

12 DICIEMBRE 2024

[LINK GRABACIÓN](#)

REUNIÓN DE **COMISIÓN DIRECTIVA**

MENDOZA + TRANSMISIÓN ONLINE



- BODEGA HOST -

DURIGUTTI

FAMILY WINEMAKERS EST. 2002

REUNIÓN DE **COMISIÓN DIRECTIVA**

ORDEN DEL DÍA

Fecha

Jueves 12 diciembre 2024
10h.

Lugar

Durigutti Family Winemakers
*(Pje. de la Reta s/n, Las Compuertas,
Luján de Cuyo, Mza).*

También será transmitida
vía Zoom.

1. Lectura y aprobación del Acta de la reunión anterior.
2. Presentación **Plan de Acción 2025:**
 - a. Presentación de actividades
 - b. Presupuesto
3. **Administración:**
 - a. Informe de Tesorería y Cobranzas.
4. Síntesis 2024 - **Highlights del año.**
5. Varios.

1

Lectura y aprobación Acta de reunión anterior



Disponible en Back Office WofA

2.

Plan de acción 2025

- Presentación de actividades
- Presupuesto

Roadmap

PLANEAR
AHORA
2025

SOÑAR

HACER
AHORA
2024

Repensar la ESTRATEGIA

Re direccionar las acciones hacia

- EEUU 37%
- Brasil 31%
- México 13%
- Reino Unido 12%
- Perú 4%
- Corea 2%

Repensar la estructura en función de la estrategia

Pagar deudas

Sobrevivir

Incrementar los Ingresos

Iniciar el plan de comunicación (Lifestyle)

•Idea Ganadora

- Enfocado en los consumidores
- Analizar los países competencia

Programa de Inteligencia de Mercados

Aumentar el ROI de las Acciones

Aumentar el ROI de las acciones

Triplicar el Share de Mercado

Aumentar exportaciones en litros y Cajas

△ Identificados

● Eficiencia

● Ingresos

● Mantenimiento Operación

META OBJETIVO WOFA 2030

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

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

En alianza con

COMPENSACIONES Y CAPITAL HUMANO

- TRABAJO EN CONJUNTO -



**Ministerio de Relaciones Exteriores,
Comercio Internacional y Culto**
República Argentina

REUNIÓN DE
COMISIÓN DIRECTIVA

ESTADOS UNIDOS





Objetivos

Aumentar 25% el nivel de conocimiento sobre el vino argentino en el **trade** para generar interés sobre Argentina y **lograr oportunidades de venta** para bodegas participantes.



KPIs GENERALES

- Cantidad de personas educadas en seminarios
- Cantidad de bodegas/vinos participantes.

PLAN DE ACTIVIDADES

ARGENTINE SPARKLING WINE IN NEW YORK	MARZO
MALBEC WORLD DAY AT THE ARGENTINE EMBASSY IN WASHINGTON DC	ABRIL
MALBEC WORLD DAY EVENT IN LOS ANGELES	ABRIL
WINE DINNER CONSULATE OF CHICAGO	SEPTIEMBRE
TRADE SEMINAR IN NEW YORK	OCTUBRE / NOV.
NATIONAL WINE DAY IN LA	NOVIEMBRE
NATIONAL WINE DAY IN CHICAGO	NOVIEMBRE
NATIONAL WINE DAY IN ATLANTA	NOVIEMBRE



Objetivos

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.



KPIs GENERALES

- Cantidad de programas realizados vs. planificados.
- Valoración positiva de las bodegas de la tienda y actividad. Lograr continuidad del vínculo y programa al año siguiente.

PLAN DE ACTIVIDADES

BINNY'S MWD DIGITAL CAMPAIGN, SEMINAR & IN-STORE TASTING	ABRIL / MAYO
GARY'S WINE & MARKETPLACE MWD DIGITAL CAMPAIGN, STAFF TRAINING & IN-STORE TASTINGS	ABRIL / MAYO
IN-STORE CONSUMER TASTING WITH ABC FINE WINE & SPIRITS	ABRIL / MAYO
PLCB STAFF TRAINING	AGOSTO / SEPT.
CONSUMER IN-STORE TASTINGS WITH ABC FINE WINE & SPIRITS	OCTUBRE / NOV.
CONSUMER IN-STORE TASTINGS WITH CROWN FINE WINE	OCTUBRE / NOV.



