

**VINOS DE ARGENTINA AC  
PARA LA PROMOCIÓN EXTERNA**

Estados Contables al  
31 de Diciembre de 2.019 y 2.018

## MEMORIA

Señores Asociados,

En cumplimiento de disposiciones legales y reglamentarias ponemos a consideración de los señores Asociados la Memoria y Estados Contables correspondientes al 15º Ejercicio anual de Vinos de Argentina Asociación Civil, finalizado el 31 de diciembre del año 2019.

En el pasado ejercicio se reafirmó el objetivo de Vinos de Argentina A.C. de planear y ejecutar **“La Promoción de las Exportaciones de Vino y el posicionamiento de la Marca Vino Argentino en el exterior a partir de los programas de promoción genérica.”** Por ello, a través de Workshops y seminarios para los líderes de opinión de la industria vitivinícola, se buscó acentuar el valor de la investigación y desarrollo en la estrategia 2019.

En cuanto a la performance de las exportaciones en general, cabe destacar que el vino fraccionado tuvo un crecimiento del 3,3% en volumen. Si bien al analizar el comportamiento de cada mercado se observa que presentaron una situación variada, con caídas leves en algunos destinos y fuerte crecimiento en otros, se destaca que aquellos que cayeron tuvieron un repunte hacia final de año. Por otra parte, se destacó la performance positiva de: Reino Unido, el cual lleva ya más de 6 años de crecimiento sostenido, además varios países tuvieron signos positivos tanto en volumen como en valor facturado, entre otros: Brasil, Paraguay, Colombia, Irlanda, Uruguay, Rusia, Noruega, Panamá, Países de Centro América y el Caribe, países del Báltico, y Republica Checa.

En este ejercicio las acciones de promoción continuaron impulsando el crecimiento de la marca país, siendo el objetivo central el aumento de la categoría “Vino Argentino” en los mercados foco con Estados Unidos, China y Brasil a la cabeza. Ello se realizó sin descuidar aquellos mercados relevantes o emergentes que muestran una excelente oportunidad en el mediano y largo plazo.

Durante el 2019 se incrementó la participación de bodegas no socias en varios de los programas desarrollados por WofA y que tienen el financiamiento de la Coviav, reafirmando la vocación de Wines of Argentina de trabajar para toda la industria. Prueba de ello fue el aumento en la participación de Bodegas NO SOCIAS muy pequeñas en misiones inversas principalmente, así como ferias y degustaciones en distintos países de Europa, Asia y América. De esta forma se aumentó la representatividad de bodegas de todas las zonas productivas con la incorpora. Esto no hace más que revalidar el compromiso asumido ante la Corporación Vitivinícola Argentina de ser la entidad que desarrolle y ejecute la promoción externa del Plan Estratégico Vitivinícola 2020.

El apalancamiento estratégico con otras estructuras del Sector Público continuó fortaleciendo la imagen país y el accionar de la entidad, ya que WofA continuamente procura lograr el desarrollo de las exportaciones a través de la colaboración con las diferentes oficinas Nacionales y/o provinciales, teniendo como horizonte obtener una verdadera sinergia que mejore las acciones de la entidad.

Durante el 15º ejercicio de la Entidad, se ha seguido consolidando el trabajo de capacitación a pequeños y nuevos productores que deseaban incorporarse al grupo de bodegas exportadoras de la Argentina. Para ello se han efectuado actividades que propendieron a la inserción de nuevas y jóvenes bodegas al proceso de internalización. Cabe destacar los seminarios desarrollados en el marco del Ciclo de Charlas Internacionales “Argentina Breaking New Ground” que se realizaron en los meses de septiembre y noviembre en conjunto con la Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Exterior. Los mismos contaron con la presencia de referentes de la industria de los mercados de China, Estados Unidos, Brasil y a nivel local, que expusieron en profundidad sobre los desafíos y oportunidades en dichos países.

Los principales pilares que se tuvieron en cuenta para el desarrollo de la estrategia de promoción, fueron, por un lado, la importancia del sector, la evolución y perspectivas de la vitivinicultura mundial y la evolución y perspectivas de la vitivinicultura nacional, análisis de los Mercados Foco y Emergentes, y análisis de los países competidores.

Respecto del PRESUPUESTO, en base al crecimiento esperado de las exportaciones argentinas de vinos fraccionados en los próximos años y teniendo en cuenta la asignación de fondos histórica de los vinos argentinos a la promoción se estima que hará falta para los próximos cinco años, un aumento significativo en los fondos destinados a la promoción.

Se estimó una búsqueda de fondos adicionales a lo tradicional, como fue: aumento de la cantidad de asociados a Wines of Argentina; incremento de financiamiento de bodegas de las actividades semi-genéricas mediante un canon superior por los servicios y/o búsqueda de otras fuentes alternativas de financiamiento, proveniente de los organismos públicos.

## **1. Reseña de las exportaciones del sector Vitivinícola.**

Las exportaciones totales de la industria vitivinícola (vinos y mostos) en 2019 fueron de US\$ 961 millones y 425 millones de litros. Comparado con el año 2018 hubo una caída de 2,5% en valor, pero un importante aumento de 18% en volumen. Salvo la pequeña categoría de vinos en otros envases (bag in box principalmente), todas cayeron en valor. En cantidades se dio la situación contraria, donde todas las categorías crecieron, salvo el espumante. Nuevamente, el crecimiento en volumen estuvo impulsado

principalmente por el mosto y el vino a granel, que tuvieron fuertes tasas de aumento al igual que el año anterior.

Al igual que en 2018, el aumento en volumen que tuvieron las exportaciones de la industria en 2019 estuvo acompañada de una caída en los términos de intercambio respecto al año anterior. El granel fue en promedio -27,7% más barato que en 2018 y el mosto -24,8%. Todas las categorías bajaron su precio en promedio, que, en el total, fue un 17% más bajo.

En los productos de mayor valor agregado los comportamientos fueron variados. Los espumantes cayeron levemente en volumen (-2,2%) y un poco más en valor. Vinos en botella y en tetra cayeron en facturación, pero crecieron en volumen; pero el tetra, más sensible al precio, lo hizo a tasas mayores (-28% y +14,5%, respectivamente).

En cuanto a la participación de las distintas categorías de producto sobre el volumen total, el 74,7% correspondió a vinos (fraccionados, a granel y espumantes) y el 25,3% restante fue de mostos; lo que implica un aumento del share de estos últimos en casi 3 puntos porcentuales respecto al año anterior. Lógicamente, prácticamente toda la pérdida en participación fue para el vino fraccionado (especialmente en botella); a favor de vinos a granel y mostos. En términos de facturación, los vinos aportaron el 84,5% de los ingresos (prácticamente lo mismo que en 2018); y al igual que el año anterior, **el 75% de la facturación por exportaciones la generó el vino fraccionado en botella.**

Las exportaciones de vinos a **Estados Unidos cayeron en facturación nuevamente, pero aumentaron en volumen recuperándose de la caída del año anterior.** El mercado norteamericano siguió siendo el principal destino para los vinos argentinos en 2019, absorbiendo el 29,7% de los ingresos en dólares (en 2018 había sido 31,3%) y el 20,8% del volumen (el año anterior había sido 22%). También fue el principal destino para mostos, nuevamente con un importante crecimiento interanual tanto en toneladas como en facturación.

Al igual que en 2018, **Estados Unidos, Reino Unido, Canadá, Brasil y Países Bajos** —en ese orden— fueron los principales destinos de las exportaciones argentinas de vinos fraccionados en botella. Representaron en conjunto el **65% del total de los ingresos** por exportaciones de este producto, (prácticamente lo mismo que el año anterior, con tendencia a la baja).

