

Mendoza, 30 de mayo de 2022

Señores  
Comisión Directiva de  
Vinos de Argentina A.C. para la promoción externa

REF.: MARKETING DIGITAL – GLOBANT (Sistemas Globales S.A.)  
INFORME SOBRE ASPECTOS DE LA CONTRATACIÓN – ORIGEN Y EJECUCIÓN

Con relación al tema de referencia, informamos lo siguiente:

## **CONCLUSIONES**

- 1- Luego del análisis de la documentación y otros elementos que tuvimos a disposición, podemos concluir que la contratación de servicios con Globant dentro del programa de Marketing Digital de la entidad, decidida oportunamente por la Comisión Directiva, ha sido implementada razonablemente, con la debida diligencia para una conducta empresarial responsable, verificándose características de transparencia en la selección y contratación del servicio, seguimiento adecuado de la implementación y sus resultados, comunicación continua a las partes interesadas, participación significativa de las mismas (asociados) y aprobación de la totalidad del proceso en el marco del funcionamiento legal de la institución.

Todas las fases de la contratación, incluso su seguimiento detallado a través del tiempo, fueron analizadas y aprobadas por los órganos institucionales de administración y gobierno de la entidad (Comisión Directiva y Asamblea), con una adecuada exposición a los asociados, lo cual se puede verificar de la lectura de las actas directorio y asamblea correspondientes.

- 2- No podemos opinar respecto de los montos de pauta digital que se definieron en la operatoria, ya que se trata de temas comerciales y técnicos específicos que no están dentro de nuestra incumbencia profesional.

## **ANÁLISIS DE LA CONTRATACIÓN**

### **DOCUMENTACIÓN ANALIZADA**

Libros de Actas de Directorio y Asamblea de la entidad  
Presentaciones y grabaciones de reuniones de Comisión Directiva  
Estados contables de la entidad  
Contratos, facturas y documentación vinculada con la operatoria con Globant  
Presupuestos de la entidad, 2021 y 2022



## **CRONOLOGÍA Y ASPECTOS RELEVANTES DE LA CONTRATACIÓN**

### **Reunión de CD 124 – 7 de octubre 2020**

Punto 4: se comunicaron los detalles del proceso de búsqueda de agencias de marketing que apuntalen y potencien la transición de la institución hacia el Marketing Digital (en adelante MD). Se hizo hincapié en la necesidad de una apuesta fuerte que permita llevar a WofA hacia otro nivel en línea con el nuevo contexto digital. Se analizó la propuesta de Globant, mencionando que se prevé la realización de reuniones con otras agencias para evaluar diferentes alternativas

### **Reunión de CD 125 – 4 de noviembre 2020**

Punto 2: Agencia de MD – Avances

Se realizó una síntesis de las propuestas recibidas por parte de las siguientes agencias:

- Globant
- Propelland + Avatar
- New
- Mindshare

Se acordó avanzar con la fase Discovery de la agencia Globant, teniendo en cuenta sus capacidades tecnológicas, de MD y transferencia de conocimientos.

Esta fase inicial permitirá delinear y evaluar la estrategia de MD que servirá de base para implementar una fase de ejecución posterior. Se señaló además la existencia de financiamiento suficiente por parte de WofA para destinar a la futura ejecución del plan, contemplando además la pauta en medios.

### **Contrato marco de servicios con Globant - vigencia 24 de noviembre 2020**

El contrato marco se complementa con fases denominadas “declaración de trabajo” (SOW) que detalla servicios y cantidad de personal de Globant; cada SOW se vincula con una carta de aceptación del mismo. Se realizaron enmiendas para extender el plazo hasta junio de 2022

Es decir que cada fase de ejecución (build) ha contado en todos los casos por una aceptación preliminar por parte de WofA, luego se ha producido la ejecución y consecuente posterior facturación

### **Reunión de CD 126 – 17 de diciembre 2020**

Punto 3. Actividades previstas para 2021 – c) el equipo de Globant compartió información relevante del trabajo llevado a cabo en la fase Discovery. Se dieron a conocer los pilares estratégicos para los próximos pasos

Punto 4. Presupuesto 2021. Se presentó el Presupuesto 2021 sin observaciones, para su consideración por la Asamblea General Ordinaria del próximo año.



#### Presupuesto 2021

En el punto 11. , dentro de los egresos, se consigna en forma específica “Proyecto Marketing Digital Globant”, según el siguiente detalle:

Fee consultoría	\$ 29.492.049	U\$S 293.700
Compra de pauta en medios	\$ 82.577.736	U\$S 822.360

#### Asamblea General Ordinaria N° 19 – 14 de abril 2021

Se aprueba el presupuesto y plan de actividades para 2021

#### Reunión de CD 129 – 14 de mayo 2021

Punto 3. se expusieron los resultados de la campaña Malbec World Day 2021, con foco en las actividades digitales desarrolladas en Estados Unidos, conjuntamente con el equipo de Globant

#### Reunión de CD 133 – 9 de setiembre 2021

Punto 2. Campaña MD en USA. Updates y próximos pasos

1. Se expuso el recorrido de las principales acciones y campañas de Marketing Digital desarrolladas específicamente para el mercado de Estados Unidos junto a Globant a lo largo del ciclo 2021, con los hitos clave en términos de resultados alcanzados, así como las futuras acciones previstas.

2. En términos numéricos se presentaron resultados comparativos que reflejan el éxito de las campañas en el sitio institucional y el blog de WofA (período enero- marzo 2021 vs. abril - julio 2021).

- Sitio web: +69.29% usuarios; +81% sesiones; + 148% pageviews.
- Blog: +14.076% usuarios; +8.557% sesiones; 0.76% bounce rate. En este sentido, se ha transformado en uno de los assets más importantes en los canales de comunicación.

Asimismo, se mencionó el reconocimiento al accionar de Wines of Argentina en términos de campañas digitales habiendo sido seleccionada como caso de éxito por Google.

#### Reunión de CD 136 – 15 de diciembre 2021

#### Presupuesto 2022

En el punto 11. , dentro de los egresos, se consigna en forma específica “Proyecto Marketing Digital Globant”, según el siguiente detalle:



Fee consultoría	\$ 34.403.729	U\$S 362.013
Compra de pauta en medios	\$ 36.651.070	U\$S 385.661

Plan de acción 2022: En términos de la estrategia en Marketing Digital para 2022, se presentó la propuesta de trabajo junto a la agencia Globant para continuar desarrollando el mercado de Estados Unidos y sumar un mercado estratégico como Brasil donde serán necesarios esfuerzos para hacer crecer el ecommerce. En ese sentido, se acordó extender durante el primer semestre del año la consultoría.

Reunión de CD 137 – 23 de febrero 2022

Punto 6. USA – plan de campaña 2022 (Natalia Oviedo – Verónica Kathuria)

Se presentó el plan de campaña que Wines of Argentina implementará durante el 2022. Esta estrategia buscará expandir el conocimiento de la industria vitivinícola argentina en el mercado de USA a través de acciones de marketing digital de impacto, que ayuden a posicionar en el top of mind la marca “Vino Argentino” en audiencias clave: consumers y trade. Durante los primeros seis meses se contará con el asesoramiento de la agencia Globant y luego el equipo de WofA continuará su ejecución 100% inhouse gracias al proceso de transferencia de conocimiento iniciado en 2021.

Asamblea General Ordinaria N° 20 – 5 de abril 2022

Se aprueba el presupuesto y plan de actividades para 2022

Quedamos a disposición por cualquier aclaración que fuese necesaria

p/ Balter y Asociados

Eduardo Fierro