

Reunión de **COMISIÓN DIRECTIVA**

20 DE NOVIEMBRE 2024 | MENDOZA

[LINK GRABACIÓN](#)



Reunión de **COMISIÓN DIRECTIVA**

ORDEN DEL DÍA

Fecha: Miércoles 20 noviembre 2024

Hora: 16.30hs

Lugar: La Enoteca (Av. Peltier 611, Ciudad, Mza).

También será transmitida vía Zoom.



- 1) Lectura y aprobación del Acta de la reunión anterior.
- 2) Avances Estrategia 2025 con Paula Pia Ariet.
- 3) Avances Comisión de Comunicación.
- 4) Administración:
 - a) Presupuesto 2025.
 - b) Informe de Tesorería y Cobranzas.
- 5) Programas:
 - a) Resultados visita MW en Argentina.
 - b) USA: Visita de Matthew Luczy (*ongoing*)
 - c) Europa: Panorama ferias 2025. Definiciones.
- 6) Sustenta-Vitis II. Novedades nuevo proyecto.
- 7) Varios
 - a) Feria de vinos - Congreso de Terroir.
 - b) Sponsorship Vinodinámicos.



1

Lectura y aprobación del Acta de la reunión anterior

Disponible en Back Office WofA



2

ESTRATEGIA 2025

Avances

<p>Key Partners </p> <p>Coviar; Agencia; Inprotur; Cancillería Obs. Vitivinícola; MRT INV; BdA; AAS; MW Gob. Provinciales CFI WSTA Wines Of otros P. Influencers/Medios</p>	<p>Key Activities </p> <p>B2B, Hospitalidad Acciones Educ. Promocional (Ferias/Festivales/Eventos) Comunicación/RRPP Cobranzas</p>	<p>Value Propositions </p> <p><u>Pilares AGR</u> Sustentabilidad Malbec Diversidad Innovación</p> <p><u>Servicios a Soc.</u> Guía en Estrategia. Nexo con Influencers y trade. Información Mercados. Comunicación Institucional. Embajadores.</p>	<p>Customer Relationships </p> <p>Facilitadores Profesionalismo Flexibilidad Comunidad Empatía Transparencia Sinergia</p>	<p>Customer Segments </p> <p><u>Bodegas Socias</u> <u>KOL</u> Somm, Chefs, Prensa, Blogs <u>B2B</u> Impto, Monopolios <u>B2C</u> USA: H/M Gen M - Silver Latinos BRASIL: H/M Gen M - Silver UK: H Millennials CAN: H Gen X 30-45 LATAM: Hombres Millennials ABC1 ASIA: Mujeres Millennials</p>
<p>Cost Structure </p> <p>Sueldos y Honorarios, Sistemas y Comunicaciones, Ferias, Eventos y Gastos de Hospitalidad, Informes y Consultoría.</p>		<p>Revenue Streams </p> <p>Cuotas - UE COVIAR Fondos Gobiernos</p> <p>Programas Especiales Sponsors privados Canje</p>		

EQUIPO WOFA



CEO

MAGDALENA PESCE



MKT DIGITAL

Creación, difusión y control de campañas



Digital Marketing Manager
Natalia Oviedo



Senior Digital MKT Assistant
Sebastián Oviedo



HOSPITALITY

Planeamiento, ejecución, control de acciones
Hospitality + Programas de innovación abierta.



Hospitality Manager
Soledad Juncosa



Senior Hospitality Assistant
Sofía Brazzotto



Hospitality Assistant
Yael Doctorovich



MARKET LIAISON

Asistencia y control de acciones en los mercados.



Market Liaison Manager
Analia Lucero



Market Liaison Assistant
Vacante



Market Liaison Assistant
Paula Valle



RELACIONES INST.

Fortalecer las relaciones con los socios, otras instituciones, empresas y organismos públicos y privados.



Head of Institutional Relations
Juan Pablo Sandoni



SUSTENTABILIDAD



Project Manager de Sostenibilidad
María Sol Rico



REGIONES



USA & Canada Area Manager
Verónica Kathuria



Asia Area Manager
Sherry Pei



Latam Area Manager
Mariana Torta



UK & Europe Area Manager
Vacante



COBRANZAS/LEGALES



Cobranzas/Legales
Daniel Benítez

Definición META OBJETIVO como institución

- Determinación de los **objetivos específicos** desde los cuales cada área contribuye a ese objetivo general.
- Definición puntos clave: cronograma de tiempos, actividades, KPIs, responsables.

Incrementar el posicionamiento del Vino Argentino, direccionado al crecimiento de las exports. de la categoría.

WIP 2025

Market Liaison

Work in progress



WOFA - NOV. 2024 | OBJETIVOS 2025

WIP 2025

MARKET LIAISON

ESTADOS UNIDOS



DATOS: VINO FRACCIONADO Y ESPUMANTE
MAT SEPTIEMBRE 2024

	Partic.	Variación
176.4 M USD	27.5%	↑ 0.8%
38.9 M litros	23.4%	↓ 4.6%

WOFA - NOV. 2024 | OBJETIVOS 2025



Objetivos

- 1. Aumentar 25%** el **nivel de conocimiento** sobre el vino argentino entre profesionales del **trade** para generar interés sobre Argentina y **lograr oportunidades de venta** para bodegas participantes.
- 2. Realizar 3-4 actividades con retailers** y **aumentar las ventas de #VinoArgentino en un 10% en estos retailers** (off y online) / Generar alianzas con 2 retailers incluidos en el top 10 de USA para seasonal campaigns sobre Vino Argentino.
- 3. Lograr 1 visita de compradores de cadenas clave** por año.
- 4. Organizar las catas solicitadas por Joaquín Hidalgo, Matthew Luczy y Virginie Bonne en 2025**, asegurando la mayor participación de bodegas socias de WOFA