En 2019 el vino embotellado logró casi 16 millones de dólares menos de facturación que en 2018, pero con un **aumento absoluto de 310 mil cajas**; lo que implica una baja en el precio promedio de casi 2 dólares por caja. La mayor parte de la caída en valores se observó en América del Norte, con fuerte baja

en Estados Unidos, pero también en Canadá y en México. América del Sur se mantuvo estable en ingresos, ya que Brasil y Perú no tuvieron variaciones significativas, y la caída de Paraguay fue contrarrestada por el crecimiento en Colombia. Lo mismo ocurrió en Europa, con Reino Unido continuando la tendencia alcista de los últimos años y la recuperación de Rusia, pero con caídas en Países Bajos, Suiza y Alemania. Asia tuvo una leve caída tanto en valores como cantidades, con una ligera baja en China y recuperación en Japón (aunque todavía en valores más bajos a los obtenidos en 2017).

En 2019, Argentina exportó vino fraccionado y espumante a **129 países (4 más que el año anterior)**, de los cuales 47 terminaron con balance positivo y 74 cayeron; en 4 se dejó de exportar y aparecieron 8 nuevos respecto a 2018 (4 de estos en África). 54 países de los 74 que cayeron, lo hicieron en menos de US\$ 500.000 respecto a 2018, concentrándose la mayor parte de la caída en Estados Unidos y Paraguay. Los crecimientos absolutos en divisas más destacados fueron Rusia, Reino Unido e Irlanda; mientras que entre los principales descensos —aparte de los mencionados Estados Unidos y Paraguay—, se destacaron Países Bajos, Canadá y México.

Al igual que 2018, 2019 también fue un año que tuvo una fuerte devaluación del peso frente al dólar. Pero mientras el año pasado esto no evidenció mayores ventas en los segmentos de precios más bajos, este año se verifica que esto sí ocurrió. En efecto, el aumento en volumen del vino fraccionado en botella, sólo se dio en los precios inferiores. En las franjas de precios bajos (hasta 26 dólares por caja de 9 litros) las exportaciones aumentaron en un poco más de 1 millón de cajas (un 18,5% más que el año anterior); mientras que, por encima de ese precio, tuvieron una caída de 750 mil cajas (-5,5% en volumen). Los segmentos de precios medios, medios-altos y altos, tuvieron un comportamiento similar, incluso en términos de variación relativa, cayendo todos en forma pareja.

## **2. Acciones institucionales desarrolladas en el ejercicio**

### **2.1. Acciones en los mercados foco**

#### **2.1.1 Organismos e instituciones privadas.**

En el 15º ejercicio de Vinos de Argentina, diversas actividades fueron desarrolladas en conjunto con organismos del **Poder Ejecutivo Nacional**, tal es el caso del Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto, la Agencia de Promoción de Inversiones y Comercio Internacional (Ex Fundación Exportar) y el Instituto Nacional de Promoción Turística (INPROTUR), el Ministerio de Agroindustria, y el IPCVA (Instituto de Promoción de Carne Vacuna), potenciando la cooperación Público-Privada.

Por otra parte, junto al **Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto y la Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional** se desarrollaron actividades de alto impacto en los principales mercados: USA, China, Canadá, Brasil, Reino Unido, Paraguay, Corea del Sur y Singapur. Además, vale resaltar el apoyo recibido por Cancillería a través de sus oficinas en el mundo durante la 9º celebración del Día Mundial del Malbec.

También, se destaca el apoyo de la **Dirección de Promoción de Exportaciones y la Dirección de Promoción de Inversiones**, del Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto, que permitió que todos los envíos de muestras a diferentes destinos fueran exitosos, facilitando la realización de degustaciones en los mismos.

Fruto de la cooperación con la **Agencia Argentina de Promoción de Inversiones y Comercio Internacional**, se continuó desarrollando el pabellón nacional en la Plataforma de E-commerce de China Alibaba (T-Mall), incluyéndose en la misma 18 Bodegas, con más de 40 etiquetas; además se trabajó en conjunto con la Cancillería y la Agencia para lograr un mayor número de bodegas participando de las siguientes ferias: **ProWein** Dusseldorf (Alemania), que tuvo una presencia récord de Bodegas Argentinas, y **Chengdu** en la provincia Sichuan (China) en marzo; **Vinexpo** Burdeos, (Francia) en el mes junio; la **CIIE (China Internacional Impto & Expo)** y **Prowine** Shanghái en el mes de noviembre. En conjunto con éstas últimas se realizaron dos Tastings con rondas de negocios incluidas en Singapur y Corea del Sur.

#### **2.1.2. Actividades desarrolladas en el exterior.**

Las actividades desarrolladas durante el año 2019 se desplegaron en los siguientes mercados:

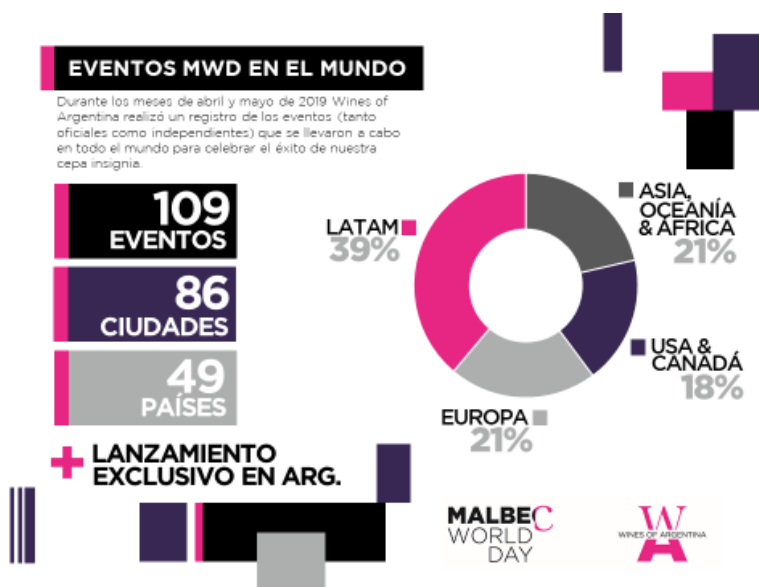
Alemania, Armenia, Australia, Bélgica, Brasil, Bulgaria, Canadá, Chile, China, Colombia, Corea del Sur, Costa Rica, Dinamarca, Ecuador, Emiratos Árabes, España, Etiopía, Francia, Grecia, Guyana, Hong Kong, Hungría, India, Irlanda, Italia, Japón, Malasia, México, Nicaragua, Noruega, Nueva Zelanda, Países Bajos, Panamá, Perú, Polonia, Portugal, Reino Unido, República Checa, República Dominicana, Rumania, Rusia, Serbia, Turquía, Ucrania, Uruguay, USA, Venezuela, Vietnam.

Durante el 2019 Wines of Argentina participó en 6 ferias internacionales, de las cuales 3 se realizaron en Asia, 2 en Europa y 1 en Brasil.

Durante el 2019, desde el área de MARKETING & COMUNICACIÓN el foco continuó en la implementación de la Campaña **Argentina Breaking New Ground** de forma transversal en todos los mercados y actividades que se desarrollaron. La visión de la misma es que la marca Vino Argentino sea la marca país con mejor vinculación emocional con los Millennials.

