



Maestría administración de empresas
Mención dirección estratégica
Universidad de Belgrano

Diciembre de 2018

Constantin Gully Valdenaire
ID: 000-15-9456
Tutora: Dra. M. Griselda Lassaga

Tesis de doble diploma

PLAN DE NEGOCIOS
VINO EXPORTACIÓN ARGENTINA



Resumen ejecutivo

Vino Exportación Argentina SRL es una empresa argentina ubicada en la ciudad de Mendoza. Se dedica a la exportación de vinos argentinos a través un proceso de búsqueda de productores argentinos y de conexiones con canales de distribución en China. Propone a sus clientes argentinos, un servicio de asesoramiento, de soporte y de intermediario entre los productores locales y los compradores chinos.

VEA cree en sus habilidades para desarrollar el conocimiento y el gusto de los vinos argentinos en el Imperio Oriental.

De acuerdo con las estadísticas de crecimiento de la demanda en vino del mercado chino desde hace dos décadas, la empresa quiere aumentar sus actividades a medida de los años en esta estructura de pequeña empresa (6-10 empleados).

Su colaboración con el grupo Ausmate (australiano-chino) le permite adquirir los contactos llaves en China y su experiencia en este mercado. Los vínculos profesionales y personales entre los ejecutivos ofrecen una oportunidad claramente identificada de negocios donde las fortalezas de sus empresas se combinan en un servicio original, seguro y atractivo. Los servicios de VEA son muy distintos de la competencia y llena el hueco entre los compradores y productores.

VEA cree en la fortaleza de los viticultores argentinos en un mercado en crecimiento para cumplir objetivos altos pero alcanzables. En un entorno político y económico difícil, las oportunidades internacionales parecen más interesantes.

En este caso, el gerente y accionista principal desea fomentar sus objetivos iniciales de 18 contenedores al año a través una política de precio única de ARS 50/botella exportada para alcanzar un resultado neto de ARS 217 129 al fin del primer ejercicio. Gracias a un sistema interno involucrando las tareas de telemarketing de 3 becarios y el seguimiento del responsable comercial directamente con los productores interesados en sus viñedos y en la oficina central de VEA, buscan, encuentran y acompañan los clientes del inicio hasta las ventas finales. Además, la promoción B2B sobre las revistas y las redes sociales profesionales permite tocar un gran número de profesionales y desarrollar un boca a boca favorable al negocio. Al mismo tiempo, el gerente y el responsable de las operaciones con China logran el otro lado del negocio con las tareas administrativas y la comunicación directa con los canales de distribución en China. Esta división del trabajo permite lograr los papeles de intermediario y de facilitador de negocios que crean valor a este negocio como las piedras angulares.

Agradecimientos

En un primer lugar, quiero agradecer a Ausmate Pty Ltd y particularmente West Du y Lukas Cole que colaboran en la elaboración de este plan de negocios y permiten conseguir informaciones relevantes para arrancar una actividad de exportación.

Quiero agradecer a la Universidad de Belgrano Señora Griselda Lassaga que sigue el desarrollo de la tesis desde la idea inicial.

También, a mis compañeras de clase, Manon Royere y Lucie Hontaa por el apoyo cotidiano en la creación del plan.

Quiero agradecer al señor Carlos Trabado por su ayuda en las correcciones y sus consejos al nivel de la escritura en castellano.

Finalmente, a mi familia, que apoyó la idea de este intercambio final.

Tabla de contenido

Resumen ejecutivo	1
Agradecimientos	2
I. Presentación de VEA.....	5
1. ¿Quiénes son?	5
a) Estatuto jurídico	5
b) Organigrama y funciones	5
c) Ubicación	7
d) Colaboración con Ausmate	8
e) Necesidades materiales	9
2. ¿A qué se dedica su negocio?	10
a) Visión	10
b) Misión	11
c) Objetivos.....	11
3. El modelo de negocio en una mirada.....	13
II. Análisis.....	14
1. PESTEL	14
a) Político	14
b) Económico	14
c) Social	14
d) Tecnológico	15
e) Ecológico	15
f) Legislativo.....	16
2. 5 fuerzas de Porter	21
3. FODA.....	22
4. Cadena de valor	22
III. Estrategias de ventas	24
1. STP	24
a) Segmentación.....	24
b) Targeting.....	24
c) Posicionamiento	25
2. Plan de marketing.....	25

a) Producto/Servicio.....	25
b) Precio.....	25
c) Punto de venta.....	26
d) Promoción.....	26
IV. Recursos.....	28
1. Recursos humanos.....	28
2. Oficina.....	29
3. Coche	30
4. Mobiliario y computadoras.....	31
V. Finanzas	32
1. Financiamiento inicial	32
2. Amortizaciones	33
3. Tiempo de entrega y pagamiento.....	35
4. Cálculo del nivel de comisión	37
5. Previsiones de ventas y break-even point.....	37
6. Previsiones financieras.....	39
7. Estados financieros	40
VI. Conclusión y recomendaciones.....	45
Bibliografía.....	46
Anexos.....	49
1. Bases de datos	49
2. Colaboración y vínculos entre Ausmate y VEA.....	50
3. Lista de los exportadores argentinos en 2011	51
4. Tabla de amortización	62
5. Estados financieros	63

I. Presentación de VEA

1. ¿Quiénes son?

En 2017, personalmente el gerente Constantin Gully Valdenaire hizo dos pasantías en España y en Australia, durante las cuales tuvo la oportunidad de entender la esencia del negocio de la exportación. Además, el trabajo con *Ausmate Pty Ltd* en Canberra le enseñó las tareas de coordinar la búsqueda de productores de vino australiano interesados en exportar sus producciones en otros países. Esta empresa tenía su interés y los canales de distribución en China, por lo tanto, el modelo de negocio se basó en poner en contacto de manera directa a los proveedores australianos con los potenciales compradores chinos. Además, se observó que el consumo de vino en China fue creciendo y los aranceles a la importación de vinos australianos bajaron hasta 0% en 2019 (Taylor, 2017); tendencia continúa como consecuencia de los acuerdos de libre comercio. Consecuentemente, se optó por desarrollar una actividad similar en un país del Nuevo Mundo¹, países que poseen una producción y una cultura vitivinícola muy fuerte.

La selección recayó, en el website de Vino Exportación Argentina. Esta es una consultoría internacional, que se dedica a desarrollar el negocio de los productores argentinos, a través de exportación hacia Asia. Por lo tanto, este plan de negocios apunta a presentar la idea de negocio y describir el proceso en la generación de valor, en sus operaciones y tácticas empresariales.

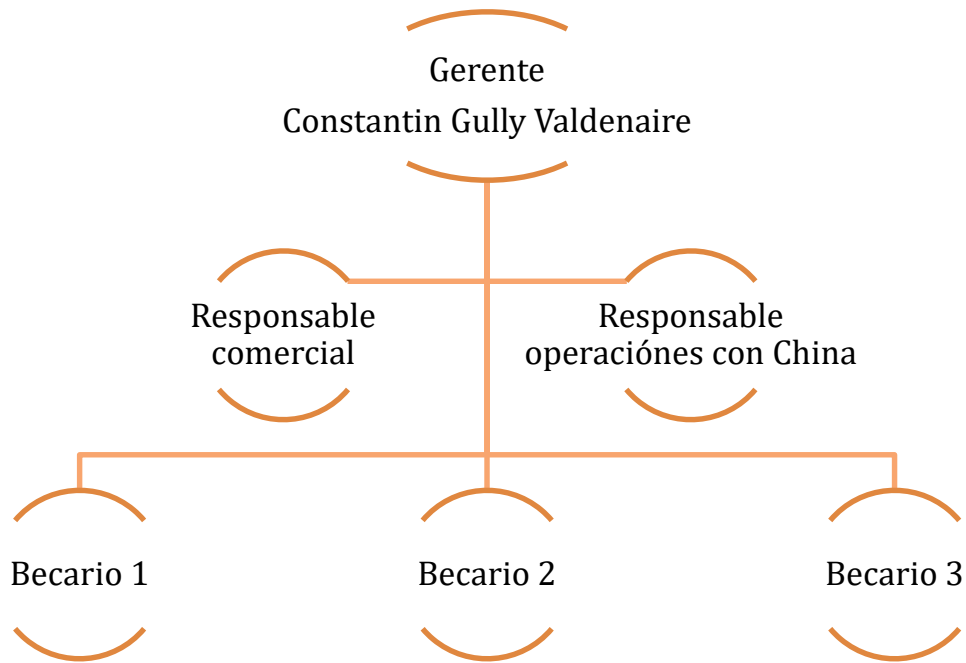
a) Estatuto jurídico

VEA será registrado sobre el estatuto jurídico Sociedad con Responsabilidad Limitada. Esta elección de estatuto corresponde en el hecho que los socios prefieren una incorporación restringida de otros socios es decir que las cuotas no son negociables. No se pueden vender sin el acuerdo de los otros socios. Permitirá estabilidad a la organización. Además, la administración es más sencilla que ella de una Sociedad Anónima, lo que descargará el gerente de tareas adicionales. Finalmente, no necesitan un aporte inicial muy importante donde los empleados de la empresa son el recurso esencial (Von, 2015). Su denominación legal es “Vino Exportación Argentina SRL” (Wonder legal, 2018).

b) Organigrama y funciones

En primer lugar, se presenta el organigrama y las descripciones de las tareas asignadas a cada empleado.

¹ En la viticultura, se denominan «vinos del nuevo mundo» a los vinos procedentes de áreas fuera de los viñedos de Europa, como son Argentina, Chile, Estados Unidos, México, Perú, Uruguay, Canadá, Australia, Nueva Zelanda y Sudáfrica.¹² Es un concepto que se contrapone a la clasificación de los «vinos del viejo mundo» (Anderson, 2003)



Título del puesto	Descripción
Gerente	<ul style="list-style-type: none"> - Administración - Contabilidad - Política de comunicación - Negociación y coordinación con Ausmate - Logística y exportación
Responsable comercial	<ul style="list-style-type: none"> - Supervisión becarios y prospección telefónica - Contratación nuevos becarios - Viajes comerciales y ferias profesionales
Responsable operaciones con China	<ul style="list-style-type: none"> - Comunicación con los canales de distribución en China - Negociación con compradores directos en China - Coordinación con los equipos de Ausmate en China - Traducción de la información y de los documentos de promoción del mandarín al castellano
Becarios	<ul style="list-style-type: none"> - Búsqueda de información para hacer estudios de mercado, agendas comerciales. - Creación de bases de datos (ver anexo 1) - Prospección telefónica en Argentina - Redacción de informes finales de proyecto - Dinamización de nuestras redes sociales profesionales y comunicación.

Se emplea 2 o 3 becarios siguiendo una carrera en negocio o ventas que requieren experiencia profesional. Esta estrategia permite a la empresa no gastar demasiado dinero en salarios. Sin embargo, es muy importante emplear un responsable comercial (hombre o mujer) con amplia experiencia en desarrollo de negocios y prospección directa en el mercado internacional. Esta posición tiene la carga de supervisar a los becarios y trabajar con ellos para constituir agendas comerciales que le permite optimizar sus desplazamientos para gestionar clientes y clientes potenciales. En su mayoría es el contacto privilegiado de los clientes, en el proceso desde el primer encuentro (física o telefónicamente) hasta la firma del contrato. De esta manera se considera el contexto cultural, se comprende los valores y creencias locales y regionales; a modo de ejemplo: los hábitos, las técnicas y las conversaciones en torno a la toma de decisiones de los negocios en dicha cultura.

No obstante, los desplazamientos profesionales son autorizados solamente cuando se tenga una cantidad suficiente de clientes, con medida para reducir los gastos. Prioriza los contactos utilizando e-meetings para asegurarse del interés real de estas empresas.

Finalmente, el aspecto internacional del negocio incluye dos actores clave:

- un empleado nativo de China con experiencia en negocio que ayuda a la constitución de nuevas relaciones en China, de la mejora de nuestra oferta en acuerdo con las costumbres específicas y de las traducciones al mandarín. Gracias al socio australiano-chino Ausmate (ver 1.c.) de VEA, no necesita viajar a China. Este responsable de las operaciones con China es encargado de las relaciones con los equipos de Ausmate que buscan a nuevos compradores y también con sus canales de distribución actuales.
- El gerente se encarga de gestionar la logística desde Argentina hasta los compradores transpacíficos con las empresas de transporte y transporte marítimo (*shipping*).

Resumiendo, el gerente trata las tareas administrativas y contables así como de la comunicación y colaboración con el socio Ausmate en China. Señor Gully Valdenaire fija los objetivos, los procedimientos de prospección para los becarios y su seguimiento. Tiene que validar las agendas comerciales y fijar el presupuesto de estas operaciones.

c) Ubicación

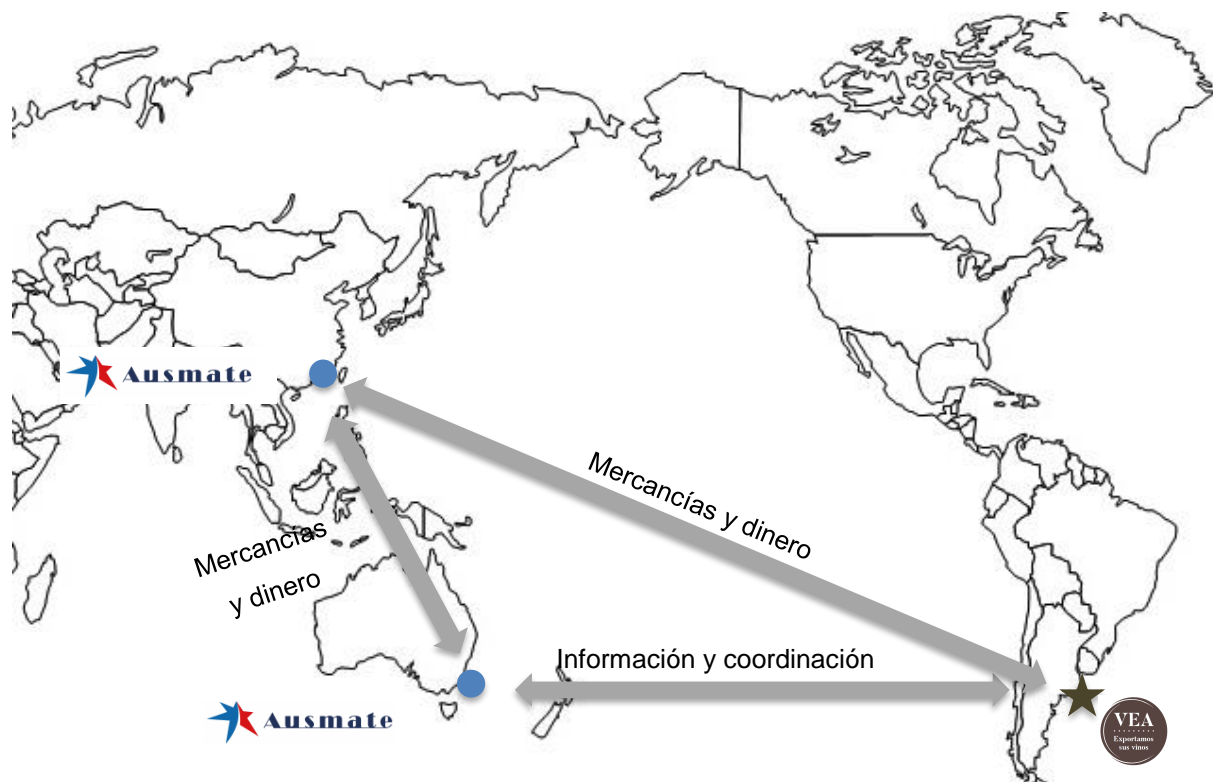
La oficina de VEA esta ubicada en Mendoza al centro de las regiones productoras de vino. Esta ubicación estratégica permite ponerse en contacto con los viticultores de una forma más eficiente. El responsable comercial puede visitar directamente a los clientes en sus viñedos cerca de Mendoza y, con el equipo comercial recibir en su oficina, los actores del sector. Además, benefician de la proximidad con las oficinas de las empresas de transporte y "shipping" como, por ejemplo, la firma francesa CMA CGM que tenga una oficina en Mendoza ("Argentina - Oficinas & contactos", 2018). Eso facilita la comunicación y así el negocio.



Fuente: <http://www.catadelvino.com>

d) Colaboración con Ausmate

Para hacer negocio en China, las relaciones con los compradores y distribuidores son muy importantes. Así el acuerdo de colaboración con Ausmate es fundamental para lograr al éxito con VEA. El mapa siguiente permite entender el funcionamiento de esta colaboración y de diferenciar ambas organizaciones.



Fuente: elaboración propia

La oficina central de VEA colabora con su socio Ausmate al nivel informal y formal con intercambio de información sobre el mercado, los cambios de gustos del cliente meta o de las tendencias futuras en China. Es importante mostrar que ambas organizaciones son totalmente distintas, aunque VEA se beneficie de las cadenas de distribución del grupo chino-australiano (más de 50 socios en China)² como también de la ayuda de sus equipos en China en cambio de un porcentaje de 10% de las comisiones después del primer año de negocio en acuerdo con los ejecutivos de Ausmate (discusión privada entre el gerente de VEA y Sr. West Du, director de las operaciones del grupo, 13 de noviembre 2018). Ver anexo 2 para las fotografías de los vínculos entre ambas empresas.

e) Necesidades materiales

Esta parte presenta las necesidades materiales que son obligatorias para arrancar las actividades comerciales (se presenta los costos en la parte presupuesto y estados financieros):

- Oficina en Mendoza con capacidades de expansión
- Mobiliario
- Equipos para procesos de información (computadoras)
- Un coche para la responsable comercial y sus desplazamientos

² <https://www.ausmategroup.com/chinese-distributors/>

2. ¿A qué se dedica su negocio?

a) Visión

Vino Exportación Argentina se dedica a promover el terruño argentino fuera de sus fronteras a través del desarrollo comercial de sus productores de vinos y productos alimentarios sobre el mercado asiático. Cree en las oportunidades internacionales para los actores locales. VEA quiere caminar mano a mano con sus clientes hacia un éxito profesional. Se dedica a encontrar vínculos y relaciones comerciales que podrán beneficiar a la comunidad argentina en palabras de empleos, ingresos e intercambios.

En este mundo ultra conectado y donde el negocio internacional ofrece una competencia fuerte entre países y empresas, quiere superar las barreras de entrada en nuevos mercados para pequeños y medianas empresas así que acompañar a los más grandes a encontrar compradores gracias a sus contactos.

El sector actual del vino se desarrolla masivamente en los países meta. En adición con la baja de los aranceles aduaneros, Argentina puede competir con una ventaja competitiva contra los países tradicionales europeos y luchar contra sus rivales del Nuevo Mundo como Chile, Australia o Nueva Zelanda.