KPIs GENERALES

- 1. KPI** cantidad de personas educadas en los seminarios y cantidad de bodegas/vinos participantes.
- 2. KPI:** cantidad de programas realizados/cantidad de programas planificados. Valoración positiva de las bodegas de la tienda y actividad. Lograr continuidad del vínculo y programa al año siguiente.
- 3. KPI:** Valoración positiva del perfil del invitado por parte de las bodegas a partir de un 80% en la encuesta de satisfacción a las bodegas. KPI: cantidad de programas realizados/cantidad de programas organizados.
- 4. KPI:** cantidad de bodegas socias participantes.



Objetivos

5. Garantizar el reclutamiento de 4 referentes

(influencers, comunicadores) de USA en el segundo semestre 2025.

6. Aumentar 20% el *brand awareness* de Argentina en prensa con acciones de Colangelo.

7. Participar como categoría argentina de 3 eventos con foco en el *trade* por año.

8. Incrementar un 20% el *Engagement Rate* de #vinoargentino en social media a través de las campañas realizadas.



KPIs GENERALES

5. a) KPI: Valoración positiva (80%) del perfil del invitado por parte de bodegas participantes a través de encuesta de satisfacción. **b) KPI:** cantidad de programas realizados/cantidad de programas planificados. **c) KPI:** Lograr que alguno de los invitados participe en alguna actividad que hagamos en el mercado como embajador/ anfitrión.

6. KPI cantidad de notas y artículos que se elaboren y su alcance. Cantidad de bodegas/vinos mencionados después de enviar los *itches*.

7. KPI cantidad de bodegas/vinos participantes en estos eventos.

8. KPI alcance de la campaña, cantidad de menciones, clicks.

WIP 2025

MARKET LIAISON

BRASIL



DATOS: VINO FRACCIONADO Y ESPUMANTE
MAT SEPTIEMBRE 2024

	Partic.	Variación
104.3 M USD	16.3%	↑ 7.7%
38.6 M litros	23.3%	↑ 5.6%

WOFA - NOV. 2024 | OBJETIVOS 2025



Objetivos

1. Garantizar el reclutamiento de 4 DISTRIBUIDORES

con posibilidad de compra en la segunda mitad del 2025.

2. Aumentar en 50% la cantidad de personas del trade capacitadas

en 2025, mediante programas de formación especializados para sommeliers (WSET y ABS), con el fin de mejorar sus conocimientos sobre Vino Argentino y aumentar la presencia de marca.

3. Aumentar en un 50% la cantidad de actividades para prensa e influencers

durante el 2025.



KPIs GENERALES

1. a) KPI: Valoración positiva del perfil del invitado por parte de las bodegas a partir de un 80% en la encuesta de satisfacción a las bodegas. **b) KPI:** cantidad de programas realizados/cantidad de programas organizados.

2. KPI: Cantidad de personas educadas. Bodegas/vinos participantes

3. KPI: Cantidad de publicaciones



Objetivos

4. Garantizar el reclutamiento de 4 KOL (influencers, comunicadores) de Brasil en el primer semestre 2025.

5. Realizar una actividad de promoción y/o de tipo educativa en otras ciudades (Belo Horizonte, Recife, Salvador de Bahia y Rio de Janeiro) en 2025.



KPIs GENERALES

4. a) KPI: Valoración positiva (80%) del perfil del invitado por parte de las bodegas mediante encuesta de satisfacción. **b) KPI:** cantidad de programas realizados/cantidad de programas planificados. **c) KPI:** Lograr que alguno de los invitados participen en alguna actividad que hagamos en el mercado como embajador, anfitrión.

5. KPI: Cantidad de actividades realizadas sobre las actividades planeadas

WIP 2025

MARKET LIAISON

LATAM MÉXICO & PERÚ



DATOS: VINO FRACCIONADO Y ESPUMANTE
MAT SEPTIEMBRE 2024

	Partic.	Variación
MÉXICO		
22.5 M USD	3.5%	↓ 19.1%
6.6 M litros	4.0%	↓ 22.2%
PERÚ		
17.1 M USD	2.7%	↑ 25.2%
3.5 M litros	2.1%	↓ 16.3%

WOFA - NOV. 2024 | OBJETIVOS 2025



Objetivos

- 1. Garantizar el reclutamiento de 4 DISTRIBUIDORES** de México y Perú con posibilidad de compra en la segunda mitad del 2025.
- 2. Aumentar en un 30% la cantidad de personas del trade capacitadas** en México durante 2025, mediante programas de formación especializados para distribuidores y socios clave, con el fin de mejorar sus conocimientos sobre el Vino Argentino y aumentar la presencia de la marca.
- 3. Realizar dos actividades** (MWD y segunda parte del año) con foco en distribuidores de México y Perú para lograr ventas y visibilidad de marcas en el 2025.
- 4. Garantizar el reclutamiento de 4 referentes** (influencers, comunicadores) de México en el primer semestre 2025.