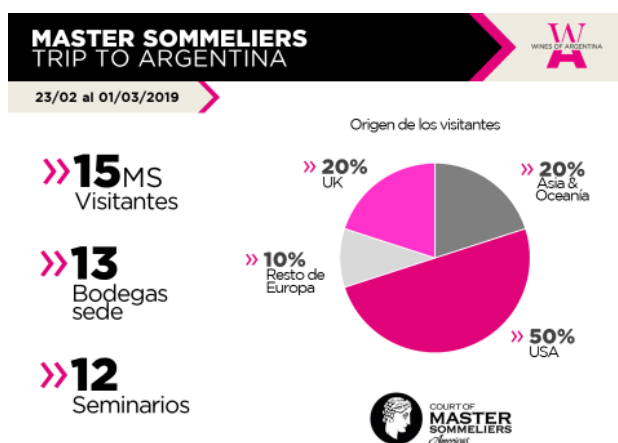
#### Las Actividades destacadas fueron:

La conmemoración de la (9ª) edición del 17 de abril **MALBEC WORLD DAY**. Bajo el concepto “Malbec argentino: Elegance Doesn’t need Perfection”, se realizaron **más de 100 eventos en 86 ciudades de 49 países**. Las actividades contaron con el apoyo del Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto de la Nación y se encontraron enmarcadas en el Plan Estratégico Vitivinícola, coordinado por la Corporación Vitivinícola Argentina. Esta campaña tuvo un alcance de más de 95 millones de personas, contando con la participación de 1450 etiquetas, un Reach 240M de cuentas con #MalbecArgentino #MalbecWorldDay - Tendencia en Argentina - y más de 2.21 millones de dólares en ROI en prensa a nivel global. Las actividades incluyeron degustaciones, festivales, comidas, Dj 's, entre otros. Y convocaron a periodistas, compradores, invitados especiales y consumidores.



Otro aspecto a destacar fue la creación de nuevos contenidos educativos de alta calidad agrupados en una biblioteca virtual, materiales audiovisuales, un nuevo sitio web y BackOffice, acorde a las necesidades actuales reflejando la calidad de nuestra comunicación.

En 2019, continuando con la estrategia planteada en el 2018 de reemplazar el Argentina Wine Awards por acciones destinadas a captar la atención de KOL, tales como: el Instituto de Masters of Wine, la Corte de Masters Sommeliers y la ASI (Asociación de Sommelier Internacional), se organizó la visita de 25 Masters Sommeliers en el mes de febrero, así como el Sponsoreo de la ASI y sus actividades más destacadas: la Asamblea y conmemoración de los 50 años de la organización, el Mundial de Sommeliers, Concurso Mejor Sommelier de América, de Europa y de Asia entre otros.



#### Otros hitos a resaltar:

##### Latin America's 50 Best

A través de Wines of Argentina, once bodegas nacionales acompañaron todas las instancias del certamen que premió a los mejores restaurantes de América Latina en su primera edición en el país.

Por tercer año consecutivo fue sponsor exclusivo de vinos tranquilos en la séptima edición del "Latin America's 50 Best Restaurants", el ranking de restaurantes latinoamericanos más importante a nivel internacional. Por tercer año consecutivo, se consagró ganador el restaurante peruano Maído de Micha Tsumura.

La ceremonia de premiación, que se llevó a cabo anoche en la Usina del Arte, convocó a los más reconocidos chefs, restauranteros, sommeliers, medios de comunicación, influenciadores y celebridades de la industria gastronómica de Latinoamérica y premió a 8 restaurantes argentinos, que fueron incluidos en la nueva edición de la lista, entre ellos Don Julio (4), Mishiguene (20), Tegui (25), Chila (29), El Baqueano (39), Elena (45), Gran Dabbang (46) y Narda Comedor (50). Allí y a lo largo de las dos jornadas que duró el certamen, el *Vino Argentino* se hizo presente a través de Wines of Argentina que mostró la gran diversidad y excelente calidad de nuestro producto insignia junto a Catena Zapata, El



Wines of Argentina – Vinos de Argentina A.C  
Paseo Sarmiento 212, 2 floor, Mendoza, Argentina  
info@winesofargentina.com - www.winesofargentina.com

Enemigo, Humberto Canale, Kaiken, Lagarde, Los Toneles, Luigi Bosca, Rutini Wines, Salentein, Susana Balbo y Terrazas de los Andes.

### **Campaña de Marketing & Comunicación “ARGENTINA, BREAKING NEW GROUND”**

1. **Posicionamiento en MEDIOS NACIONALES 2019.** Se superaron los objetivos del Plan de Comunicación propuesto.

**+1088 Notas Publicadas**

**+15% Medios Tier 1**

**VEP \$24.945.243 pesos vs \$772.250 invertidos**

**ROI 3230%**

Fuente: Clipping Nacional

### **2. Posicionamiento en MEDIOS INTERNACIONALES**

**+500 Artículos Publicados**

**4 M USD en ROI**

**1.900 menciones en medios internacionales**

**122MM Reach personas**

Exposición en medios internacionales

- 62.19% USA / CANADA
- 25% LATAM
- 13% EUROPA / ASIA / OCEANÍA

Fuente: Clipping Meltwater

En Estados Unidos, se desarrolló un plan de relacionamiento con la prensa a través de SOPEXA, nuestra nueva agencia en el mercado. Se obtuvieron los siguientes resultados:

- 14 directly attributable media hits (original articles) so far
- 120+ journalists engaged through meetings, sample mailings, press trips and wine chats
- 900+ journalists reached
- 280M+ media impressions
- 36M+ social media impressions

Se continuó con la implementación del **Programa de Comunicadores del Vino Argentino**, donde Paz Levinson y los periodistas Joaquín Hidalgo y Alejandro Iglesias participaron de varias acciones tanto dentro como fuera de Argentina. Continuamos posicionando el **WofABlog** con la producción de contenidos relevantes para la industria; se fortaleció la **relación con instituciones**: Asociación Argentina de Sommeliers, MREyC, Inprotur, Min. Turismo de Mendoza, entre otras.

Un capítulo aparte merece la estrategia de la institución respecto al **BRANDING EN MEDIOS SOCIALES**. El trabajo que Wines of Argentina ha realizado en las redes sociales desde el año 2011, ha sido muy satisfactorio. Hemos logrado posicionarnos como una marca joven que irrumpe y se abre camino con nuevas formas de comunicación. ¡Somos una marca social!

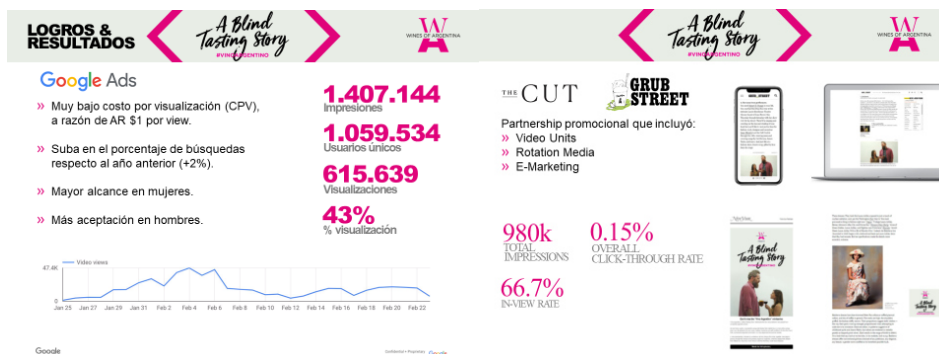
Asimismo, la inversión en redes sociales es significativamente menor a la que requieren otros canales de comunicación, pero permite monitorear los indicadores de performance siendo mucho más efectiva y rentable la inversión.

El crecimiento de seguidores continúa siendo orgánico y Wines of Argentina es el único Wines of en implementar Instagram Stories para comunicar sus novedades en Instagram.

El otro elemento diferenciador fue la creación de la primera mini serie para el vino argentino denominada “A Blind Tasting Story”. Se trató de una Campaña de **recordación de marca** tendiente a generar interés para posicionarnos en la mente del consumidor.

- » Serie audiovisual de ficción de 10 capítulos.
- » Target: Mujeres 25 - 45 años, nivel de instrucción universitario o superior, ingreso anual promedio USD 30.000 - USD 94.999, consumidoras de vino, interesadas en viajes & lifestyle.
- » Ciudades con mayor consumo de vino entre el público objetivo: NY, Chicago, Miami, Los Ángeles, Dallas.
- » Inversión: USD50k

Los resultados fueron:





### 2.1.3. Actividades Receptivas: Hospitality & Misiones inversas.

En el 15º ejercicio de la entidad continuó consolidándose la organización de **Misiones Inversas**. El departamento de Hospitality de Vinos de Argentina A.C. organizó viajes a las principales regiones vitivinícolas de nuestro país para grupos de periodistas, sommeliers, educadores y compradores de los principales países foco, con el objetivo de generar rondas de negocios y un conocimiento profundo sobre las particularidades de cada región y sus vinos.