Se dedica a seguir constantemente sus clientes desde el primer encuentro hasta la entrega de sus productos y el pagamiento de los compradores. Cree en el desarrollo de relaciones a largo plazo con sus socios más que en ventas únicas sin seguimiento. Quiere establecer confianza, franquicia y transparencia entre ambas partes.

Vino Exportación Argentina busca oportunidades y acompaña sus socios hacia éxito.

b) Misión



c) Objetivos

Corto plazo:

- Creación de una base de datos (1 mes)
- Organización de viajes comerciales (3 meses) → 1 viaje/mes al principio
- Búsqueda de 15/20 productores interesados (3 meses)
- Establecimiento contacto con *Wines of Argentina*, la organización mendocina que junta las bodegas argentinas y ofrece herramientas de comunicación y promoción al desarrollo afuera a sus socios (<http://www.winesofargentina.org>)

Medio plazo:

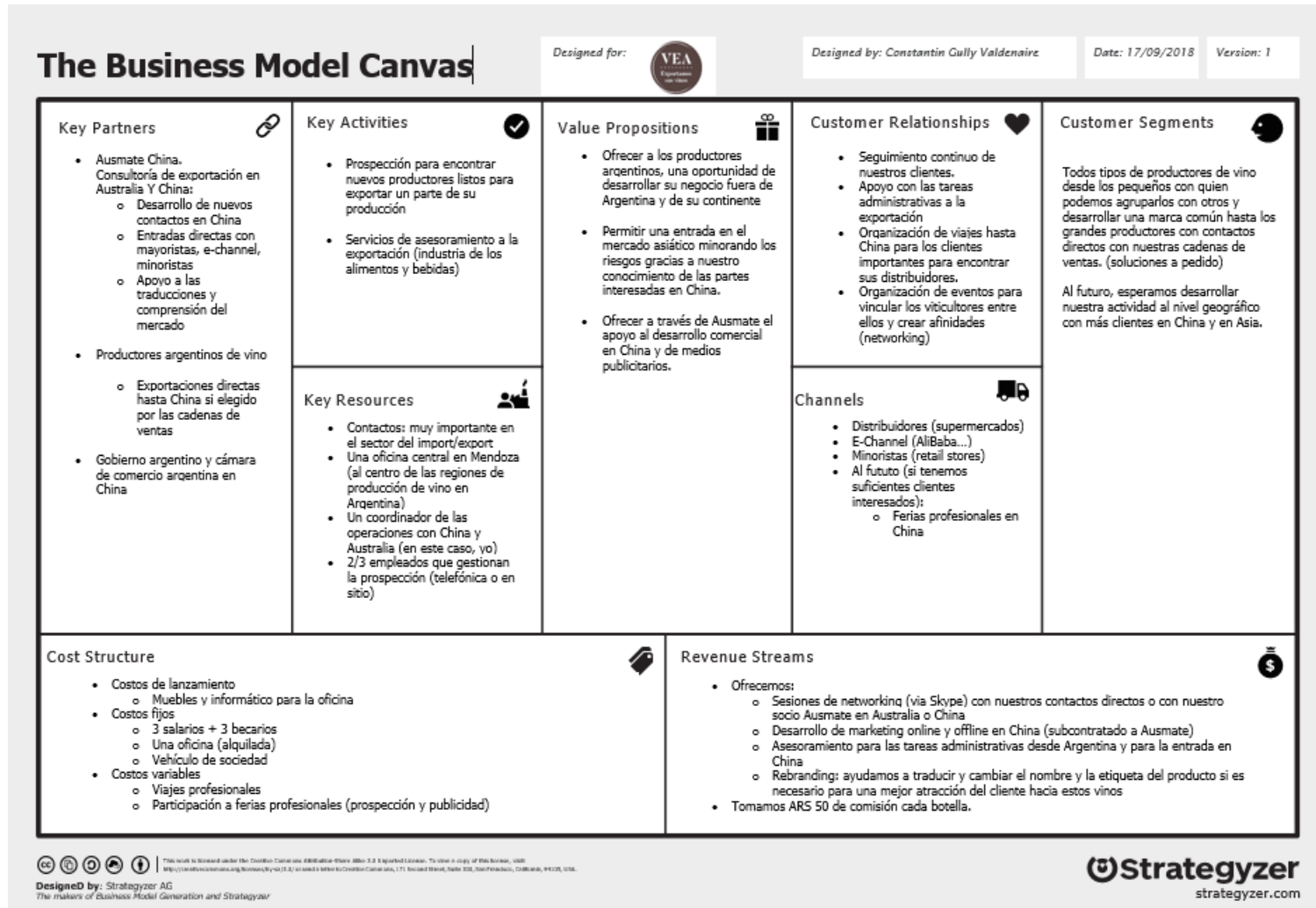
- Firma de 6 contratos de exportación con productores → 6 ventas en China > +30 000 botellas (+/- 5 contenedores) (6 meses)
1 contenedor = 11 paletas EURO de 528 botellas → 5 808 botellas de 75cl
- Firma de 18 contratos (12 mes)
- Cobertura de nuestros costos (12 mes)

Largo tiempo:

- Desarrollar su política RSE con involucramiento de las comunidades y para la promoción del respeto al medio ambiente. (18 meses)

- Ofrecer a sus clientes la oportunidad de viajar a China para mejorar relaciones comerciales y desarrollar sus marcas. (18/24 meses)
- Establecer directamente una “joint-venture” en China para facilitar nuestras operaciones y las operaciones de los productores argentinos (60 meses)
- Establecer nuestra presencia en Chile (una oficina)
 - ⇒ Oportunidad de crear sinergias con los productores argentinos (60 meses): economía de escala (marketing y logística común)

3. El modelo de negocio en una mirada



Fuente: elaboración propia

II. Análisis

1. PESTEL

a) Político

Al nivel político, el mercado argentino sufre de la política del gobierno de Macri que considera el vino como una amenaza por la salud más que como producto de un sector estratégica para las economías de las regiones vitícolas. Desde 2017, prohibió las publicidades a favor del consumo de bebidas alcohólicas en la ciudad de Buenos Aires, un lugar de consumo muy importante a nivel nacional (Wasilevsky, 2018). Además, añadimos la subida del impuesto que no fomentó el consumo nacional, en su mayoría durante tiempos de crisis económica y de hiperinflación. Sin embargo, gracias a sus negociaciones, el gobierno eliminó este impuesto, pero esto mostró los problemas entre ambas partes que no facilitarían las relaciones posteriores.

El nivel de aranceles entre Argentina y China es muy importante también. Con una tasa promedio de 14% de arancel (Iñigo, 2018), los vinos argentinos tienen una gran desventaja ante los países como Nueva Zelanda, Australia y Chile que son “tax free” a la exportación de vino hacia China.

b) Económico

Las economías de ambos países son muy distintas. Por un lado, Argentina sufre hoy en 2018 de una crisis interna dada a una hiperinflación del peso y de la devaluación de su divisa comparado al dólar estadounidense. Los economistas predicen una inflación al fin del año de 45% en total es decir un fenómeno que no ha ocurrido desde hace 27 años (Gasalla, 2018). Así combinado El sitio web Vinetur publicó un artículo sobre el tema del Mercado del vino en China en 2018. El sitio especializado en el sector vinícola muestra que las ventas de vino sobre suelo chino van a crecer de 5% comparado a las cifras de 2017. Sin embargo, la tendencia mundial es una bajada importante del consumo (- 8,2% comparado a 2016) según la estudio Panorama del EAE Business School. Aunque hay una bajada a nivel mundial, China sigue siendo el líder en consumo de vino con 48,2 millones de litros consumidos en 2016 comparado con el consumo de 32,2 millones en Europa (Vinetur, 2018). Su gráfico también propone una ilustración del crecimiento del consumo en China desde hace 5 años. Pasando de 40 millones en 2014 hasta 48,2 en 2018, este mercado ha crecido cerca de un 17% sobre 5 años.

c) Social

El entorno social en Argentina sigue siendo desigualitario a causa de los problemas de corrupción que no permiten a las poblaciones pobres disfrutar de la creación de valor en el país y también

de la crisis económica actual. Sin embargo, durante los 15 últimos años, el nivel de gente sobre la línea de pobreza bajó de 54% hasta menos de 20% en 2015 (Minujín & Ferrer, 2018). Se observó una reducción de 60% entre 2003 y 2015 de la pobreza en las zonas urbanas. Los académicos muestran que, a través de indicadores como el índice Gini, las desigualdades han bajados durante este periodo y la diferencia entre los 20% más ricos y los 20% más pobres se ha reducido, pasando de 21,6 veces hasta 8,9 veces en 2015. Sus mejoras se pueden ver en la educación, la salud o la calidad de vida que implementan un entorno más sostenible para las familias argentinas y su futuro. Estas cifras son reveladores de la mejora de la situación social en Argentina, aunque todavía mucha gente se encuentra luchando para satisfacer sus necesidades básicas.

Vinculado con el ambiente económico, la parte social sigue las tendencias económicas del país y ahora en el contexto de hiperinflación y devaluación, se ve un recrudecimiento de gente en situación de dificultad. El presidente de la República Argentina aún admitió en agosto el alza de la pobreza en el país: “Lamentablemente, con esta devaluación que tuvimos, trajo un rebote en la inflación, y la inflación es el mayor generador de pobreza, con lo cual vamos a ver qué parte de lo que habíamos conquistado como reducción de pobreza lo vamos a perder” (HISPANTV, 2018).

d)Tecnológico

El sector de la viticultura en Argentina se beneficia de un nivel de tecnología avanzada que les permite competir ante los productores tradicionales de vino españoles, franceses e italianos. Además, las empresas invierten en la parte investigación y desarrollo con el objetivo de proponer a sus clientes un vino de calidad que se compara a los grandes vinos europeos. Estas empresas trabajan en conjunto con universidades locales y clústeres con la perspectiva de perfeccionar sus procesos y productos. Así no todas bodegas pueden invertir en esto, pero muchas empresas que quieren crecer y exportar están ahora invirtiendo o pensando a invertir en el I+D (Ecole Muscadelle, 2012). Además, el gobierno participa en el financiamiento de un parte del I+D a través del FONDAR y trabajan en colaboración con polos tecnológicos como el INTA y el INTI (Instituto Nacional de Tecnología Agrícola e Industrial).

e)Ecológico

Argentina, con la firma de compromisos al nivel del medio ambiente como los acuerdos de París o al Agenda 2030, es un modelo para América Latina. El director del PNUMA (Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente), Leo Heileman mostraba en 2016 el papel del Gobierno argentino en el desafío ecológico. Gracias a su gabinete de cambio climático, prometieron reducir los gases de efecto invernadero de 15% sin apoyo internacional y 30% con apoyo internacional. El director del programa para la zona América Latina y Caribe le calificó de

ejemplo, modelo para la región que tiene el liderazgo en términos de impacto ambiental (ONU, 2016). A dentro del país, el gobierno implementó una serie de medidas para proteger el medio ambiente con programas de protección de la biodiversidad, de los bosques y suelos o también políticas de desarrollo de fuente de energías sustentables como aerogeneradores, gestión de los residuos... (Gobierno de la Nación Argentina, 2018).

El enfoque ecológico del gobierno se refleja sobre el desarrollo de vinos con ayudas a la promoción del vino orgánico. Por ejemplo, el ministerio de la agroindustria apoya a la iniciativa del organismo “Vinos más sustentables” que quiere juntar a las bodegas que producen de manera sustentable y promover las acciones en favor de un proceso, una producción y un producto amigable con el medioambiente. Proteger y reducir el impacto de la producción viticultura sobre la tierra (Vinos orgánicos, 2018).

f) Legislativo

Fuentes:

("Exportación de productos en China", 2018)

El proceso de exportar vino necesita precisión y rigor al nivel administrativo que necesita mucho tiempo en tareas administrativas para registrarse con las autoridades competentes. En este caso, el papel de VEA es ayudar a los productores en sus tareas y facilitar este proceso gracias a nuestras habilidades. Los párrafos siguientes explican brevemente el proceso administrativo acá en Argentina (Gobierno de la Nación Argentina, 2018) y en China.

En Argentina

I. Inscripción en registros

1. Inscribirme en el Registros de Importadores y Exportadores de la República Argentina en la DGA

El primer paso es inscribirte en el Registro en la DGA, con lo que se habilitará automáticamente la cuenta en el BNA.

2. Inscribirme como Exportador de Productos Vitivinícolas en el INV

Si querés exportar productos vitivinícolas tenés que inscribirte previamente en el Registro de Exportadores del Instituto Nacional de Vitivinicultura (INV).

II. Certificados

3. Solicitar Análisis de Exportación en el INV

Para realizar cualquier tipo de exportación de productos vitivinícolas tenés que solicitar el Análisis de Exportación del INV.

4. Solicitar certificado del CATEM para embalajes de madera

Los embalajes de madera y soportes del mismo material a usar en tus envíos de exportación requieren contar con el Certificado del CATEM que otorga el SENASA a empresas madereras.

5. Obtener el Certificado de Origen A por inscripción en el Sistema Generalizado de Preferencias (SGP)

El Sistema Generalizado de Preferencias (SGP) consiste en el otorgamiento, por parte de países desarrollados, de preferencias arancelarias para determinados productos exportados desde países en vías de desarrollo.

6. Solicitar Certificado de Origen en entidades habilitadas para su emisión

El certificado de origen es un documento que garantiza que la mercadería exportada es originaria de la Argentina en los términos dispuestos en el respectivo Acuerdo Comercial, y te permite gozar de un tratamiento arancelario preferencial como exportador, en caso de que nuestro país haya firmado acuerdos comerciales con el país de destino.

7. Tramitar la Legalización de Certificados para Exportar a determinados países

Es un requisito establecido por algunos países para determinados productos importados. Como exportador tenés que legalizarlos en el consulado del país de destino para cumplir con esta exigencia.

III. Generación y operación con Permiso de Embarque

8. Generar y presentar Declaración de Destinación de Exportación

La Declaración de Destinación de Exportación, conocida también como permiso de embarque permite que la mercadería pueda salir del país rumbo a destino. La tramitás vos como exportador o a través de un despachante de Aduanas.

9. Ingresar a Portal VUCE y cargar datos requeridos por el INV

Luego de realizar la destinación de exportación en el Sistema Informático Malvina (DGA) deberás ingresar al portal VUCE para incorporar en ella los datos requeridos por el Instituto Nacional del Vino (INV), organismo que aprobará o no dicha destinación.

10. Solicitar Certificados en el INV

En caso de que el comprador o las autoridades sanitarias o aduaneras del país de destino te exijan la presentación de certificados especiales (de calidad, libre venta, origen, zona de producción, tenores de cloro y sodio, VI-1), podés tramitarlos ante el INV.

IV. Finalización del proceso de exportación

11. Realizar los controles aduaneros y recibir la asignación de canal

Con la destinación de exportación oficializada, como declarante te presentás ante el Servicio Aduanero, quien realiza un examen preliminar de la documentación. Si los controles resultan conformes, el mismo Servicio efectuará la presentación de la destinación y el sistema SIM automáticamente le asignará un canal de selectividad.

V. Pasos post-exportación

12. Autorizar el ingreso de divisas

Los plazos para la liquidación de las divisas de cobros de exportaciones de bienes se cuentan a partir de la fecha del cumplimiento de embarque. Vos como exportador o bien tu despachante deben designar una entidad financiera autorizada como Banco de seguimiento, en el momento de oficializar la destinación en el Sistema MALVINA.

En China ("¿Cómo exportar vino a China?", 2013)

- I. El comprador chino debe disponer de la licencia para distribuir vinos en China y la licencia de importación/exportación.

“Sabemos por experiencia, que hubo muchos vendedores de vino y otras bebidas alcohólicas, que ha tenido problemas por falta información respecto al comprador chino o no haber hecho una debida verificación de la licencia importación del comprador chino. Resultado: una vez llega la mercancía al Puerto Chino, no puede pasar los controles de aduana y sanidad por falta de la licencia de importación.”

- II. Es imprescindible el requisito del etiquetado correcto, que tiene que llevar las botellas de vinos de cara al consumidor chino, las cuales tiene que ser desuñadas según las normativas chinas.

¿Cuáles son algunos de los requisitos principales?

por ejemplo: nombre del importador, nombre del vino en China, cantidad por botella en mililitros, el porcentaje de alcohol (o grado de alcohol) que dispone el vino. Además, el etiquetado para

una botella de 750ml, no puede ser utilizada para una de botella de 1 litro o diferentes clases de vinos.

“Importante recordar: Si no tiene el etiquetado correcto y certificado de etiquetado por las autoridades chinas, la aduana y sanidad China no darán el visto para bueno. El resultado que se no se podrá distribuir y vender el producto en la China. “.

III. Impuesto y aranceles en China para vinos.

Algunos países del Nuevo Mundo como Argentina, Nueva Zelanda y Chile benefician de un acuerdo con China que le permiten exportar sus vinos sin aranceles (Nueva Zelanda y Chile desde hace algunos años y Australia a partir del 1 de enero 2019). Sin embargo, Argentina tiene un arancel de 14% sobre sus vinos (Iñigo, 2018). Además, hay que pagar la IVA, otros impuestos y costos de transporte que terminan significando entre 46% y 52% más de su valor según Jorge Wang un importador hasta China para el sitio web LosAndes.com.ar.

Se divide en tres partes impuesto, impuesto de consumición y VAT (value added tax):

Digamos que el valor total de la mercancía incluye los costos de transporte, o sea, precio CIF puesto en China son de 25,000 dólares.

Impuestos = 25,000 dólares (precio cif x 14%= \$3,500 US Dólares)

Impuesto de consumición = $\{(cif + impuestos) / (1-10\%) * 10\% \} + 0.092 \times \text{litros} = \$3,166 \text{ US Dólares.}$

VAT (Valor añadido al impuesto) = $(cif + aranceles + impuestos de consumición) * 17\% = \$5,383.22 \text{ US Dólares.}$

El impuesto total sería = 12.049,22 US Dólares.

Importante recordar: Si la aduana, no está de acuerdo con el valor CIF del contenido total, siempre puede revalorizar el coste de la mercancía y aplicar los impuestos sobre el valor total marcado por la aduana.

