

REUNIÓN DE COMISIÓN DIRECTIVA N° 142

Fecha: 21 de junio de 2022.

Lugar: Modalidad virtual, a través de la plataforma Zoom.

Hora: 10:00 hs.

Asistentes:

Miembros integrantes de la Comisión Directiva: Alejandro Vigil (Puerto Ancona S.A.), Mauricio Boullade (A16 S.A.); Claudia Piedrahita (Casarena ByV S.A.); Roberto Luka (Finca Sophenia SA); Guillermo Barzi (Est. Humberto Canale S.A.); Mónica Caamaño (Trivento ByV SA); Celeste Pesce (S.A. Est. Vitiv. Escorihuela); Julio Viola (Viñedos de la Patagonia S.R.L); Marcelo Burgos (Andeluna Cellars S.A.); Sofía Pescarmona (Lagarde S.A.); Patricia Freuler de Ortiz (Fincas Patagónicas SA); Ramiro Barrios (Clos de los siete SA); Gianina Mozzicafredo (Bodegas Caro S.A.); Juan Caiti (ByV Pascual Toso S.A.); Carina Valicati (Pacha Co S.A.); Mauricio Lorca (ByV Mauricio Lorca S.A.) y Cristian Herrería (Fecovita Coop.Ltda.).

También estuvieron presentes: Victor Marcantoni (PR Argentina S.A.); Pablo Aranda Hynes (Grupo Avinea S.A.); Leandro Bastías (Bodegas Budeguer S.A.); Agustina Lencias (en representación de COVIAR).

Por parte del equipo de WofA participaron Magdalena Pesce, Carolina Tonnelier, Analía Lucero, Paula Valle, Natalia Oviedo, Sebastián Oviedo, Soledad Juncosa, Sofía Brazzolotto, Agustina Gutiérrez, Verónica Kathuria, Juan P. Sandoni, Mabel Sánchez y Viviana Leyes (Estudio Balter & Asociados).

Orden del Día:

- 1) Lectura y aprobación del Acta de Reunión CD anterior.
 - 2) Auditoría Globant. Resultado final.
 - 3) Programa de Integridad.
 - 4) Prowein: estado general.
 - 5) Documento Repensando a Wines of Argentina
 - 6) Informe de Tesorería y Cobranzas
 - 7) Varios
 - a) Directorios en San Juan y Salta. Resultados.
 - b) Actividades con otros organismos: Turismo, Sustentabilidad.
 - c) Workshop.
-
- 1) Se procedió a la lectura del acta de la reunión de Comisión Directiva anterior, que fue aprobada por unanimidad.

- 2) De manera anticipada a la celebración de la reunión, se remitió vía mail en exclusiva a los/as integrantes del Directorio el informe final elaborado por el el Estudio Balter & Asociados sobre el proceso de contratación de la agencia Globant, dando cumplimiento de este modo al requerimiento solicitado durante la Asamblea del 5 de abril 2022.

Se informó que luego del análisis de la documentación y otros elementos a disposición del Estudio Balter y Asociados, se concluyó 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, y la 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 de Directorio y Asamblea correspondientes.

En relación a los montos de pauta digital que se definieron en la operatoria, se mencionó que el Estudio Balter & Asociados no puede emitir opinión alguna, ya que se trata de temas comerciales y técnicos específicos que no están dentro de su incumbencia profesional.

Se dio por aprobado este punto. Se refrescaron en esta instancia los números de inversión y pauta en marketing digital presupuestados para los períodos 2021 y 2022:

- 2021: Fee consultoría USD 291.700 + pauta USD 822.360. Se mencionó que la ejecución fue menor al monto presupuestado. De acuerdo al balance 2021 aprobado, la pauta fue de \$AR 55.216 M y honorarios de consultoría en Mkt Digital \$AR 34.528 M.
- 2022: Fee Consultoría USD 362.013 + pauta USD 385.661. Se mencionó que se llevan gastados aproximadamente USD 254.000 en pauta y el 50% de la consultoría de Globant, ya que se convino que sólo se mantendría por 06 meses y finaliza en el mes de junio 2022. Se mencionó que desde hace tiempo se inició la transición de las campañas hacia el equipo de Marketing Digital de WofA, tras el proceso de transferencia de capacidades. Se mencionó la necesidad de evaluar el refuerzo de recursos humanos para suplir los roles que antes eran asumidos por el equipo de Globant.

- 3) En relación al programa de integridad, y en línea con lo convenido en la Asamblea del pasado mes de abril, la Comisión Directiva decidió avanzar en el desarrollo de este plan atendiendo a la importancia de esta herramienta en términos de transparencia organizacional, a la vez que se trata de una exigencia cada vez más requerida a nivel internacional (como es el caso de monopolios, retailers, compradores, etc.). Se recordó que WofA es una entidad orientadora de la estrategia exportadora y es parte de su misión estar a la vanguardia de las buenas prácticas y llevar estos puntos de relevancia para el sector a todos sus asociados. El plan contempla un proceso de transferencia de conocimiento pensado en especial para las bodegas de pequeña y mediana escala.

Se presentaron 3 propuestas:

1. LabTIUM - Laboratorio de Transparencia e Integridad de la Universidad Mendoza
2. Bisero Masnú Estudio Legal de Mendoza
3. Di Lello Maurin y Diego Martinez - Especialistas del Laboratorio de Compliance de la Universidad Aconcagua.