KPIs GENERALES

- 1. KPI:** Valoración positiva (80%) del perfil del invitado por parte de las bodegas mediante encuesta de satisfacción.
- 2. KPI:** Cantidad de personas educadas en el mercado.
- 3. KPI:** cantidad de programas realizados/cantidad de programas organizados.
- 4. a) KPI:** Valoración positiva del perfil del invitado por parte de las bodegas en un 80% en la encuesta de satisfacción a las bodegas. **b) KPI:** cantidad de programas realizados/cantidad de programas organizados. **c) KPI:** Lograr que alguno de los invitados participen en alguna actividad que hagamos en el mercado como embajador, anfitrión de WOFA.

WIP 2025

MARKET LIAISON

EUROPA



DATOS: VINO FRACCIONADO Y ESPUMANTE
MAT SEPTIEMBRE 2024

REINO UNIDO	Partic.	Variación
66.1 M USD	10.3%	↓ 3.3%
17.2 M litros	10.4%	↓ 4.3%

OTROS MERCADOS CLAVE
Dinamarca, Noruega y Suecia

WOFA - NOV. 2024 | OBJETIVOS 2025

2025

MARKET LIAISON

NUEVA MODALIDAD DE TRABAJO



BÚSQUEDA DE AM PART-TIME

**SUELDO FIJO: 2,000 USD (COVIAR) +
FEE POR PROYECTOS**

Algunas tareas:

- Liaison (Nexo con Consulados, Embajadas, KOL, importadores, etc.)
- Propuesta de acciones.
- Reuniones de CD y de Comisión Europa.



Objetivos

- 1. Realizar tres actividades en UK** en 2025: educación y otra de promoción.
- 2. Realizar una actividad de promoción** que refuerce vínculo con monopolios de Noruega, Islandia, Suecia, Finlandia para lograr que los compradores viajen a la ARG. en 2025-2026
- 3. Realizar una actividad de promoción y/o educativa en Irlanda** en 2025.
- 4. Realizar una actividad de promoción y/o educativa** en mercados escandinavos (Dinamarca, Noruega y Suecia) en el 2025.
- 5. Realizar una actividad de promoción y/o educativa en Suiza y/o Polonia** en 2025.



KPIs GENERALES

- 1. KPI** cantidad de actividades realizadas sobre la cantidad de actividades planificadas.
- 2. KPI** Lograr que al menos 2 monopolios visiten Argentina entre 2025 y 2026 como resultado de las gestiones.
- 3. KPI** Cantidad de actividades realizadas sobre la cantidad de actividades planificadas.
- 4. KPI** Cantidad de actividades realizadas sobre la cantidad de actividades planificadas.
- 5. KPI** Cantidad de actividades realizadas sobre la cantidad de actividades planificadas.

WIP 2025

MARKET LIAISON

CANADÁ



DATOS: VINO FRACCIONADO Y ESPUMANTE
MAT SEPTIEMBRE 2024

	Partic.	Variación
45.7 M USD	7.1%	↑ 4.3%
9.5 M litros	5.8%	↓ 6.7%

WOFA - NOV. 2024 | OBJETIVOS 2025



Objetivos

- 1. Aumentar un 25% la cantidad de personas del trade** educadas sobre Argentina para generar interés sobre el Vino Argentino y de esta manera lograr oportunidades de venta para las bodegas participantes.
- 2. Realizar 1 temático por año con los 3 monopolios** más importantes, aumentar las ventas y la visibilidad de la categoría en el mercado en un 10% según año anterior.
- 3. Lograr la visita de los compradores de los 3 monopolios** más importantes (LCBO, SAQ, BC) para el 2025-2026.



KPIs GENERALES

- 1. KPI** cantidad de personas educadas en los seminarios y cantidad de bodegas/vinos participantes.
- 2. KPI** ventas alcanzadas en temáticos vs. mismo período del año anterior.
- 3. KPI** que el viaje se lleve a cabo.
KPI: cantidad de tenders y etiquetas que los compradores sumen a su portfolio luego del viaje en un período de un año.

WIP 2025

MARKET LIAISON

ASIA

China -HK-, Corea del Sur,
Singapur e India



DATOS: VINO FRACCIONADO Y ESPUMANTE
MAT SEPTIEMBRE 2024

	Partic.	Variación
CHINA		
10.2 M USD	1.6%	↓ 52.7%
2.2 M litros	1.3%	↓ 20.0%

OTROS MERCADOS CLAVE
Singapur, Malasia, Corea del Sur, India

WOFA - NOV. 2024 | OBJETIVOS 2025

2025

MARKET LIAISON

NUEVA MODALIDAD DE TRABAJO



ENERO 2025: SHERRY PEI SERÁ
AM PART-TIME

**SUELDO FIJO: 2,000 USD (COVIAR) + FEE
POR PROYECTOS**

Funciones fijas:

- Social media management (wechat / redbook / weibo)
- Online shops (JD-TMall)
- PR & Liaison responsibility (Nexo con Consulados, Embajadas, KOL, importadores, etc)
- Reuniones de CD y de Comisión Asia.