IV. Coste de almacenamiento

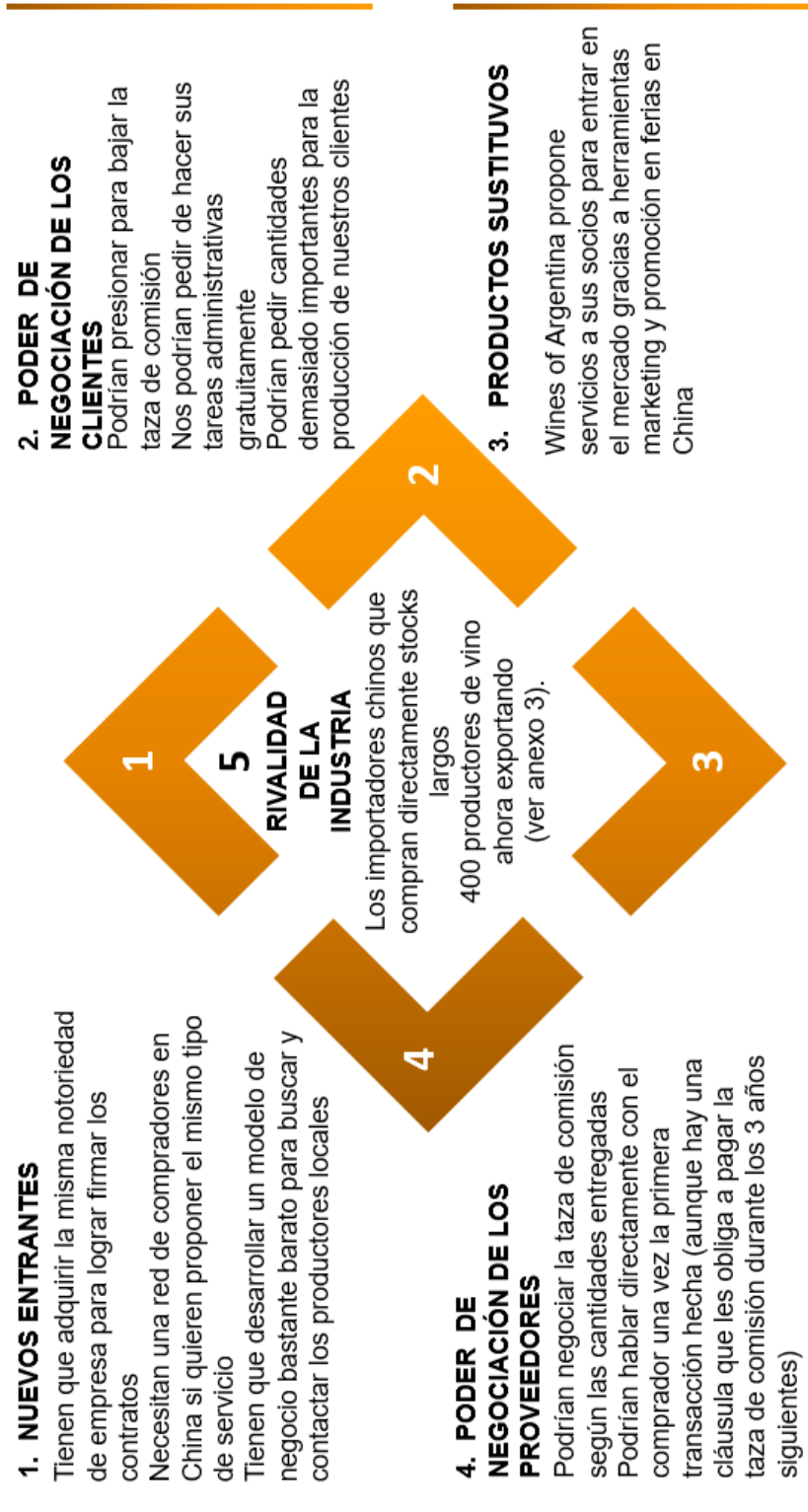
Una vez el contenedor se encuentre en el muelle de destino, tendrá un periodo de 20 días de almacenamiento, requisito para la inspecciones aduaneras y sanitarias. Para evitar costes por

parte de la naviera, se deberá cambiar la mercancía de contenedor y depositarla en un almacén. Los costes por este trámite son: servicio de desplazamiento del contenedor + $\$0.3 \times \text{cbm} \times \text{el tiempo de almacenamiento aproximadamente 20 días}$.

V. Documento requerido por parte del exportador del país de origen

- Conocimiento de embarque
- Factura (valor cif)
- Listado del contenido del contenedor (lista de empaquetado)
- Contrato de compra con el cuño del comprador
- Certificado de origen
- Certificado de análisis del producto

2. 5 fuerzas de Porter



Fuente: elaboración propia

Fuente: elaboración propia

3. FODA

El negocio de VEA se enfoque en la exportación de vino desde Argentina hasta China gracias a la búsqueda de productores locales buscando entrar un nuevo mercado e incrementar sus ingresos. Aunque este plan de negocios parece prometedor, el análisis de mercado a través del FODA ofrece la oportunidad de entender los puntos positivos y negativos del plan dentro de la empresa y en su entorno.

Fortalezas

- Red de clientes potenciales ya establecida en China
- Experiencia previa en el sector
- Modelo de negocio original
- Ubicación de la empresa
- Contacto directo entre clientes y la oficina
- Comunicación transparente

Debilidades

- Falta de conocimiento del mercado local
- Falta de confianza de los productores locales (al mínimo, al arranque)
- Inversión importante antes de lograr a conseguir ingresos (búsqueda de clientes y coordinación con los contactos en China) ==> Necesidad de efectivo

Oportunidades

- Beneficiar del alza del peso actual para penetrar el mercado chino.
- Dinamizar la fuerza de venta y cubrir más regiones
- Negociar un acuerdo con Wines of Argentina para beneficiar de sus contactos.
- Juntar productores y proponer un vino común con un marketing original que atraiga clientes que no sean especialistas del vino.

Amenazas

- Competencia directa con Wines of Argentina que junta las 95 bodegas exportadoras y proponen servicios a la exportación.
- Legislación y corrupción a la importación de vino en China
- Tiempo de negociación entre ambas partes: productores argentinos y compradores chinos.
- Tiempo de entrega en China (comparado con Australia, Nueva Zelanda...

Fuente: elaboración propia

4. Cadena de valor

Las partes financieras, diseño del servicio, marketing y soporte son factores claves de la cadena de valor.

A nivel del diseño del servicio, VEA ofrece un servicio único que permite competir con los importadores chinos. Gracias a sus socios en China, proponen a los clientes un servicio flexible y sencillo que no les obliga a gastar dinero sin ningún compromiso de ventas. Además, propone

un servicio que conecta directamente las dos partes y facilita los intercambios con su equipo multicultural.

VEA arranca su actividad con un financiamiento inicial de ARS 2 000 000 de fondos propios y un préstamo de ARS 1 000 000. Los estados financieros finales muestran de manera concreta las perspectivas de crecimiento de la empresa y su tasa de beneficio.



Fuente: elaboración propia

El lado marketing proviene de las experiencias anteriores del gerente que desarrolló un sistema mixto combinando lo que aprendió en sus experiencias profesionales. VEA implementa su proceso marketing a través valores de simplicidad y perspicacidad. Los clientes potenciales deben entender claramente y con rapidez la oferta mientras el departamento comercial desarrolla el interés del productor.

Finalmente, ofrecer un soporte al nivel de la logística y de la administración apacigua los clientes que, en la experiencia del gerente, son reticentes a causa de sus factores. Se acompaña de la ayuda lingüística y cultural que es muy relevante en el caso de dos países con una diferencia cultural tan importante.

III. Estrategias de ventas

1. STP

a) Segmentación

En Argentina, la producción de vino se ubica en su mayoría alrededor de la ciudad de Mendoza donde producen 76,4% de la producción nacional (INV, 2018). Según el Instituto Nacional del Vino hay en 2018, 865 bodegas activas en Argentina y exportaron más de 33 millones de litro el último año. VEA intenta contactar con estos productores, que ahora exportan a través otros importadores (como se ve en el anexo 3). Crea una base de datos amplia de sus productores que son parte de la segmentación.



Fuente: iProfesional.com

b) Targeting

Al nivel del targeting, VEA enfoca sus esfuerzos a nivel de los productores independientes que no pertenecen a grupo como Pernod Ricard S.A. (ver anexo 3) por ejemplo. Estas empresas multinacionales ya tienen canales a la exportación y presencia en China. Los productores

independientes no producen tanto vino que estos viñedos, pero VEA ve la riqueza dentro de las diferencias de gusto y de terroir en los vinos artesanales. Cree en el valor agregado de sus vinos y quiere ayudar a crecer las actividades de los locales.

c) Posicionamiento

Para alcanzar a sus productores, VEA implementa una estrategia marketing con un servicio pagable por comisión, una estructura de promoción "on-site / off-site". En la próxima parte, se explica en detalle el plan de marketing que desarrolla los temas del posicionamiento.

2. Plan de marketing

VEA es un nuevo jugador en el mercado de la exportación en Argentina. Así es fundamental establecer un plan de marketing específico y alcanzable.

El plan de marketing se divide en 4 puntos: los 4P's

- Producto (o, en este caso, servicio)
- Precio
- Punto de venta
- Promoción

a) Producto/Servicio

VEA ofrece a los productores de vinos argentinos una oportunidad de encontrar compradores en China gracias a su red de socios en Asia. Se acompaña de un servicio de asesoramiento y preparación a la exportación. Se encarga de las tareas administrativas y logísticas para facilitar el proceso para ambas partes. Así este servicio es facturado a través comisiones sobre cada botella enviada a China.

Además, la empresa ve su futuro con la expansión de su red en América Latina (en Chile en un primer tiempo) y la creación de un vino juntando múltiples productores argentinos (ver objetivos).

b) Precio

La política de precio de la consultoría muestra al exportador potencial que la empresa cree en sus productos. VEA no cobra el cliente antes de las primeras exportaciones. Es decir que toda la preparación y las negociaciones con los compradores no cuestan nada al productor mientras algunas empresas o instituciones proponen sus servicios pagados: en Australia por ejemplo con la cámara de comercio de Nueva Galla del Sur o Ausmate (Chen, 2018). Así VEA elige una

política de penetración de mercado donde tiene que desarrollar su imagen de marca y ganar la confianza de sus socios antes de poder implementar precios más alto y/o un servicio pagado de asesoramiento.

c) Punto de venta

El lugar de encuentro entre clientes y VEA no es único. En el proceso de búsqueda de productores, VEA cree en prospectar por teléfono y correo electrónico en primer lugar. Después el responsable comercial va al encuentro de los productores en sus fincas y también organiza meetings en la oficina central del gerente para la firma de contrato y negociaciones con los socios comerciales.

Productores pueden pedir informaciones y las grandes líneas del acuerdo económico en el sitio web de VEA o por teléfono. Sin embargo, VEA provee los detalles solamente en caso de interés real del cliente y arranca las discusiones para entender los pedidos y dudas del cliente.

d) Promoción

La promoción de los servicios se hace de múltiples maneras:

- E-Marketing

VEA promueve sus actividades a través de sitios web especializados en los vinos argentinos que consulten los profesionales. Por ejemplo, el sitio web Argentine Wines (www.argentinewines.com) dedicado a las novedades del mercado de los vinos argentinos. La promoción podrá ser doble:

- ⇒ Publicidades directas sobre la página de inicio del sitio web
- ⇒ Artículos comerciales en colaboración con los periodistas del periódico.

Un presupuesto de 100 000 pesos está dedicado. Un artículo comercial permite la creación de un contenido original para compartir sobre sus redes sociales y desarrollar su imagen de marca. Sin embargo, los anuncios están implementadas si el límite del presupuesto no está alcanzado.

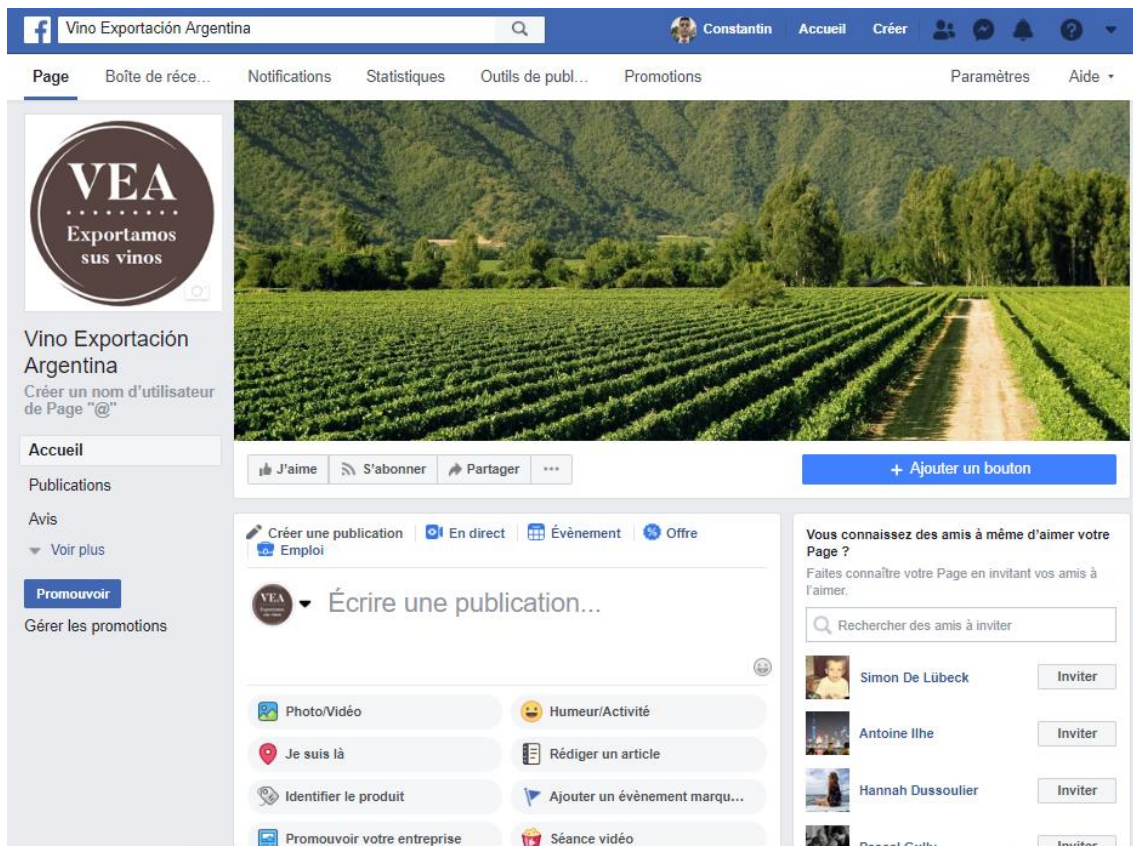
- Ferias profesionales

Las ferias profesionales son un momento privilegiado para encontrar a productores de vino en directo. Eventos como la feria Vino & Bodega en Buenos Aires (<http://www.expovinosybodegas.com.ar>) puede ser apuntados por la responsable comercial en

su tarea de búsqueda de cliente. VEA pide al responsable de armar un presupuesto y, en acuerdo con el gerente, desatan los fondos necesarios.

- Redes sociales

Las redes sociales son, hoy, muy importante para atraer el consumidor final o el particular. Sin embargo, la promoción de los negocios B2B no se trata de la misma manera. Aunque es interesante crear paginas Facebook e Instagram lo principal es las actividades de la empresa en LinkedIn. VEA provee una cuenta profesional para que los becarios se encargan de ponerse en contacto con los ejecutivos de los viñedos. Es decir que gracias a las funciones de una cuenta premium sobre LinkedIn, pueden mandar un número ilimitado de InMail (los correos electrónicos entre miembros de LinkedIn que no están conectados ya) y beneficiarse de los datos de contacto directo (número de teléfono y dirección de correo electrónico. Después pueden armar una base de dato consecuente que permite una prospección telefónica y electrónica eficiente.



Pagina Facebook de VEA



Página Instagram de VEA

IV. Recursos

1. Recursos humanos

En un primer tiempo, la empresa incluye 6 miembros:

- El gerente (Constantin Gully Valdenaire)
- El responsable comercial
- El responsable de las operaciones
- 3 becarios

La grilla salarial es la siguiente:

<i>Sueldo bruto</i>	<i>Mes</i>	<i>Año</i>	<i>Costo anual VEA</i>
Gerente*	\$ 85 200,00	\$ 1 022 400,00	\$ 1 376 150,40
Responsable comercial**	\$ 63 900,00	\$ 766 800,00	\$ 1 032 112,80
Responsable de las operaciones*	\$ 63 900,00	\$ 766 800,00	\$ 1 032 112,80
3 becarios	\$ 21 300,00	\$ 255 600,00	\$ 344 037,60
Total	\$ 234 300,00	\$ 2 811 600,00	\$ 3 784 413,60

Fuente: elaboración propia

* Bono de fin de año

** Bono de fin de año + comisión sobre cada transacción (negociable)

Los becarios pueden también beneficiar de un bono a discreción del gerente al fin de sus pasantías.

El cálculo de los salarios está basado sobre los datos del sitio web iprofesional.com y la inflación de 42% sobre el año 2018 (Gasalla, 2018).

Finalmente, el costo de un salario para una empresa en Argentina en 2018 representa 34,6% añadido al sueldo bruto pagado al empleado (MinutoUno, 2018)

2. Oficina

<https://www.alamaula.com/a-locales-en-alquiler/mendoza/openhouse-alquila-flamante-oficina-en-ciudad/1001852061830910956963409>

Ubicada en el centro de la ciudad de Mendoza, la oficina cuesta \$24 000 de alquiler y \$4500 de expensas al mes.



Para arrancar el negocio, VEA no necesita una oficina demasiado grande. Esta oferta permite una comunicación directa gracias al espacio abierto (*open space*). El responsable comercial puede ayudar y supervisar los becarios de manera sencilla en el call-center donde hay computadoras con el software Skype ilimitado en Argentina para gestionar la base de datos de productores de vino y hacer las llamadas.



Fuente: *Immoclick.com*

La oficina central de VEA tiene que conseguir un seguro en caso de accidentes implicando materiales y/o empleados. Así VEA reserva 192 000 pesos al año para este seguro de oficina y la responsabilidad de la empresa

3. Coche

VEA invierte en un coche para los desplazamientos comerciales del responsable comercial y del gerente. VEA cree en la fiabilidad de este tipo de vehículo (el Renault Duster) en las rutas de campanas y de montañas. La inversión se acerca de los 650 000 pesos argentinos.



Fuente: <https://www.renault.com.ar>

Además, VEA conseguirá el seguro siguiente para el Renault Duster

 2018 - RENAULT DUSTER 1.6 4X2 DYNAMIQUE L/15	
Equipo GNC	No
¿Se guarda en garage?	No
Suma asegurada:	\$569.000
Cobertura:	Auto Max 3
Precio final:	\$1.363 x mes

Fuente: <https://cotizador.sancorseguros.com.ar>

4. Mobiliario y computadoras

- Equipos para procesos de información:

El equipo de VEA se compone de 6 personas que necesitan el uso constante de computadoras. La empresa desea comprar seis equipos (ver la ilustración abajo) para un valor global cercano de los 160 000 pesos (26 000/unidad)



Fuente: <https://www.tiendaexo.com>

- Mobiliario

En la oficina, hay escritorios utilizables para todos los empleados. Sin embargo, la empresa tiene que comprar nuevas sillas para todo el personal.

