



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

Estados Contables al
31 de Diciembre de 2.021 y 2.020



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

MEMORIA

Señores/as Asociados/as,

En cumplimiento de disposiciones legales y reglamentarias ponemos a consideración de los/as señores/as Asociados/as la Memoria y Estados Contables correspondientes al **17º Ejercicio anual de Vinos de Argentina Asociación Civil**, finalizado el 31 de diciembre del año 2021.

En consonancia con las líneas de acción iniciadas en 2020 surgidas durante la pandemia por Covid-19, la organización continuó con su estrategia de posicionamiento del Vino Argentino en el plano virtual de los principales mercados foco: Estados Unidos, China y Brasil, apalancada en acciones de marketing digital, iniciativas que fueron combinadas con un componente presencial en aquellos casos en que el mejoramiento de las condiciones sanitarias lo volvieron posible. Esto, sin detrimento del desarrollo de iniciativas en otros mercados no prioritarios.

Se renovó la apuesta por las actividades educativas con los diferentes públicos objetivos de WofA en mercados clave, que se sumaron a ciclos de formación interna exclusivos para bodegas socias de la institución. En 2021 la activación de canales representó una importante dimensión del accionar de Wines of Argentina para contribuir a potenciar las ventas, con alianzas con destacados *retailers* y mediante la instauración de la tienda oficial online en Brasil, que se suma a las plataformas existentes en el mercado de China.

La innovación fue uno de los principales ejes que signaron el ciclo 2021, con la instauración de la IMO (Innovation Management Office) de WofA, que permitió la reconversión de las acciones de Hospitality - suspendidas por la pandemia- y el desarrollo del primer desafío de Innovación abierta, que sentó las bases para una revisión de los pilares y la visión institucional, adaptándolos a los nuevos contextos y realidades que llevaron a WofA a plantearse la misión de transformarse en agente de cambio hacia una vitivinicultura sustentable, diversa e inclusiva.

Estos nuevos desafíos supusieron la instauración de las capacidades necesarias para garantizar la eficacia y efectividad de las acciones en cada una de las dimensiones abordadas: transformación y marketing digital, innovación, sustentabilidad, e-commerce, entre las principales, involucrando en este proceso a diferentes actores, tanto del sector vitivinícola como de otras áreas externas, permitiendo de este modo fortalecer el entramado colaborativo de la institución con otras entidades y organismos público-privados, potenciando en última instancia el peso institucional de Wines of Argentina.



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

En 2021 WofA continuó fomentando la participación de bodegas de pequeña y mediana escala, con tarifas diferenciales en diversas actividades y desarrollando acciones específicas para este segmento, con el fin de potenciar sus estrategias y seguir contribuyendo a comunicar la diversidad de Argentina.

Reseña de las exportaciones del sector Vitivinícola.

Las exportaciones argentinas de vinos fraccionados alcanzaron en 2021 un récord histórico por valor de **\$951,1 millones y 235,4 millones de litros. La mayor marca anterior fue de 786 millones de dólares en ventas externas de vinos alcanzada en 2012.** Además, volvió a superar la barrera de los u\$s1.000 millones si se suman las exportaciones de fraccionados, granel y mostos concentrados, lo que no ocurría desde el año 2013.

Los vinos fraccionados fueron los que generaron los mejores resultados para las bodegas locales, con 9,2% de crecimiento en volumen y 15,8% en valor, además de un gran desempeño de espumosos con suba de 44% en volumen debido a la recuperación de los canales de hotelería y gastronómico a nivel global. En tanto, el volumen exportado total de vinos en hectolitros se redujo respecto a 2020 casi un 15% debido a la disminución en graneles (por falta de oferta exportable), de acuerdo a las estadísticas del INV.

Los principales destinos de exportación del vino argentino durante 2021 fueron Estados Unidos, Reino Unido, Brasil, Canadá y Países Bajos, aunque en la comparación anual con 2020 se experimentaron sustanciales incrementos hacia mercados como México, China, Francia, Suiza y Paraguay. Dentro de los principales varietales exportados se destacan los Malbec, Cabernet Sauvignon y Chardonnay.

1. Reseña de las actividades más importantes durante el ejercicio

2.1. Organismos e instituciones privadas.

Durante el **17º ejercicio de Vinos de Argentina** se continuó con el trabajo colaborativo con diferentes 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 Ministerio de Agroindustria, potenciando la cooperación Público-Privada. Se destaca en este ejercicio la estrecha vinculación con el Ministerio de Desarrollo Productivo y, en especial, de su Gabinete de Género para la coordinación e implementación de acciones en materia de sustentabilidad social y ambiental positiva.

Un hecho importante en este período fue el desarrollo del encuentro “*Valor compartido*”, junto al Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto de la Nación; el Ministerio de Desarrollo



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

Productivo de la Nación; la Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional; el Consejo Federal de Inversiones; la Corporación Vitivinícola Argentina y PROMendoza. Esta iniciativa buscó aunar esfuerzos entre los diferentes organismos e instituciones y trabajar de manera cada vez más sinérgica. Se trató de un encuentro virtual para que bodegas de todo el país pudieran conocer y lograr el máximo aprovechamiento de las herramientas a disposición del sector vitivinícola. Una clara muestra de que la cooperación es el mejor camino para seguir construyendo el futuro de la industria sobre bases sólidas, y en un clima de consenso. Un panel de expositores presentó los diferentes programas y herramientas, así como ejemplos concretos de cómo combinarlas exitosamente para exportar más y contribuir a potenciar el sector. Asimismo, se ofrecieron detalles de los lineamientos y ejes de trabajo conjuntos para los principales mercados foco de las acciones: Estados Unidos, China y Brasil, transversales para todas las organizaciones.

El encuentro contó con la participación de Pablo Sívori, Subsecretario de Promoción del Comercio e Inversiones; Leticia Cortese, Subsecretaria de Financiamiento y Competitividad PyME del Ministerio de Desarrollo Productivo de la Nación y representantes de las Embajadas y Consulados en Estados Unidos, China y Brasil. Asimismo, estuvieron presentes integrantes de los directorios y miembros de Wines of Argentina (WofA), el Consejo Federal de Inversiones (CFI), la Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional (AAICI), la Corporación Vitivinícola Argentina (Coviar), el Instituto Nacional de Vitivinicultura (INV), Bodegas de Argentina, ProMendoza, y representantes de diversas entidades afines de todo el país.

