

Valmartín, grandiosos vinos de Toro con acento austríaco

José Antonio Sanjurjo

Miércoles 16 de Mayo de 2018

Hacer un vino propio, con la máxima calidad y sin recetas impuestas. Es la pretensión de la Bodega Valmartín, un proyecto muy personal del doctor ingeniero agrónomo y enólogo austríaco Martín María Krachler, y de María Cristina Sánchez de las Matas, funcionaria de origen salmantino



Para Krachler, [esta bodega](#) fundada en 2010 y con la primera vendimia en 2012 supone cumplir su propósito de "terminar mi vida laboral con una bodega" después de dejar la familiar en el sur de Viena.

Hacer vino es lo suyo. Disfruta con ello y se le nota: "desde mis seis años ayudaba a mi padre en la bodega y a partir de los 18 años empecé a hacer el vino de la bodega

familiar, siempre a tiempo parcial y haciéndolo compatible con mi profesión", explica Krachler.

Su forma de entender el oficio tiene unas premisas muy claras, sea en Toro o sea en Austria: "saber lo que se hace, tener la formación adecuada y amar este trabajo", señala. Y detalla que una de sus constantes es tener la máxima higiene en la elaboración.

¿POR QUÉ TORO? ¿POR QUÉ ARGUJILLO?

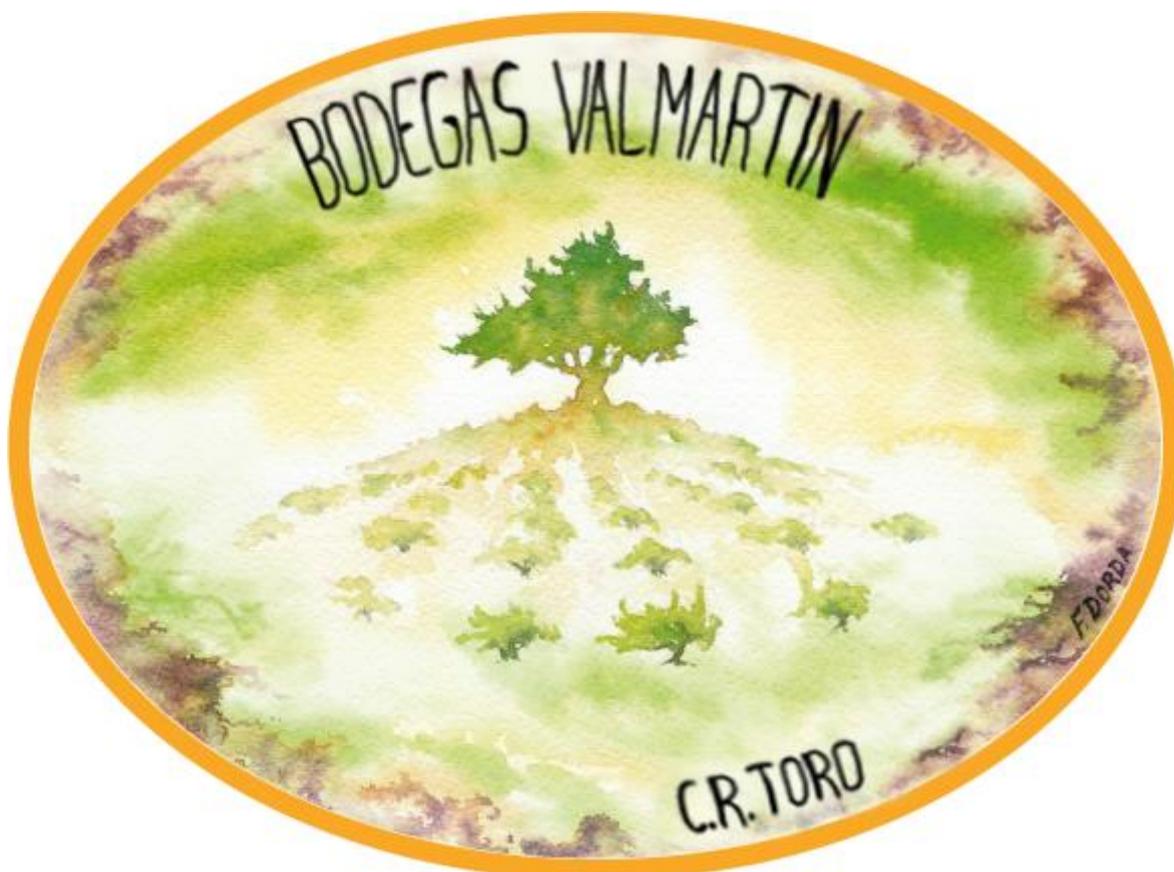
¿Pero por qué crear una iniciativa así en la [D.O. Toro](#)? Las razones están muy relacionadas con ese objetivo de tener un vino muy personal. Krachler y Sánchez de las Matas buscaban un microclima y unos suelos especiales para poder producir una uva tinta excelente, en una Denominación de Origen que no fuese demasiado grande y que además pudiesen contar con una bodega subterránea excavada en la roca.