Se desarrollaron 16 programas y se recibieron 62 invitados con diferentes perfiles: periodistas, compradores – retailers, sommeliers y gerentes de alimentos y bebidas - y consumidores. Los países de origen de los invitados fueron: China, EE. UU, Canadá, Brasil, Perú y México; Reino Unido, Noruega, Finlandia y Suecia; Se visitaron 211 bodegas y participaron 683 bodegas en degustaciones. Las zonas visitadas fueron: Mendoza, San Juan, Patagonia (Rio Negro, Neuquén y Chubut), Salta, Jujuy y Buenos Aires.

## 2.2. Acciones Institucionales

### 2.2.1. Comisión Directiva y Capacitaciones.

Como función fundamental de la entidad, durante el presente ejercicio económico la Comisión Directiva de la institución se abocó a la tarea de consolidar la representatividad de la misma. Se reafirmaron las acciones desarrolladas in situ por las oficinas de Relaciones Públicas de Vinos de Argentina A.C. en EE. UU, Brasil, Europa, Canadá, Asia y resto de los países de Latinoamérica, como Colombia, Perú y México. Asimismo, se consolidó la figura de Brand Ambassador para Europa, sumando a Phil Crozier al equipo.

El pasado 26 de junio en Bodega Salentein se realizó el 12° Workshop Estratégico de Wines of Argentina: “Construyendo el Futuro”.

En dicho encuentro concurren los representantes de más de 50 bodegas exportadoras nucleadas en la institución, así como el Sr. Juan Pablo Campetella, director de la Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional, el Sr. Juan José Naon, Director Nacional de Gestión Económica del Exterior – DDESK - del Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto de la Nación, y autoridades de la Corporación Vitivinícola Argentina.

Los objetivos del encuentro fueron:

- Detectar oportunidades de crecimiento para Argentina.
- Definir lineamientos estratégicos para que se cumpla la misión de Wines of Argentina de promover el vino argentino en el exterior.

Se estableció que ESTADOS UNIDOS Y CHINA serán los mercados donde se focalizará la mayor cantidad de recursos dado el potencial de crecimiento que ambos presentan. Esto conlleva a pensar que los esfuerzos por exportar más y premiumizar la categoría serán esenciales en los próximos años.

Así mismo, se le asignó a WofA la tarea de trabajar en un nuevo mensaje para la categoría en su conjunto, superador de Argentina/Malbec y la elaboración de un Plan de Negocios para ambos mercados. En cuanto al financiamiento de dichos planes, se concluyó que el alineamiento del sector privado con la estrategia de la institución es condición sine qua non, así como el apoyo del sector público para potenciarlo a través de una estrategia de cross branding con la carne y el turismo.

Oportunamente y previo al encuentro, se envió un paquete de información sobre los mercados foco de Argentina, a saber: Estados Unidos, China, Brasil, Reino Unido, Canadá y México. El mismo fue elaborado por el Observatorio Vitivinícola Argentino bajo la dirección del equipo de Wines of Argentina y tiene como principal fin que la organización y sus socios cuenten con mayores herramientas a la hora de elaborar o perfeccionar sus acciones promocionales en los mercados foco.

La presentación se dividió en tres módulos, cada uno abordando una temática que actuaba como complementaria del conjunto de presentaciones y contó con la colaboración especial de las siguientes personas:

- Mónica Caamaño y Maximiliano H. Toso, en su calidad de moderadores de los módulos 1 y 2.

- Patricia Ortiz, Cecilia Razquin, Alberto Arizu, Pablo Ghiorzi, Roberto Luka y José Alberto Zuccardi, quienes participaron en la mesa de trabajo del módulo 1.
- Cristian López, *Corporate Export director Concha y Toro*.
- Sally Chan, *Vice-president de Guangdong Provincial Alcohol Industry Association*.

Las opiniones vertidas durante el encuentro marcan el inicio de una serie de estrategias y acciones que llevará adelante la organización para el período 2020 – 2024.

En las sucesivas reuniones de Comisión Directiva se fueron tratando diferentes aspectos de las mismas a fin de avanzar en su ejecución.

Finalmente, como Unidad Ejecutora del Plan Estratégico Vitivinícola 2020, Vinos de Argentina A.C. participó de las diferentes instancias y reuniones convocadas por la Corporación Vitivinícola Argentina.

#### **2.2.2. Comisiones internas.**

Las Comisiones Internas continuaron apoyando las gestiones de la estructura de Vinos de Argentina. Cabe destacar el trabajo realizado para la organización del Workshop Estratégico, las visitas de **MW / MS a la Argentina, y se creó el grupo de trabajo de China, compuesto por bodegas que exportan al mercado y cuyo objetivo es la creación de una estrategia y plan de comunicación, junto con la Agencia China Labbrand.**

#### **2.2.3 Administración.**

En el 15º ejercicio todo el funcionamiento de la Administración de la entidad continuó consolidándose, con un grado muy elevado de eficiencia.

Respecto a las cobranzas, debemos resaltar la alta eficiencia conseguida, que ha permitido cumplir con los porcentajes establecidos a lo largo del año y definidos previamente. Tanto lo relacionado a la cuota social, como a las actividades de promoción.

Vale destacar que la mejora generada por el cambio en las reglas de juego, ha generado una importante baja en la carga horaria asignada a esta labor, cumpliéndose los compromisos de pago, con gran eficiencia, a cargo de nuestra oficina de administración.

Por otra parte, durante el 15º ejercicio, Vinos de Argentina A.C. presentó la documentación para la auditoría de fondos de la Corporación Vitivinícola Argentina.



Wines of Argentina – Vinos de Argentina A.C  
Paseo Sarmiento 212, 2 floor, Mendoza, Argentina  
[info@winesofargentina.com](mailto:info@winesofargentina.com) - [www.winesofargentina.com](http://www.winesofargentina.com)

También, se incorporaron 25 bodegas en 2019, demostrando una vez más la herramienta, en extremo útil, que resulta la gestión de Vinos de Argentina - WOFA- para las empresas que incursionan en el Comercio Exterior.

Finalmente, un párrafo de agradecimiento a todo el Equipo de trabajo de la entidad, que pudo coordinar con gran profesionalismo y alta eficiencia el accionar promocional durante el 2019.

# VINOS DE ARGENTINA ASOCIACIÓN CIVIL PARA LA PROMOCIÓN EXTERNA

**Domicilio Legal:** Sarmiento 212, Piso 2 – Ciudad de Mendoza

**Cuit N°:** 30-70909412-9

**Actividad principal:** Promoción del vino en el mercado externo

**Fecha de inscripción en la  
Inspección General de Justicia:** 25 de enero de 2005

**Fecha de inscripción en la  
Dirección de Persona Jurídica de  
Mendoza:** 09 de marzo de 2009

**Número de registro en la Dirección  
de Persona Jurídica de Mendoza:** 00917

## **EJERCICIO ECONÓMICO REGULAR N° 15 INICIADO EL 1° DE ENERO DE 2019 Y FINALIZADO EL 31 DE DICIEMBRE DE 2019, COMPARATIVO CON EL EJERCICIO ANTERIOR.**

### Comisión Directiva

Presidente	Alberto Arizu
Vicepresidente	Guillermo Barzi (h)
Tesorero	Maximiliano Hernandez Toso
Protesorero	Juan Marcó
Secretario	Victor Marcantoni
Prosecretario	Rafael Calderón
Director titular	Roberto de la Mota
Director titular	Patricia Freuler de Ortiz
Director titular	Sol Asencio
Director titular	Ramiro Barrios
Director titular	Pablo Silvestre
Director titular	Sofía Pescarmona
Director titular	Ignacio Squassini
Director titular	Mónica Caamaño
Director titular	Roberto Luka
Director titular	Hervé Birnie Scott
Director Suplente	Edgardo del Pópolo
Director Suplente	José Alberto Zuccardi
Director Suplente	Gastón Lo Russo
Director Suplente	Alfredo Matilla

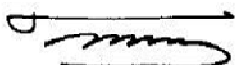
### Revisores de Cuentas Titulares

Marcelo Burgos  
Francisco Do Pico  
Jimena Molina

### Revisores de Cuentas Suplentes

Juan Caiti  
Julio César Viola  
Mauricio Boullaude

Firmado a los efectos de su identificación  
con informe de fecha 14 de febrero de 2.020  
BALTER Y ASOCIADOS  
Mat. 13 - C.P.C.E. MZA.