2.2. Acciones de Promoción

Las acciones del **17º ejercicio de Vinos de Argentina** se volcaron con preeminencia al plano digital, en el marco de una situación sanitaria dispar en los diferentes mercados, que repercutió en mayores o menores restricciones a la hora de llevar adelante eventos presenciales. Sin embargo, se comenzó a transitar un camino hacia la generación y desarrollo de acciones de carácter “*phygital*”, que permitieron explotar lo mejor de los planos on y offline y marcaron decididamente un nuevo rumbo en la manera de concebir las acciones de promoción. Se llevaron adelante acciones en los siguientes mercados:

Alemania, Bélgica, Brasil, Canadá, China, Corea del Sur, Dinamarca, Irlanda, Japón, México, Noruega, Países Bajos, Perú, Polonia, Reino Unido, Finlandia, Singapur y USA.

Durante el período, Wines of Argentina participó de 2 ferias internacionales de carácter presencial específicas del mercado chino: China Food and Drinks Fair, Chengdu y ProWine Shanghai, en línea con



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

la estrategia de la entidad orientada a profundizar las relaciones comerciales con el *trade* y generar nuevas oportunidades de negocios para las bodegas. A estas participaciones se sumaron otras iniciativas específicas para ese público objetivo, como la realización de “Beijing Argentina Summit”, que buscó elevar la percepción de Argentina entre representantes del *trade*, y los Roadshows en diferentes ciudades (Chengdu, Hangzhou, Shenzhen).

El resto de las ferias presenciales dentro de la órbita de Wines of Argentina, como ProWein Düsseldorf, continuaron suspendidas con motivo de la pandemia.

En materia de acciones educativas, y continuando con el éxito alcanzado por el programa en 2020, se lanzó el ciclo “Argentina 3D: Winemakers sessions”, cuatro live streamings exclusivos para sommeliers y profesionales de la industria del vino de América Latina, para conocer en profundidad los últimos avances y tendencias de la vitivinicultura argentina, de la mano de destacados winemakers, expertos y conocedores de vinos argentinos. El ciclo alcanzó más de 4.500 reproducciones en la plataforma Youtube. Temáticas abordadas:

- Uvas Criollas: Los vinos patrimoniales de Argentina.
- Universo Orgánico: Una tendencia en crecimiento en Argentina.
- Old Vines Wines: El valioso sabor del tiempo.
- Pequeños productores: Nuevos paradigmas
- Masterclass: Geo & Wines, la revolución del terroir.

El eje de las acciones de promoción en Europa también estuvo centrado en el desarrollo de Masterclasses con degustación para *trade* y prensa, bajo diferentes modalidades. Virtualmente se coordinaron eventos en Irlanda, Noruega, Alemania, Polonia, Suecia, Finlandia y Reino Unido. Presencialmente tuvieron lugar 3 degustaciones en Noruega y 2 en Suecia, a las que se sumó una sesión educativa presencial para consumidores en Birmingham (UK).

Uno de los grandes hitos de la institución en materia de desarrollo de contenidos digitales fue la creación junto a CamonApp de una herramienta de realidad aumentada que, mediante el escaneo de un código QR, permite realizar un recorrido virtual por las principales regiones vitivinícolas y aprender sobre los diferentes terroirs. El pre-lanzamiento con los avances del trial de la herramienta se realizó en el marco del evento “Argentina 's Got Range”, organizado junto al Consulado Argentino en Chicago. De este modo, la entidad sentó las bases para ofrecer experiencias inmersivas en torno al Vino Argentino y constituye un caso exitoso de convivencia y complementariedad de la aplicación del componente digital en eventos



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

presenciales. Es posible acceder a la experiencia de VR en este link: <https://wofa.camonapp.com/wine-bar/>.

Profundizando la apuesta de WofA por la digitalización y el fortalecimiento del canal ecommerce para el producto nacional, se llevó adelante el lanzamiento de la Tienda Oficial de Vino Argentino en Mercado Livre Brasil. La misma puede visitarse en el siguiente enlace: <https://www.shopwinesofargentina.com.br/>. El objetivo es potenciar la marca Vino Argentino y ganar cuota de mercado en el canal ecommerce de Brasil, que en 2020 se posicionó como el tercer país en compra online de vinos y entre 2018 y 2020 la base de consumidores de vino creció 7 millones de personas, impulsado especialmente por la mejora en la distribución que fomentó el ecommerce, según datos de Wine Intelligence. En esta primera etapa de lanzamiento, la tienda ofrece 144 etiquetas de 33 bodegas argentinas que ya se encuentran en el mercado, con la posibilidad de abrir nuevas instancias de participación a futuro y brindar nuevas oportunidades para productores/as argentinos/as sin representación. La tienda se encuentra operada por Encontre Vinhos, empresa dedicada a la comercialización y distribución de vinos que se ha posicionado en el Top 3 del ranking de vendedores en la categoría vinos y espumantes de Mercado Livre.

El área de Marketing & Comunicación continuó la línea de acción delineada en 2020, profundizando la implementación de la Campaña *Argentina Breaking New Ground* de forma transversal en todos los mercados occidentales, conjuntamente con el asesoramiento de la agencia Globant. Se avanzó en la ejecución de un plan de comunicación específico para el mercado de Estados Unidos, con el objetivo de relanzar la presencia de Argentina y posicionar a WofA como líder en marketing digital. Además, se puso en práctica un programa de transferencia de conocimientos, con instancias específicas de capacitación tanto para el team de WofA, como para las bodegas socias.

En este sentido, se lanzó el *Digital Marketing Training Program*, que buscó transmitir una base de conocimientos sobre marketing digital a los equipos de marketing y comunicación de las bodegas socias de WofA para profundizar sus estrategias y potenciar así sus canales de comunicación online. El programa consistió en 8 webinars de carácter virtual que totalizaron 12 horas de capacitación, a cargo de profesionales del equipo de Globant y empresas invitadas (IMS, Google, Warner Media, etc.). Se abordaron ejes temáticos en línea con el Plan de Mkt Digital implementado por WofA. A continuación el detalle de los encuentros:

1. Introducción a Google Analytics
2. Fundamentos de Dashboarding
3. ¿Cómo alinear los objetivos a la estrategia?



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

4. Los Pilares de SEO para mejorar el posicionamiento de tu sitio
5. Planificación de Medios Digitales
6. Best practices para Social Media
7. Introducción al Email Marketing
8. Tendencias en digital.

Para el último encuentro se abrió la participación a bodegas no socias de la entidad a modo de corolario del ciclo y para presentar las nuevas tendencias en materia de plataformas digitales a todo el sector, para que pudieran capitalizar los aprendizajes.