La tabla abajo presenta los costos involucrados:

Mobiliario	Precio
3 sillas ejecutivos	\$ 15 675
3 sillas operativos	\$ 8 550
Total	\$ 24 225

Fuente: elaboración propia

V. Finanzas

1. Financiamiento inicial

El capital social inicial de VEA se comparte entre dos socios (necesario para la constitución de una Sociedad con Responsabilidad Limitada):

- Constantin Gully Valdenaire (gerente y socio mayorista con 80% de las cuotas)
- Lucie Hontaa (10% de las cuotas)
- Manon Royere (10% de las acciones)

Socios	Participaciones	%
Constantin Gully Valdenaire	\$ 1 600 000,00	80,00%
Lucie Hontaa	\$ 200 000,00	10,00%
Manon Royere	\$ 200 000,00	10,00%



Fuente: elaboración propia

Además, para cubrir los costos de lanzamiento y los gastos que llegaran antes de los primeros ingresos. VEA contrata un préstamo de \$1 000 000. Sin embargo, con la tasa de inflación actual en Argentina y las variaciones del peso, este préstamo proviene de un banco estadounidense asegurando una tasa de interés anual de 6% sobre 7 años (Guinan, 2018). Es decir que VEA pide USD 28 000 gracias a la tasa de cambio ARS/USD actual (\$36 = \$1). Gracias al pago de los importadores chinos en dólares, VEA puede reembolsar el préstamo directamente en dólares (aunque se marca en pesos sobre los estadios financieros). El reembolso anual será de ARS 175 302,60. Ver anexo 4 para la tabla de amortización compleja.

Tabla de amortización

Características del préstamo		Pagos mensuales	
Capital	\$ 1 000 000,00	Pago mensual	\$ 14 608,55
Tasa/año	6,00 %	Numero de pago mensual	84
Años	7	Numero de pago mensual	84
Numero de pago por año	12	Pago anticipado	\$ 0,00
Fecha de principio	01/01/19	Interés	\$ 227 118,58
Pago anticipado	\$ 0,00		

Fuente: elaboración propia

2. Amortizaciones

Amortizaciones			
	Vehículo	Material informático	Mobiliario
Duración	10 años	6 años	10 años
Taza	10,00%	16,67%	10,00%

Valor inicial	\$ 650 000		\$ 157 800		\$ 24 225	
	Amo/año	Devaluación	Amo/año	Devaluación	Amo/año	Devaluación
Año 1	\$ 65 000,00	\$ 585 000,00	\$ 26 300,00	\$ 131 500,00	\$ 2 422,50	\$ 21 802,50
Año 2	\$ 65 000,00	\$ 520 000,00	\$ 26 300,00	\$ 105 200,00	\$ 2 422,50	\$ 19 380,00
Año 3	\$ 65 000,00	\$ 455 000,00	\$ 26 300,00	\$ 78 900,00	\$ 2 422,50	\$ 16 957,50
Año 4	\$ 65 000,00	\$ 390 000,00	\$ 26 300,00	\$ 52 600,00	\$ 2 422,50	\$ 14 535,00
Año 5	\$ 65 000,00	\$ 325 000,00	\$ 26 300,00	\$ 26 300,00	\$ 2 422,50	\$ 12 112,50
Año 6	\$ 65 000,00	\$ 260 000,00	\$ 26 300,00	\$ 0,00	\$ 2 422,50	\$ 9 690,00
Año 7	\$ 65 000,00	\$ 195 000,00			\$ 2 422,50	\$ 7 267,50
Año 8	\$ 65 000,00	\$ 130 000,00			\$ 2 422,50	\$ 4 845,00
Año 9	\$ 65 000,00	\$ 65 000,00			\$ 2 422,50	\$ 2 422,50
Año 10	\$ 65 000,00	\$ 0,00			\$ 2 422,50	\$ 0,00

Fuente: elaboración propia

Las amortizaciones siguen las tasas legales argentinos (Cuentica, 2018) que permiten amortizar estos activos no corrientes en las duraciones siguientes:

- 14 años por los automóviles
- 8 años por el material informático
- 20 años por el mobiliario

VEA va a amortizar el coche en 10 años porque con los kilómetros que hará el automóvil, tendrán que reemplazar el coche cerca de los 10 años. Además, el material informático se puede amortizar sobre ocho años, pero con su utilización cotidiana habrá que cambiar sus equipos más temprano. El mobiliario (en este caso, las sillas) no se pueden resistir a un uso diario durante más de 10 años.

Tabla de las amortizaciones acumuladas en los 10 próximos años:

	Depreciaciones acumuladas
Año 1	\$ 93 722,50
Año 2	\$ 93 722,50
Año 3	\$ 93 722,50
Año 4	\$ 93 722,50
Año 5	\$ 93 722,50
Año 6	\$ 93 722,50

Año 7	\$ 67 422,50
Año 8	\$ 67 422,50
Año 9	\$ 67 422,50
Año 10	\$ 67 422,50

Fuente: elaboración propia

3. Tiempo de entrega y pagamiento

En el cálculo del pagamiento y el montaje de los estados financieros es importante conocer el tiempo de entrega de la mercancía para calcular los retrasos de pagamiento.

SHIPPING ESTIMATES

Shipping: 1 20' Container
From: Mendoza, Capital, Mendoza, Argentina
To: Beijing - (CNBJS)

FCL | Transit Times
 41 - 51 days

Get live quotes now

SHIPPING ESTIMATES

Shipping: 1 20' Container
From: Mendoza, Capital, Mendoza, Argentina
To: Shanghai - (CNSHA)

FCL | Transit Times
 42 - 52 days

Get live quotes now

Fuente: <https://www.freightos.com>

Así el tiempo de entrega se concentra, con un margen de error, entre 45 y 60 días es decir cerca de dos meses. Es porque hay un retraso que puede ocurrir en los estados financieros (el tiempo entre la facturación y el pago que varía en función del tiempo de entrega y de pago del

importador). VEA predice que los pagos de comisiones serán retrasados para las cantidades siguientes

Año	Contenedores	Botellas/contenedor	N* botellas	Comisión/botella	Total
2019	2	5808	11616	\$ 50,00	\$ 580 800,00
2020	2	5808	11616	\$ 50,00	\$ 580 800,00
2021	3	5808	17424	\$ 50,00	\$ 871 200,00
2022	3	5808	17424	\$ 50,00	\$ 871 200,00
2023	4	5808	23232	\$ 50,00	\$ 1 161 600,00

Fuente: elaboración propia

El pago en las operaciones de exportación/importación es una parte que requiere confianza entre ambos socios comerciales. Sin embargo, en nuevas relaciones comerciales, ambas partes tienen que asegurarse que van a recibir la mercancía y el dinero. Entonces, hay diferentes métodos disponibles para facilitar este proceso.

La tabla siguiente muestra los diferentes métodos de pago entre exportador e importador:

	Lo menos seguro	Menos seguro		Más seguro	Lo más seguro
Exportador	Consignación	Cuenta abierta	Cobranza documentaria	Cartas de crédito	Efectivo-por-adelantado
Importador	Efectivo-por-adelantado	Cartas de crédito	Cobranza documentaria	Cuenta abierta	Consignación

Fuente: <https://www.shippingsolutions.com>

Al nivel del pago, VEA propone a sus clientes el uso de las cartas de crédito (lo más común para los importadores chinos) según Señor West Du, director de las operaciones de Ausmate Pty Ltd en Australia (discusión personal, 13 de noviembre 2018). Sin embargo, estas condiciones se deciden entre ambas partes involucradas y con la mediación de VEA.

4. Cálculo del nivel de comisión

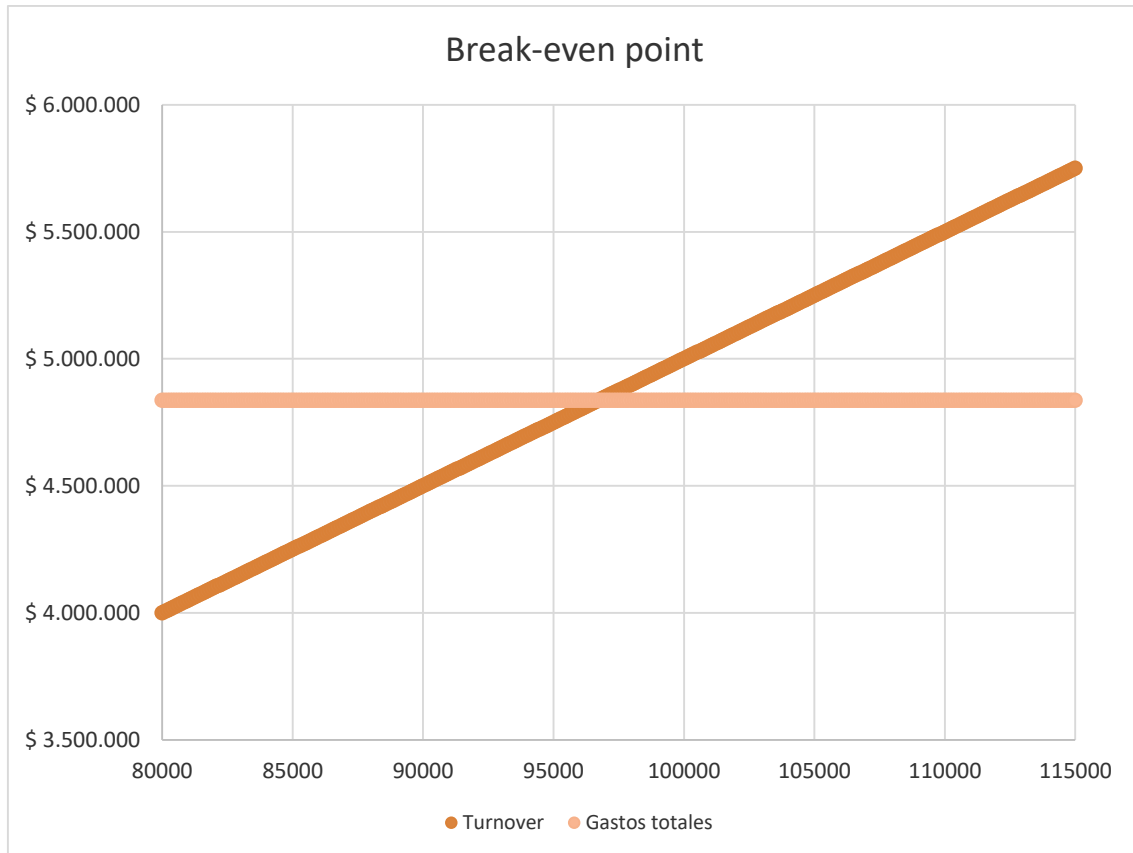
Los ingresos de VEA están generados por comisiones. Sus comisiones vienen de las ventas de los productores argentinos en China a través los compradores chinos que presenta VEA a sus clientes. En respeto a la estudio del gobierno canadiense sobre el mercado chino de los vinos (Agriculture and agri-food Canada, 2016), las cifras nos han permitidos desarrollar una tasa promedia de comisión de 50 pesos por botella. Esta estudio muestra un precio promedio de 7,48 USD por botella de vino vendida en China. Al revés, los precios de ventas públicos acá en Argentina se acercan de los 2,92 USD (Precio Mundi, 2018). Este precio se debe dividir por dos porque en su mayoría, los supermercados argentinos añaden un margen de 100% en promedio sobre el precio del productor (es decir un precio productor de USD 1,46). Como lo mostró anteriormente, hay que añadir entre 46% y 52% de sobrecosto en el mercado chino con los aranceles y costos de transporte es decir que desde el precio de venta publico llegamos a un precio de USD 2,19 aproximativamente sin la comisión de VEA (más o menos 1,4 dólar por botella). En este caso, VEA tiene bastante flexibilidad para negociar con los compradores y acordarse sobre sus comisiones propias.

Titulo	Precio
Precio promedio venta argentina	USD 2,92
Margen hipermercados promedio	100%
Precio mayorista	USD 1,46
Costos de transporte, impuestos y aranceles	Entre 46% y 52%
Precio	USD 2,19
Comisión de VEA	ARS 50 / USD 1,4
Precio promedio a la llegada en China	USD 3,59

Fuente: elaboración propia

5. Previsiones de ventas y break-even point

Los objetivos de VEA son de alcanzar 18 contratos firmados con bodegas al fin del primer año, es decir 18 contenedores de 5808 botellas hasta fin de 2019. Estas cantidades permiten sobrepasar el “break-even point” y generar beneficios.



Fuente: elaboración propia

Como lo podéis ver arriba, el break-even point se ubica al nivel de 96 800 botellas en el caso de una comisión fija de 50 pesos por botella.

La tabla abajo muestra lo que significa este número de botellas

Unidades	Numero
Botellas	96 800
Paletas (1 paleta Euro = 528 botellas ³)	183,33
Contenedores (1 contenedor 20´ DRY = 11 paletas Euro ⁴)	16,67

Fuente: elaboración propia

³ Una paleta Euro de 80cmx120cm puede soportar 528 botellas

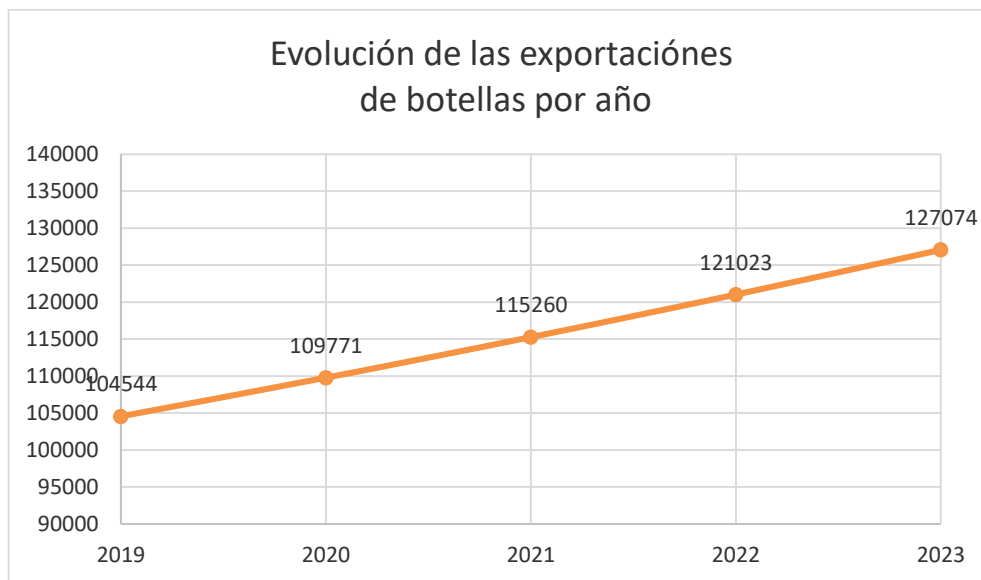
⁴ Un contenedor 20´ DRY soporta 25 000kg y 33,2m³

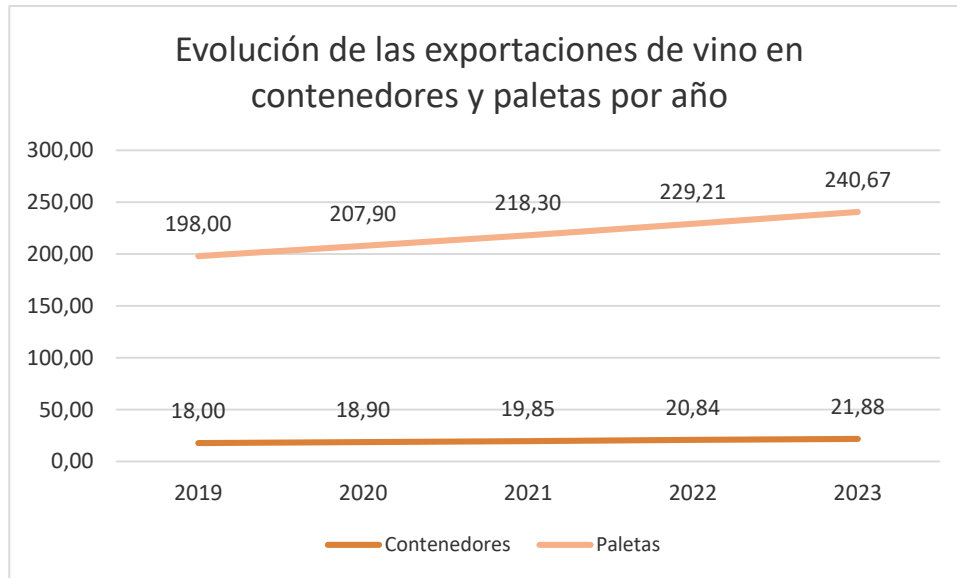
6. Previsiones financieras

Año	Botellas	Contenedores	Paletas	Comisiones
2019	104544	18,00	198,00	\$ 5 227 200,00
2020	109771	18,90	207,90	\$ 5 488 560,00
2021	115260	19,85	218,30	\$ 5 762 988,00
2022	121023	20,84	229,21	\$ 6 051 137,40
2023	127074	21,88	240,67	\$ 6 353 694,27

Fuente: elaboración propia

Argentina exporta más de 33 millones de litros de vino cada año (INV, 2018). Así VEA predice ventas de 78 000 litros el primer año en China, lo que representa solamente 0,2% del mercado a la exportación y cree en una tasa de crecimiento de 5% cada año. Creen que, gracias a los esfuerzos de sus equipos y un mejor conocimiento del mercado, pueden alcanzar esta meta.





Fuente: elaboración propia

7. Estados financieros

Indicadores económicos

El cálculo de la Tasa Interna de Retorno y del Valor Actual Neto permite saber si es viable invertir en un mercado determinado (Torres, 2016). Así gracias a estos dos indicadores, se puede ver que la empresa VEA es viable y que los inversores pueden confiar en esta estructura.

En un primer lugar, hay que conocer el costo promedio ponderado del capital (CPPC) antes de arrancar los cálculos de VAN y TIR.