Carlos Mario Balter  
Contador Público Nacional – UNC  
Matricula 1972 C.P.C.E.MZA

Alberto Arizu  
Presidente

**VINOS DE ARGENTINA ASOCIACIÓN CIVIL  
PARA LA PROMOCIÓN EXTERNA**

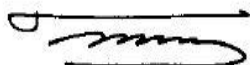
**ESTADO DE SITUACION PATRIMONIAL AL 31 DE DICIEMBRE DE 2019  
COMPARATIVO CON EL EJERCICIO ANTERIOR**  
(cifras expresadas en pesos)

	<u>2019</u>	<u>2018</u>
<b>ACTIVO</b>		
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>		
Caja y Bancos (Nota 2.a)	16.591.792	21.611.645
Cuentas por cobrar (Nota 2.b)	30.732.986	12.103.538
Inversiones (Nota 2.c)	16.761.907	4.982.067
Otros créditos (Nota 2.d)	5.420.090	7.317.503
Total del activo corriente	<u>69.506.775</u>	<u>46.014.753</u>
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>		
Bienes de uso (Anexo I)	344.986	642.724
Total del activo no corriente	<u>344.986</u>	<u>642.724</u>
Total del activo	<u><u>69.851.761</u></u>	<u><u>46.657.477</u></u>
<b>PASIVO</b>		
<b>PASIVO CORRIENTE</b>		
Cuentas por pagar (Nota 2.e)	1.593.028	5.139.421
Deudas sociales e impositivas (Nota 2.f)	2.611.213	2.572.215
Otros pasivos (Nota 2.g)	22.843.602	-
Total del pasivo corriente	<u>27.047.843</u>	<u>7.711.636</u>
Total del pasivo	<u>27.047.843</u>	<u>7.711.636</u>
<b>PATRIMONIO NETO</b> (según estado respectivo)	42.803.918	38.945.841
Total del pasivo y patrimonio neto	<u><u>69.851.761</u></u>	<u><u>46.657.477</u></u>

Las notas 1 a 4 y Anexos I a IV que se acompañan son parte integrante de este estado

Firmado a los efectos de su identificación  
con informe de fecha 14 de febrero de 2.020

BALTER Y ASOCIADOS  
Mat. 13 - C.P.C.E. MZA.



Carlos Mario Balter  
Contador Público Nacional - UNC  
Matricula 1972 C.P.C.E.MZA

Alberto Arizu  
Presidente

**VINOS DE ARGENTINA ASOCIACIÓN CIVIL  
PARA LA PROMOCIÓN EXTERNA**

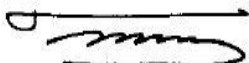
**ESTADO DE RECURSOS Y GASTOS  
POR EL EJERCICIO FINALIZADO EL 31 DE DICIEMBRE DE 2019  
COMPARATIVO CON EL EJERCICIO ANTERIOR**  
(cifras expresadas en pesos)

	<u>2019</u>	<u>2018</u>
<b>RECURSOS Y GASTOS ORDINARIOS</b>		
<b>RECURSOS ORDINARIOS</b>		
Para fines generales (Anexo III )	92.703.969	79.044.660
Para fines específicos (Anexo III)	99.629.038	114.586.678
Diversos (Anexo III)	-	369.265
Total recursos ordinarios	<u>192.333.007</u>	<u>194.000.603</u>
<b>GASTOS ORDINARIOS</b>		
Gastos de promoción y desarrollo (Anexo IV)	(41.006.821)	(35.138.996)
Gastos de administración (Anexo IV)	(26.237.380)	(29.017.226)
Para fines específicos (Anexo IV )	(88.923.041)	(103.365.165)
Total gastos ordinarios	<u>(156.167.242)</u>	<u>(167.521.387)</u>
<b>RESULTADOS FINANCIEROS NETOS Y POR TENENCIA (Nota 2.i)</b>	<b>(32.307.688)</b>	<b>(25.604.080)</b>
<b>Superávit ordinario del ejercicio</b>	<u>3.858.077</u>	<u>875.136</u>
<b>Superávit final del ejercicio</b>	<u>3.858.077</u>	<u>875.136</u>

Las notas 1 a 4 y Anexos I a IV que se acompañan son parte integrante de este estado

Firmado a los efectos de su identificación  
con informe de fecha 14 de febrero de 2.020

BALTER Y ASOCIADOS  
Mat. 13 - C.P.C.E. MZA.



Carlos Mario Balter  
Contador Público Nacional - UNC  
Matricula 1972 C.P.C.E.MZA

Alberto Arizu  
Presidente

**VINOS DE ARGENTINA ASOCIACIÓN CIVIL  
PARA LA PROMOCIÓN EXTERNA**

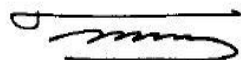
**ESTADO DE EVOLUCION DEL PATRIMONIO NETO  
POR EL EJERCICIO FINALIZADO EL 31 DE DICIEMBRE DE 2019  
COMPARATIVO CON EL EJERCICIO ANTERIOR**  
(cifras expresadas en pesos)

Concepto	2019					2018
	Aportes de los Asociados		Superávit Acumulado			Total
	Capital suscripto	Ajuste de Capital	Total	Superávit No Asignado	Total	
Saldos al inicio del ejercicio	12.000	177.769	189.769	38.756.072	38.945.841	38.070.705
Superávit final del ejercicio				3.858.077	3.858.077	875.136
<b>Saldos al cierre del ejercicio</b>	<b>12.000</b>	<b>177.769</b>	<b>189.769</b>	<b>42.614.149</b>	<b>42.803.918</b>	<b>38.945.841</b>

Las notas 1 a 4 y Anexos I a IV que se acompañan son parte integrante de este estado

Firmado a los efectos de su identificación  
con informe de fecha 14 de febrero de 2.020

BALTER Y ASOCIADOS  
Mat. 13 - C.P.C.E. MZA.



Carlos Mario Balter  
Contador Público Nacional - UNC  
Matricula 1972 C.P.C.E.MZA

Alberto Arizu  
Presidente

**VINOS DE ARGENTINA ASOCIACIÓN CIVIL  
PARA LA PROMOCIÓN EXTERNA**

**ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO  
POR EL EJERCICIO FINALIZADO EL 31 DE DICIEMBRE DE 2019  
COMPARATIVO CON EL EJERCICIO ANTERIOR  
(Cifras expresadas en pesos)**