Entre las principales acciones de marketing digital, se lanzó MEDIA SIPS, un nuevo medio de comunicación de WofA diseñado para la industria vitivinícola, pensado como una alternativa estratégica para bodegas socias y no socias de la institución interesadas en hacer llegar su mensaje a diferentes audiencias en el mundo. En este marco, se implementó el programa *Meet the Wineries* que ofreció un set de contenidos desarrollados por el equipo de especialistas de WofA junto con las bodegas participantes y amplificados en los canales digitales de WofA. Hacer [clic](#) para más detalles. A fin de contribuir a la participación de proyectos de menor escala, el programa contempló beneficios específicos para bodegas micro. De este modo, la institución apuesta a la generación de espacios con modalidades de participación diferenciales pensadas para lograr la integración del mundo vitivinícola en la esfera digital.

En términos de acciones digitales que buscan profundizar la presencia del Vino Argentino en entornos virtuales, se presentó la ARGENTINA WINE COUNTRY GUIDE, una guía online sobre los vinos y bodegas de Argentina desarrollada junto a Wine Folly, uno de los sitios de contenido más importantes de la industria vitivinícola. Esta acción contó con el apoyo de la Corporación Vitivinícola Argentina. La guía digital brinda información general de Argentina como país vitivinícola, con una caracterización de los *terroirs* de las diferentes regiones y variedades. Además, la creación del perfil básico es gratuito para cualquier bodega, sin distinción, algo que incrementará la visibilidad de las bodegas y servirá como instancia para promover los vinos de su portfolio. Actualmente la guía cuenta con 314 bodegas y 1.339 vinos registrados. La guía puede consultarse [aquí](#).

En el caso de China, se continuó profundizando la campaña específica para el mercado denominada “*Spice Up Your Moments*”, junto a la agencia Labbrand. En 2021 el foco estuvo puesto en hacer crecer los canales digitales de WofA en China, a través de la creación de contenidos sobre Argentina en las diferentes plataformas: WeChat, RedBook y Weibo. Entre las iniciativas implementadas se destaca una acción de promoción con la participación de bodegas para incrementar su exposición digital en el mercado.



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

Las celebraciones por la 11° edición del **MALBEC WORLD DAY**, que en 2021 buscó generar una continuidad con la campaña implementada el año anterior, proponiendo un giro lingüístico a la línea conceptual, reemplazando #MalbecArgentino, ¡Me Gusta!, por una forma más inclusiva que invitó a los públicos a identificarse y sentirse parte: #MalbecArgentino, ¡NOS gusta! fue el lema elegido en un contexto signado por el aislamiento social y el distanciamiento. Si bien las acciones se desarrollaron con preeminencia en el plano digital, se buscó incorporar instancias presenciales en aquellos mercados donde la situación sanitaria fue más flexible, dando cumplimiento así al carácter “phygital” de los eventos.

Se procedió a generar una pieza audiovisual (concebida como “*hero*” de campaña) de gran impacto que buscó evocar sensaciones en el consumidor en torno al MalbecArgentino. El material puede visualizarse [aquí](#). El reporte completo de los resultados de la campaña MWD 2021 puede consultarse en este enlace: <https://drive.google.com/file/d/10roDPseM1mod5YhKpkr5ZlwKu8yX0T5D/view?usp=sharing>

En términos generales, las acciones desarrolladas por Vinos de Argentina durante el 17° ejercicio se enuncian detrás de los siguientes lineamientos estratégicos:

- Campañas online en Social Media y medios digitales.
- Activación de canales de venta online.
- Capacitaciones y seminarios orientados a los diferentes públicos (*trade*, prensa, consumidores y bodegas- tanto socios como no socios).

Puede consultarse el reporte completo de las acciones en la siguiente [presentación](#).

Por su parte, el área de Hospitalidad tuvo que reconvertir su actividad con motivo de la suspensión de los viajes al país de invitados internacionales por la pandemia. Por primera vez en 11 años la degustación de Tim Atkin MW tuvo lugar en Londres vía Zoom. Pensadas desde el inicio como catas virtuales y habiéndose establecido diferentes escenarios y modalidades, se buscó lograr la mayor participación posible de bodegas de diferentes regiones. Así, se coordinó el envío de los vinos en un consolidado de todas las bodegas para poder coordinar las catas en Londres, resultando en:

- Más de 3 semanas de catas virtuales de las cuales participarán desde pequeños productores a grandes bodegas.
- 21 días de cata.
- 81 horas de zoom con productores.
- 104 entrevistas con productores.



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

- La presentación de vinos de más de 40 variedades.

Esta edición marcó un récord con 1.847 vinos degustados y 299 bodegas participantes, lo que constituyó un hecho inédito para un degustador individual en Reino Unido y permitió que Tim Atkin MW generara su reporte más extenso y completo. El éxito de esta acción suscitó el interés de medios internacionales y una cobertura especial de la cadena BBC.

Durante el período, el equipo de Wines of Argentina participó de un Programa de Innovación de la Industria Vitivinícola organizado por Transforme Consultores, CAF y UNCuyo, que sentó las bases para la creación de una IMO propia (Innovation Management Office). El equipo de Hospitalidad -en el marco de su reconversión por pandemia- fue el encargado de la gestión de la innovación dentro de la institución. Se diseñó e implementó un desafío de innovación interno, denominado “WofA Innova”, en el que más de 40 participantes de bodegas socias de la entidad suscribieron 80 ideas para responder al interrogante: ¿Cómo reencantar al consumidor mundial de vinos de Argentina a través de la digitalización?. En este marco, resultaron ganadoras 4 propuestas:

- Women of Argentina - Martín Pérez Cambet (Bodega Casarena)
- Venta de futuros - José Lovaglio (Susana Balbo Wines)
- Meet Malbec - Pablo Tasso (Vinos de la Luz)
- ¿Quién quiere ser Vinonario? - Producto de un funnel paralelo

En una primera etapa se comenzaron a incubar dos de estas ideas que podrían llegar a tener mayor potencial de exploración y relevancia para el sector. La propuesta “Women of Argentina” sirvió de puntapié inicial para el desarrollo de una política mucho más global e integradora en torno a la temática de género. De este modo, WofA se propuso ser agente de cambio hacia una vitivinicultura sustentable, diversa e inclusiva e incorporó el impacto social y ambiental positivo como uno de sus ejes institucionales además de comunicacionales.