Objetivos

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

- Cantidad de bodegas socias participantes.

ROBERT PARKER WINE ADVOCATE - ANNUAL TASTING - MATTHEW LUCZY	ENERO
DEGUSTACIÓN JOAQUIN HIDALGO VINOUS	VARIOS MESES
VIRGINIE BONNE TASTING	TBC



Objetivos

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



KPIs GENERALES

- Cantidad de notas y artículos y alcance.
- Cantidad de bodegas/vinos mencionados después de enviar los *pitches*.

MEDIA PITCH 2025

 COLANGELO & PARTNERS

FEBRERO -
JULIO



Objetivos

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



KPIs GENERALES

- Cantidad de bodegas/vinos participantes en estos eventos.

PLAN DE ACTIVIDADES

WOFA USA: CABERNET STAR LOS ANGELES	ENERO
WOFA USA: SIP OF SOUTH AMERICA, WINE ENTHUSIAST	JUNIO
WOFA USA: TEXSOM ANNUAL CONFERENCE DALLAS, TEXAS	AGOSTO
WOFA USA: TASTE OF SOUTH AMERICA IN DC	SEPTIEMBRE
WOFA USA: SOMMCON SAN DIEGO 2025	OCTUBRE
WOFA USA: VINOUS ICONS TASTING	NOVIEMBRE



INVERSIÓN HOSPITALITY

USD

195.039

- 95 % User-pay
- 5 % Coviar

PLAN DE ACTIVIDADES

PLCB PENNSYLVANIA - VISIT TO ARGENTINA	FEBRERO
VINOUS (JOAQUÍN HIDALGO)	MARZO
EDUCADORES WSET	MAYO
TRADE TRIPS	JULIO / AGOSTO / SEPT.
ZOOM IN ARGENTINA	OCTUBRE



KPIs GENERALES



Cantidad programas
ejecutados vs. planificados
2025.

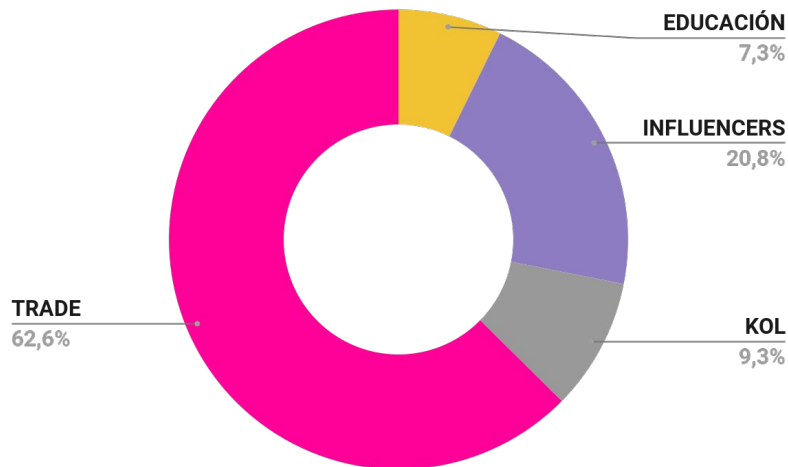


+80%

Nivel satisfacción +80%
a través de encuestas en 2
direcciones.

KPIs diferenciados:

- BODEGAS
- INVITADOS

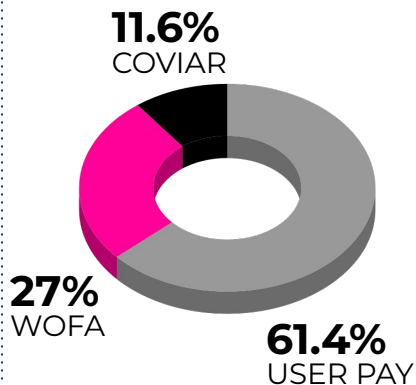




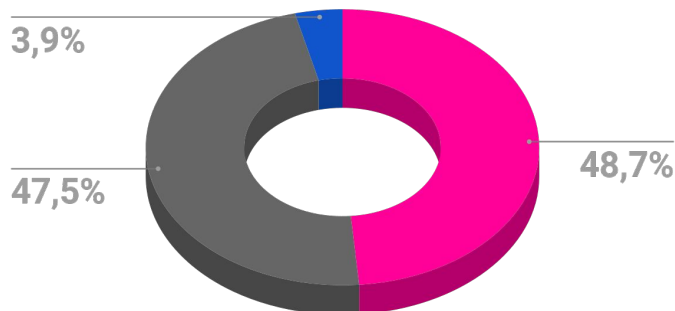
INVERSIÓN TOTAL

USD
938.674

DISTRIBUCIÓN FONDOS

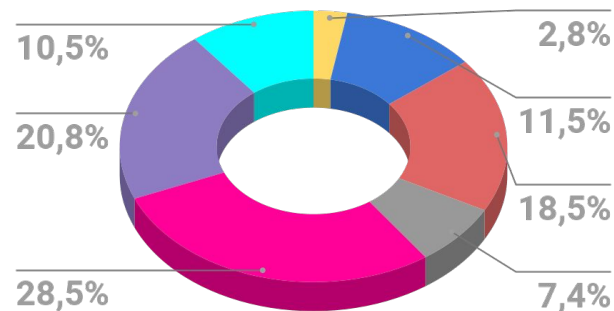


TIPO DE PÚBLICO



	48.7%	Trade
	47.5%	Consumidores
	3.9%	KOLs

TIPO DE ACTIVIDAD



	2.8%	PR
	11.5%	Degustaciones KOL
	18.5%	Educación
	7.4%	Retailers
	28.5%	Campañas Digitales
	20.8%	Hospitality
	10.5%	Fee Oficinas Exterior

REUNIÓN DE
COMISIÓN DIRECTIVA

BRASIL





Objetivos

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.



KPIs GENERALES

- Cantidad de personas educadas. Bodegas/vinos participantes

CAPACITACIÓN WSET / ABS SAO PAULO	AGOSTO
-----------------------------------	--------



Objetivos

Aumentar en un 50% la cantidad de actividades para prensa, influencers y *trade* durante el 2025.



KPIs GENERALES

- Cantidad de publicaciones

PLAN DE ACTIVIDADES

MALBEC WORLD DAY EN SÃO PAULO 2025	ABRIL
ACTIVIDAD DE PROMOCIÓN CON DISTRIBUIDORES	ABRIL
ALMUERZO TRADE / DEGUSTACIÓN SAO PAULO	SEPT. & DICIEMBRE
PROWINE SÃO PAULO 2025	OCTUBRE



Objetivos

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

- Cantidad de actividades realizadas sobre las actividades planeadas

PLAN DE ACTIVIDADES

MALBEC WORLD DAY EN BELO HORIZONTE 2025	MARZO
MALBEC WORLD DAY EN RECIFE 2025	MARZO
MALBEC WORLD DAY EN RÍO DE JANEIRO 2025	ABRIL
MALBEC WORLD DAY EN SALVADOR DE BAHÍA 2025	ABRIL
ACTIVIDAD DEGUSTACIÓN RECIFE	AGOSTO
ACTIVIDAD DEGUSTACIÓN RÍO DE JANEIRO	NOVIEMBRE



INVERSIÓN HOSPITALITY

USD

112.410

- 63% User-pay
- 37% Coviar

PLAN DE ACTIVIDADES

ZOOM IN ARGENTINA

MAYO

MICRO-PROGRAMA COMUNICADORES DE VINO

SEPTIEMBRE

EDUCADORES WSET

MAYO

REPRESENTANTES DEL TRADE

JUNIO /
AGOSTO



KPIs GENERALES



Cantidad programas
ejecutados vs. planificados
2025.



+80%

Nivel satisfacción +80%
a través de encuestas en 2
direcciones.