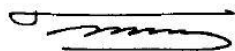
	<u>2019</u>	<u>2018</u>
<b>Variaciones del efectivo</b>		
Efectivo al inicio del ejercicio	26.593.712 (1)	31.394.269
Efectivo al cierre del ejercicio	<u>33.353.699</u>	<u>26.593.712</u>
Variación neta del efectivo	<u><b>6.759.987</b></u>	<u><b>(4.800.557)</b></u>
<b>Causas de las variaciones del efectivo:</b>		
<b><u>Actividades operativas</u></b>		
<b>Aumentos</b>		
Ingresos por Cobro de cuotas	87.479.911	80.368.749
Ingresos por Ferias y eventos	48.920.339	67.968.556
Ingresos Diversos	-	3.527.479
Ingresos Proyecto COVIAR	36.256.080	45.706.926
Ingresos de Organismos diversos	1.420.166	-
<b>Disminuciones</b>		
Egresos por Gastos de administración y promoción y desarrollo	(46.035.076)	(73.403.022)
Egresos por Eventos y Ferias	(47.715.420)	(55.198.438)
Egresos Proyecto COVIAR	(41.207.621)	(45.065.166)
Egresos organismos diversos	-	(3.101.561)
Egresos por gastos financieros incluidos el RECPAM	(32.307.688)	(25.604.080)
<b>Flujo neto de efectivo generado por las actividades operativas</b>	<b>6.810.692</b>	<b>(4.800.557)</b>
<b><u>Actividades de inversión</u></b>		
Pagos por compras de bienes de uso	(50.705)	-
<b>Flujo neto de efectivo (utilizado en) las actividades de inversión</b>	<b>(50.705)</b>	<b>-</b>
<b>Aumento neto del efectivo</b>	<u><b>6.759.987</b></u>	<u><b>(4.800.557)</b></u>

(1) Incluye los saldos de caja y bancos e inversiones corrientes

Las notas 1 a 4 y Anexos I a IV que se acompañan son parte integrante de este estado

Firmado a los efectos de su identificación  
con informe de fecha 14 de febrero de 2.020

BALTER Y ASOCIADOS  
Mat. 13 - C.P.C.E. MZA.



Carlos Mario Balter  
Contador Público Nacional - UNC  
Matricula 1972 C.P.C.E.MZA

Alberto Arizu  
Presidente

# **VINOS DE ARGENTINA ASOCIACIÓN CIVIL PARA LA PROMOCIÓN EXTERNA**

## **NOTAS A LOS ESTADOS CONTABLES AL 31 DE DICIEMBRE DE 2019 PRESENTADOS EN FORMA COMPARATIVA CON EL EJERCICIO ANTERIOR** (cifras expresadas en pesos)

### **1. BASES DE PRESENTACION DE LOS ESTADOS CONTABLES**

#### **1.1 Situación legal de la Asociación**

Vinos de Argentina Asociación Civil para la Promoción Externa está autorizada a funcionar como persona jurídica en la provincia de Mendoza según expediente nro. 1528/V/08-00917 de la Dirección de Personas Jurídicas de Mendoza.

#### **1.2 Normas contables profesionales aplicables**

Los estados contables de Vinos de Argentina Asociación Civil para la Promoción Externa ("La Asociación"), en concordancia con lo indicado en el punto 1.1., han sido preparados de conformidad con las normas contables profesionales vigentes en la Provincia de Mendoza, República Argentina.

La preparación de estados contables de acuerdo con dichas normas contables requiere la consideración, por parte de la Dirección de "La Asociación", de estimaciones y supuestos que impactan en los saldos informados de activos y pasivos, la exposición de pasivos contingentes a la fecha de dichos estados, como así también los montos de recursos y gastos del ejercicio. Los resultados finales podrían diferir de estos estimados.

Los Estados contables han sido preparados en moneda homogénea, de conformidad con Normas Contables Profesionales Argentinas de la Federación Argentina de Consejos Profesionales de Ciencias Económicas y adoptadas por la Resolución N° 2063/18 del Consejo Profesional de Ciencias Económicas de Mendoza.

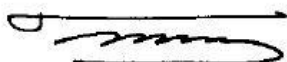
Vinos de Argentina Asociación Civil para la promoción externa aplicó el ajuste por inflación de la RT 6 con la opción admitida por la Res JG 539/18 y su modificatoria Res 553/19 de presentar en una sola línea del Estado de Resultados los resultados financieros y por tenencia incluido el RECPAM.

#### **1.3 Criterios de valuación y exposición**

Los principales criterios de valuación utilizados para la preparación de los presentes estados contables son los siguientes, según RT N° 42:

Firmado a los efectos de su identificación  
con mi informe de fecha 14 de febrero de 2020

BALTER Y ASOCIADOS  
Mat. 13 - C.P.C.E. MZA.



Carlos Mario Balter  
Contador Público Nacional – UNC  
Matricula 1972 C.P.C.E.MZA

Alberto Arizu  
Presidente

a) Caja y bancos, inversiones, créditos y pasivos:

- En moneda nacional: a su valor nominal.
- En moneda extranjera: se convirtieron al tipo de cambio vigente al 31 de diciembre de 2019.

b) Cuentas de recursos y gastos:

Se exponen las partidas por su valor de origen ajustadas por inflación según Nota 1.2.

Bajo la denominación de "Resultados financieros netos y por tenencia" se exponen en forma conjunta los siguientes conceptos:

- Ganancias y costos financieros reales.
- Gastos bancarios
- Las diferencias de cambio generadas
- Ajuste por inflación.

## 2. COMPOSICION DE LOS PRINCIPALES RUBROS

Al 31 de diciembre de 2019, la composición de los principales rubros es la siguiente:

a) Caja y Bancos

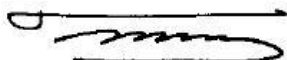
	2019	2018
Caja en moneda extranjera (Anexo II)	519.702	149.833
Caja en pesos	100.580	129.070
Banco Comafi cuenta corriente	6.358	-
ICBC cta. cte.	5.923.932	4.024.992
Standard Bank Jersey ( Anexo II)	10.041.220	17.307.750
	<u>16.591.792</u>	<u>21.611.645</u>

b) Cuentas por cobrar

Valores a depositar	6.075.941	3.454.327
Cuentas por cobrar ( Anexo II)	25.745.225	10.110.328
Previsión para deudores morosos (nota 2.h)	(1.088.180)	(1.461.117)
	<u>30.732.986</u>	<u>12.103.538</u>

Firmado a los efectos de su identificación  
con mi informe de fecha 14 de febrero de 2020

BALTER Y ASOCIADOS  
Mat. 13 - C.P.C.E. MZA.



Carlos Mario Balter  
Contador Público Nacional – UNC  
Matricula 1972 C.P.C.E.MZA

Alberto Arizu  
Presidente

c) Inversiones

ICBC- Cuenta Inversión	16.761.907	4.982.067
------------------------	------------	-----------

d) Otros créditos

Gastos a devengar	735.354	1.262.305
Saldo total proyectos COVIAR (Nota 3)	4.684.736	6.055.198
	<u>5.420.090</u>	<u>7.317.503</u>

e) Cuentas por pagar

Cuentas por pagar en pesos	210.100	4.999.034
Provisión para gastos	1.382.928	140.387
	<u>1.593.028</u>	<u>5.139.421</u>

f) Deudas sociales e impositivas

Provisión de vacaciones y bonos	1.614.719	1.913.404
Cargas sociales a pagar	923.326	579.373
Retenciones a pagar	73.168	79.438
	<u>2.611.213</u>	<u>2.572.215</u>

g) Otros pasivos

Eventos y ferias 2020	22.843.602	-
-----------------------	------------	---

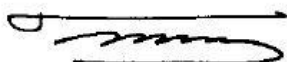
h) Previsión para deudores morosos

La evolución del rubro es la siguiente:

Saldo al inicio del ejercicio	949.811	569.779
Aumentos	138.369	380.032
Saldo al cierre del ejercicio (Nota 2.b)	<u>1.088.180</u>	<u>949.811</u>

Firmado a los efectos de su identificación  
con mi informe de fecha 14 de febrero de 2020

BALTER Y ASOCIADOS  
Mat. 13 - C.P.C.E. MZA.



Carlos Mario Balter  
Contador Público Nacional – UNC  
Matricula 1972 C.P.C.E.MZA

Alberto Arizu  
Presidente

### 3. CONVENIOS COVIAR

Vinos de Argentina AC para la Promoción Externa (VDA) ha suscripto durante el presente ejercicio un convenio con la Corporación Vitivinícola Argentina (COVIAR) en donde se designó nuevamente a Vinos de Argentina como unidad ejecutora en la Promoción de la Imagen del Vino Argentino en el Mercado Externo para el segundo semestre del año 2.019 y primer semestre del 2020, por un monto de \$ 37.504.874.