	Peso	Costo	CPPC	Peso	Costo	CPPC
Deuda	33,33%	6%	2,00%	33,33%	6%	2,00%
Participaciones	66,67%	10%	6,67%	66,67%	0%	0,00%
		Total	8,67%		Total	2,00%

Fuente: elaboración propia

Con la variable de los intereses a los socios, VEA propone dos simulaciones del cálculo de CPPC:

- Una simulación sin interés que permite alcanzar un VAN positivo a medida de los 7/8 años. Su tasa interna de retorno es de 8%
- Una simulación con 10% de interés a los socios que alcanza un VAN positivo en menos de 9 años de ejercicio. Su tasa interna de retorno es de 10%

La tabla siguiente ofrece los cálculos del TIR y VAN con una simulación automatizada con Excel del crecimiento de la cifra de negocios de VEA sobre los 10 próximos años:

Interés de los socios	0%	10%
Participaciones	-\$ 2 000 000,00	-\$ 2 000 000,00
Deuda	-\$ 1 000 000,00	-\$ 1 000 000,00
Total	-\$ 3 000 000,00	-\$ 3 000 000,00
Año 1	\$ 228 556,75	\$ 253 951,95
Año 2	\$ 60 371,59	\$ 67 079,55
Año 3	\$ 204 857,93	\$ 227 619,93
Año 4	\$ 356 568,59	\$ 396 187,32
Año 5	\$ 515 864,78	\$ 573 183,08
Año 6	\$ 663 963,28	\$ 737 736,97
Año 7	\$ 815 782,30	\$ 906 424,76
Año 8	\$ 967 601,33	\$ 1 075 112,56
Año 9	\$ 1 119 420,35	\$ 1 243 800,36
VAN	\$ 1 307 922,44	\$ 208 498,80
TRI	8%	10%

Fuente: elaboración propia

Las tablas siguientes presentan los estados de ganancias y pérdidas en una versión simplificada (ver anexos para los estados enteros). Además, sigue con el balance general de los 5 próximos años.

Las primeras partes del quinto punto de este plan de negocios explican cada elemento integrado en los estados financieros de la empresa. Sin embargo, el nivel de las reservas legales ya no está explicado. Según la ley 19550 – Artículo 70 sobre las reservas legales, toda Sociedad a Responsabilidad Limitada tiene que poner 5% mínimo de las ganancias por año en la cuenta Reserva Legal del balance general hasta alcanzar 20% del capital social. VEA pone 5% de sus ganancias en esta cuenta. Se ve también en el estado de ganancias y pérdidas en la cuenta “Utilidad a distribuir”

“Inversiones financieras” son una cuenta bancaria pagada que queda dinero para futuras inversiones como para abrir otro despacho en Chile o arrancar la actividad de creación de vino en colaboración con los viticultores locales. (ver última parte: recomendaciones).

ESTADOS DE GANANCIAS Y PERDIDAS	Totales		Totales		Totales		Totales		Totales	
	2019		2020		2021		2022		2023	
	\$	%	\$	%	\$	%	\$	%	\$	%
COMISIONES NETAS (Ingresos Operacionales)	\$ 5 227 200,00	100,00	\$ 5 488 560,00	90,00	\$ 5 762 988,00	90,00	\$ 6 051 137,40	90,00	\$ 6 353 694,27	90,00
Otros Ingresos Operacionales	\$ 0,00		\$ 0,00		\$ 0,00		\$ 0,00		\$ 0,00	
(-) Descuentos, rebajas y Bonificaciones concedidas)	\$ 0,00		-\$ 548 856,00	10,00	-\$ 576 298,80	10,00	-\$ 605 113,74	10,00	-\$ 635 369,43	10,00
(+) TOTAL INGRESOS	\$ 5 227 200,00	100,00	\$ 4 939 704,00	100,00	\$ 5 186 689,20	100,00	\$ 5 446 023,66	100,00	\$ 5 718 324,84	100,00
(-) SALARIOS	-\$ 3 784 413,60	-72,40	-\$ 3 784 413,60	-76,61	-\$ 3 784 413,60	-72,96	-\$ 3 784 413,60	-69,49	-\$ 3 784 413,60	-66,18
(-) PUBLICIDAD	-\$ 100 000,00	-1,91	-\$ 100 000,00	-2,02	-\$ 100 000,00	-1,93	-\$ 100 000,00	-1,84	-\$ 100 000,00	-1,75
(-) UTILIDADES (AGUA, GAZ, ELECTRICIDAD)	-\$ 54 000,00	-1,03	-\$ 54 000,00	-1,09	-\$ 54 000,00	-1,04	-\$ 54 000,00	-0,99	-\$ 54 000,00	-0,94
(-) ALQUILERES	-\$ 288 000,00	-5,51	-\$ 288 000,00	-5,83	-\$ 288 000,00	-5,55	-\$ 288 000,00	-5,29	-\$ 288 000,00	-5,04
(-) GASTOS DE VEHICULOS (PETROLEO)	-\$ 72 000,00	-1,38	-\$ 72 000,00	-1,46	-\$ 72 000,00	-1,39	-\$ 72 000,00	-1,32	-\$ 72 000,00	-1,26
(-) REPARACION Y MANTENIMIENTO	-\$ 20 000,00	-0,38	-\$ 20 000,00	-0,40	-\$ 20 000,00	-0,39	-\$ 20 000,00	-0,37	-\$ 20 000,00	-0,35
(-) PAPELERIA E IMPRESION	-\$ 10 000,00	-0,19	-\$ 10 000,00	-0,20	-\$ 10 000,00	-0,19	-\$ 10 000,00	-0,18	-\$ 10 000,00	-0,17
(-) TELEFONO/SKYPE	-\$ 30 710,00	-0,59	-\$ 30 710,00	-0,62	-\$ 30 710,00	-0,59	-\$ 30 710,00	-0,56	-\$ 30 710,00	-0,54
(-) SEGUROS	-\$ 208 356,00	-3,99	-\$ 208 356,00	-4,22	-\$ 208 356,00	-4,02	-\$ 208 356,00	-3,83	-\$ 208 356,00	-3,64
Total costos	-\$ 4 567 479,60	-83,39	-\$ 4 567 479,60	-71,73	-\$ 4 567 479,60	-68,31	-\$ 4 567 479,60	-65,06	-\$ 4 567 479,60	-61,96
UTILIDAD OPERATIVA	\$ 659 720,40	12,62	\$ 372 224,40	7,54	\$ 619 209,60	11,94	\$ 878 544,06	16,13	\$ 1 150 845,24	20,13
(-) GASTOS FINANCIEROS	-\$ 175 302,60	-3,35	-\$ 175 302,60	-3,55	-\$ 175 302,60	-3,38	-\$ 175 302,60	-3,22	-\$ 175 302,60	-3,07
(-) DEPRECIACION	-\$ 93 722,50	-1,79	-\$ 93 722,50	-1,90	-\$ 93 722,50	-1,81	-\$ 93 722,50	-1,72	-\$ 93 722,50	-1,64
UTILIDAD NETA ANTES DE IR	\$ 390 695,30	7,47	\$ 103 199,30	2,09	\$ 350 184,50	6,75	\$ 609 518,96	11,19	\$ 881 820,14	15,42
(-) Impuesto a la Renta (35%)	\$ 136 743,36	2,62	\$ 36 119,76	-0,73	\$ 122 564,58	-2,36	\$ 213 331,64	-3,92	\$ 308 637,05	-5,40
UTILIDAD NETA	\$ 253 951,95	4,86	\$ 67 079,55	1,36	\$ 227 619,93	4,39	\$ 396 187,32	7,27	\$ 573 183,09	10,02
(-) pago de interés de los socios (10%)	-\$ 25 395,19		-\$ 6 707,95		-\$ 22 761,99		-\$ 39 618,73		-\$ 57 318,31	
(-) Utilidad a distribuir	-\$ 11 427,84		-\$ 3 018,58		-\$ 10 242,90		-\$ 17 828,43		-\$ 25 793,24	
UTILIDAD RETENIDA	\$ 217 128,91	4,15	\$ 57 353,01	1,16	\$ 194 615,04	3,75	\$ 338 740,16	6,22	\$ 490 071,54	8,57

Fuente: elaboración propia

BALANCE GENERAL													
ACTIVO	2019		2020		2021		2022		2023		Totales		%
	Totales	%	Totales	%	Totales	%	Totales	%	Totales	%	Totales	%	
ACTIVO CORRIENTE													
Caja/Bancos	\$ 868 739,64	28,08	\$ 668 554,17	23,88	\$ 479 462,66	17,08	\$ 592 395,60	20,95	\$ 427 218,44	14,95			
Inversiones Financieras	\$ 1 000 000,00	32,32	\$ 1 000 000,00	35,62	\$ 1 000 000,00	35,62	\$ 1 000 000,00	35,37	\$ 1 000 000,00	34,98			
Cientes (Cuentas por Cobrar Comerciales) (neto)	\$ 580 800,00	18,77	\$ 580 800,00	20,74	\$ 871 200,00	31,03	\$ 871 200,00	30,82	\$ 1 161 600,00	40,64			
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$ 2 449 539,64	79,17	\$ 2 249 354,17	80,33	\$ 2 350 662,66	83,72	\$ 2 463 595,60	87,14	\$ 2 588 818,44	90,57			
ACTIVO NO CORRIENTE													
Otras Cuentas por Cobrar	\$ 0,00	0,00	\$ 0,00	0,00	\$ 0,00	0,00	\$ 0,00	0,00	\$ 0,00	0,00			
Mobiliario	\$ 21 802,50	0,68	\$ 19 380,00	0,67	\$ 16 957,50	0,59	\$ 14 535,00	0,50	\$ 12 112,50	0,42			
Equipos para procesos de información	\$ 131 500,00	4,13	\$ 105 200,00	3,64	\$ 78 900,00	2,73	\$ 52 600,00	1,82	\$ 26 300,00	0,91			
Vehiculos	\$ 585 000,00	18,36	\$ 520 000,00	17,98	\$ 455 000,00	15,76	\$ 390 000,00	13,52	\$ 325 000,00	11,26			
(-) Depreciacion y Amort. Acumul	-\$ 93 722,50	-2,94	-\$ 93 722,50	-3,24	-\$ 93 722,50	-3,25	-\$ 93 722,50	-3,25	-\$ 93 722,50	-3,25			
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	\$ 644 580,00	20,23	\$ 550 857,50	19,04	\$ 457 135,00	15,84	\$ 363 412,50	12,60	\$ 269 690,00	9,34			
TOTAL ACTIVO	\$ 3 094 119,64	100,00	\$ 2 800 211,67	100,00	\$ 2 807 797,66	100,00	\$ 2 827 008,10	100,00	\$ 2 858 508,44	100,00			

Fuente: elaboración propia

BALANCE GENERAL

	2019		2020		2021		2022		2023	
	Totales	%	Totales	%	Totales	%	Totales	%	Totales	%
PASIVO Y PATRIMONIO										
	\$ 865 562,89	27,17	\$ 728 412,24	25,18	\$ 588 493,31	20,39	\$ 445 750,19	15,45	\$ 300 125,91	10,40
PASIVO NO CORRIENTE	\$ 217 128,91	7,02	\$ 57 353,01	2,05	\$ 194 615,04	6,93	\$ 338 740,16	11,98	\$ 490 071,54	17,14
Deudas a Largo Plazo	\$ 1 500 000,00	48,48	\$ 1 500 000,00	53,57	\$ 1 500 000,00	53,42	\$ 1 500 000,00	53,06	\$ 1 500 000,00	52,47
Ganancias	\$ 1 082 691,80	34,99	\$ 785 765,25	28,06	\$ 783 108,35	27,89	\$ 784 490,35	27,75	\$ 790 197,45	27,64
Cuenta corriente a los socios										
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE										
PATRIMONIO										
Capital Social	\$ 500 000,00	16,16	\$ 500 000,00	17,86	\$ 500 000,00	17,81	\$ 500 000,00	17,69	\$ 500 000,00	17,49
Reservas Legales	\$ 11 427,84	0,37	\$ 14 446,42	0,52	\$ 24 689,31	0,88	\$ 42 517,74	1,50	\$ 68 310,98	2,39
TOTAL PATRIMONIO	\$ 511 427,84	16,53	\$ 514 446,42	18,37	\$ 524 689,31	18,69	\$ 542 517,74	19,19	\$ 568 310,98	19,88
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 3 094 119,64	100,00	\$ 2 800 211,67	100,00	\$ 2 807 797,66	100,00	\$ 2 827 008,10	100,00	\$ 2 858 508,44	100,00

Fuente: elaboración propia

VI. Conclusión y recomendaciones

Vino Exportación Argentina es una nueva e innovativa compañía ofreciendo oportunidades a empresas vinícolas argentinas en el mercado chino. Su modelo de negocio original permite un seguimiento del cliente y sus productos desde el principio de la exportación en Argentina y hasta sus ventas en China. Gracias a la colaboración con el grupo Ausmate, VEA desarrolla su red internacional y sus conexiones en otros mercados. Con una estructura de empresa pequeña, VEA implementa un sistema de funcionamiento interno sencillo incluyendo un política marketing/ventas basada sobre una sabia combinación de telemarketing, encuentros físicos en eventos profesionales y reuniones en viñedos o en su oficina en Mendoza.

Sabiendo el crecimiento actual de la demanda de vino en China, los vinos argentinos tienen un lugar para luchar ante sus competidores internacionales productores de vino. El papel de facilitador de negocio de VEA intenta ser el soporte para propulsar la oferta de vino argentina y ganar cuotas de mercados en un entorno de mercado donde hay lugares para nuevos productos. VEA cree en las oportunidades por delante que ofrece el mercado chino y piensa en las perspectivas de crecimiento de sus actividades en los próximos años. Los estadíos financieros muestran un aumento del número de exportación de botellas de 5% por año en una visión neutral del futuro. Sin embargo, creen que sus números pueden ser más grandes a medida del funcionamiento de sus acuerdos de colaboración y de las relaciones con los importadores.

En este pensamiento de desarrollo, Vino Exportación tiene dos ejes de trabajo para el futuro. para crear un producto fuerte que representa su región y que provee ganancias a sus comunidades. El primer eje será de arrancar actividades en Chile y desarrollar su negocio de la misma manera que en Argentina. El objetivo será de crear sinergias entre productores y beneficiar de una fuerza de negociación más importante con los importadores. En acuerdo con el nivel de éxito de la empresa en Argentina, VEA cree que este meta es alcanzable sobre 5 / 7 años. Además, el segundo eje será el desarrollo de un vino en grandes cantidades involucrando muchos productores argentinos que atrae nuevos consumidores que no son familiares con el consumo y las catas de vinos. Se diseña sobre el modelo del vino australiano "Yellow tail" (Teeter, 2015) que fue un éxito en el mercado estadounidense gracias a su marketing y su gusto específico. Combinará las fuerzas de los productores locales y proveerá ganancias a las comunidades locales en caso de éxito con un auge de la economía local (empleos, dinero...).

Bibliografía

- Agriculture and agri-food Canada (2016). *Le marché du vin en Chine*. Recuperado el 6 de noviembre 2018, a partir de <http://www.agr.gc.ca/resources/prod/Internet-Internet/MISB-DGSIM/ATS-SEA/PDF/6799-fra.pdf>
- Agritotal (2018). *Preocupa la caída en ventas de vinos en el mercado externo y local*. Recuperado el 24 de octubre 2018, a partir de <http://www.agritotal.com/nota/33113-preocupa-la-caida-en-ventas-de-vinos-en-el-mercado-externo-y-local/>
- Anderson, K. (2003) *Wine's New World. Foreign policy*. Carnegie Endowment Intl Peace. 136.
- Chen, S. (2018). *Export Growth China*. Recuperado el 8 de noviembre 2018, a partir de <https://www.nswbusinesschamber.com.au/How-We-Help/Export-support/Buyer-matching-with-Export-Growth-China>
- CMA CGM (2018). *Argentina - Oficinas & contactos*. Recuperado el 24 de octubre 2018 a partir de <https://www.cma-cgm.com/local/argentina/offices-contacts>
- Comprar En China (2013). *¿Como exportar vino a China?* Recuperado el 17 de octubre 2018, a partir de <http://comprarenchina.biz/2013/01/como-exportar-vino-a-china/>
- Cuentica (2018). *Tabla de años y porcentajes de amortización para sociedades a partir de 2015*. Recuperado el 6 de noviembre 2018, a partir de: <https://cuentica.com/asesoria/tabla-anos-y-porcentajes-de-amortizacion-sociedades-a-partir-de-2015/>
- Ecole Muscadelle (2012). *L'industrie du vin en Argentine*. Recuperado a partir de http://www.ecole-muscadelle.fr/wp-content/uploads/2012/01/investir_argentine.pdf
- Instituto Nacional del Vino (2018). *Consumo Mercado Interno*. Recuperado el 17 de noviembre 2018, a partir de <http://www.inv.gov.ar/index.php/men-estadisticas/men-estadisticas-vitivincolas/16-cat-estadisticas/28-est-mercadointerno>
- iProfesional (2017) *¿Cuánto ganan los profesionales de la primera escala salarial de la Argentina?* Recuperado el 25 de octubre 2018, a partir de <https://www.iprofesional.com/management/259396-personal-salario-argentina-Cuanto-ganan-los-profesionales-de-la-primera-escala-salarial-de-la-Argentina>
- Gasalla, J. (2018). *Economistas advierten que la inflación de 2018 será la más alta en 27 años*. Infobae. Recuperado 18 de octubre 2018, a partir de <https://www.infobae.com/economia/2018/10/17/economistas-advierten-la-inflacion-de-2018-sera-la-mas-alta-en-27-anos/>
- Gasalla, J. (2018). *El Gobierno espera para este año una inflación de 42% y una caída del PBI de 2,4%*. Infobae. Recuperado el 18 de octubre 2018, a partir de <https://www.infobae.com/economia/2018/09/03/el-gobierno-espera-para-este-ano-una-inflacion-de-42-y-una-caida-del-pbi-de-24/>

- Gobierno de la Nación Argentina (2018) *Ambiente y Desarrollo Sustentable*. Recuperado el 24 de octubre 2018, a partir de <https://www.argentina.gob.ar/ambiente>
- Gobierno de la Nación Argentina (2018). *Exportación de vinos y mostos*. Recuperado el 17 de octubre 2018, a partir de <https://www.argentina.gob.ar/vuce/exportacion-vinos-y-mostos>
- Guinan, K. (2018). *Business loan interest rates of 2018*. Recuperado el 16 de noviembre 2018 a partir de <https://www.finder.com/business-loan-interest-rates>
- HISPANTV (2018). *Macri admite el aumento de la pobreza en Argentina*. Recuperado el 23 de octubre 2018, a partir de <https://www.hispantv.com/noticias/argentina/385673/aumento-indice-pobreza-macri-inflacion>
- Iñigo, A. (2018). *El mercado del vino argentino crece lentamente en China*. *Losandes.com.ar*. Recuperado el 12 de octubre 2018, a partir de <https://losandes.com.ar/article/view?slug=el-mercado-del-vino-argentino-crece-lentamente-en-china>
- Minujín, A., & Ferrer, M. (2018). *La situación social en la Argentina: sostener y profundizar la reconstrucción de la igualdad y reducción de la pobreza | Voces en el Fenix*. *Voces en el Fénix*. Recuperado el 23 de octubre 2018, a partir de <http://www.vocesenelfenix.com/content/la-situaci%C3%B3n-social-en-la-argentina-sostener-y-profundizar-la-reconstrucci%C3%B3n-de-la-igualdad->
- Minuto Uno (2018). *¿Cuánto cuesta tener un empleado en Argentina?* Recuperado el 15 de noviembre 2018, a partir de <https://www.minutouno.com/notas/3041726-cuanto-cuesta-tener-un-empleado-argentina>
- ONU (2016). *El compromiso de Argentina con el medio ambiente es un ejemplo para la región*. Recuperado el 24 de octubre 2018, a partir de <https://www.onu.org.ar/el-compromiso-de-argentina-con-el-medio-ambiente-es-un-ejemplo-para-la-region/>
- Precio Mundi (2018). *Precios en supermercados en Argentina*. Recuperado el 20 de noviembre 2018, a partir de <https://preciosmundi.com/argentina/precios-supermercado>
- Santander Trade (2018). *Exportación de productos en China*. Recuperado el 17 de octubre 2018, a partir de https://es.portal.santandertrade.com/gestionar-embarques/china/exportacion-de-productos#tr_xe1_mites_aduaneros_para_la_exportaci_xf3_n_en_china
- Taylor, M. (2017). *Tariff drop for wine and spirits exports to China*. Recuperado el 17 de noviembre 2018, a partir de <http://www.drinkscentral.com.au/4751?Article=3821>
- Teeter, A. (2015). *The Yellow Tail Story: How Two Families Turned Australia Into America's Biggest Wine Brand*. Recuperado el 20 de noviembre 2018, a partir de <https://vinepair.com/wine-blog/how-yellow-tail-gave-america-australian-wine/>

