

REUNIÓN DE COMISIÓN DIRECTIVA Nro. 121

Fecha: 05 de agosto de 2020.

Lugar: Modalidad virtual a través de la Plataforma digital Zoom, con base en Ciudad de Mendoza.

Hora: 10:00hs.

Registro:

Miembros integrantes de la Comisión Directiva: Maximiliano Hernandez Toso (WHT S.A); Guillermo Barzi (Establecimiento Humberto Canale S.A.); Sofía Pescarmona (Lagarde S.A.); Victor Marcantoni (PR Argentina S.A.); Mauricio Boullaud (Barbarians S.A.); Sol Asencio (La Rural ByV S.A.); Hervé Birnie Scott (Bodegas Chandon S.A.); Ramiro Barrios (Clos de los siete S.A.); Pablo Silvestre (Viña Las Perdices S.A.); Mónica Caamaño (Trivento ByV S.A.); Alberto Arizu (Leoncio Arizu); Susana Balbo (en representación de Edgardo del Pópolo - Dominio del Plata S.A.); Rafael Calderón (Valentin Bianchi SACIF); Jimena Molina (Molinos Río de la Plata S.A.); Patricia Freuler de Ortiz (Fincas Patagónicas S.A.); Francisco Do Pico (Peñaflor S.A.); Ignacio Squassini (Bodega Dante Robino); Gastón Lo Russo (Finca Flichman S.A.); Julio César Viola (Viñedos de la Patagonia); Celeste Pesce (Establecimientos Vitivinícolas Escorihuela); Marcelo Burgos (Andeluna Cellars SRL); José Alberto Zuccardi (La Agrícola S.A.); Roberto Luka (Finca Sopenia SA).

Asimismo, se registraron en calidad de asistentes vía Back Office (intranet) de la institución los representantes de bodegas e invitados que se listan en el documento Anexo. También participaron por parte de Wines of Argentina: Mario Giordano, Magdalena Pesce, Soledad Juncosa, Sofía Brazzolotto, Paula Valle, Natalia Oviedo, Carolina Tonnelier, Sebastian Oviedo, Gisela Giordano, Analía Lucero, Romina Ruiz, Maryline Demandre, Verónica Kathuria y Juan Pablo Sandoni.

Orden del Día:

1. Lectura y aprobación del Acta de la reunión anterior.
 2. Presentación Plan de Negocios Wines of Argentina 2020-2021.
 3. Anuncios.
-
1. Se llevó a cabo la lectura del Acta de la reunión anterior, que se dio por aprobada por unanimidad.
 2. En función de los contenidos desarrollados en las dos primeras sesiones del Workshop Estratégico: *“La nueva normalidad para el Vino Argentino”*, llevadas a cabo los días 06 y 07 de julio respectivamente, y teniendo en cuenta el feedback de los asociados, se presentó el Plan de Negocios de la institución para los próximos dos años, destinado a orientar la estrategia

exportadora del sector, cuyo foco estará puesto en la implementación de acciones innovadoras de marketing digital y en la generación de oportunidades comerciales para sus socios.

La presentación de este Plan de Negocios constó de 5 puntos centrales:

- a. Contexto Internacional: Se realizó un análisis histórico de las exportaciones de vino argentino en el período 2001 - 2019, repasando los datos estadísticos y factores macroeconómicos que reflejan que desde el año 2012 no se registra un crecimiento para la categoría, en un contexto más amplio de caída general de las exportaciones para todos los sectores.

En este segmento se realizó además una caracterización de la estructura exportadora vitivinícola y su relación con la promoción del sector; las desventajas arancelarias en relación a los principales competidores; principales mercados de consumo de vino argentino en 2019; crecimiento y perspectivas del canal e-commerce; referencias a China como el mercado que tracciona el comercio mundial de vinos. Además, se hizo énfasis en los desafíos de la era digital y la necesidad de las organizaciones de ajustar sus estrategias de marketing y reconvertirse para responder a las nuevas demandas.

- b. La gestión del capital financiero: se presentaron las fuentes de financiamiento de Wines of Argentina y el uso de los fondos, reconfigurados en función del replanteo de la estrategia hacia la transformación digital, con la creación de una nueva categoría de actividades (*User Pay Digital*). En esta sección se presentó además un presupuesto estimado para el ciclo 2021, mencionando que se continuará con foco en los mercados de Estados Unidos y China, de acuerdo a lo aprobado por el Directorio de la entidad en 2019.
- c. La gestión del capital humano: se ofreció una caracterización de la manera en que se encuentran organizados actualmente los recursos humanos de la organización, planteando la necesidad de revisar esta estructura para la inserción a la transformación digital. Para esta reasignación se propuso la creación de un Equipo de Gestión para la Transformación Digital, integrado por Maximiliano Hernández Toso, Guillermo Barzi, Sofía Pescarmona, Mauricio Boullade, Gastón Lo Russo, Magdalena Pesce y Mario Giordano, y un Comité Ejecutivo formado por un grupo de asesores, compuesto por: Mónica Caamaño, Hervé Birnie Scott, José Asensio, Francisco Do Pico, Víctor Marcantoni y Juan Marcó. Asimismo, se contará con el apoyo de Carlos Trad, en calidad de Asesor Pro Bono.
- d. Enfoque Comunicacional: se hizo mención a los pilares de la campaña “Argentina Breaking New Ground” y los lineamientos de la campaña específica para China, denominada “Spice up your moments”.
- e. Actividades de promoción: se detallaron una serie de actividades para construir valor y desarrollar acciones que se trabajarán en base a un modelo de innovación

abierta, nutriéndose del aporte de diferentes actores externos para contribuir a profesionalizar más la organización.

Estas actividades involucran:

- Creación y difusión de contenidos.
- Digital Networking.
- Eventos propios y de terceros.
- Educación.
- Hospitality.
- Activación de canales.
- Información para la toma de decisiones.
- Branding no tradicional.

3. Anuncios.

Se comunicó que Magdalena Pesce -actual Gerente de Marketing y Comunicaciones- será la nueva Gerente General de la institución a partir del 1 de enero de 2021, reemplazando en el puesto a Mario Giordano, quien continuará en relación con la entidad en calidad de Senior Advisor y en calidad de integrante del Comité de Ex-Presidentes de la institución. De acuerdo a lo informado, los próximos meses de 2020 serán de transición hasta efectivizarse el pase.

Se hicieron reflexiones generales al contexto político de la industria vitivinícola, pero se convino dejar el tratamiento específico de esta temática para la próxima reunión de Comisión Directiva fijada para el 09 de noviembre de 2020.

Se sugirió considerar destinar una parte de las cuotas sociales para la generación de un fondo a asignar por sorteo a aquellas bodegas de pequeña escala que por sus presupuestos no puedan solventar el costo de la participación en ciertas actividades de manera permanente.

La presentación del Plan de Negocios, así como el link de la grabación del encuentro, fueron cargados en el sistema Back Office de Wines of Argentina, a total disposición de la base de asociados.

Siendo las 12:20hs. se dio por finalizada la reunión.