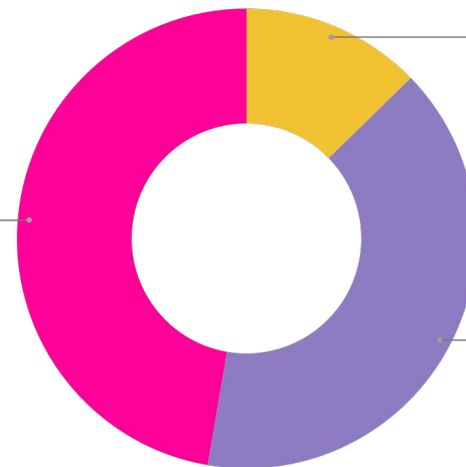
KPIs diferenciados:

- BODEGAS
- INVITADOS

TRADE
47,3%

EDUCACIÓN
12,7%

INFLUENCERS
40,0%





INVERSIÓN TOTAL

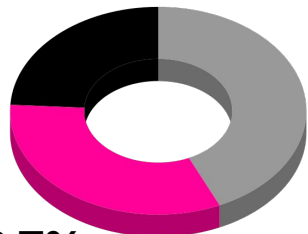
USD
373.910

DISTRIBUCIÓN FONDOS

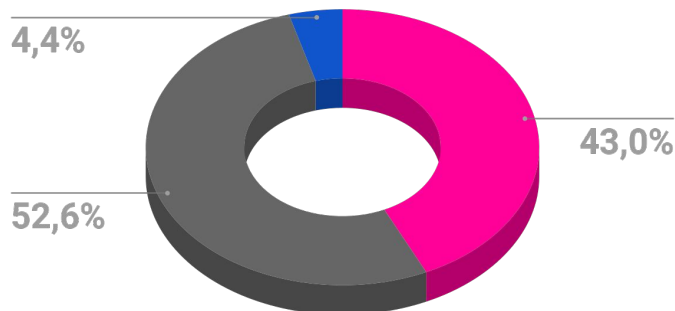
24.1%
COVIAR

32.7%
WOFA

43.2%
USER PAY

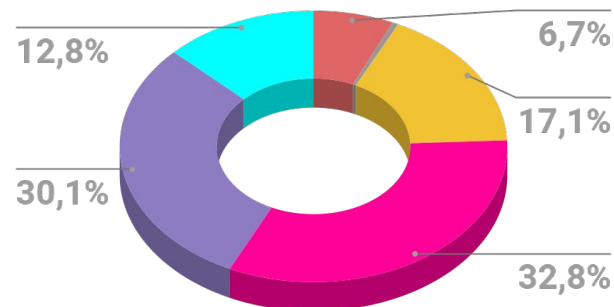


TIPO DE PÚBLICO



43.0% Trade
52.6% Consumidores
4.4% KOLs

TIPO DE ACTIVIDAD



6.7% Educación
0.5% Retailers
17.1% Ferias Internac.
32.8% Campañas Digitales
30.1% Hospitality
12.8% Fee Oficinas Exterior

REUNIÓN DE
COMISIÓN DIRECTIVA

OTROS MERCADOS



REUNIÓN DE
COMISIÓN DIRECTIVA

LATAM

MÉXICO & PERÚ





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

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



PLAN DE ACTIVIDADES

WOFA MÉXICO: MALBEC WORLD DAY EN MÉXICO 2025	MARZO
WOFA LATAM: MALBEC WORLD DAY EN PERÚ 2025	MAYO
WOFA LATAM: CAPACITACIÓN TRADE PRESENCIAL MEXICO	SEPTIEMBRE
WOFA LATAM: ALMUERZO DEGUSTACIÓN TRADE MEXICO	SEPTIEMBRE
WOFA LATAM: ACTIVIDAD ASOCIACIÓN MEXICANA SOMMELIERS	SEPTIEMBRE
WOFA LATAM: ACTIVIDAD CAPACITACIÓN TRADE PRESENCIAL PERÚ	NOVIEMBRE
WOFA LATAM: DEGUSTACIÓN TRADE PRESENCIAL PERÚ	NOVIEMBRE
WOFA LATAM: REUNIÓN CON IMPORTADORES PERU	NOVIEMBRE



INVERSIÓN HOSPITALITY

USD

29.190

- 53% User-pay
- 47% Coviar

PLAN DE ACTIVIDADES

LATAM: ZOOM IN ARGENTINA

MAYO

LATAM: REPRESENTANTES DEL TRADE

AGOSTO



KPIs GENERALES



Cantidad programas
ejecutados vs. planificados
2025.