Entre las primeras medidas en este sentido, de la mano de Iguala Consultora, WofA adhirió a los Principios para el Empoderamiento de las Mujeres (WEPs), la iniciativa de ONU Mujeres y el Pacto Global de las Naciones Unidas para promover la igualdad de género en las organizaciones y las comunidades donde operan. WofA se convirtió en el primer “Wines of” del mundo en adherir a estos principios y tomar medidas decisivas para avanzar hacia la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres en la industria vitivinícola. Asimismo, se elaboró un manifiesto que condensa la cultura organizacional de la entidad y su compromiso hacia el desarrollo de acciones sólidas en torno a temáticas de género. El documento se

encuentra disponible en el siguiente [link](#). En esa misma línea, convocada por el Ministerio de Desarrollo Productivo de la Nación, el 25 de octubre de 2021, la Gerenta General de WofA, Magdalena Pesce, firmó el Acta de Compromiso por un Entramado Productivo Libre de Violencias, en el marco de la Campaña Tolerancia Cero a la Violencia Contra las Mujeres, asumiendo el compromiso de trabajar en un plan de acción que contribuya a visibilizar, concientizar y erradicar las violencias por motivos de género en el ámbito de la producción, e instrumentando políticas que aporten perspectiva de género para reducir las desigualdades en el sector vitivinícola.

Para fortalecer las capacidades del equipo de trabajo de WofA, el staff participó activamente del curso de formación “La perspectiva de género como herramienta para la gestión PyME”, organizado por el Gabinete de Género del Ministerio de Desarrollo Productivo, junto con la Universidad Nacional de Quilmes. Puertas adentro de la institución, se desarrolló un webinar sobre comunicación con perspectiva de género, que buscó instalar capacidades en bodegas socias y no socias.

Por otro lado, dentro del mismo marco de la IMO, se llevó adelante un desafío de innovación interna, del que participaron integrantes del equipo de Wines of Argentina, así como los PRs en el exterior. Las 16 personas participantes postularon un total de 68 ideas, de las cuales resultaron ganadoras:

- *Market Experts Consulting Program*, para la categoría de bodegas socias.
- *Incubator Membership Program*, para la categoría de bodegas no socias.

En el segundo semestre del 2021 se decidió comenzar primero con el trabajo focalizado en la categoría de socios para fortalecer la vinculación con el cliente interno de la institución. El Market Experts Consulting Program consistió en un servicio de consultoría a bodegas socias, con el objetivo de ofrecer herramientas y el expertise de los Área Manager de mercados de EE.UU. & UK, así como del equipo de Marketing Digital de WofA. Se seleccionaron dos bodegas para la instancia de prueba del MVP (producto mínimo viable): Amansado Wines y Bodega del Desierto, con excelente feedback por parte de los participantes.

2.3. Acciones Institucionales

2.3.1. Comisión Directiva y Capacitaciones.

Debido a la situación sanitaria, durante el presente ejercicio económico la Comisión Directiva continuó sesionando de manera virtual, garantizando el normal funcionamiento de la institución, reafirmando de este modo el compromiso de WofA de mantenerse cerca de sus socios y cumplir con las disposiciones legales requeridas. A raíz de la flexibilización de los protocolos sanitarios por parte de las autoridades, la última



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

reunión de Comisión Directiva del año se realizó de manera presencial, renovando el contacto cara a cara con los representantes de sus bodegas asociadas.

En relación al 14° Workshop Estratégico de Wines of Argentina: *“Looking ahead to the future”*, el mismo se realizó de forma virtual y en tres sesiones diferenciadas y consecutivas, presentando información valiosa sobre la situación de los mercados y las oportunidades para el Vino Argentino. Se trató de un espacio pensado para analizar el contexto vitivinícola internacional y repasar las principales tendencias de consumo en los mercados foco, de modo que permita alinear la estrategia de promoción del Vino Argentino para los próximos años. A continuación los detalles del programa:

SESIÓN 1

- Contexto internacional.
- Estados Unidos: Tendencias del mercado. Oportunidades para el Vino Argentino, por Verónica Kathuria (US & Canada Area Manager - WofA).

SESIÓN 2

- Brasil: Presentación del trabajo de investigación a cargo de Rodrigo Lanari (LATAM Territory Manager - Wine Intelligence).
- UK: Tendencias del mercado. Oportunidades para el Vino Argentino, por Phil Crozier (UK & Europe Manager - WofA).

SESIÓN 3

- China: Tendencias del mercado. Oportunidades para el Vino Argentino, por Sherry Pei (China Area Manager - WofA).
- Conclusiones generales.

Cada sesión contó con una instancia de Q&A dirigida, a fin de lograr el máximo aprovechamiento de los oradores y enriquecer el intercambio. Podrán acceder a las presentaciones en el siguiente link: <https://drive.google.com/drive/folders/1MhFMzym0xQquPrvjssdRwn7tQGijJolq?usp=sharing>

Durante el 17º ejercicio de la Entidad, se aprovechó la instancia de participación en SITEVINITECH como plataforma de visibilidad para comunicar y promover la incorporación de bodegas, en especial de pequeños y medianos productores, al grupo de bodegas exportadoras de la Argentina *“WofA Open House”* consistió en una serie de charlas virtuales sobre mercados (China y Estados Unidos), marketing digital y detalles



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

sobre la actividad de WofA y sus parámetros institucionales, para ofrecer información de los mercados vital para definir el rumbo de sus estrategias y, por otro lado, para que conozcan los beneficios de ser parte de la entidad.

Durante el 2021 la institución llevó adelante diversas iniciativas que contaron con el financiamiento de la Corporación Vitivinícola Argentina. Dada su calidad de Unidad Ejecutora del Plan Estratégico Vitivinícola 2030, Vinos de Argentina A.C. participó de las diferentes instancias y reuniones convocadas por la COVIAR, cumpliendo con los requerimientos e informes periódicos solicitados.

Esto puso de manifiesto una vez más el compromiso de Wines of Argentina de seguir trabajando en pos de la vitivinicultura argentina en su conjunto.

Mención aparte merece el trabajo sistemático de la institución por seguir apoyando y fortaleciendo la participación de bodegas de pequeña escala, ofreciendo beneficios en las condiciones de participación: fees diferenciales, cupos sin costo, instancias específicas para pequeños/as productores/as dentro de los eventos, entre otras.

En **2.2.2. Comisiones internas.**

WofA continuó apostando al trabajo con Comisiones Internas, como órganos de consulta y orientación del rumbo de la estrategia. En este sentido se destaca con fuerza el trabajo activo de la Comisión de China, integrada por bodegas que tienen presencia en el mercado y cuyo apoyo a la estrategia de comunicación implementada por WofA junto a la agencia local (Labbrand) resultó fundamental. Entre otros puntos, esta comisión avaló el inicio de las gestiones para que Vinos de Argentina A.C. pueda ser declarada como NGO (Organización No Gubernamental) en China, adquiriendo una personería jurídica local, lo cual permitirá a WofA favorecer las gestiones en el mercado y le otorgará mayor peso institucional.