Objetivos

- 1. Educar al menos 80-100 personas del trade** (sommeliers, compradores, distribuidores argentinos, KOL) sobre Argentina como país y sus vinos en 2025 para generar interés sobre Argentina y lograr oportunidades de venta para las bodegas participantes.
- 2. Educar a 2 de las 5 principales escuelas de formación** sobre Argentina como país y sus vinos en 2025 para generar interés sobre Argentina y lograr oportunidades de venta para las bodegas participantes.
- 3. Asegurar el reclutamiento** y ayudar a organizar un viaje a Argentina para **importadores o KOLs** de los mercados asiáticos en 2025.
- 4. Aumentar un 50% la visibilidad de Argentina** como país vitivinícola en los mercados de Asia (China -HK-, Corea del Sur, Singapur e India) a través de diferentes eventos.



KPIs GENERALES

- 1. KPI** cantidad de personas educadas.
- 2. KPI** cantidad de escuelas alcanzadas/alianzas.
- 3. KPI** Valoración positiva (80%) del perfil del invitado por parte de las bodegas mediante encuesta de satisfacción.
3.1. KPI: cantidad de programas realizados/cantidad de programas planificados.
- 4. KPI** cantidad de bodegas/vinos participantes.

WIP 2025

Hospitality

Work in progress



WOFA - NOV. 2024 | OBJETIVOS 2025



Objetivos

1. Concretar 1 misión inversa para representantes del **trade de USA** y 1 misión inversa para representantes del **trade de BRASIL-MÉXICO** (compradores / importadores / distribuidores).
2. Concretar 1 misión inversa **ZOOM IN** para social media influencers (con engagement entre consumidores) de cada uno de los mercados foco USA y BRASIL.
3. Organizar 3 visitas de Monopolios: **PLCB, SAQ & BC Liquor Stores**



KPIs GENERALES

- Cantidad de programas ejecutados 2025/ cantidad de programas
- Nivel de satisfacción +80% mediante encuestas diferenciadas:
 - Bodegas
 - Invitados
 - 1. ¿Cómo evalúa el apoyo y gestión de WOFA?
 - 2. ¿Cuál es su evaluación final del viaje / actividad?

KPI ESPECÍFICO

MARKETING DIGITAL

Obtener un 0,5% más de followers y un incremento del 15% en la interacción con nuestra audiencia en Instagram durante los 30 días posteriores al programa.



Objetivos

- Fortalecer el vínculo con los **principales degustadores/críticos de vinos** mediante la organización de 2 viajes (USA VINOUS / UK TIM ATKIN MW)
- Concretar un viaje de **Educadores WSET** de Estados Unidos & Brasil
- Concretar un viaje de **importadores y KOL de Asia**



KPIs GENERALES

- Cantidad de programas ejecutados 2025/ cantidad de programas
- Nivel de satisfacción +80% mediante encuestas diferenciadas:
 - Bodegas
 - Invitados
 - 1. ¿Cómo evalúa el apoyo y gestión de WOFA?
 - 2. ¿Cuál es su evaluación final del viaje / actividad?

KPI ESPECÍFICO

Cantidad total de bodegas participantes: por tamaño y región.

Ejemplo: Programa de Tim Atkin MW

*Superar el 60% de participación de bodegas micro y pequeñas.

*Lograr la participación de bodegas de todas las regiones vitivinícolas del país

WIP 2025

Marketing Digital

Work in progress



WOFA - NOV. 2024 | OBJETIVOS 2025



Objetivos

- 1. Incrementar la interacción en un 20% en comparación al 2024,** en Meta, mediante contenido orgánico.
- 2. Incrementar N° de followers** en la cuenta promocional de Instagram, de USA en un 15% y de Brasil en un 10%, a través de contenido orgánico y/o pago.
- 3. Impulsar el trabajo colaborativo con los equipos de Marketing** de, al menos, el 10% del padrón de bodegas socias
- 4. Transformar el formato de contenidos de los canales** de Instagram (promocional), Facebook, LinkedIn y YouTube a una distribución en donde más del 50% de los contenidos publicados sean de tipo audiovisual, y disminuir a menos de un 50% la publicación de contenidos estáticos, en cualquiera de las líneas de contenidos desarrolladas en cada uno de esos canales.



KPIs GENERALES

Interacción

Seguidores en Instagram

Número de capacitaciones, y alcanzar un 30% de respuestas en las encuestas de satisfacción.

Total de publicaciones anuales



Objetivos

5. Darle visibilidad en nuestras plataformas digitales

a, al menos, un 20% de bodegas socias en activaciones de Media Sips

6. Implementar un plan de seguridad integral

para el blog, sitio web institucional, back office y websites de usos estacionales



KPIs GENERALES

Cantidad de bodegas inscriptas

Optimización en la seguridad

WIP 2025

Sustenta Vitis II

Work in progress



WOFA - NOV. 2024 | OBJETIVOS 2025



Objetivos

- 1. Cumplir con las acciones del Programa de sustentabilidad** para reforzar el posicionamiento de SUSTENTA VITIS en Argentina y el exterior.
- 2. Cumplir con los KPI establecidos del nuevo programa** financiado por la embajada de la UE.
- 3. Generar al menos 3 acciones de visibilidad para las bodegas** para reforzar la comunicación del atributo sostenible del vino argentino.



KPIs GENERALES

- 1. KPI:** Aumentar un 10% anual (vs. crecimiento con Sustenta Vitis 1) la cantidad de bodegas beneficiarias
- 2. KPI:** Desarrollar 2 capacitaciones / 1 foro de sostenibilidad
- 3. KPI:** Continuar con Wineries for Change (12 bodegas anuales / videos testimoniales (8)
- 4. KPI:** Aumentar la base de contactos en un 40% más (vs. base actual de contactos) para llegar a las personas claves dentro de cada bodega.