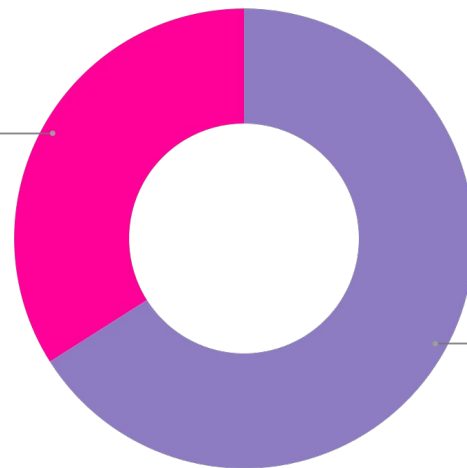
+80%

Nivel satisfacción +80%
a través de encuestas en 2
direcciones.

KPIs diferenciados:

- BODEGAS
- INVITADOS

TRADE
34,0%



INFLUENCERS
66,0%

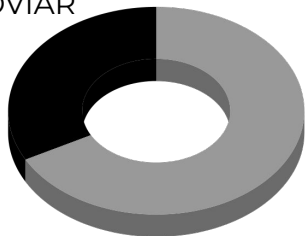


 **INVERSIÓN
TOTAL**

USD
44.190

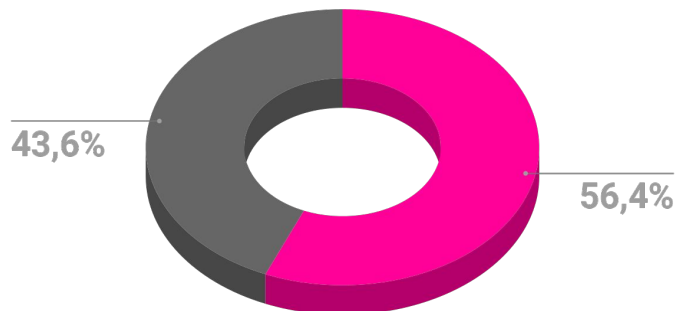
**DISTRIBUCIÓN
FONDOS**

31%
COVIAR



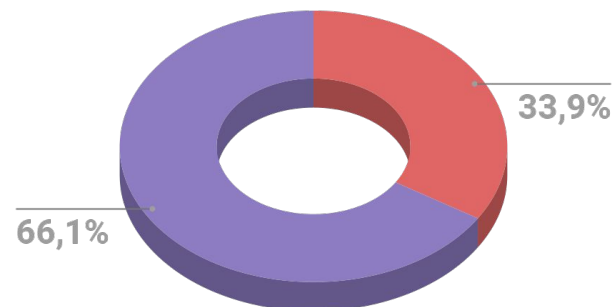
69%
USER PAY

**TIPO DE
PÚBLICO**



56.4% Trade
43.6% Consumidores

**TIPO DE
ACTIVIDAD**



33.9% Educación
66.1% Hospitality

REUNIÓN DE
COMISIÓN DIRECTIVA

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 haya más tenders para Argentina 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, Polonia o Países Bajos** en 2025.



KPIs GENERALES

- 1. KPI** cantidad de actividades realizadas sobre la cantidad de actividades planificadas.
- 2. KPI** Cantidad de tenders.
- 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.



PLAN DE ACTIVIDADES

MALBEC WORLD DAY IN SWITZERLAND	ABRIL /MAYO
MALBEC WORLD DAY IN UK	ABRIL/MAYO
MALBEC WORLD DAY IN DENMARK	ABRIL/MAYO
MALBEC WORLD DAY IN IRELAND	ABRIL/MAYO
MASTERCLASS & WALK-AROUND TASTING IN UK	SEPTIEMBRE
MASTERCLASS IN SWEDEN	SEPTIEMBRE
MASTERCLASS IN NORWAY	OCTUBRE
MASTERCLASS IN FINLAND	OCTUBRE
MASTERCLASS IN ICELAND	NOVIEMBRE
MASTERCLASS IN NETHERLANDS	NOVIEMBRE



INVERSIÓN HOSPITALITY

USD

61.400

- 100% User-pay

PLAN DE ACTIVIDADES

UK: VISITA TIM ATKIN MW

FEBRERO

NETHERLANDS: SEMINARIO DE REGIONES en Bs.As.