Las tres propuestas tienen características similares en cuanto a lo que ofrecen pero la propuesta comercial difiere ampliamente siendo la N° 3 de (US \$14.000) y la más económica la N° 1 (380.000 pesos finales). Hubo acuerdo del Directorio en avanzar con la propuesta N° 1 de la Universidad de Mendoza.

- 4) Se hizo un repaso por el proceso que llevó a la participación en la feria ProWein Düsseldorf desarrollada en mayo de 2022. En el año 2020, la empresa constructora Think Tank recibió el pago de €84.532,50 en concepto de adelanto de construcción de stand tras la suspensión de la feria por la pandemia. El acuerdo existente entre WofA y el constructor fijó el precio por metro construido en €390 .

En 2022, el constructor no respetó el acuerdo y aumentó en un 20% el precio por m2 (€450). Se adujo mayores costos e inflación, sumado a nuevos requerimientos sanitarios de la feria, que finalmente no se aplicaron. Tampoco se accedió a la reducción del precio por m2 por contar con menor cantidad de expositores que la convenida. La cenefa del stand debió ser desmontada previo al inicio de la feria por razones de seguridad, derivadas de problemas en los cálculos estructurales. Esto se constata con el informe técnico de los ingenieros inspectores de la feria Messe Düsseldorf.

El total de la construcción del stand asciende a €220.000 + €24.172 adicionales por el pago de servicios directamente a la feria. En este sentido, el saldo a pagar a la empresa constructora (Think Tank) es de €111,295.5 (restando los servicios de feria).

Ante esta situación, se plantearon dos escenarios:

- Negociar con el proveedor el pago de un % del saldo restante no mayor al 25%. El saldo restante se devolvería a las bodegas (distribuido equitativamente entre las 71 bodegas participantes, en pesos o como crédito para aplicar a la cuota social futura).
- Presentar el tema a un estudio jurídico especialista en derecho internacional para que haga las gestiones directas.

Tras un debate de ideas, se decidió avanzar por la opción de la consulta legal a un estudio jurídico idóneo en la materia, evaluando la posibilidad de solicitar un resarcimiento por el daño causado a la imagen de Argentina en el marco de la feria.

Asimismo, se informó que se contemplarán nuevas alternativas de diseño de cara a la próxima edición de la feria, teniendo en cuenta las necesidades y feedback de las bodegas y que por primera vez en la historia de la entidad se llamará a un proceso de licitación de proveedores. Se mencionó el gran trabajo conjunto realizado entre CFI y WofA y que se profundizará este camino de cara a la próxima edición.

Se propuso además la discusión futura sobre la participación en la feria de manera exclusiva a socios WofA o bien revisar las condiciones de participación para bodegas no socias.

- 5) Se comunicó que se está trabajando en un documento denominado *“Repensando a Wines of Argentina”*, que apunta a la reorganización de los esfuerzos y contempla el trabajo en 4 ejes principales. Se hizo una sintética presentación de los ejes institucional; societario; financiero y de gestión, señalando que se abrirá la participación a todo el Directorio para que puedan hacer sus aportes y lograr mayor compromiso.

- 6) Se presentaron los informes de tesorería y cobranzas que fueron aprobados por unanimidad por la Comisión Directiva de la entidad.
- 7) Varios.

Se presentaron los resultados de las reuniones de Comisión Directiva llevadas a cabo en San Juan y Salta en los meses de mayo y junio respectivamente, destacando los siguientes puntos:

San Juan:

- Se obtuvieron 2 socios nuevos + 20 potenciales futuros asociados gracias al aporte del Gobierno de San Juan.
- Visita de Joaquín Hidalgo para realizar una cata de Vinous con pymes de San Juan.

Salta

- Alinear mensajes con el Plan de Bodegas de Salta (reunión con el equipo de mkt y presentación de su plan).
- Networking con autoridades y organismos de Salta, Jujuy y Tucumán.

En relación a las actividades con otros organismos, se señaló que WofA viene manteniendo reuniones con el INPROTUR, los responsables de Marca País, autoridades de Turismo y Cultura de la provincia de Mendoza y de la Municipalidad de la Ciudad de Mendoza, para poder coordinar acciones en conjunto. Se está viendo la posibilidad de articular esfuerzos de cara a una visita de influencers de USA organizada por WofA.

Por otro lado, se comunicó que WofA se sumó a la SWR (Sustainable Wine Roundtable), organización global e independiente que busca amalgamar a la comunidad global del vino y generar diálogo, colaboración y consenso en materia de sustentabilidad. SWR nuclea a diferentes actores globales de toda la cadena de valor y Wines of Argentina se integra a esta plataforma, contribuyendo activamente a definir un estándar de referencia de sostenibilidad global. La intención es invitar a que más bodegas del país se sumen a esta coalición y que el tema de la sustentabilidad vaya escalando en el sector vitivinícola argentino.

En relación al WorkShop Estratégico de la institución, se recordaron los detalles de realización:

- a) Sesión 1 | 05 julio: Mercado de Estados Unidos, con la presentación de los resultados del reporte de Wine Intelligence sobre el perfil del consumidor.
- b) Sesión 2 | 06 julio: Mercado de Latinoamérica con foco en Brasil y México, en base a reportes elaborados por el OVA.
- c) Sesión 3 | 07 julio: Mercado de Europa, con foco en Reino Unido y países escandinavos, en base a reportes elaborados por el OVA.

Asimismo, se señaló que se incorporará una nueva variable de análisis al Workshop para explicar la pérdida de market share de ARG y determinar qué acciones y estrategias puede aportar WofA para revertir esa situación.

Siendo las 11.35hs. se dio por finalizada la reunión.