WIP 2025

Relaciones Institucionales



Work in progress

WOFA - NOV. 2024 | OBJETIVOS 2025



Objetivos

- 1. Generar la apertura de nuevos canales** para 1) adaptar y agilizar las comunicaciones, asegurando mayor alcance (whatsapp); 2) mayor exposición del cliente interno (instancia web).
- 2. Incrementar el padrón de socios** en -al menos 10%- y **nuevos registros en BBDD (no socios)** un 15%, **minimizando el número de bajas** (-10% en 2025).
- 3. Realizar un diagnóstico de satisfacción** para evaluar los servicios de WofA y **actualización BBDD de bodegas socias**.
- 4. Contribuir con Gerencia General y Comité de Partnership** al incremento de la adhesión de socios estratégicos en un 10% en 2025.



KPIs GENERALES

- Creación del canal institucional de difusión de WofA a través de Whatsapp ("WofApp").
- Cantidad de socios adheridos a la lista de difusión Whatsapp (al menos 1 x bodega).
- Publicación de 1 noticia bimestral por bodega socia, (calendario predefinido y anticipado).
- 10% altas nuevas bodegas socias en 2025.
- 15% altas bodegas no socias 2025.
- 10% bajas bodegas socias en 2025.
- Respuesta de al menos 45% del padrón de socios.
- 100% base de socios actualizada.
- Diseño de "plan de venta" de servicios WofA.
- 10% incremento socios estratégicos 2025.

WIP 2025

Administración



Work in progress

WOFA - NOV. 2024 | OBJETIVOS 2025



Objetivos

- 1. Alcanzar un nivel de cobranzas** de al menos 90% del total facturado por cuotas sociales, manteniendo la tasa de efectividad del nivel de cobranzas alcanzado en los últimos 10 años.
- 2. Lograr el 20% de la cancelación de las obligaciones** de deudores incobrables totales (actuales e históricos) a diciembre 2025.
- 3. Generar 20 planes de financiación personalizados** para garantizar la permanencia de socios que presentan dificultades para continuar con la membresía



KPIs GENERALES

- 1. KPI:** Nivel de cobranza (90%) del total facturado en 2025
- 2. KPI:** 20% de cancelaciones
- 3. KPI:** 20% del total de bodegas socios según padrón 2025 accederán a planes de financiación personalizados

WIP 2025

Gerencia General

Work in progress



WOFA - NOV. 2024 | OBJETIVOS 2025



Objetivos

Liderar y gestionar las estrategias y acciones definidas en colaboración con la Comisión Directiva, asegurando la ejecución de un plan de acción para los mercados junto al equipo WofA, con un cumplimiento del 90% de las actividades planificadas, basado en el presupuesto 2025 y completado antes del 31 de diciembre de 2025.



KPIs GENERALES

1. KPI: Porcentaje de Ejecución del Plan de Acción:

Cantidad de acciones planificadas sobre el total de acciones realizadas, debiendo alcanzarse un 90%.

2. KPI: Cumplimiento del Presupuesto: Evaluar el porcentaje del presupuesto 2025 que se utiliza de manera efectiva para las actividades planificadas y mantenerlas dentro del presupuesto asignado.

3. KPI: Crecimiento del posicionamiento internacional del vino argentino medido en ROI en prensa internacional y de exportaciones.. Se utiliza la plataforma Meltwater tomando datos de los mercados excepto Argentina y basado en los datos a diciembre 2024. Y datos MRT.

4. KPI: Satisfacción del Cliente: Evaluar la satisfacción de las bodegas socias a través de la encuesta de gestión con un objetivo de alcanzar una puntuación de satisfacción del 85% o más.



3

COMUNICACIÓN

Avances del
Comité de Comunicación

Agosto

BRIEF

Entender la necesidad de la categoría + plasmar los objetivos del proyecto.

Preparación del brief para agencias.

Septiembre

SCOUTING

Contacto y reuniones con agencias.

Presentación del *pitch de agencias* para la comisión directiva.

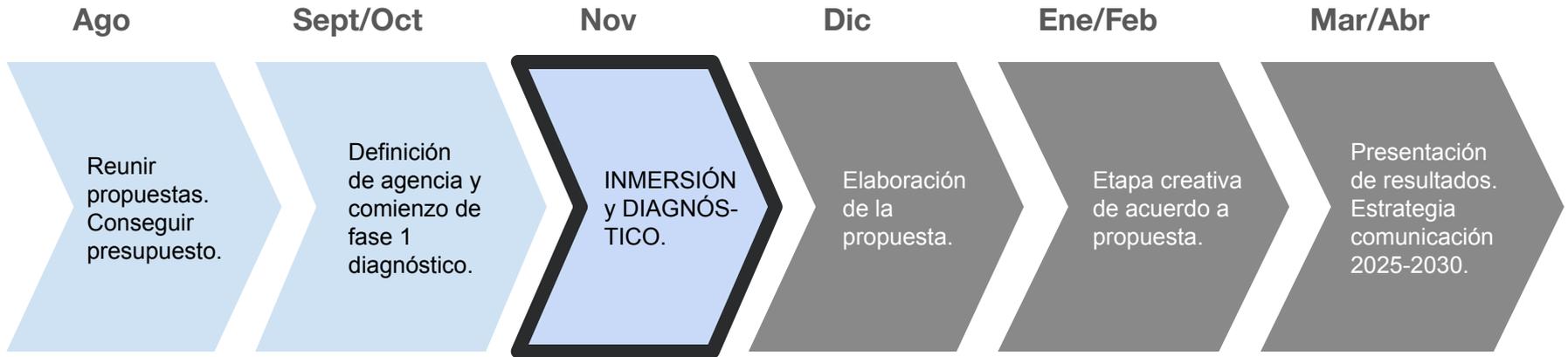
Octubre

SELECCIÓN

Votación abierta a la Comisión Directiva + propuestas adjuntas.

