y del mundo digital el virus COVID-19 ha impulsado un aumento exponencial del comercio electrónico de bebidas alcohólicas y de la participación digital, el alto nivel de inversión y contratación en este ámbito durante el pasado año significa que su éxito no se limitará al corto plazo. Gracias a su capacidad para permitir a los consumidores comparar, revisar y descubrir, el comercio electrónico es especialmente adecuado para el segmento del vino, que está fragmentado por naturaleza.
«El vino está excepcionalmente bien situado para aprovechar la creciente tendencia de las compras online. Al haber relajado sus leyes de compra y envío de alcohol por Internet durante la pandemia, Estados Unidos está llamado a impulsar el crecimiento del comercio electrónico de vino, al igual que Brasil, China, Reino Unido y Australia«, afirma Daniel Mettyear, director de investigación de vinos de IWSR.
Otra de las tendencias de consumo de vino en la que se fijan son los cambios en las pautas de compra y consumo durante la pandemia, que han propiciado una variación hacia formatos de envasado grandes como el bag-in-box, y pequeños, como las latas.
El vino en lata, en particular, lleva algún tiempo avanzando hacia una mayor aceptación por parte de los consumidores, y esta tendencia se ha visto acelerada por la pandemia. No se olvide del inicio de los envases de cerveza que eran de cristal como actualmente supone en el mundo de vino. Hoy día nadie se acuerda de esa circunstancia al observar una lata de cerveza. Además, las condiciones sanitarias y de conservación garantizan el envase en lata para el vino en todas sus facetas. Una alternativa al corcho natural y sintético, en defensa también del alcornocal, por tanto menos vino encorchado "estropeado" como consecuencia de la entrada de aire en las botellas, inexistencia de roturas de cristales y lo digo como exdirector comercial de una importante distribuidora de vinos y alimentación del País Vasco, aunque el vino en lata es algo que costará entrar en un mercado todavía muy tradicional, pero se impondrá, también por su fácil manipulación y transporte.
En el año 2008 el grupo Garvey Bodegas, desde Granada, sacó al mercado 300.000 unidades de vino enlatado. La idea era llamar la atención de un público más joven que quisiera iniciarse en este mundo y también aportar una solución para aquellas personas que quieren disfrutar de esta bebida pero no tienen con quién y deben descorchar una botella solo para ellos (o esperar a alguna cena con amigos o familia, claro). Fuente el Español /24 Abril 2021.
Hoy día el mercado está mucho más maduro para ir aceptando esta nueva forma de envase que tiene múltiples ventajas.
Las ventas de vino en bag-in-a-box están en auge en EE.UU., Reino Unido y Japón, mientras que el vino en lata funciona bien en EE.UU., Reino Unido y Australia, que, no por casualidad, son también fuertes mercados de bebidas alcohólicas.
En cuanto a la expansión del formato bag-in-box se considera en gran medida una tendencia temporal impulsada por los hábitos de compra de los consumidores y su deseo de abastecerse. Sin embargo, el vino en lata tiene un atractivo a más largo plazo.
El formato en lata ha sido un vehículo de captación, atrayendo a los consumidores más jóvenes a este espacio, algo que las marcas pueden aprovechar este año. En particular, estos bebedores millenials de LDA (edad legal para beber) se sienten atraídos por la comodidad, la versatilidad, las credenciales medioambientales, el control de las cantidades y el enfoque de marketing fresco del vino en lata.
«Aunque el vino se vio muy afectado por la recesión económica y del sector hostelero, el bajo ritmo de cierre, el mayor tiempo para preparar las comidas, los encuentros digitales y la propensión a darse un capricho con más frecuencia provocaron un redescubrimiento de la categoría«, afirma Mettyear. Esta sensación de redescubrimiento ha abierto el vino a nuevas ocasiones de consumo en el hogar, una tendencia que parece que se mantendrá en el próximo año.
El vino espumoso, y el Prosecco en particular, ha encabezado la diversificación de las ocasiones de consumo de vino. La categoría se ha ido alejando de su imagen unidimensional de bebida especial en celebraciones para alinearse con ocasiones más habituales, como la hora del aperitivo. Con sus asociaciones de estilo de vida glamuroso y su perfil de sabor refrescante, la categoría del rosado, en pleno auge, funciona en numerosas situaciones sociales. En general, los vinos de estilo más ligero están atrayendo a nuevos consumidores por su accesibilidad y versatilidad.
A raíz de la pandemia, la importancia de la sostenibilidad se ha reforzado en la mente de los consumidores. Junto con el aumento de la atención a las preocupaciones medioambientales, la pandemia ha ampliado la tendencia hacia la salud y el bienestar. En conjunto, estas cuestiones han actuado como importantes impulsores del movimiento del vino ecológico, biodinámico y de baja intervención.
Los vinos sin y con poco alcohol representan actualmente una pequeña fracción del consumo mundial de vinos tranquilos y espumosos; sin embargo, están experimentando tasas de crecimiento de dos dígitos en todo el mundo. Sin duda es otra de las tendencias de consumo de vino a tener en cuenta.
Fuente: VINETUR.com (Con autorización expresa)