FEBRERO

VISITA ESTUDIANTES OIV

MARZO



KPIs GENERALES



Cantidad programas
ejecutados vs. planificados
2025.

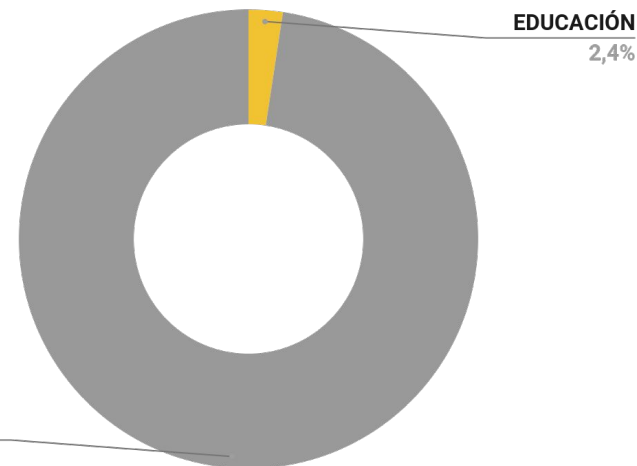


+80%

Nivel satisfacción +80%
a través de encuestas en 2
direcciones.

KPIs diferenciados:

- BODEGAS
- INVITADOS



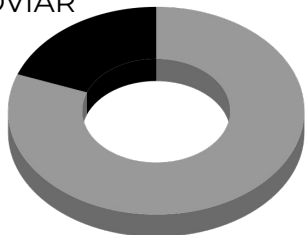


 INVERSIÓN
TOTAL

USD
129.400

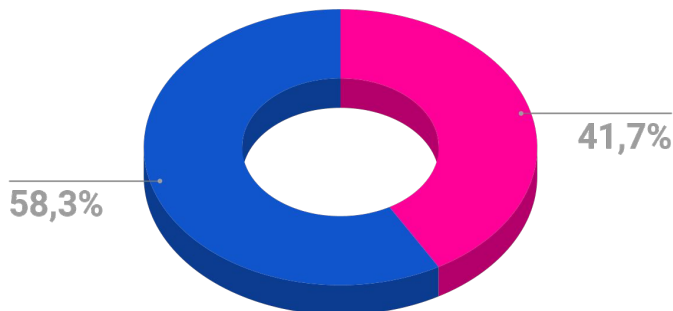
DISTRIBUCIÓN
FONDOS

18.5%
COVIAR



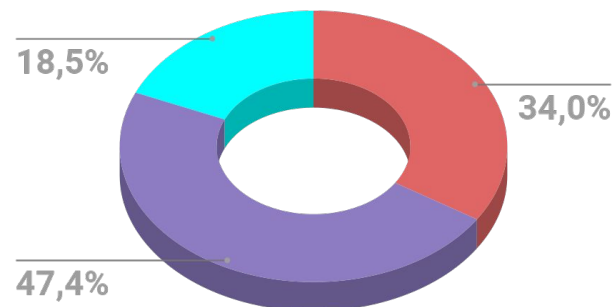
81.5%
USER PAY

TIPO DE PÚBLICO



41.7% Trade
58.3% KOLs

TIPO DE ACTIVIDAD



34.0% Educación
47.4% Hospitality
18.5% Fee Oficinas Exterior

REUNIÓN DE
COMISIÓN DIRECTIVA

CANADÁ





Objetivos

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.

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.

Lograr la visita de los compradores de los 3 monopolios más importantes (LCBO, SAQ, BC) para el 2025-2026.