Reunión de Comité para la definición de la agencia a contratar.

COMITÉ DE COMUNICACIÓN TIMELINE



FASE 1 **INMERSIÓN**

Objetivo: obtener inputs para el proceso de diagnóstico.

Análisis de la información cualitativa y cuantitativa de la industria vitivinícola argentina, mercados globales del vino y competencia.

Tiempo: de 10 a 14 días.

FASE 2 **DIAGNÓSTICO**

Objetivo: entender cuál es la percepción de la marca Vino Argentino.

Análisis exhaustivo y profundo de cómo la marca es percibida y valorada por su público objetivo, así como de análisis de tendencias e intereses.

Tiempo: 15 días



4

ADMINISTRACIÓN

PRESUPUESTO 2025



PRESUPUESTO WOFA 2025 - ASSUMPTIONS

2024 ACT to AUG	EST 2024	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Estimación
	USD/EUR	1,10	1,08	1,09	1,06	1,09	1,07	1,09	1,09	1,10	1,10	1,10	1,10	1,10
ARS/ USD divisa	817	834	850	868	885	903	923	942	964	1.006	1.040	1.103	1.103	927,89
ARS/EUR divisa	896	899	927	923	964	967	1.006	1.034	1.059	1.105	1.142	1.211	1.211	1011,11
DEVAL USD vs LY	337%	323%	307%	290%	270%	252%	235%	169%	175%	188%	189%	36%	36%	Avg to Avg
INF MONTH	21%	13%	11%	9%	4%	5%	4%	4%	3%	4%	3%	4%	4%	123%
INF ACUM	21%	37%	52%	65%	72%	80%	87%	95%	101%	108%	115%	123%	123%	Annual Inflation

Mix ponderacion:

Rem BCRA 70%

Proyecto presupuesto 30%

2025 Bases: REM BCRA y Proyecto Presupuesto Nacional	EST 2025	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Estimación
	USD/EUR	1,10	1,10	1,10	1,10	1,10	1,10	1,10	1,10	1,10	1,10	1,10	1,10	1,10
ARS/ USD divisa	1.124	1.157	1.186	1.214	1.243	1.271	1.300	1.329	1.351	1.374	1.397	1.419	1.419	1.280
ARS/EUR divisa	1.235	1.271	1.302	1.333	1.365	1.396	1.428	1.459	1.484	1.509	1.534	1.559	1.559	1.406
DEVAL USD vs LY	38%	39%	39%	40%	40%	41%	41%	41%	40%	37%	34%	29%	29%	38%
INF MONTH	3%	3%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	30%
INF ACUM	3%	6%	8%	10%	13%	15%	17%	20%	22%	25%	27%	30%	30%	Annual Inflation

Sources:

4 months infl.

<https://www.bna.com.ar/Personas>

<https://www.indec.gob.ar/>

http://www.bcra.gob.ar/PublicacionesEstadisticas/Relevamiento_Expectativas_de_Mercado.asp

<https://www4.hcdn.gob.ar/dependencias/dsecretaria/Periodo2024/PDF2024/TP2024/3ANEXOMENSAJE.pdf>

INFORME DE COBRANZAS



INFORME COBRANZAS AL 15 DE NOVIEMBRE DE 2024

CUOTAS 1, 2, 3, 4 Y 5 DEVENGADA - VENCIMIENTO 31/01/2024 - 31/03/2024- 31/05/2024 - 31/07/2024 - 30/09/2024

T.C. \$1022

	CUOTAS EXIGIBLES	IMPORTE COBRADO	IMPORTE CUOTA BIMESTRAL	% COBRADO DE CUOTA
CRÉDITO DEVENGADO EN PESOS	\$ 1.021.264.160	\$ 938.722.330	\$ 204.252.832	92%
CRÉDITO DEVENGADO EN DOLARES	USD 999.280	USD 918.515	USD 199.856	92%

SALDO A COBRAR

AL 15/11/2024	\$	USD
SALDO A COBRAR POR CUOTA	\$ 82.541.830	USD 80.765
SALDO A COBRAR POR EVENTOS T.C DÓLAR MEP \$1095,99	\$ 396.116.345,00	USD 361.423
TOTAL A COBRAR AL 15/11/24		USD 442.188



5

PROGRAMAS

Updates



MASTERS OF WINE

in Argentina 2024



THE INSTITUTE OF
MASTERS
of WINE



WINES OF ARGENTINA



**MASTERS
OF WINE**
in Argentina 2024

MW Wrap up

- **26** MW + Director Ejecutivo del IMW.
- **+3.000km** recorridos en 8 días de visita (Mendoza, Primera Zona, Valle de Uco, Cafayate y Buenos Aires).
- **8** seminarios temáticos de carácter técnico con degustación.
- **5** mini-ferias de vinos con **+50** productores/as.
- **12** bodegas sede de actividades.
- **+200** vinos degustados y **90** bodegas en todas las instancias del programa.