- Torres, M. (2016). Tasa Interna de Retorno (TIR): definición, cálculo y ejemplos. Recuperado el 16 de noviembre 2018, a partir de <https://www.rankia.cl/blog/mejores-opiniones-chile/3391122-tasa-interna-retorno-tir-definicion-calculo-ejemplos>
- Vinetur (2018), *China líder absoluto en consumo de vino del planeta*. Recuperado el 22 de octubre 2018, a partir de <https://www.vinetur.com/2018031646553/china-lider-absoluto-en-consumo-de-vino-del-planeta.html>
- Vinos orgánicos (2018). *VIOS - Vinos Más Sustentables*. Recuperado el 24 de octubre 2018, a partir de <https://www.vinosorganicos.com.ar/vios-vinos-mas-sustentables>
- Von, C. (2015). *¿Que Conviene? Ventajas y desventajas de las SA y SRL*. LanzateSolo.com.ar. Recuperado el 11 de noviembre 2018, a partir de <http://blog.lanzatesolo.com.ar/?p=49>
- Wasilevsky, J. (2018). *Ventas, exportaciones y consumo: 10 claves sobre cómo le fue al vino argentino en 2017*. iProfesional. Recuperado el 9 de noviembre 2018, a partir de <https://www.iprofesional.com/vinos/260925-vino-bodega-mauricio-macri-Ventas-exportaciones-y-consumo-10-claves-sobre-como-le-fue-al-vino-argentino-en-2017>
- Wonder.legal (2018). *Contrato Constitutivo de S.R.L. - Documento Modelo*. Recuperado el 12 de noviembre 2018, a partir de <https://www.wonder.legal/ar/creation-modele/contrato-constitutivo-srl>

Anexos

1. Bases de datos

Activity	Address	State	Website	Contact person	Title	Direct mail	Direct phone	Linkedin	Add info	Mail	Phone Call	Meeting	Next phone call/visit
Beers	1/214 Graham Street Port Melbourne Victoria 3207 Australia	VIC	www.beers.com.au	Craig Stewart	Sales	craig@beers.com.au	418 312 700	https://www.linkedin.com/company/beers-com-au		02/08/2017 Mail sent 07/08/2017 Interested. Wants us to come and discuss about our offer 02/08/2017 Mail sent			
Beers	8/2 Derrimut Dr, Derrimut VIC 3030	VIC	www.beers.com.au	Glenn Healey Steve Martin	Sales	glenn@beers.com.au	409 554 233	https://www.linkedin.com/company/beers-com-au		02/08/2017 Mail sent			
Winery	12-14 Spring Ln Gruyere Victoria 3770 Australia	VIC	https://helenandjoeyestate.com.au/	Trent Griffiths	General manager	cellardoor@hjestate.com.au	1 800 989 463	https://www.linkedin.com/in/trent-griffiths-70113b17/		19/10/2017 Mail sent			
Distillery	62 Albert Street Preston 3072 Victoria, Australia	VIC	http://www.spiritofanation.com/			info@spiritofanation.com	438 986 693			19/10/2017 Mail sent			
Distillery	50 Bertie Street, Port Melbourne	VIC	http://starward.com.au	Andrew McDonald David Vitale	CEO Co Founder	Andrew.Mcdonald@newworldwhisky.com.au info@starward.com.au	418 574 588	https://www.linkedin.com/in/davidvitale/		18/08/2017		05/10/2017 He emailed us back. They are not ready to export yet but they will reach us out if they plan to go overseas	janv-18
Beers	100 Gipps Street, Collingwood VIC 3066	VIC	https://www.stompingground.beer	Jye Glaskin	Sales	sales@stompingground.beer	418 456 926			02/08/2017 Mail sent		16/08/2017 Jay told me that their production barely support the demand now and they don't even have cans yet but may be in few months.	oct-17
Beers	80 North Street Richmond, Victoria 3121 Australia	VIC	www.asahibeer.com.au	Nathan Seamons	National Sales Manager	nathan@asahibeer.com.au	394 281 180	https://www.linkedin.com/company/asahibeer		02/08/2017 Mail sent		16/08/2017 Already exporting with Asahi beverages (ling.xu@asahi.com.au)	
Beers	Richmond VIC	VIC	www.asahi.com.au			nathan@asahi.com.au	(03) 9429 5934		only serving beers	02/08/2017 Mail sent			

Ejemplo de sistema de base de datos con código de color

Verde oscuro: contacto interesado, quiere discutir con el responsable

Verde claro: primer contacto, el becario tiene que intentar contacto de nuevo

Amarillo: el becario tiene que contactar el contacto a medio plazo según sus disponibilidades

Rojo: contacto descartado
Fuente: Constantin Gully Valdenaire

2. Colaboración y vínculos entre Ausmate y VEA



De la izquierda a la derecha:

El gerente de VEA (Constantin Gully Valdenaire), el gerente de Ausmate (Wen Lu) y el director de las operaciones (West Du)



De la izquierda a la derecha:

El asistente comercial (Jakob Cole), El Director Comercial de Ausmate Australia (Lukas Cole) y el gerente de VEA (Constantin Gully Valdenaire)

3. Lista de los exportadores argentinos en 2011

<u>Razón social</u>	<u>Provincia</u>	<u>Razón social</u>	<u>Provincia</u>
VIÑEDOS DEL VALLE DE UCO S. A.	MENDOZA	VIÑEDOS LOS MAITENES S.A.	MENDOZA
MEVI S. A.	MENDOZA	VARGAS ARIZU S.A.	MENDOZA
FRACCION 8 S.R.L.	MENDOZA	TENONDE S.A.	MENDOZA
ESPIRITU DE ARGENTINA S.A.	MENDOZA	VINARIUM S.A.	MENDOZA
LA GIOLINA S.A.	MENDOZA	MARTON ANDINA S.A.	MENDOZA
BODEGA Y VIÑAS DE LUNLUNTA S.A.	MENDOZA	VIÑA DE LOS ANDES S.A.	MENDOZA
CELASSO ARTURO CARLOS ANDRES	MENDOZA	CUCHILLAS DE LUNLUNTA S.A.	MENDOZA
KINIEN TRADING S.A.	MENDOZA	ANDEAN WINERIES S.R.L.	MENDOZA
VINOS & HACIENDAS.A.	MENDOZA	BGAS Y VDOS SAN POLO S.A.	MENDOZA
VISTAFLORES ESTATE S.A.	MENDOZA	ATILIO AVENA E HIJOS S.A.	MENDOZA
LA FORTUNA WINE EXPORT S.A.	MENDOZA	SIMMETRY S.A.	CIUDAD AUTONO
CIELO Y TIERRA S.A.	MENDOZA	LOS DOMADOS SA	MENDOZA
LAS CASUARINAS S.A.	MENDOZA	DIEGO FERNANDO MENENDEZ	MENDOZA
BODEGA DEL MAESTRE S.A.	MENDOZA	POESIA S.A.	MENDOZA
L & A WINERY S.A.	MENDOZA	BGAS. Y VDOS. HUARPE S.A.	MENDOZA
SANTINO S.R.L.	MENDOZA	PEDRO Y JORGE CECCHIN S.R.L.	MENDOZA
MARCELO PELLERITI WINES S.A.	MENDOZA	FECOVITA COOP. LTDA.	MENDOZA
INVERSORA AGRELO S.A.	MENDOZA	MENDOZA VINEYARDS S.A.	MENDOZA
EDYNICK S.R.L.	MENDOZA	CAMPO GRANDE S.A.	MENDOZA

NOVUS ORDO OPERATIONS S.R.L.	MENDOZA	BGAS. Y VDOS. VALLE ESCONDIDO S.A.	MENDOZA
THE BEST OF ARGENTINA S.A.	MENDOZA	FINCAS PATAGONICAS S.A.	MENDOZA
MENDOZA VALLEY S.A.	MENDOZA	WEINERT & RETA S.A.	MENDOZA
BODEGAS Y VI DOS SANTA CELIA S.A.	MENDOZA	LES YEUX S.A.	MENDOZA
BARRAUD LUIS	MENDOZA	ERAL BRAVO S.A.	MENDOZA
BODEGA RAFFY S.R.L.	MENDOZA	BGA. Y VDOS. MAURICIO LORCA S.A.	MENDOZA
GRUPO PEÑFLOR S.A.	MENDOZA	RICHARDI FAZIO MENEGAZZO SRL	MENDOZA
BGAS.Y VDOS.PASCUAL TOSO S.A.	MENDOZA	BODEGA ANTIGAL S.A.	MENDOZA
BODEGAS CHANDON S.A.	MENDOZA	RECOLETO S.A.	MENDOZA
LA RURAL VIÑEDOS Y BODEGAS S.A. LTDA.	MENDOZA	R.J. VIÑEDOS S.A.	MENDOZA
FINCA FLICHMAN S.A.	MENDOZA	COLLE DI BOASI S.A.	MENDOZA
GRUPO PEÑAFLOR S.A.	MENDOZA	BODEGA LOS CERRILLOS S.A.	MENDOZA
S.A. ESTAB.VITIVIN.ESCORIHUELA	MENDOZA	CAMPO NEGRO S.A.	MENDOZA
BGAS Y VDOS LOPEZ SAI Y C	MENDOZA	MAINQUE S.A.	MENDOZA
BODEGA NORTON S.A.	MENDOZA	VINORUM S.R.L.	MENDOZA
BODEGAS ESMERALDA S.A.	MENDOZA	ALDO LUIS BIONDOLILLO Y ASOC. S.A.	MENDOZA
MOLINOS RIO DE LA PLATA S.A.	MENDOZA	BODEGA LA AZUL S.A.	MENDOZA
LEONCIO ARIZU SAAIC	MENDOZA	HINOJOSA JOSE A. E HINOJOSA RAMON S.	MENDOZA
ESTABLECIMIENTOS BAUDRON S.A.	MENDOZA	FLECHAS DE LOS ANDES S.A.	MENDOZA

COOP.VIT.SAN CARLOS SUD LTDA.	MENDOZA	CUVELIER LOS ANDES S.A.	MENDOZA
LAGARDE S.A.	MENDOZA	VINAS FAMILIA ARISTI S.A.	MENDOZA
COOPERATIVA VITIVINICOLA NUEVA CALIFORNIA LI	MENDOZA	BELASCO DE BAQUEDANO S.A.	MENDOZA
BODEGA CRUZ DE PIEDRA S.A.	MENDOZA	OJO DE VINO S.A.	MENDOZA
LA AGRICOLA S.A.	MENDOZA	ANPHORA S.A.	MENDOZA
BODEGA DANTE ROBINO S.A.	MENDOZA	JOSE ANTONIO BLANCO	MENDOZA
BGAS. Y VDOS. JOSE QUATTROCCHI S.A.	MENDOZA	SOTTANO S.A.	MENDOZA
BENEGAS S.A.	MENDOZA	FINCA LUNLUNTA S.A.	MENDOZA
BAGUAL S.A.	MENDOZA	JOSE MASTROENI S.A.	MENDOZA
BODEGA Y VIÑEDOS O. FOURNIER S.A.	MENDOZA	CAVAS DE WEINERT S.A.	MENDOZA
VIÑAS DE VILA S.R.L.	MENDOZA	PUERTAS DE LOS ANDES S.A.	MENDOZA
DOMAINE JEAN BOUSQUET S.H.	MENDOZA	BGAS. Y VDOS. CORDON DEL PLATA S.A.	MENDOZA
BODEGAS CARO S.A.	MENDOZA	ALCAZAR S.R.L.	MENDOZA
FAMILIA GARGANTINI S.A.	MENDOZA	VIÑAS DEL ADAGIO S.A.	MENDOZA
ANDRES PEDRO ANTONIETTI	MENDOZA	JUGOS AUSTRALES S.A.	MENDOZA
CHEVAL DES ANDES S.A.	MENDOZA	PERMASUR S.A.	MENDOZA
KAIKEN S.A.	MENDOZA	FINCA DON CARLOS S.A.	MENDOZA
B. Y V. LA ESPERANZA S.A.	MENDOZA	GRAPPOLO S.A.	MENDOZA
CLOS DE LOS SIETE S.A.	MENDOZA	PUERTO ANCONA S.A.	MENDOZA
POLO BODEGA Y VIÑEDOS S.A.	MENDOZA	FILUS S.A.	MENDOZA
PROVIVA S.R.L.	MENDOZA	L'EBIN S.A.	MENDOZA

DIAGEO ARGENTINA S.A.	MENDOZA	BEAU LIEU S.A.	MENDOZA
CHATEAU CHANTAL SOUTH S.A. INC.	MENDOZA	SUR BODEGAS Y VIÑEDOS S.A.	CIUDAD AUTONO
PACHA CO S.A.	MENDOZA	FAMILIA MARGUERY CASA VINICOLA S.A.	MENDOZA
VIÑA LAS PERDICES S.A.	MENDOZA	B. Y V. AMADEO MARAÑON S.A.	MENDOZA
CAVAS DEL 23 S.R.L.	MENDOZA	B. Y V. FINCA LA ANITA S.A.	MENDOZA
FINCA LA PROMESA S.A.	MENDOZA	MANUEL LOPEZ LOPEZ	MENDOZA
FINCA LA LUZ S.A.	MENDOZA	CARMELO PATTI	MENDOZA
BASICO Y CHIQUE S.R.L.	CIUDAD AUTONO	ALTOCEDRO S.A.	MENDOZA
MONTE QUIETO S.A.	MENDOZA	TRIVENTO BGAS. Y VDOS. S.A.	MENDOZA
ROBERTO JOSE BONFANTI	MENDOZA	ALTOS LAS HORMIGAS S.A.V.I. Y C.	MENDOZA
BODEGA TAMARI S.A.	MENDOZA	R.P.B. S.A.	MENDOZA
ALBRECHT EDUARDO A. Y ALBRECHT. MARIA G	MENDOZA	BGAS. HISPANO ARGENTINAS S.A.	MENDOZA
BLANCO. GABRIEL	MENDOZA	VINITERRA S.A.	MENDOZA
FINCA ABRIL S.A.	MENDOZA	BGA. J.A.CICCHITTI S.A.	MENDOZA
FINCA AGOSTINO HNOS. S.A.	MENDOZA	INSTITUCION SALESIANA SAN FRANCISCO SOLANO	MENDOZA
BODEGA FURLOTTI S.A.	MENDOZA	B. Y V. CARMINE GRANATA S.A.	MENDOZA
INVERMEN S.A.	MENDOZA	PE & IWEN S.A.	MENDOZA
RIO DULCE S.A.	MENDOZA	VIÑA MAIPU S.R.L.	MENDOZA
GLOBAL UNION S.A.	MENDOZA	VIÑA EL CERNO S.A.	MENDOZA
LA BRUJULA S.A.	MENDOZA	DOLIUM S.A.	MENDOZA

PREMIER WINES S.A.	MENDOZA	CUARTA GENERACION DE CABRINI F. Y H.	MENDOZA
VIÑAS ARGENTINAS S.A.	MENDOZA	FINCA LA AMALIA S.A.	MENDOZA
LA PAMPA CHABAS S.A.	CIUDAD AUTONO	LA CASA DEL REY S.A.	MENDOZA
VIÑEDOS URRACA S.A.	MENDOZA	VITICOLA LOS SAUCES S.R.L.	MENDOZA
WIN AIR S.A.	MENDOZA	J.F.L. ARGENTINA S.A.	MENDOZA
VISTANDES S.A.	MENDOZA	DOMINIO DEL PLATA S.A.	MENDOZA
FINCAS DE AGRELO S.A.	MENDOZA	VIÑA DOÑA PAULA S.A.	MENDOZA
EXIMPORT S.R.L.	SAN LUIS	BODEGAS SALENTEIN S.A.	MENDOZA
DOBLE PET S.A.	MENDOZA	FINCA LA CELIA S.A.	MENDOZA
VIÑA ESENCIA S.A.	MENDOZA	DON CARLOS AGR.GANAD.Y FRUTIC.	MENDOZA
BLENDS OF MENDOZA S.A.	MENDOZA	FLORIDA DEL TUPUNGATO S.A.	MENDOZA
FINCA AUSTRAL S.A.	MENDOZA	CODORNIU ARGENTINA S.A.	MENDOZA
VIÑA SANTA MARIA SOC. ANON	MENDOZA	BGAS. Y VDOS. FILIPPO FIGARI S.A.	MENDOZA
ESTABLECIMIENTO PUNTA AZUL S.A.	MENDOZA	VIÑA COBOS S.A.	MENDOZA
MONDOVINO ARGENTINA S.A.	MENDOZA	VIGNETI LA ARBOLEDA S.A.	MENDOZA
PROSUR S.A.	MENDOZA	LUCILA ISABEL BOMBAL S.A.	MENDOZA
FINCA LAS DIVAS S.A.	CIUDAD AUTONO	SEBASTIAN ADROVER	MENDOZA
DOMAINE VISTALBA S.A.	MENDOZA	FAMILIA CASSONE S.A.	MENDOZA
GENIO S.A.	MENDOZA	LATINFINA S.A.	MENDOZA