En 2021 se generó un grupo de trabajo ad hoc integrado por autoridades de Vinos de Argentina y Bodegas de Argentina, que diseñó un proyecto de unión entre ambas instituciones. Se desarrollaron sendas instancias de intercambio. El proyecto fue sometido a consideración de los socios de ambas entidades, resolviendo el Directorio llamar a Asamblea extraordinaria de Vinos de Argentina A.C. para ser sometido a votación. A la fecha de cierre del ejercicio, el proyecto continuaba en proceso de evaluación y revisión.

2.2.3 Administración.



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

En el **17º ejercicio** la gestión de la estructura administrativa de la entidad continuó consolidándose, con un grado muy elevado de eficiencia.

Respecto del presupuesto, y teniendo en cuenta la situación de Pandemia que afectó a todo el mundo, se destinó una porción de las reservas para solventar los nuevos proyectos vinculados al marketing digital. Cabe destacar que durante el ejercicio se utilizaron menos recursos que los autorizados para tal fin en el presupuesto de 2021, dado que se logró la optimización de la pauta de marketing digital y las creatividades.

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.

Por otra parte, dando cumplimiento a los compromisos asumidos ante la COVIAR, durante el 17º ejercicio, Vinos de Argentina A.C. presentó la documentación para la auditoría de fondos de dicho organismo.

En el ejercicio 2021, se incorporaron **7 bodegas**, y otras tres completaron la documentación necesaria para efectivizar su alta en el ciclo 2022, mientras que **40 bodegas de diferentes partes del país decidieron sumarse provisoriamente en calidad de no socias como modo de transición previa a la membresía plena**. Se pone en evidencia de este modo el gran interés por parte del sector en el trabajo desarrollado por WofA a la hora de potenciar sus estrategias de promoción y posicionamiento en el mercado externo.

Finalmente, se extiende un agradecimiento al Equipo de trabajo de la entidad por su compromiso y profesionalismo a la hora de afrontar los nuevos desafíos que plantean las acciones de promoción en un contexto sumamente cambiante.

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° 17 INICIADO EL 1° DE ENERO DE 2021 Y FINALIZADO EL 31 DE DICIEMBRE DE 2021, COMPARATIVO CON EL EJERCICIO ANTERIOR.

Comisión Directiva

Presidente	Maximiliano Hernandez Toso
Vicepresidente	Sofia Perscarnosna
Tesorero	Mauricio Boullaude
Protesorero	Juan Marcó
Secretario	Francisco Do Pico
Prosecretario	Victor Marcantoni
Director titular	Roberto de la Mota
Director titular	Alberto Arizu
Director titular	Sol Asencio
Director titular	Guillermo Barzi
Director titular	Celeste Pesce
Director titular	Edgardo del Pópolo
Director titular	Jimena Molina
Director titular	Mónica Caamaño
Director titular	Rafael Calderón
Director titular	Julio César Viola
Director Suplente	Patricia Freuler de Ortiz
Director Suplente	Hervé Birnie Scott
Director Suplente	Ramiro Barrios
Director Suplente	Ignacio Squassini

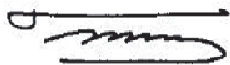
Revisores de Cuentas Titulares

Juan Caiti
Diego Levy
Claudia Piedrahita

Revisores de Cuentas Suplentes

Gianina Mozzicafreddo
Leandro Bastias
Roberto Luka

Firmado a los efectos de su identificación
con informe de fecha 4 de febrero de 2.022
BALTER Y ASOCIADOS
Mat. 13 - C.P.C.E. MZA.



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

Maximiliano
Hernandez Toso
Presidente

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

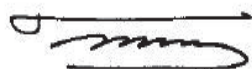
**ESTADO DE SITUACION PATRIMONIAL AL 31 DE DICIEMBRE DE 2021
COMPARATIVO CON EL EJERCICIO ANTERIOR**
(cifras expresadas en pesos)

	<u>2021</u>	<u>2020</u>
ACTIVO		
ACTIVO CORRIENTE		
Caja y Bancos (Nota 2.a)	24.789.401	32.528.502
Cuentas por cobrar (Nota 2.b)	22.280.209	38.601.289
Inversiones (Nota 2.c)	67.987.741	83.636.290
Otros créditos (Nota 2.d)	18.352.349	34.729.160
Total del activo corriente	<u>133.409.700</u>	<u>189.495.240</u>
ACTIVO NO CORRIENTE		
Bienes de uso (Anexo I)	1.353.584	1.448.617
Total del activo no corriente	<u>1.353.584</u>	<u>1.448.617</u>
Total del activo	<u><u>134.763.284</u></u>	<u><u>190.943.858</u></u>
PASIVO		
PASIVO CORRIENTE		
Cuentas por pagar (Nota 2.e)	26.309.191	7.023.802
Deudas sociales e impositivas (Nota 2.f)	5.537.523	8.325.672
Otros pasivos (Nota 2.g)	39.429.782	36.414.646
Total del pasivo corriente	<u>71.276.496</u>	<u>51.764.121</u>
Total del pasivo	<u>71.276.496</u>	<u>51.764.121</u>
PATRIMONIO NETO (según estado respectivo)	<u>63.486.788</u>	<u>139.179.737</u>
Total del pasivo y patrimonio neto	<u><u>134.763.284</u></u>	<u><u>190.943.858</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 4 de febrero de 2.022

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



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

Francisco Do
Pico
Secretaria

Juan Caiti
Rev.Ctas.Tit.

Maximiliano
Hernández
Toso
Presidente

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

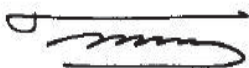
**ESTADO DE RECURSOS Y GASTOS
POR EL EJERCICIO FINALIZADO EL 31 DE DICIEMBRE DE 2021
COMPARATIVO CON EL EJERCICIO ANTERIOR
(cifras expresadas en pesos)**

	<u>2021</u>	<u>2020</u>
RECURSOS Y GASTOS ORDINARIOS		
RECURSOS ORDINARIOS		
Para fines generales (Anexo III)	159.327.276	181.374.016
Para fines específicos (Anexo III)	131.084.090	130.548.767
Total recursos ordinarios	<u>290.411.366</u>	<u>311.922.783</u>
GASTOS ORDINARIOS		
Gastos de promoción y desarrollo (Anexo IV)	(138.070.204)	(22.412.644)
Gastos de administración (Anexo IV)	(50.841.157)	(62.875.489)
Para fines específicos (Anexo IV)	(121.493.710)	(134.877.149)
Total gastos ordinarios	<u>(310.405.071)</u>	<u>(220.165.282)</u>
RESULTADOS FINANCIEROS NETOS Y POR TENENCIA	(55.699.242)	(40.536.746)
(Deficit) / Superávit ordinario del ejercicio	<u>(75.692.947)</u>	<u>51.220.755</u>
(Deficit) / Superávit final del ejercicio	<u>(75.692.947)</u>	<u>51.220.755</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 4 de febrero de 2.022

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



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

Francisco Do
Pico
Secretaria

Juan Caiti
Rev.Ctas.Tit.