KPIs GENERALES

KPI cantidad de personas educadas en los seminarios y cantidad de bodegas/vinos participantes.

KPI ventas alcanzadas en temáticos vs. mismo período del año anterior.

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.



PLAN DE
ACTIVIDADES

MALBEC WORLD DAY X LCBO PROGRAM 2025 (PERIOD 1)	ABRIL
MALBEC WORLD DAY IN TORONTO	ABRIL
MALBEC WORLD DAY IN QUEBEC	ABRIL
MALBEC WORLD DAY IN WESTERN CANADA	ABRIL
SAQ THEMATIC PROGRAM	TBC
LCBO THEMATIC PROGRAM	TBC
BC THEMATIC PROGRAM	TBC



INVERSIÓN HOSPITALITY

USD

124.500

- 74% User-pay
- 26% Coviar

PLAN DE ACTIVIDADES

SOMMELIERS (GANADORES)	MAYO
LCBO VISIT TO ARGENTINA	SEPTIEMBRE
SAQ VISIT TO ARGENTINA	SEPTIEMBRE/ DICIEMBRE
BC VISIT TO ARGENTINA	OCTUBRE



KPIs GENERALES



Cantidad programas
ejecutados vs. planificados
2025.



+80%

Nivel satisfacción +80%
a través de encuestas en 2
direcciones.

KPIs diferenciados:

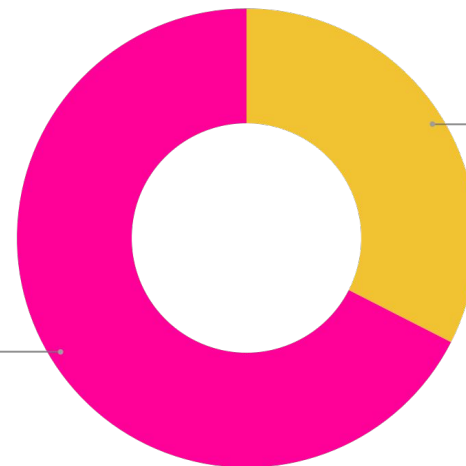
- BODEGAS
- INVITADOS

TRADE

67,5%

EDUCACIÓN

32,5%



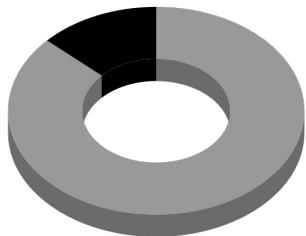


 INVERSIÓN
TOTAL

USD
273.500

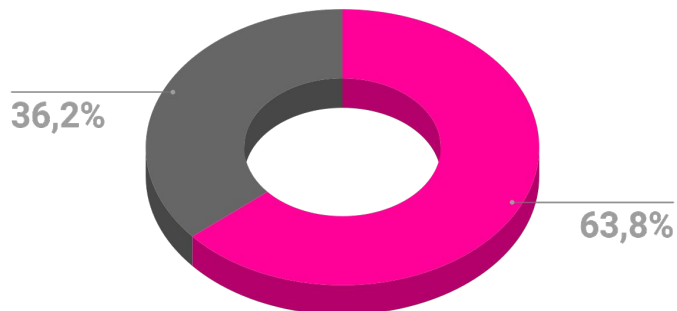
DISTRIBUCIÓN
FONDOS

12%
COVIAR



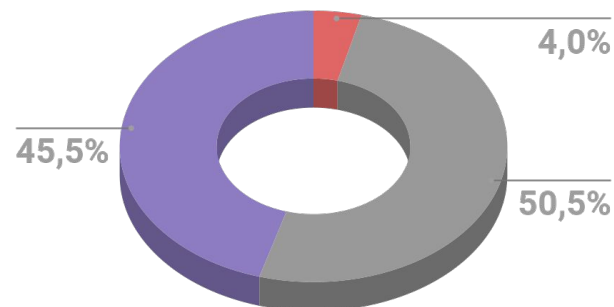
78%
USER PAY

TIPO DE PÚBLICO



 **63.8%** Trade
 **36.2%** Consumidores

TIPO DE ACTIVIDAD



 **4.0%** Educación
 **50.5%** Retailers
 **45.5%** Hospitality

REUNIÓN DE
COMISIÓN DIRECTIVA

ASIA

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





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.