VIÑAS DEL SOL S.R.L.	MENDOZA	FINCA EUGENIO BUSTOS S.A.	MENDOZA
ACONQUIJA S.R.L.	MENDOZA	BODEGA RUCA MALEN S.A.	MENDOZA
YUHAN S.A.	MENDOZA	KOCH ALFREDO LUIS	MENDOZA
RODRIGO MANUEL ROMERO	MENDOZA	MONTEVIEJO S.A.	MENDOZA
EDGARDO LUIS STALLOCCA	MENDOZA	CAVAS ROSELL BOHER S.A.	MENDOZA
GIMENEZ RIILI S.A.	MENDOZA	CURSOR S.A.	MENDOZA
V.F.VIÑEDOS S.A.	MENDOZA	BGA. FOSTER S.A.	MENDOZA
B.Y B. S.R.L.	MENDOZA	BGAS. Y VDOS. HUGO Y EDUARDO PULENTA S.A.	MENDOZA
FRANCESCHINI GIUSEPPE	MENDOZA	MONTPELLIER S.A.	MENDOZA
VIÑA DON MARTIN S.A.	MENDOZA	LLIHUE S.A.	MENDOZA
VITISDEI S.A.	MENDOZA	MILLAN S.A.	MENDOZA
BODEGA DIAMANDES S.A.	MENDOZA	BODEGAS DEUMAYEN S.R.L.	MENDOZA
SENTIRES S.R.L.	MENDOZA	MATILDE S.A.A.G	MENDOZA
VINIFICADORA ACONCAGUA S.A.	MENDOZA	SAN VICENTE S.A.	MENDOZA
JOSE REGINATO Y CIA S.R.L.	MENDOZA	ACCURO WINES SA	MENDOZA
TIERRAS DEL ANDE S.A.	MENDOZA	SMS S.A.	MENDOZA
BARBERIS HERMANOS S.A.	MENDOZA	PERULAN MIGUEL ANGEL	MENDOZA
BODEGA ATAMISQUE S.A.	MENDOZA	CUARTO SURCO S.A.	MENDOZA
ARGENTINE WINE SUPPLY S.A.	MENDOZA	ISENA S.A.	MENDOZA
COOP.VITIV.PRESIDENTE QUINTANA LTDA.	MENDOZA	POLINA S.A.	MENDOZA
ROLLAND WINE AND CONSULTING S.A.	MENDOZA	VIU MANENT ARGENTINA S.A	MENDOZA
CASA VINICOLA REYTER S.A.	MENDOZA	GEI BERRA HNOS S.H.	MENDOZA
ANDREJ RAZUMOVSKY	MENDOZA	CANTINIAN S.A.	MENDOZA

LA PANCHITA S.A.	MENDOZA	BODEGA AUGUSTO PULENTA S.A.	SAN JUAN
DOMAINE JEAN BOUSQUET S.A.	MENDOZA	PUTRUELE HNOS. S.A.	SAN JUAN
NEGOCIOS Y EMPRENDIMIENTOS ZORZAL S.A.	MENDOZA	ENAV S.A.	SAN JUAN
TRES WINES S.A	MENDOZA	BODEGAS Y VINEDOS CASA MONTES S.A.	SAN JUAN
SUR ANDINO ARGENTINA S.A.	MENDOZA	MORCHIO Y MEGLIOLI S.A.	SAN JUAN
SOLANDES S.A.	MENDOZA	CERRO CORREA S.R.L.	SAN JUAN
VINO TOURISM ARGENTINA S.R.L.	MENDOZA	SANTA SYLVIA S.A.	SAN JUAN
BODEGA CUATRO SUEÑOS S.A.	MENDOZA	TIERRAS DE PONTE S.A.	SAN JUAN
FAMILIA BARBIER S.A.	MENDOZA	OVALLES MUNOZ S.R.L.	SAN JUAN
CIGAL S.A.	MENDOZA	OSCAR ALBERTO BIONDOLILLO	SAN JUAN
ARTEL INC	MENDOZA	CIAL S.A.	SAN JUAN
KINETA S.A.	MENDOZA	BODEGAS SAN JUAN DE LA FRONTERA S.A.	SAN JUAN
LA SABIDURIA S.A.	MENDOZA	S.D.K. S.A.	SAN JUAN
ARGENTINA H.V.P.S.A.	MENDOZA	MATERIA HNOS S.A.C.I. Y F.	SAN JUAN
CUARTO DOMINIO S.A. MANOS NEGRAS S.A.	MENDOZA MENDOZA	RIO VALLEY FOODS S.A.	SAN JUAN
ANELCO ARGENTINA S.A.	MENDOZA	DEL BUONO S.A. ZAHA FOODS S.R.L.	SAN JUAN SAN JUAN
VILLAFANE Y GUZMAN S.R.L.	MENDOZA	VALENTIN BIANCHI SACIF	MENDOZA
BEKER S.A.	MENDOZA	ARGENCERES S.A.	MENDOZA
VINSA S.R.L.	MENDOZA	SUTER SAICAF E I	MENDOZA
BODEGA MOLVUN DE LEYES N. Y DUTTO R.	MENDOZA	ROCA SA.	MENDOZA

CLOP Y CLOP S.H.DE CLOP GUSTAVO Y CLOP ORLA	MENDOZA	JEAN RIVIER E HIJOS SRL	MENDOZA
PATTI ROBERTO FELIPE	MENDOZA	VINAS DE ALTURA SA	MENDOZA
BODEGAS SAN ALBERTO S.A.	MENDOZA	RICARDO JURADO SA.	MENDOZA
MARUMATOK S.A.	MENDOZA	TANINO ARGENTINA SA.	MENDOZA
GIACOBONE JOSE ARNALDO	MENDOZA	BGAS Y VDOS.LA SO DA SA.	MENDOZA
FINCA DE LA JUANITA S.A.	MENDOZA	BOMBAL Y ALDAO SRL.	MENDOZA
COMPAÑIA ANDINA S.A.ORFILA.	MENDOZA	GARBIN REFRESCOS S.A	MENDOZA
UNISER S.A.	MENDOZA	TIERRA SUR SA.	MENDOZA
B Y V BENEDETTI S.R.L.	MENDOZA	ALGODON WINE ESTATE SRL.	MENDOZA
BGAS Y VDOS CROTTA S.A.	MENDOZA	HOLLEN.MICHAEL J. Y OTRO	MENDOZA
LANZARINI LEONARDO CARLOS	MENDOZA	GOYENECHEA SA.	MENDOZA
ALLUB HNOS S.R.L.	MENDOZA	EST HUMBERTO CANALE SACIIF SENADOR S.A.	RIO NEGRO SANTA CRUZ
JESUS CARLOS FANTELLI E HIJOS	MENDOZA	MU Z DE TORO PATAGONIA S.A.	NEUQUEN
LUIS SEGUNDO CORREAS S.A.	MENDOZA	NOEMIA DE PATAGONIA S.A.	RIO NEGRO
CEPAS ARGENTINAS S.A.	MENDOZA	LA INVERSORA S.A. MARIA Y ADELINA S.A.	NEUQUEN NEUQUEN
VINAS FUNDACION DE MENDOZA SA	MENDOZA	VIÑDOS DE LA PATAGONIA S.R.L.	NEUQUEN
SAN JOSE S.C. VIT	MENDOZA	SANDRA MABEL PONCE	RIO NEGRO
PRODUCTORA ALIMENTARIA S.R.L.	MENDOZA	BODEGA OCEANO SA	RIO NEGRO

FLADIMAR S.A.	MENDOZA	BODEGA CHACRA S.R.L	RIO NEGRO
PALAU S.R.L.	MENDOZA	BODEGA DEL DESIERTO S.A.	LA PAMPA
CONCENTRADOS SANTA ROSA S.A.	MENDOZA	BODEGA DEL FIN DEL MUNDO S.A.	NEUQUEN
ALFREDO Y JOSE LANZARINI SECPA	MENDOZA	BODEGA PATRITTI S.A.	NEUQUEN
JAURE WINERY S.A.	MENDOZA	EDUARDO ALFREDO DEL RIO	RIO NEGRO
LOS HAROLDOS S.A. VINECOL S.A.	MENDOZA MENDOZA	BODEGAS UNIVERSO AUSTRAL S.A.	NEUQUEN
BGA. GENARO CACACE E HJOS. S.R.L.	MENDOZA	CARMAQ SA	LA RIOJA
AGROINDUSTRIAS CARRICONDO S.A.	MENDOZA	BODEGAS SAN HUBERTO S.A.	LA RIOJA
MODENA S.A.	MENDOZA	CABERNET DE LOS ANDES S.A.	CATAMARCA
VINICOLA SANTA SARA S.A.	MENDOZA	LA RIOJANA COOP.VITIV.DE LA R.	LA RIOJA
INCOVIT S.A.	MENDOZA	VALLE DE LA PUERTA SA	LA RIOJA
R. Y T. ANDINA S.A.	SAN JUAN	EMPRENDIMIENTOS ARGENTINOS S.A.	LA RIOJA
YABAR Y FLORES S.R.L.	SAN JUAN	LA CAROYENSE S.A. LAS ARCAS DE TOLOMBON S.A.	CORDOBA TUCUMAN
VINAFRU S.A.	SAN JUAN	FELIX LAVAQUE S.A.	SALTA
AYLLUS S.R.L.	SAN JUAN	HESS FAMILY LATIN AMERICA S.A.	SALTA
SAN JUAN JUICE AND WINES S.R.L.	SAN JUAN	UVAS DEL VALLE S.A.	SALTA
VINEDOS PIE DE PALO S.A.	SAN JUAN	JOSE LUIS MOUNIER	SALTA
LUIS VICTOR CHIRINO S.A.	SAN JUAN	B. Y V. DOMINGO HNOS. S.R.L.	SALTA

MOSTO MAT S.A.	SAN JUAN	PRELATURA DE CAFAYATE	CATAMARCA
FABRIL ALTO VERDE S.A.	SAN JUAN	GRUPO PEÑAFLORES S.A.	SALTA
CONEXPORT S.A.	SAN JUAN	FINCA LB S.R.L.	SALTA
CARDON DEL VALLE S.R.L	SALTA	LA PASCUALA S.A.	SALTA
BODEGA TACUIL S.R.L.	SALTA	BGAS. Y VDOS. SANTOS JOSE CARELLI S.A.	MENDOZA
FINCAS DEL ROSARIO S.R.L	SANTA FE	TAMASIUNAS RICARDO ALFREDO	SANTA FE
EXPLOTACION AGROPECUARIA RESERVA S.A LA	SANTA FE	SAVARY S.A.	CIUDAD AUTONO
JUEBIL S.R.L	CIUDAD AUTONO	WALD S.A	CIUDAD AUTONO
CM FOODS S.R.L.	CIUDAD AUTONO	DELLEPIANE SAN LUIS S.A.	CIUDAD AUTONO
TLV S.R.L.	CIUDAD AUTONO	NORDENWAGEN S.A.	BUENOS AIRES
EXEM TRADING S.R.L	BUENOS AIRES	PERNOD RICARD ARGENTINA S.R.L	BUENOS AIRES
FUNCKENHAUSEN S.A	CIUDAD AUTONO	FREIXENET ARGENTINA S.A.	BUENOS AIRES
FRATELLI BRANCA DESTILERIAS S.A.	BUENOS AIRES	GRAND CRU S.A.	CIUDAD AUTONO
COMPANIA ARGENTINA DE VINOS D	CIUDAD AUTONO	FINCAS DON MARTINO S.A.	BUENOS AIRES
CAVE EXTREME S.A.	CIUDAD AUTONO	SUPERMERCADOS MAYORISTAS YAGUAR S.A.	BUENOS AIRES
08007SPIRIT S.A	CIUDAD AUTONO	PETERSEN. THIELE Y CRUZ S.A.	CIUDAD AUTONO
FRANQUITO S.A		FINCA 8 S.A.	BUENOS AIRES
SOUTHERN & EXCLUSIVE S.R.L	CIUDAD AUTONO	MUNOZ DE TORO ANDES S.A.	CIUDAD AUTONO
LAFONTE S.R.L	CIUDAD AUTONO	EXPO GROUP S.A.	CIUDAD AUTONO

BODEGAS Y VINEDOS TONCONOGY S.R.L.	CIUDAD AUTONO	CUYO WINE S.A.	CIUDAD AUTONO
J. LLORENTE Y CIA. S.A.	CIUDAD AUTONO	FREIXENET IBEROAMERICA S.A	BUENOS AIRES
CAMPOSIERRA S.R.L.	CIUDAD AUTONO	ALGODONERA AVELLANEDA S.A.	CIUDAD AUTONO
BAIRES INTER TRADE S.A.	BUENOS AIRES	ENOSUR S.R.L.	CIUDAD AUTONO
BODEGAS Y VDOS. GABRIELLI S.	CIUDAD AUTONO	CAMPARI ARGENTINA S.A.	BUENOS AIRES
CK Y ASOCIADOS S.A	CIUDAD AUTONO	EL CAMPILLO S.R.L.	MENDOZA

4. Tabla de amortización

Tabla de amortización

Características del préstamo		Pago mensual	
Capital	\$ 1 000 000,00	Numero de pago mensual	\$ 14 608,55
Tasa/año	6,00 %	Numero de pago mensual	84
Años	7	Numero de pago mensual	84
Numero de pago por año	12	Pago anticipado	\$ 0,00
Fecha de principio	01/01/19	Interés	\$ 227 118,58
Pago anticipado	\$ 0,00		