Maximiliano
Hernández Toso
Presidente

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

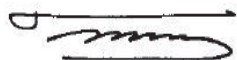
**ESTADO DE EVOLUCION DEL PATRIMONIO NETO
POR EL EJERCICIO FINALIZADO EL 31 DE DICIEMBRE DE 2021
COMPARATIVO CON EL EJERCICIO ANTERIOR**
(cifras expresadas en pesos)

Concepto	2021					2020
	Aportes de los Asociados			Superávit Acumulado		Total
	Capital suscripto	Ajuste de Capital	Total	Superávit No Asignado	Total	
Saldos al inicio del ejercicio	12.000	377.962	389.962	138.789.774	139.179.736	87.958.981
(Deficit) / Superávit final del ejercicio				(75.692.947)	(75.692.947)	51.220.755
Saldos al cierre del ejercicio	12.000	377.962	389.962	63.096.826	63.486.788	139.179.737

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 4 de febrero de 2.022

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



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

Francisco Do Pico
Secretaria

Juan Caiti
Rev.Ctas.Tit.

Maximiliano
Hernández
Toso
Presidente

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

**ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO
POR EL EJERCICIO FINALIZADO EL 31 DE DICIEMBRE DE 2021
COMPARATIVO CON EL EJERCICIO ANTERIOR
(Cifras expresadas en pesos)**

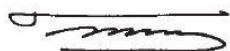
	<u>2021</u>	<u>2020</u>
Variaciones del efectivo		
Efectivo al inicio del ejercicio	116.164.791	68.539.459
Efectivo al cierre del ejercicio	92.777.142	116.164.791
Variación neta del efectivo	<u>(23.387.649)</u>	<u>47.625.332</u>
Causas de las variaciones del efectivo:		
<u>Actividades operativas</u>		
Aumentos		
Ingresos por Cobro de cuotas	165.637.807	188.710.114
Ingresos por Ferias y eventos	73.290.535	81.325.408
Ingresos Proyecto COVIAR	68.487.491	42.394.859
Ingresos de Organismos diversos	15.217	117.600
Disminuciones		
Egresos por Gastos de administración y promoción y desarrollo	(153.291.845)	(87.697.979)
Egresos por Eventos y Ferias	(56.059.700)	(74.280.093)
Egresos Proyecto COVIAR	(65.434.010)	(60.597.058)
Egresos por gastos financieros incluidos el RECPAM	(55.699.242)	(40.536.746)
Flujo neto de efectivo generado por las actividades operativas	<u>(23.053.748)</u>	<u>49.436.105</u>
<u>Actividades de inversión</u>		
Pagos por compras de bienes de uso	(333.901)	(1.810.773)
Flujo neto de efectivo (utilizado en) las actividades de inversión	<u>(333.901)</u>	<u>(1.810.773)</u>
Aumento neto del efectivo	<u>(23.387.649)</u>	<u>47.625.332</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 4 de febrero de 2.022

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



Carlos Mario Balter

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

Francisco Do
Pico

Secretaria

Juan Caiti

Rev.Ctas.Tit. Presidente

Maximiliano
Hernández
Toso

VINOS DE ARGENTINA ASOCIACIÓN CIVIL PARA LA PROMOCIÓN EXTERNA

NOTAS A LOS ESTADOS CONTABLES AL 31 DE DICIEMBRE DE 2021 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.

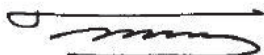
La preparación de estados contables de acuerdo con dichas normas contables requiere la consideración, por parte de la Dirección de "La Asociación", de estimaciones y supuestos que impactan en los saldos informados de activos y pasivos, la exposición de pasivos contingentes a la fecha de dichos estados,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

Las normas contables profesionales argentinas establecen que los estados contables deben ser preparados reconociendo los cambios en el poder adquisitivo de la moneda conforme a las disposiciones establecidas en las Resoluciones Técnicas N° 6, con las modificaciones introducidas por la Resolución Técnica N° 39 y por la Interpretación N° 8, normas emitidas por la F.A.C.P.C.E. y aprobadas por el Consejo Profesional de Ciencias Económicas de Mendoza. Estas normas establecen que la aplicación del ajuste por inflación debe realizarse frente a la existencia de un contexto de alta inflación, el cual se caracteriza, entre otras consideraciones, cuando exista una tasa de inflación acumulada en tres años que alcance o sobrepase el 100%, considerando para ello el Índice de Precios Internos al por Mayor (IPIM) publicado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC).

Los presentes estados contables reconocen los efectos de las variaciones en el poder adquisitivo de la moneda, de acuerdo con las normas contables profesionales vigentes establecidas por la Resolución N° 539/18 de la F.A.C.P.C.E. y adoptada por la Resolución N° 2063/18 del Consejo Profesional de Ciencias Económicas de Mendoza; como así también sus posteriores modificaciones, también aprobadas por el mencionado Consejo Profesional.

Firmado a los efectos de su identificación
con mi informe de fecha 4 de febrero de 2022

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



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

Maximiliano Hernandez Toso
Presidente

Se expresaron los estados contables en moneda de cierre utilizando el índice de reexpresión aprobado por la resolución de la F.A.C.P.C.E. anteriormente mencionada, resultando un empalme entre el IPIM y el Índice de Precios al Consumidor (IPC) Nacional.

De acuerdo a la normativa profesional vigente en materia de ajuste por inflación, mencionada en los párrafos anteriores, la asociación opta por exponer en el estado de resultados, los resultados financieros y por tenencia en una sola línea incluyendo los resultados por exposición al cambio en el poder adquisitivo de la moneda (en adelante RECPAM). La no apertura de los resultados financieros y por tenencia (incluido el RECPAM) no permite la determinación de las magnitudes reales de los diferentes componentes de los resultados financieros y por tenencia, ni tampoco las magnitudes nominales ajustadas por inflación de los mismos y el efecto del RECPAM sobre dichos resultados. Esta limitación impide la determinación de ciertos ratios habitualmente utilizados en el análisis de estados contables.