MASTERS OF WINE

in Argentina 2024

GENERACIÓN DE ALIANZAS

MENDOZA

EMETUR
ENTE MENDOZA
TURISMO



SALTA

Ministerio de
Turismo y Deportes



BS.AS.



GENERAL

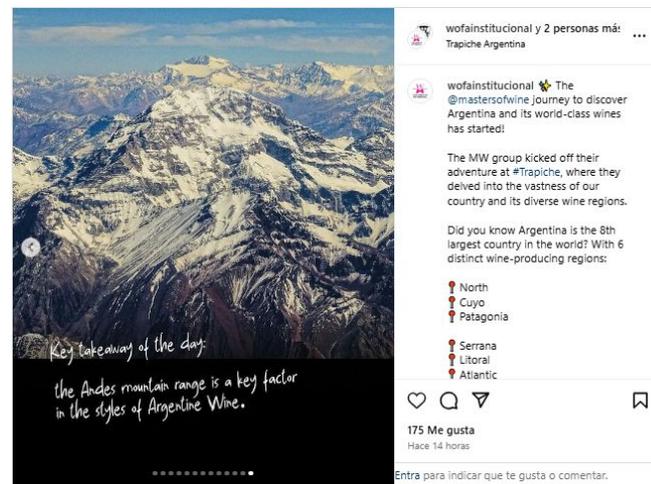
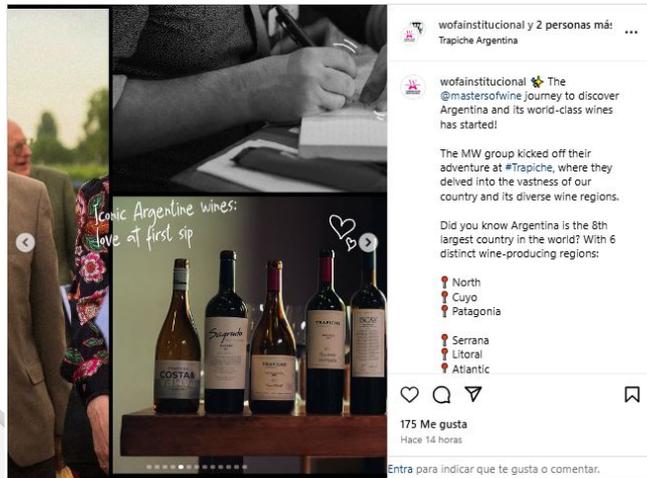


MASTERS OF WINE

in Argentina 2024

NUEVAS MANERAS DE COMUNICAR

Nueva composición para los carruseles de imágenes en IG, siguiendo tendencias y explorando nuevas maneras de mostrar y generar interacción con nuestras audiencias.



Robert Parker
WINE ADVOCATE



VISITA MATTHEW LUCZY

WINE ADVOCATE



Fechas confirmadas de su visita:

18 de noviembre al 1 de diciembre, 2024

Fechas de cata en LA:

6 de enero al 10 de enero, 2025

- Visita solo Mendoza. **28 bodegas visitadas**
- Foco en educación y en conocer viñedos.
- Seminarios:
 - Introductorio de Argentina (10 vinos de distintas regiones)
 - Primera Zona
 - Las Compuertas
 - Norte (con productores)
 - Patagonia (con productores)
 - Este, Mendoza
 - Tupungato y Tunuyán
 - San Carlos, Paraje Altamira
 - Los Chacayes (con productores)
 - San Juan (con productores)

WINE PARIS

FECHAS

10 - 12 febrero 2025

CANTIDAD BODEGAS

28 bodegas confirmadas
90% socias (25 bodegas)

INSCRIPCIONES

CERRADAS

NEXT STEPS

Sorteo de ubicaciones dentro del stand y comunicación de Guidelines logísticos.

FEDEX ya especificó deadlines para envío muestras consolidado:

- Documentos 16 Diciembre
- Muestras 19 Diciembre



16 - 18 marzo 2025

30 bodegas pre-registradas
85% socias (25 bodegas)

CERRADAS (PRE-REGISTRO)

Nuevo layout de stand híbrido entre tradicional y privado.
Reconfirmar participación.

**PRÓXIMAS FERIAS
2025**



SINGAPORE
27-29 mayo 2025



SAN PABLO
30.09 al 02.10.2025



6

SUSTENTA-VITIS II

Novedades nuevo proyecto

STATUS INDICADORES SUSTENTA VITIS I

SUSTENTAVITIS: ESTADO SITUACION POR INDICADOR						
	Indicador	Meta Proyecto	Avance a Octubre 2024		% Total de cumplimiento a agosto 2024	
1	Empresas mipymes concientizadas	500	707	●	141%	
2	3 nuevos servicios + 1 servicio adaptado (Sustenta-Concientiza, Recupera, Innova)	4	4	●	100%	
3	Empleados formados	300	748	●	249%	
4	Encuentros empresariales	6	7	●	117%	
5	Participantes en encuentros empresariales	80	309	●	386%	
6	Acuerdos/convenios con instituciones	8	11	●	138%	
7	Empleos verdes creados y fortalecidos	60	81	●	135%	
8	Empleados Wofa formados en servicios verdes y digitales	20	25	●	125%	
9	Empleados de pymes vitivinícolas capacitados en financiamiento verde.	300	314	●	105%	
10	Consumidores concientizados	500.000	572.521	●	115%	
11	Ideas proyecto - Desafío de Innovación	80	309	●	386%	
12	Pymes que certifican	120	111	●	93%	50 beneficiarios en proceso
13	Pymes que mejoran la gestión de recursos	90	74	●	82%	30 beneficiarios en proceso
14	Pymes que adoptan prácticas económicas sostenibles	300	139	●	46%	180 beneficiarios en proceso

Objetivo General: Fortalecer las capacidades del sector vitivinícola de Argentina para que adopte insumos, procesos y servicios menos contaminantes y sea más eficiente en el uso de los recursos promoviendo una transición verde.