Los saldos de los distintos convenios, ejecutados y en ejecución durante el presente ejercicio, se exponen a continuación:

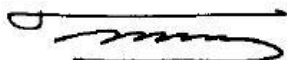
	2.019	2.018
Proyecto COVIAR 2012/2013:	-	845.180
Proyecto COVIAR 2016/2017:	-	31.243
Proyecto COVIAR 2017/2018	-	(437.609)
Proyecto COVIAR 2018/2019:	-	5.614.366
Proyecto COVIAR 2019/2020	<u>4.684.736</u>	<u>-</u>
	4.684.736	6.055.198

### 4 – HECHOS POSTERIORES AL CIERRE DEL PERIODO

Con posterioridad al 31 de Diciembre de 2.019, no se han producido otros hechos, situaciones o circunstancias fuera de las aquí descriptas, que incidan o puedan incidir significativamente sobre la situación patrimonial, económica y financiera de la Asociación Civil.

Firmado a los efectos de su identificación  
con mi informe de fecha 14 de febrero de 2020

BALTER Y ASOCIADOS  
Mat. 13 - C.P.C.E. MZA.



Carlos Mario Balter  
Contador Público Nacional – UNC  
Matricula 1972 C.P.C.E.MZA

Alberto Arizu  
Presidente

**VINOS DE ARGENTINA ASOCIACIÓN CIVIL  
PARA LA PROMOCIÓN EXTERNA**

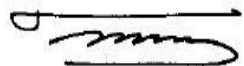
**ANEXO I**

**EVOLUCIÓN DE BIENES DE USO POR EL EJERCICIO FINALIZADO  
EL 31 DE DICIEMBRE DE 2019  
COMPARATIVO CON EL EJERCICIO ANTERIOR  
(Cifras expresadas en pesos)**

Rubros	Valor al Inicio	Altas/bajas	Valor al Cierre	Acum. al Inicio	Bajas	Del ejercicio	Acum. al Cierre ejerc.	<b>Neto 2019</b>	<b>Neto 2018</b>
Mejoras en inmuebles de terceros	1.569.569	-	1.569.569	941.740		313.915	1.255.655	313.914	627.828
Equipos de computación	987.401	50.703	1.038.104	987.401		25.352	1.012.753	25.351	-
Muebles y útiles	96.048	-	96.049	81.153		9.175	90.328	5.721	14.896
<b>TOTAL 2019</b>	<b>2.653.018</b>	<b>50.703</b>	<b>2.703.722</b>	<b>2.010.294</b>		<b>348.442</b>	<b>2.358.736</b>	<b>344.986</b>	
<b>TOTAL 2018</b>	<b>2.653.018</b>	<b>-</b>	<b>2.653.018</b>	<b>1.687.030</b>	<b>-</b>	<b>323.264</b>	<b>2.010.294</b>		<b>642.724</b>

Firmado a los efectos de su identificación  
con informe de fecha 14 de febrero de 2.020

BALTER Y ASOCIADOS  
Mat. 13 - C.P.C.E. MZA.



Carlos Mario Balter  
Contador Público Nacional - UNC  
Matricula 1972 C.P.C.E.MZA

Alberto Arizu  
Presidente

**VINOS DE ARGENTINA ASOCIACIÓN CIVIL  
PARA LA PROMOCIÓN EXTERNA**

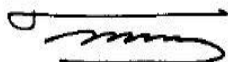
ANEXO II

**ACTIVOS Y PASIVOS EN MONEDA EXTRANJERA AL 31 DE DICIEMBRE DE 2019  
COMPARATIVO CON EL EJERCICIO ANTERIOR**  
(Cifras expresadas en pesos)

2019					2018
Rubros	Clase	Monto	Cambio vigente	Importe contabilizado en pesos	Importe contabilizado En pesos
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>					
Caja y Bancos					
Caja					
	Dólares	8.960	58,00	519.702	110.900
	Libras			-	16.191
	Varias			-	22.743
				<u>519.702</u>	<u>149.833</u>
Bancos					
Standard Bank Jersey	Dólares	173.124	58,00	10.041.220	17.307.750
Cuentas por cobrar					
	Dólares	443.883	58,00	25.745.225	10.110.328
				<u>25.745.225</u>	<u>10.110.328</u>
<b>Total activo corriente en moneda extranjera</b>				<b><u>36.306.147</u></b>	<b><u>27.567.912</u></b>
<b>Total activo en moneda extranjera</b>				<b><u>36.306.147</u></b>	<b><u>27.567.912</u></b>

Firmado a los efectos de su identificación  
con informe de fecha 14 de febrero de 2.020

BALTER Y ASOCIADOS  
Mat. 13 - C.P.C.E. MZA.



Carlos Mario Balter  
Contador Público Nacional - UNC  
Matricula 1972 C.P.C.E.MZA

Alberto Arizu  
Presidente

**VINOS DE ARGENTINA ASOCIACIÓN CIVIL  
PARA LA PROMOCIÓN EXTERNA**

**ANEXO III**

**DETALLE DE RECURSOS CORRESPONDIENTES AL EJERCICIO FINALIZADO EL 31 DE DICIEMBRE DE 2019  
COMPARATIVO CON EL EJERCICIO ANTERIOR**

(Cifras expresadas en pesos)

**RECURSOS ORDINARIOS**

Para fines generales

	<u>2019</u>	<u>2018</u>
Ingresos por cuota social	3.572.659	12.941.120
Ingresos por cuotas sociales s/monto de exportaciones	89.131.310	66.103.540
<b>Total de recursos para fines generales</b>	<b><u>92.703.969</u></b>	<b><u>79.044.660</u></b>

Para fines específicos

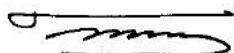
Ingresos por Eventos y Ferias	57.785.714	65.721.539
Proyecto COVIAR 2019/2020	24.444.948	-
Proyecto COVIAR 2018/2019	14.887.520	19.152.890
Proyecto COVIAR 2017/2018	-	26.554.036
Ingresos organismos diversos	2.510.856	3.158.213
<b>Total de recursos para fines específicos</b>	<b><u>99.629.038</u></b>	<b><u>114.586.678</u></b>

Ingresos Diversos

	<u>-</u>	<u>369.265</u>
<b>TOTAL DE RECURSOS ORDINARIOS</b>	<b><u>192.333.007</u></b>	<b><u>194.000.603</u></b>

Firmado a los efectos de su identificación  
con informe de fecha 14 de febrero de 2.020

BALTER Y ASOCIADOS  
Mat. 13 - C.P.C.E. MZA.