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° 41 modificada por RT N° 42 y los de exposición según RT N° 8 y 11:

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 2021.

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:

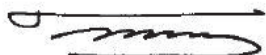
- Ganancias y costos financieros reales.
- Gastos bancarios
- Las diferencias de cambio generadas
- Ajuste por inflación.

2. COMPOSICION DE LOS PRINCIPALES RUBROS

Al 31 de diciembre de 2021 y 2020, la composición de los principales rubros es la siguiente:

Firmado a los efectos de su identificación
con mi informe de fecha 4 de febrero de 2022

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



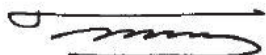
Carlos Mario Balter
Contador Público Nacional – UNC
Matricula 1972 C.P.C.E.MZA

Maximiliano Hernandez Toso
Presidente

	2021	2020
a) Caja y Bancos		
Caja en pesos	1.112.998	1.334.095
Banco Comafi cuenta corriente	-	15.476
ICBC Cta.cte.	12.879.086	15.682.387
Standard Bank Jersey (Anexo II)	10.215.041	12.625.868
ICBC caja de ahorro (Anexo II)	582.276	2.870.676
	<u>24.789.401</u>	<u>32.528.502</u>
b) Cuentas por cobrar		
Valores a depositar	4.141.216	5.846.687
Cuentas por cobrar (Anexo II)	24.443.651	39.757.865
Previsión para deudores morosos (nota 2.h)	<u>(6.304.658)</u>	<u>(7.003.263)</u>
	<u>22.280.209</u>	<u>38.601.289</u>
c) Inversiones		
ICBC - Cta inversión	51.574.867	64.133.734
Caja de Valores SBS	16.412.874	19.502.556
	<u>67.987.741</u>	<u>83.636.290</u>
d) Otros créditos		
Gastos a devengar	10.772.444	13.068.315
Créditos impositivos	5.547.132	72.712
Saldo total proyectos COVIAR (Nota 3)	<u>2.032.773</u>	<u>21.588.133</u>
	<u>18.352.349</u>	<u>34.729.160</u>
e) Cuentas por pagar		
Cuentas por pagar en pesos	16.992.796	1.858.374
Provisión para gastos	9.316.395	5.165.428
	<u>26.309.191</u>	<u>7.023.802</u>

Firmado a los efectos de su identificación
con mi informe de fecha 4 de febrero de 2022

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



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

Maximiliano Hernandez Toso
Presidente

f) Deudas sociales e impositivas		
Sueldos a pagar y provisión de vacaciones y bonos	3.333.057	6.698.426
Cargas sociales a pagar	1.928.724	1.530.815
Retenciones impositivas a pagar	275.742	96.431
	<u>5.537.523</u>	<u>8.325.672</u>
g) Otros pasivos		
Eventos y ferias 2021	39.429.782	36.414.646
	<u>39.429.782</u>	<u>36.414.646</u>
h) Previsión para deudores morosos		
La evolución del rubro es la siguiente:		
Saldo al inicio del ejercicio	7.003.263	2.236.132
Aumentos	(698.605)	4.767.131
Saldo al cierre del ejercicio (Nota 2.b)	<u>6.304.658</u>	<u>7.003.263</u>

3. CONVENIOS COVIAR

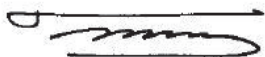
Vinos de Argentina AC para la Promoción Externa (VDA) ha suscripto durante el presente ejercicio un convenio con la Corporación Vitivinícola Argentina (COVIAR) en donde se designó nuevamente a Vinos de Argentina como unidad ejecutora en la Promoción de la Imagen del Vino Argentino en el Mercado Externo para el segundo semestre del año 2.021 y primer semestre del 2022, por un monto de \$ 22.532.773, quedando actividades sujetas a revisión para llegar al monto total del convenio de \$ 54.505.323.

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

	2.021	2.020
Proyecto COVIAR 2021/2022	2.032.773	
Proyecto COVIAR 2020/2021		21.588.133
	<u>2.032.773</u>	<u>21.588.133</u>

Firmado a los efectos de su identificación
con mi informe de fecha 4 de febrero de 2022

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



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

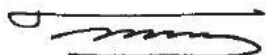
Maximiliano Hernandez Toso
Presidente

4 . SITUACIÓN COVID-19

En diciembre de 2019 se dio a conocer la aparición en China de un nuevo coronavirus SARS-CoV-2 (conocido como "COVID-19"), que con posterioridad al 31 de diciembre de 2019 se expandió prácticamente en todo el mundo. El 11 de marzo de 2020 la OMS declaró al brote de COVID-19 como una pandemia. La situación de emergencia sobre la salud pública llevó a que en los distintos países se tomaran diversas medidas para hacerle frente. El brote en sí mismo y las medidas adoptadas han afectado significativamente la actividad económica internacional con impactos diversos en cada país afectado y sectores de negocios. En el caso de la entidad, su actividad se encuentra afectada por distintas reglamentaciones del Poder Ejecutivo Nacional que dispusieron la suspensión de las actividades y servicios no esenciales, con flexibilizaciones paulatinas. A la fecha de aprobación de los presentes estados contables, la entidad ha podido mantener su actividad normal y los administradores estiman que esta situación generará impactos sobre las operaciones de la entidad, y los relacionan con las medidas tomadas para relentizar el efecto del brote y no con el brote en sí. Las incertidumbres en relación con los efectos, extensión y duración de esta cuestión, no permiten una estimación razonable de ese impacto a la fecha de aprobación de los presentes estados contables, lo que dependerá de la gravedad de la emergencia sanitaria y del éxito de las medidas tomadas y que se tomen en el futuro por parte del gobierno, y de las propias que instrumenten los administradores de la entidad.