- **Coordinador :** WOFA **Co-Solicitantes:** VALOS - Bodegas de Argentina
- **Organismo Donante:** Delegación de la Unión Europea en Argentina
- **Duración:** 48 meses (Octubre 2024 - Septiembre 2028)
- **Presupuesto:** € 630,000.00 Contribución UE - € 157,485.76 Contribución WOFA



Sustenta Vitis

Asistencias para lograr certificación PSBA y certificaciones sostenibles.



Recupera Vitis

Asistencia a bodegas y productores para la mejora en la gestión de recursos (residuos, agua, energía).



Concientiza Vitis

Difusión de buenas prácticas y casos de éxito.

Próximos Pasos:

1. **CONVENIO:** Firma entre actores: WOFA - VALOS - BDA. Regula relaciones de gestión conjunta, se establece comité de ejecución, periodicidad de reuniones, etc.
2. **PLAN DE ACCIÓN:** Planificación de Actividades/ Realizaciones a ejecutar 1er Año por parte de cada Actor.





7

VARIOS

CONGRESO DE TERROIR

Feria de Vinos - Sponsorship WofA



15TH INTERNATIONAL TERROIR CONGRESS
MENDOZA, ARGENTINA

CATENA INSTITUTE of Wine | UNCLUJO UNIVERSIDAD NACIONAL DE CUYO | CIENCIAS AGRARIAS | CONVIVAT I B A M | UNCLUJO UNIVERSIDAD NACIONAL DE CUYO

TERROIR CONGRESS

NOVEMBER 2024

MONDAY 18	DAY 1	WELCOME CEREMONY CONGRESS SESSIONS Dinner at Lagarde winery	LAGARDE	
TUESDAY 19	DAY 2	CONGRESS SESSION Dinner at Terrazas de Los Andes	TERRAZAS DE LOS ANDES	
WEDNESDAY 20	DAY 3	CONGRESS SESSION Dinner at Catena Zapata	CATENA ZAPATA	
THURSDAY 21	DAY 4	FIELDTRIP DAY Terroir wine fair hosted by WofA	WofA	
FRIDAY 22	DAY 5	CONGRESS CLOSING Closure lunch		

www.CongresoTerroir.com.ar

- **JUEVES 21/11 - 19 a 21hs.** - La Enoteca
- 150 personas: académicos (profesores universitarios, científicos y estudiantes), productores, y periodistas especializados de 15 países.
- **16** bodegas participantes
- Hasta **64** etiquetas en exhibición
 - Vinos con sentido de lugar
 - Diversidad varietal y de estilos más allá del Malbec.
 - Media y alta gama: SRP +12.99 USD.

Beneficio bodegas participantes

- **Visibilidad internacional** frente al perfil de asistentes.
- **Posicionamiento** como referente en vinos de terroir.
- **Networking** para la generación de nuevos contactos.

14° ENCUENTRO VINODINÁMICOS

Sponsorship WofA



14° Encuentro Internacional de Vitivinicultura Biodinámica
Feria de Vinos y música.



05 y 06 diciembre (8 a 18hs.)
Bodega Alpamanta

Objetivo:

Sumar alianzas para avanzar en el compromiso de las prácticas sustentables y de responsabilidad con el medio ambiente y el entorno social.

Horario	Día 1 5 de diciembre	Día 2 6 de diciembre
De 08:00 hs a 09:00 hs (60 min)	Acreditaciones	
De 09:00 hs a 09:15 hs (15 min)	Presentación del Encuentro y Vinodínicos	Presentación Viñas Biodinámicas de Chile
De 09:15 hs a 10:45 hs (90 min)	BLOQUE 1 (ADN del Suelo - INTA)	BLOQUE 4 (Clima)
De 10:45 hs a 11:15 hs (30 min)	corte	corte
De 11:15 hs a 13:00 hs (105 min)	BLOQUE 2 (100 años de agricultura Biodinámica)	BLOQUE 5 (Degustación)
De 13:00 hs a 14:30 hs (90 min)	Almuerzo	Almuerzo
De 14:30 hs a 16:00 hs (90 min)	Talleres Arte	Talleres Arte
De 16:00 hs a 18:00 hs (120 min)	BLOQUE 3 (Sustentabilidad)	BLOQUE 6 (Futuro de la agricultura Biodinámica)
18:00 hs	Fin del día 1	Corte
De 19:00 hs a 22:00 hs		Atardecer y feria de vinos

<https://vinodinamicos.com/#cronograma>

- **Presencia de marca**
- **Stand de Wines of Argentina**



Próximo
encuentro

**JUEVES 12
DICIEMBRE**

**DURIGUTTI
FAMILY
WINEMAKERS**



MUCHAS
GRACIAS