Pago mensual n°	Fecha	Saldo inicial	Cuota	Cuota adicional	Cuota final	Abono capital	Interés	Saldo final
1	01/02/19	\$ 1 000 000,00	\$ 14 608,55	\$ 0,00	\$ 14 608,55	\$ 9 608,55	\$ 5 000,00	\$ 990 391,45
2	01/03/19	\$ 990 391,45	\$ 14 608,55	\$ 0,00	\$ 14 608,55	\$ 9 656,60	\$ 4 951,96	\$ 980 734,85
3	01/04/19	\$ 980 734,85	\$ 14 608,55	\$ 0,00	\$ 14 608,55	\$ 9 704,88	\$ 4 903,67	\$ 971 029,97
4	01/05/19	\$ 971 029,97	\$ 14 608,55	\$ 0,00	\$ 14 608,55	\$ 9 753,40	\$ 4 855,15	\$ 961 276,56
5	01/06/19	\$ 961 276,56	\$ 14 608,55	\$ 0,00	\$ 14 608,55	\$ 9 802,17	\$ 4 806,38	\$ 951 474,39
6	01/07/19	\$ 951 474,39	\$ 14 608,55	\$ 0,00	\$ 14 608,55	\$ 9 851,18	\$ 4 757,37	\$ 941 623,21
7	01/08/19	\$ 941 623,21	\$ 14 608,55	\$ 0,00	\$ 14 608,55	\$ 9 900,44	\$ 4 708,12	\$ 931 722,77
8	01/09/19	\$ 931 722,77	\$ 14 608,55	\$ 0,00	\$ 14 608,55	\$ 9 949,94	\$ 4 658,61	\$ 921 772,83
9	01/10/19	\$ 921 772,83	\$ 14 608,55	\$ 0,00	\$ 14 608,55	\$ 9 999,69	\$ 4 608,86	\$ 911 773,14
10	01/11/19	\$ 911 773,14	\$ 14 608,55	\$ 0,00	\$ 14 608,55	\$ 10 049,69	\$ 4 558,87	\$ 901 723,45
11	01/12/19	\$ 901 723,45	\$ 14 608,55	\$ 0,00	\$ 14 608,55	\$ 10 099,94	\$ 4 508,62	\$ 891 623,51
12	01/01/20	\$ 891 623,51	\$ 14 608,55	\$ 0,00	\$ 14 608,55	\$ 10 150,44	\$ 4 458,12	\$ 881 473,08
13	01/02/20	\$ 881 473,08	\$ 14 608,55	\$ 0,00	\$ 14 608,55	\$ 10 201,19	\$ 4 407,37	\$ 871 271,89
14	01/03/20	\$ 871 271,89	\$ 14 608,55	\$ 0,00	\$ 14 608,55	\$ 10 252,20	\$ 4 356,36	\$ 861 019,69
15	01/04/20	\$ 861 019,69	\$ 14 608,55	\$ 0,00	\$ 14 608,55	\$ 10 303,46	\$ 4 305,10	\$ 850 716,24
16	01/05/20	\$ 850 716,24	\$ 14 608,55	\$ 0,00	\$ 14 608,55	\$ 10 354,97	\$ 4 253,58	\$ 840 361,26
17	01/06/20	\$ 840 361,26	\$ 14 608,55	\$ 0,00	\$ 14 608,55	\$ 10 406,75	\$ 4 201,81	\$ 829 954,52
18	01/07/20	\$ 829 954,52	\$ 14 608,55	\$ 0,00	\$ 14 608,55	\$ 10 458,78	\$ 4 149,77	\$ 819 495,73
19	01/08/20	\$ 819 495,73	\$ 14 608,55	\$ 0,00	\$ 14 608,55	\$ 10 511,08	\$ 4 097,48	\$ 808 984,66
20	01/09/20	\$ 808 984,66	\$ 14 608,55	\$ 0,00	\$ 14 608,55	\$ 10 563,63	\$ 4 044,92	\$ 798 421,03
21	01/10/20	\$ 798 421,03	\$ 14 608,55	\$ 0,00	\$ 14 608,55	\$ 10 616,45	\$ 3 992,11	\$ 787 804,58
22	01/11/20	\$ 787 804,58	\$ 14 608,55	\$ 0,00	\$ 14 608,55	\$ 10 669,53	\$ 3 939,02	\$ 777 135,05
23	01/12/20	\$ 777 135,05	\$ 14 608,55	\$ 0,00	\$ 14 608,55	\$ 10 722,88	\$ 3 885,68	\$ 766 412,17
24	01/01/21	\$ 766 412,17	\$ 14 608,55	\$ 0,00	\$ 14 608,55	\$ 10 776,49	\$ 3 832,06	\$ 755 635,67
25	01/02/21	\$ 755 635,67	\$ 14 608,55	\$ 0,00	\$ 14 608,55	\$ 10 830,38	\$ 3 778,18	\$ 744 805,30
26	01/03/21	\$ 744 805,30	\$ 14 608,55	\$ 0,00	\$ 14 608,55	\$ 10 884,53	\$ 3 724,03	\$ 733 920,77
27	01/04/21	\$ 733 920,77	\$ 14 608,55	\$ 0,00	\$ 14 608,55	\$ 10 938,95	\$ 3 669,60	\$ 722 981,82
28	01/05/21	\$ 722 981,82	\$ 14 608,55	\$ 0,00	\$ 14 608,55	\$ 10 993,65	\$ 3 614,91	\$ 711 988,17
29	01/06/21	\$ 711 988,17	\$ 14 608,55	\$ 0,00	\$ 14 608,55	\$ 11 048,61	\$ 3 559,94	\$ 700 939,56
30	01/07/21	\$ 700 939,56	\$ 14 608,55	\$ 0,00	\$ 14 608,55	\$ 11 103,86	\$ 3 504,70	\$ 689 835,70
31	01/08/21	\$ 689 835,70	\$ 14 608,55	\$ 0,00	\$ 14 608,55	\$ 11 159,38	\$ 3 449,18	\$ 678 676,33
32	01/09/21	\$ 678 676,33	\$ 14 608,55	\$ 0,00	\$ 14 608,55	\$ 11 215,17	\$ 3 393,38	\$ 667 461,15
33	01/10/21	\$ 667 461,15	\$ 14 608,55	\$ 0,00	\$ 14 608,55	\$ 11 271,25	\$ 3 337,31	\$ 656 189,90
34	01/11/21	\$ 656 189,90	\$ 14 608,55	\$ 0,00	\$ 14 608,55	\$ 11 327,60	\$ 3 280,95	\$ 644 862,30
35	01/12/21	\$ 644 862,30	\$ 14 608,55	\$ 0,00	\$ 14 608,55	\$ 11 384,24	\$ 3 224,31	\$ 633 478,06
36	01/01/22	\$ 633 478,06	\$ 14 608,55	\$ 0,00	\$ 14 608,55	\$ 11 441,16	\$ 3 167,39	\$ 622 036,89
37	01/02/22	\$ 622 036,89	\$ 14 608,55	\$ 0,00	\$ 14 608,55	\$ 11 498,37	\$ 3 110,18	\$ 610 538,52
38	01/03/22	\$ 610 538,52	\$ 14 608,55	\$ 0,00	\$ 14 608,55	\$ 11 555,86	\$ 3 052,69	\$ 598 982,66
39	01/04/22	\$ 598 982,66	\$ 14 608,55	\$ 0,00	\$ 14 608,55	\$ 11 613,64	\$ 2 994,91	\$ 587 369,02
40	01/05/22	\$ 587 369,02	\$ 14 608,55	\$ 0,00	\$ 14 608,55	\$ 11 671,71	\$ 2 936,85	\$ 575 697,31
41	01/06/22	\$ 575 697,31	\$ 14 608,55	\$ 0,00	\$ 14 608,55	\$ 11 730,07	\$ 2 878,49	\$ 563 967,24
42	01/07/22	\$ 563 967,24	\$ 14 608,55	\$ 0,00	\$ 14 608,55	\$ 11 788,72	\$ 2 819,84	\$ 552 178,52
43	01/08/22	\$ 552 178,52	\$ 14 608,55	\$ 0,00	\$ 14 608,55	\$ 11 847,66	\$ 2 760,89	\$ 540 330,86
44	01/09/22	\$ 540 330,86	\$ 14 608,55	\$ 0,00	\$ 14 608,55	\$ 11 906,90	\$ 2 701,65	\$ 528 423,96
45	01/10/22	\$ 528 423,96	\$ 14 608,55	\$ 0,00	\$ 14 608,55	\$ 11 966,43	\$ 2 642,12	\$ 516 457,53
46	01/11/22	\$ 516 457,53	\$ 14 608,55	\$ 0,00	\$ 14 608,55	\$ 12 026,27	\$ 2 582,29	\$ 504 431,26
47	01/12/22	\$ 504 431,26	\$ 14 608,55	\$ 0,00	\$ 14 608,55	\$ 12 086,40	\$ 2 522,16	\$ 492 344,86
48	01/01/23	\$ 492 344,86	\$ 14 608,55	\$ 0,00	\$ 14 608,55	\$ 12 146,83	\$ 2 461,72	\$ 480 198,03
49	01/02/23	\$ 480 198,03	\$ 14 608,55	\$ 0,00	\$ 14 608,55	\$ 12 207,56	\$ 2 400,99	\$ 467 990,47
50	01/03/23	\$ 467 990,47	\$ 14 608,55	\$ 0,00	\$ 14 608,55	\$ 12 268,60	\$ 2 339,95	\$ 455 721,87
51	01/04/23	\$ 455 721,87	\$ 14 608,55	\$ 0,00	\$ 14 608,55	\$ 12 329,95	\$ 2 278,61	\$ 443 391,92
52	01/05/23	\$ 443 391,92	\$ 14 608,55	\$ 0,00	\$ 14 608,55	\$ 12 391,59	\$ 2 216,96	\$ 431 000,33
53	01/06/23	\$ 431 000,33	\$ 14 608,55	\$ 0,00	\$ 14 608,55	\$ 12 453,55	\$ 2 155,00	\$ 418 546,77
54	01/07/23	\$ 418 546,77	\$ 14 608,55	\$ 0,00	\$ 14 608,55	\$ 12 515,82	\$ 2 092,73	\$ 406 030,95
55	01/08/23	\$ 406 030,95	\$ 14 608,55	\$ 0,00	\$ 14 608,55	\$ 12 578,40	\$ 2 030,15	\$ 393 452,55
56	01/09/23	\$ 393 452,55	\$ 14 608,55	\$ 0,00	\$ 14 608,55	\$ 12 641,29	\$ 1 967,26	\$ 380 811,26
57	01/10/23	\$ 380 811,26	\$ 14 608,55	\$ 0,00	\$ 14 608,55	\$ 12 704,50	\$ 1 904,06	\$ 368 106,76
58	01/11/23	\$ 368 106,76	\$ 14 608,55	\$ 0,00	\$ 14 608,55	\$ 12 768,02	\$ 1 840,53	\$ 355 338,74
59	01/12/23	\$ 355 338,74	\$ 14 608,55	\$ 0,00	\$ 14 608,55	\$ 12 831,86	\$ 1 776,69	\$ 342 506,88
60	01/01/24	\$ 342 506,88	\$ 14 608,55	\$ 0,00	\$ 14 608,55	\$ 12 896,02	\$ 1 712,53	\$ 329 610,86
61	01/02/24	\$ 329 610,86	\$ 14 608,55	\$ 0,00	\$ 14 608,55	\$ 12 960,50	\$ 1 648,05	\$ 316 650,36
62	01/03/24	\$ 316 650,36	\$ 14 608,55	\$ 0,00	\$ 14 608,55	\$ 13 025,30	\$ 1 583,25	\$ 303 625,06
63	01/04/24	\$ 303 625,06	\$ 14 608,55	\$ 0,00	\$ 14 608,55	\$ 13 090,43	\$ 1 518,13	\$ 290 534,63
64	01/05/24	\$ 290 534,63	\$ 14 608,55	\$ 0,00	\$ 14 608,55	\$ 13 155,88	\$ 1 452,67	\$ 277 378,75
65	01/06/24	\$ 277 378,75	\$ 14 608,55	\$ 0,00	\$ 14 608,55	\$ 13 221,66	\$ 1 386,89	\$ 264 157,09
66	01/07/24	\$ 264 157,09	\$ 14 608,55	\$ 0,00	\$ 14 608,55	\$ 13 287,77	\$ 1 320,79	\$ 250 869,32
67	01/08/24	\$ 250 869,32	\$ 14 608,55	\$ 0,00	\$ 14 608,55	\$ 13 354,21	\$ 1 254,35	\$ 237 515,11
68	01/09/24	\$ 237 515,11	\$ 14 608,55	\$ 0,00	\$ 14 608,55	\$ 13 420,98	\$ 1 187,59	\$ 224 094,13
69	01/10/24	\$ 224 094,13	\$ 14 608,55	\$ 0,00	\$ 14 608,55	\$ 13 488,08	\$ 1 120,47	\$ 210 606,05
70	01/11/24	\$ 210 606,05	\$ 14 608,55	\$ 0,00	\$ 14 608,55	\$ 13 555,52	\$ 1 053,03	\$ 197 050,52
71	01/12/24	\$ 197 050,52	\$ 14 608,55	\$ 0,00	\$ 14 608,55	\$ 13 623,30	\$ 985,25	\$ 183 427,22
72	01/01/25	\$ 183 427,22	\$ 14 608,55	\$ 0,00	\$ 14 608,55	\$ 13 691,42	\$ 917,14	\$ 169 735,80
73	01/02/25	\$ 169 735,80	\$ 14 608,55	\$ 0,00	\$ 14 608,55	\$ 13 759,88	\$ 848,68	\$ 155 975,93
74	01/03/25	\$ 155 975,93	\$ 14 608,55	\$ 0,00	\$ 14 608,55	\$ 13 828,67	\$ 779,88	\$ 142 147,25
75	01/04/25	\$ 142 147,25	\$ 14 608,55	\$ 0,00	\$ 14 608,55	\$ 13 897,82	\$ 710,74	\$ 128 249,43
76	01/05/25	\$ 128 249,43	\$ 14 608,55	\$ 0,00	\$ 14 608,55	\$ 13 967,31	\$ 641,25	\$ 114 282,13
77	01/06/25	\$ 114 282,13	\$ 14 608,55	\$ 0,00	\$ 14 608,55	\$ 14 037,14	\$ 571,41	\$ 100 244,98
78	01/07/25	\$ 100 244,98	\$ 14 608,55	\$ 0,00	\$ 14 608,55	\$ 14 107,33	\$ 501,22	\$ 86 137,65
79	01/08/25	\$ 86 137,65	\$ 14 608,55	\$ 0,00	\$ 14 608,55	\$ 14 177,87	\$ 430,69	\$ 71 959,79
80	01/09/25	\$ 71 959,79	\$ 14 608,55	\$ 0,00	\$ 14 608,55	\$ 14 248,76	\$ 359,80	\$ 57 711,03
81	01/10/25	\$ 57 711,03	\$ 14 608,55	\$ 0,00	\$ 14 608,55	\$ 14 320,00	\$ 288,56	\$ 43 391,03
82	01/11/25	\$ 43 391,03	\$ 14 608,55	\$ 0,00	\$ 14 608,55	\$ 14 391,60	\$ 216,96	\$ 28 999,43
83	01/12/25	\$ 28 999,43	\$ 14 608,55	\$ 0,00	\$ 14 608,55	\$ 14 463,56	\$ 145,00	\$ 14 535,88
84	01/01/26	\$ 14 535,88	\$ 14 608,55	\$ 0,00	\$ 14 535,88	\$ 14 463,20	\$ 72,68	\$ 0,00

5. Estados financieros

VINO EXPORTACION ARGENTINA										
ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS										
Al 31 de Diciembre del 2019, 2020, 2021, 2022, 2023										
(Expresado en Pesos argentinos)										
	Totales		Totales		Totales		Totales		Totales	
	2019	%	2020	%	2021	%	2022	%	2023	%
COMISIONES NETAS (Ingresos Operacionales)	5 227 200,00		5 488 560,00		5 762 988,00		6 051 137,40		6 353 694,27	
Otros Ingresos Operacionales	0,00		0,00		0,00		0,00		0,00	
(-) Descuentos, rebajas y Bonificaciones concedida	0,00		-548 856,00		-576 298,80		-605 113,74		-635 369,43	
(+) TOTAL INGRESOS	5 227 200,00	100,00	4 939 704,00	100,00	5 186 689,20	100,00	5 446 023,66	100,00	5 718 324,84	100,00
(-) INVENTARIO INICIAL	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-) COMPRAS (ó COSTO DE PRODUCCIÓN)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(+) INVENTARIO FINAL	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-) COSTO DE VENTAS (Operacionales)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
UTILIDAD BRUTA	5 227 200,00	100,00	4 939 704,00	100,00	5 186 689,20	100,00	5 446 023,66	100,00	5 718 324,84	100,00
(-) SALARIOS	-3 784 413,60	-72,40	-3 784 413,60	76,61	-3 784 413,60	72,96	-3 784 413,60	69,49	-3 784 413,60	66,18
(-) PUBLICIDAD	-100 000,00	-1,91	-100 000,00	-2,02	-100 000,00	-1,93	-100 000,00	-1,84	-100 000,00	-1,75
(-) UTILIDADES (AGUA, GAZ, ELETRICIDAD)	-54 000,00	-1,03	-54 000,00	1,09	-54 000,00	1,04	-54 000,00	0,99	-54 000,00	0,94
(-) ALQUILERES	-288 000,00	-5,51	-288 000,00	-5,83	-288 000,00	-5,55	-288 000,00	-5,29	-288 000,00	-5,04
(-) GASTOS DE VEHICULOS (PETROLEO)	-72 000,00	-1,38	-72 000,00	1,46	-72 000,00	1,39	-72 000,00	1,32	-72 000,00	1,26
(-) REPARACION Y MANTENIMIENTO	-20 000,00	-0,38	-20 000,00	-0,40	-20 000,00	-0,39	-20 000,00	-0,37	-20 000,00	-0,35
(-) PAPELERIA E IMPRESION	-10 000,00	-0,19	-10 000,00	0,20	-10 000,00	0,19	-10 000,00	0,18	-10 000,00	0,17
(-) TELEFONO/SKY PE	-30 710,00	-0,59	-30 710,00	0,62	-30 710,00	0,59	-30 710,00	0,56	-30 710,00	0,54
(-) SEGUROS	-208 356,00	-3,99	-208 356,00	-4,22	-208 356,00	-4,02	-208 356,00	-3,83	-208 356,00	-3,64
Total costos	-4 567 479,60	-83,39	-4 567 479,60	71,73	-4 567 479,60	68,31	-4 567 479,60	65,06	-4 567 479,60	61,96
UTILIDAD OPERATIVA	659 720,40	12,62	372 224,40	7,54	619 209,60	11,94	878 544,06	16,13	1 150 845,24	20,13
(-) GASTOS FINANCIEROS	-175 302,60	3,35	-175 302,60	3,55	-175 302,60	3,38	-175 302,60	3,22	-175 302,60	3,07
(-) DEPRECIACION	-93 722,50	1,79	-93 722,50	1,90	-93 722,50	1,81	-93 722,50	1,72	-93 722,50	1,64
(+) OTROS INGRESOS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-) OTROS EGRESOS (Gastos Diversos)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(+) INGRESOS FINANCIEROS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Utilidad (o Pérdida) Neta Antes de IR	390 695,30	7,47	103 199,30	2,09	350 184,50	6,75	609 518,96	11,19	881 820,14	15,42
(-) Impuesto a la Renta (35%)	136 743,36	-2,62	36 119,76	-0,73	122 564,58	-2,36	213 331,64	-3,92	308 637,05	-5,40
UTILIDAD (o pérdida) NETA	253 951,95	4,86	67 079,55	1,36	227 619,93	4,39	396 187,32	7,27	573 183,09	10,02
(-) pago de interés de los socios (10%)	25 395,19		6 707,95		22 761,99		39 618,73		57 318,31	
(-) Utilidad a distribuir	11 427,84		3 018,58		10 242,90		17 828,43		25 793,24	
UTILIDAD RETENIDA	217 128,91	4,15	57 353,01	1,16	194 615,04	3,75	338 740,16	6,22	490 071,54	8,57

VINO EXPORTACION ARGENTINA										
BALANCE GENERAL										
Al 31 de Diciembre del 2019, 2020, 2021, 2022, 2023										
(Expresado en Pesos)										
ACTIVO	Totales		Totales		Totales		Totales		Totales	
	2019	%	2020	%	2021	%	2022	%	2023	%
ACTIVO CORRIENTE										
Caja/Bancos	668 739,64	28,08	668 554,17	23,88	479 462,66	17,08	592 395,60	20,95	427 218,44	14,95
Inversiones Financieras	1 000 000,00	32,32	1 000 000,00	35,71	1 000 000,00	35,62	1 000 000,00	35,37	1 000 000,00	34,98
Clientes (Cuentas por Cobrar Comerciales) (neto)	580 800,00	18,77	580 800,00	20,74	871 200,00	31,03	871 200,00	30,82	1 161 600,00	40,64
Cuentas por Cobrar a partes relacionadas	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Otras Cuentas por Cobrar	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Existencias (Mercaderías)(Productos Terminados)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Gastos Diferidos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Suministros Diversos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Crédito Fiscal	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Materias Primas	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Gastos Pagados por Anticipado	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Otros Activos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOT ACTIVO CORRIENTE	2 449 539,64	79,17	2 249 354,17	80,33	2 350 662,66	83,72	2 463 595,60	87,14	2 588 818,44	90,57
ACTIVO NO CORRIENTE										
Otras Cuentas por Cobrar	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Mobiliario	21 802,50	0,70	19 380,00	0,69	16 957,50	0,60	14 535,00	0,51	12 112,50	0,42
Equipos para procesos de información	131 500,00	4,25	105 200,00	3,76	78 900,00	2,81	52 600,00	1,86	26 300,00	0,92
Vehículos	585 000,00	18,91	520 000,00	18,57	455 000,00	16,20	390 000,00	13,80	325 000,00	11,37
(-) Depreciación y Amort. Acumul	-93 722,50	-3,03	-93 722,50	-3,35	-93 722,50	-3,34	-93 722,50	-3,32	-93 722,50	-3,28
Activos Intangibles (neto)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Otros Activos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOT ACTIVO NO CORRIENTE	644 580,00	20,83	550 857,50	19,67	457 135,00	16,28	363 412,50	12,86	269 690,00	9,43
TOTAL ACTIVO	3 094 119,64	100,00	2 800 211,67	100,00	2 807 797,66	100,00	2 827 008,10	100,00	2 858 508,44	100,00
VINO EXPORTACION ARGENTINA										
BALANCE GENERAL										
Al 31 de Diciembre del 2019, 2020, 2021, 2022, 2023										
(Expresado en Pesos)										
PASIVO Y PATRIMONIO	Totales		Totales		Totales		Totales		Totales	
	2019	%	2020	%	2021	%	2022	%	2023	%
PASIVO CORRIENTE										
Sobregiros Bancarios	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Proveedores (Clas x Pagar Comerciales)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Cuentas por Pagar a partes relacionadas	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Tributos por Pagar	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Remuneraciones por pagar	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Clas. por pagar diversas	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Otras Cuentas por Pagar	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL PASIVO CORRIENTE	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
PASIVO NO CORRIENTE										
Deudas a Largo Plazo	865 562,89	27,97	728 412,24	26,01	588 493,31	20,96	445 750,19	15,77	300 125,91	10,50
Ganancias	217 128,91	7,02	57 353,01	2,05	194 615,04	6,93	338 740,16	11,98	490 071,54	17,14
Cuenta corriente a los socios	1 500 000,00	48,48	1 500 000,00	53,57	1 500 000,00	53,42	1 500 000,00	53,06	1 500 000,00	52,47
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	2 582 691,80	83,47	2 285 765,25	81,63	2 283 108,35	81,31	2 284 490,35	80,81	2 290 197,45	80,12
PATRIMONIO										
Capital Social	500 000,00	16,16	500 000,00	17,86	500 000,00	17,81	500 000,00	17,69	500 000,00	17,49
Capital adicional	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Resultados Acumulados	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Resultados del Periodo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Reservas Legales	11 427,84	0,37	14 446,42	0,52	24 689,31	0,88	42 517,74	1,50	68 310,98	2,39
TOTAL PATRIMONIO	511 427,84	16,53	514 446,42	18,37	524 689,31	18,69	542 517,74	19,19	568 310,98	19,88
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	3 094 119,64	100,00	2 800 211,67	100,00	2 807 797,66	100,00	2 827 008,10	100,00	2 858 508,44	100,00