Firmado a los efectos de su identificación
con mi informe de fecha 4 de febrero de 2022

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



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

Maximiliano Hernandez Toso
Presidente

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

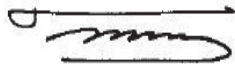
ANEXO I

**EVOLUCIÓN DE BIENES DE USO POR EL EJERCICIO FINALIZADO
EL 31 DE DICIEMBRE DE 2021
COMPARATIVO CON EL EJERCICIO ANTERIOR
(Cifras expresadas en pesos)**

Rubros	Valor al Inicio ajustados	Altas/bajas	Valor al Cierre	Amortizaciones			Neto 2021	Neto 2020
				Acum. al Inicio ajustada	Del ejercicio	Acum. al Cierre ejerc.		
Mejoras en inmuebles de terceros	3.225.351	-	3.225.351	3.225.351	-	3.225.351	-	-
Equipos de computación	3.944.002	333.901	4.277.903	2.495.385	428.934	2.924.319	1.353.584	1.448.617
Muebles y útiles	197.374	-	197.374	197.374	-	197.374	-	-
TOTAL 2021	7.366.728	333.901	7.700.628	5.918.111	428.934	6.347.044	1.353.584	
TOTAL 2020	5.555.955	1.810.773	7.366.728	4.847.033	1.071.077	5.918.111		1.448.617

Firmado a los efectos de su identificación
con informe de fecha 4 de febrero de 2.022

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



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

Francisco Do
Pico
Secretaria

Juan Caiti
Rev.Ctas.Tit.

Maximiliano Hernández Toso
Presidente

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

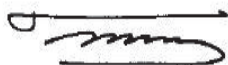
ANEXO II

**ACTIVOS Y PASIVOS EN MONEDA EXTRANJERA AL 31 DE DICIEMBRE DE 2021
COMPARATIVO CON EL EJERCICIO ANTERIOR**
(Cifras expresadas en pesos)

2021					2020
Rubros	Clase	Monto	Cambio vigente	Importe contabilizado en pesos	Importe contabilizado En pesos
ACTIVO CORRIENTE					
Caja y Bancos					
Bancos					
Standard Bank Jersey	Dólares	99.639	102,52	10.215.041	12.625.868
ICBC Caja de Ahorro	Dólares	5.680	102,52	582.276	2.870.676
				<u>10.797.317</u>	<u>15.496.544</u>
Cuentas por cobrar					
	Dólares	238.428	102,52	24.443.651	39.757.865
				<u>24.443.651</u>	<u>39.757.865</u>
Total activo corriente en moneda extranjera				35.240.968	55.254.408
Total activo en moneda extranjera				35.240.968	55.254.408

Firmado a los efectos de su identificación
con informe de fecha 4 de febrero de 2.022

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



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

Francisco Do Pico
Secretaria

Juan Caiti
Rev.Ctas.Tit.

Maximiliano
Hernández Toso
Presidente

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

ANEXO III

**DETALLE DE RECURSOS CORRESPONDIENTES AL EJERCICIO FINALIZADO EL 31 DE DICIEMBRE DE 2021
COMPARATIVO CON EL EJERCICIO ANTERIOR**

(Cifras expresadas en pesos)

RECURSOS ORDINARIOS

Para fines generales

	<u>2021</u>	<u>2020</u>
Ingresos por cuota social	27.485.568	36.274.803
Ingresos por cuotas sociales s/monto de exportaciones	131.841.708	145.099.213
Total de recursos para fines generales	<u>159.327.276</u>	<u>181.374.016</u>

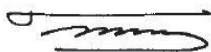
Para fines específicos

Ingresos por Eventos y Ferias	62.581.382	68.875.842
Proyecto COVIAR 2021/2022	22.532.773	-
Proyecto COVIAR 2020/2021	45.954.718	22.632.124
Proyecto COVIAR 2019/2020	-	38.923.201
Ingresos diversos	15.217	117.600
Total de recursos para fines específicos	<u>131.084.090</u>	<u>130.548.767</u>

TOTAL DE RECURSOS ORDINARIOS	<u>290.411.366</u>	<u>311.922.783</u>
-------------------------------------	---------------------------	---------------------------

Firmado a los efectos de su identificación
con informe de fecha 4 de febrero de 2.022

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



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

Francisco Do Pico Juan Caii
Secretaria Rev.Ctas.Tit.

Maximiliano
Hernández Toso
Presidente

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

ANEXO IV

**DETALLE DE GASTOS CORRESPONDIENTES AL EJERCICIO FINALIZADO EL 31 DE DICIEMBRE DE 2021
COMPARATIVO CON EL EJERCICIO ANTERIOR**
(Cifras expresadas en pesos)

Gastos generales de administración, promoción y desarrollo

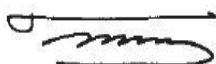
	2021			2020
	Total	Gastos de promoción y desarrollo	Gastos de administración	Total
Gastos por eventos y ferias	3.967.641	3.967.641	-	8.117.680
Marketing digital pauta	55.216.419	55.216.419	-	-
Marketing digital honorarios	34.528.651	34.528.651	-	-
Gastos generales para fines de promoción	44.357.493	44.357.493	-	14.294.964
Sueldos del personal y cargas sociales	32.199.449	-	32.199.449	46.896.544
Gastos de oficina	1.801.512	-	1.801.512	2.759.279
Honorarios	5.034.668	-	5.034.668	4.745.193
Teléfonos y comunicaciones	659.131	-	659.131	1.716.733
Deudores incobrables	5.544.975	-	5.544.975	1.348.250
Mantenimiento	9.428	-	9.428	42.452
Impuestos y tasas	158.758	-	158.758	178.452
Depreciación de bienes de uso	428.935	-	428.935	1.071.077
Gastos de representación	112.178	-	112.178	993.472
Gastos y comisiones bancarias	4.297.109	-	4.297.109	2.710.877
Viáticos y movilidad	595.014	-	595.014	413.159
Total de Gastos Generales 2021	188.911.361	138.070.204	50.841.157	
Total de Gastos Generales 2020		22.412.644	62.875.489	85.288.133

Gastos para Fines Específicos

	2021
Gastos de Eventos y Ferias	56.059.700
Proyecto COVIAR	65.434.010
Total de Gastos para fines específicos	121.493.710
TOTAL DE GASTOS ORDINARIOS	310.405.071

Firmado a los efectos de su identificación
con informe de fecha 4 de febrero de 2.022

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



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

Francisco Do Pico
Secretaría

Juan Caiti
Rev.Ctas.Tit.

Maximiliano
Hernández Toso
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 2021 y el 31 de diciembre de 2021, 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 2021 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.

Juan Caiti

Diego Levy

Claudia Piedrahita



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 2021 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 2020 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 2021, 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.

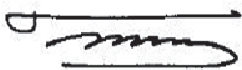
Informe sobre otros requerimientos legales y reglamentarios

a) Según surge de los registros contables de la entidad, el pasivo devengado al 31 de diciembre de 2021 a favor del Sistema Integrado Previsional Argentino en concepto de aportes y contribuciones previsionales ascendía a \$ 947.190, 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, 4 de Febrero de 2.022.-

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.