Carlos Mario Balter  
Contador Público Nacional - UNC  
Matricula 1972 C.P.C.E.MZA

Alberto Arizu  
Presidente

**VINOS DE ARGENTINA ASOCIACIÓN CIVIL  
PARA LA PROMOCIÓN EXTERNA**

ANEXO IV

**DETALLE DE GASTOS CORRESPONDIENTES AL EJERCICIO FINALIZADO EL 31 DE DICIEMBRE DE 2019  
COMPARATIVO CON EL EJERCICIO ANTERIOR**  
(Cifras expresadas en pesos)

Gastos generales de administración, promoción y desarrollo

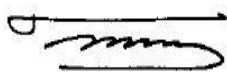
	<b>2019</b>			<b>2018</b>
	Total	Gastos de promoción y desarrollo	Gastos de administración	Total
Gastos por eventos y ferias	27.844.120	27.844.120	-	30.417.558
Promoción y publicidad	13.162.701	13.162.701	-	4.721.438
Sueldos del personal y cargas sociales	16.325.762	-	16.325.762	17.669.908
Gastos de oficina	1.508.797	-	1.508.797	1.369.108
Honorarios	1.727.253	-	1.727.253	2.226.227
Teléfonos y comunicaciones	885.788	-	885.788	1.318.661
Deudores incobrables	138.368	-	138.368	380.032
Mantenimiento	21.949	-	21.949	61.848
Impuestos y tasas	120.328	-	120.328	172.168
Depreciación de bienes de uso	348.442	-	348.442	323.263
Gastos de representación	5.021.974	-	5.021.974	5.224.821
Viáticos y movilidad	138.719	-	138.719	271.190
<b>Total de Gastos Generales 2019</b>	<b>67.244.201</b>	<b>41.006.821</b>	<b>26.237.380</b>	
<b>Total de Gastos Generales 2018</b>		<b>35.138.995</b>	<b>29.017.226</b>	<b>64.156.221</b>

Gastos para Fines Específicos

	<b>2019</b>
Gastos de Eventos y Ferias	47.715.420
Proyecto COVIAR	41.207.621
Egresos organismos diversos	-
<b>Total de Gastos para fines específicos</b>	<b>88.923.041</b>
<b>TOTAL DE GASTOS ORDINARIOS</b>	<b>156.167.242</b>

Firmado a los efectos de su identificación  
con informe de fecha 14 de febrero de 2.020

BALTER Y ASOCIADOS  
Mat. 13 - C.P.C.E. MZA.



Carlos Mario Balter  
Contador Público Nacional - UNC  
Matricula 1972 C.P.C.E.MZA

Alberto Arizu  
Presidente

## **INFORME DE LA COMISION REVISORA DE CUENTAS**

Señores Asociados

VINOS DE ARGENTINA A.C. PARA LA PROMOCION EXTERNA

Presente

En cumplimiento de lo dispuesto por el artículo 29º de los Estatutos Sociales venimos a presentar el informe de nuestra actuación a la Asamblea de Asociados.

Hemos examinado los Estados Contables por el ejercicio regular comprendido entre el 1º de enero de 2019 y el 31 de diciembre de 2019, que se acompañan, y que hemos firmado para su identificación. Como resultado de tal examen informamos que se ha verificado el cumplimiento de las disposiciones legales y estatutarias pertinentes.

Por ello, aconsejamos a los señores asociados aprobar dichos estados contables, pues los mismos reflejan razonablemente la situación patrimonial y financiera de la Asociación al 31 de diciembre de 2019 y el resultado de sus operaciones, las variaciones en su patrimonio y el flujo de efectivo por el ejercicio finalizado en esa fecha.

Saludamos a Ustedes muy atentamente.

Marcelo Burgos

Francisco Do Pico

Jimena Molina

**VINOS DE ARGENTINA ASOCIACIÓN CIVIL PARA LA PROMOCIÓN EXTERNA  
ESTADOS CONTABLES AL 31 DE DICIEMBRE DE 2019**

**RATIFICACIÓN DE FIRMAS LITOGRAFIADAS**

Por la presente ratificamos nuestras firmas que obran litografiadas en las fojas que anteceden, cuyo contenido también se ratifica y que reemplazan a las correspondientes firmas ológrafas, que han sido debidamente estampadas en los originales del estado de situación patrimonial, de resultado, de evolución del patrimonio neto, de flujo de efectivo, las notas 1 a 4, los anexos I a IV de los estados contables de VINOS DE ARGENTINA ASOCIACIÓN CIVIL PARA LA PROMOCIÓN EXTERNA al 31 de diciembre de 2019 y 2018.

Carlos M. Balter  
Contador Público (U.N.C.)  
Mat. 1972 - C.P.C.E. MZA.



## **INFORME DEL AUDITOR INDEPENDIENTE**

SEÑORES DE LA COMISIÓN DIRECTIVA:

**VINOS DE ARGENTINA ASOCIACION CIVIL PARA LA PROMOCION EXTERNA**

CUIT N° 30 70909412 9

Domicilio Legal: Sarmiento 212, Piso 2, Ciudad de Mendoza

### **Informe sobre los estados contables**

He auditado los estados contables adjuntos de **VINOS DE ARGENTINA ASOCIACION CIVIL PARA LA PROMOCION EXTERNA**, que comprenden el estado de situación patrimonial al 31 de diciembre de 2019 el estado de recursos y gastos, el estado de evolución del patrimonio neto y el estado de flujo de efectivo correspondientes al ejercicio económico terminado en dicha fecha, así como un resumen de las políticas contables significativas y otra información explicativa incluidas en las notas 1 a 4 y los anexos I a IV.

Las cifras y otra información correspondientes al ejercicio económico terminado el 31 de diciembre de 2018 son parte integrante de los estados contables mencionados precedentemente y se las presenta con el propósito de que se interpreten exclusivamente en relación con las cifras y con la información del ejercicio económico actual.

### **Responsabilidad de los miembros de la Comisión Directiva en relación con los estados contables**

los miembros de la Comisión Directiva de dicha asociación es responsable de la preparación y presentación razonable de los estados contables adjuntos de conformidad con las normas contables profesionales argentinas , y del control interno que la Comisión considere necesario para permitir la preparación de estados contables libres de incorrecciones significativas.

### **Responsabilidad del auditor**

Mi responsabilidad consiste en expresar una opinión sobre los estados contables adjuntos basada en mi auditoría. He llevado a cabo mi examen de conformidad con las normas de auditoría establecidas en la Resolución Técnica N° 37 de la Federación Argentina de Consejos Profesionales de Ciencias Económicas. Dichas normas exigen que cumpla los requerimientos de ética, así como que planifique y ejecute la auditoría con el fin de obtener una seguridad razonable de que los estados contables están libres de incorrecciones significativas.

Una auditoría conlleva la aplicación de procedimientos para obtener elementos de juicio sobre las cifras y la información presentadas en los estados contables. Los procedimientos seleccionados dependen del juicio del auditor, incluida la valoración de los riesgos de incorrecciones significativas en los estados contables. Al efectuar dichas valoraciones del riesgo, el auditor tiene en cuenta el control interno pertinente para la preparación y presentación razonable por parte de la entidad de los estados contables, con el fin de

diseñar los procedimientos de auditoría que sean adecuados en función de las circunstancias y no con la finalidad de expresar una opinión sobre la eficacia del control interno de la entidad. Una auditoría también incluye la evaluación de la adecuación de las políticas contables aplicadas y de la razonabilidad de las estimaciones contables realizadas por la dirección de la entidad, así como la evaluación de la presentación de los estados contables en su conjunto.

Considero que los elementos de juicio que he obtenido proporcionan una base suficiente y adecuada para mi opinión de auditoría.

### **Opinión**

En mi opinión, los estados contables adjuntos presentan razonablemente, en todos sus aspectos significativos, la situación patrimonial de **VINOS DE ARGENTINA ASOCIACION CIVIL PARA LA PROMOCION EXTERNA** al 31 de diciembre de 2019, así como sus recursos y gastos, la evolución de su patrimonio neto y el flujo de su efectivo correspondientes al ejercicio económico terminado en esa fecha, de conformidad con las normas contables profesionales argentinas.

### **Informe sobre otros requerimientos legales y reglamentarios**

a) Según surge de los registros contables de la entidad, el pasivo devengado al 31 de diciembre de 2019 a favor del Sistema Integrado Previsional Argentino en concepto de aportes y contribuciones previsionales ascendía a \$ 643.593, no siendo exigible a dicha fecha.

b) He aplicado los procedimientos sobre prevención de lavado de activos de origen delictivo y financiación del terrorismo previstos en la Resolución N° 420/11 de la Federación Argentina de Consejos Profesionales de Ciencias Económicas.

Mendoza, 14 de Febrero de 2.020.-

BALTER Y ASOCIADOS  
Mat. 13 - C.P.C.E. MZA.

Carlos M. Balter  
Contador Publico - U.N.C.  
Mat. 1.972 - C.P.C.E. MZA.