La búsqueda por prácticamente toda España duró años, pero al final, y tras superar algunos obstáculos de tipo administrativo, localizaron lo que necesitaban en Argujillo, con la ayuda de un amigo. La bodega cumplía todos los requisitos. Y los viñedos también, con viñas viejas en vaso de más de 45 años situadas a una altura de entre 800 y 840 metros sobre el nivel del mar, en la zona de Toro Alto. Sus rendimientos muy bajos y las maduraciones lentas, propias de una ubicación así, les permiten "sacar vinos más elegantes y a la vez complejos y completos", describe el responsable de Valmartín.

CRIANZA, TINTO ROBLE... Y EN CAMINO UN BLANCO Y UN ROSADO

Su [gama de productos](#) es fruto de ese potencial del territorio, de las variedades autóctonas y de la aplicación de los conocimientos atesorados a lo largo de toda la vida profesional. Desde el principio, Valmartín ofrece el Crianza y el Tinto Roble. El primero destaca por ser complejo y agradable en boca y el segundo por sus buenos aromas, su fino toque de madera y su carácter afrutado y elegante.



Emblema de Bodegas Valmartín

Valmartín prepara además nuevas propuestas. Este año están elaborando dos vinos novedosos: "un blanco característico de la zona, con una mezcla de uvas muy interesantes, y un rosado de Garnacha y Tinta de Toro", avanza Krachler.

UN CONSUMIDOR QUE HUYE DE ARQUETIPOS

Tanto la gama ya asentada como los nuevos vinos tienen su mirada puesta en un consumidor muy selectivo, el que "sabe valorar un buen vino y que sabe diferenciar entre un vino tradicional y un producto industrial a base de uva". Llegan a él a través de tiendas gourmet especializadas en vinos y de restaurantes de alto nivel, con Estrellas Michelin y dirigidos por reputados chefs. Y también hay consumidores que acuden directamente a la bodega, siempre con el perfil de quien "busca vinos fuera del 'vino tipo'", tal como declara Krachler.

El principal mercado de Bodegas Valmartín está de momento en España. Pero el buen gusto se propaga y ya han llegado a los paladares de clientes particulares de Austria y de Alemania "que hacen enoturismo en España para encontrar vinos excepcionales y

diferentes y comprarlos directamente en la bodega". En Valmartín tienen uno de sus lugares de culto.

ENORME CALIDAD, PRECIO BASTANTE CONTENIDO

Una de las sorpresas que da la bodega es que logra cuadrar el círculo de ofrecer unos vinos de elevadísima calidad a un precio bastante contenido. "La clave –afirma Martín María Krachler- podría ser que el dinero que no gastamos en marketing y publicidad pueden aprovecharlo los consumidores". Su mejor promoción es el propio vino: "nos buscan los compradores porque lo han probado y vuelven a comprarlo", añade.

EL PAPEL DEL ENÓLOGO, FUNDAMENTAL

Un aspecto que valora el cliente de Valmartín es el respeto por la tradición enológica. "Para mí es conocer y respetar las cualidades y características de la uva y de cada añada", sostiene Krachler, a la vez que cita a su catedrático de Enología de la Universidad: "señores, por conocer la química no la necesitamos para elaborar el vino".

El responsable de Valmartín se muestra a favor de utilizar sistemas y métodos actuales, así como maquinaria moderna "que facilita el trabajo pero sin modificar las características y las cualidades de la uva y su añada". "No acepto las recetas que se utilizan hoy día para elaborar vinos, sea cual sea la uva y su añada", sentencia Krachler.

Una conclusión que se infiere de este posicionamiento es que debe haber una importante labor intelectual por parte del enólogo en la elaboración de cada añada de vinos como los de Valmartín. "Al ser cada año diferente, cada uva te pide creatividad, algunas incluso mucha creatividad, dando de esta forma una personalidad única a cada vino que elaboras con ellas", comenta Krachler.

ENOTURISMO

Los comentarios y las experiencias de Krachler y de Sánchez de las Matas resultan muy didácticos. Por ello, lo mejor es conocer la bodega en vivo. Su propuesta enoturística permite visitar la bodega subterránea y participar en catas comentadas que incluyen un aperitivo. El precio es de 10 euros por persona y admiten grupos de como máximo diez personas. Se puede concertar cita previamente en el 627 737 050.