PLAN DE ACTIVIDADES

CHENGDU WINE FAIR 2025 (HOTEL SHANGRI LA)	MARZO
MWD X DRAGON PHOENIX BEIJING WALK AROUND TASTING	ABRIL
MWD X DRAGON PHOENIX CITY TRAINING SCHOOL	ABRIL
MWD X CONSULATE / EMBASSY TASTING	ABRIL
MWD X SAN NIAN JIAN ONLINE SALES	ABRIL
MALBEC X SAN NIAN JIAN OFFLINE SALES	ABRIL
VINEXPO SINGAPORE	MAYO
SINGAPORE MASTERCLASS	MAYO
SEOUL MASTERCLASS	MAYO
WOFA ASIA: TRAINING PROGRAM FOR SOMMELIERS	JUNIO - SEPT.
WOFA ASIA: TRAINING PROGRAM FOR IMPORTERS	JUNIO - SEPT.
PROWINE SHANGHAI (TASTING AREA)	NOVIEMBRE
WOFA ASIA: ARGENTINE DAY 2025	NOV. - DIC.

HOSPITALITY

VIAJE DE IMPORTADORES y KOLS



INVERSIÓN USD
45.080
100% user pay

NOVIEMBRE

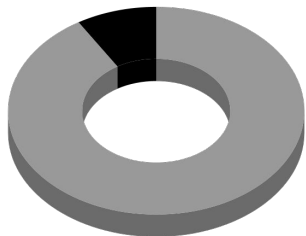


INVERSIÓN
TOTAL

USD
273.080

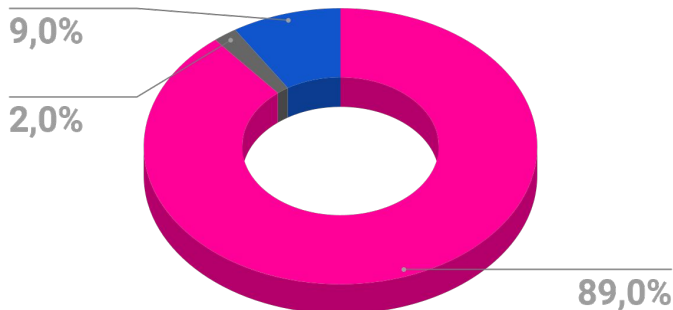
DISTRIBUCIÓN
FONDOS

8.8%
COVIAR



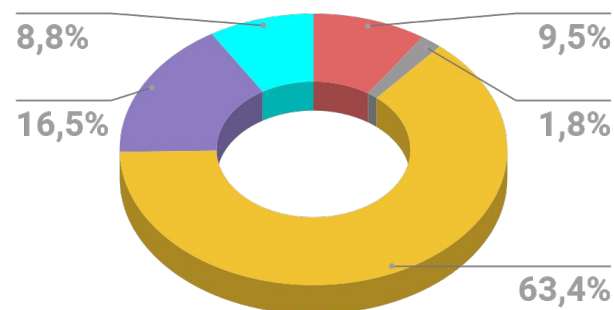
91.2%
USER PAY

TIPO DE
PUBLICO



■ 89%	Trade
■ 2.0%	Consumidores
■ 9.0%	KOLs

TIPO DE
ACTIVIDAD



■ 9.5%	Educación
■ 1.8%	Retailers
■ 63.4%	Ferias Internac.
■ 16.5%	Hospitality
■ 8.8%	Fee Oficinas Exterior

SÍNTESIS INVERSIÓN 2025 | MERCADOS



**ESTADOS
UNIDOS**

USD
938.674



BRASIL

USD
373.910



LATAM

USD
44.190



EUROPA

USD
129.400



CANADÁ

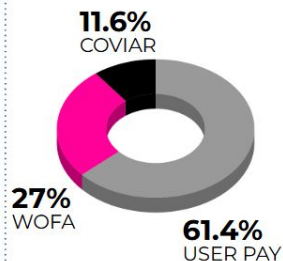
USD
273.500



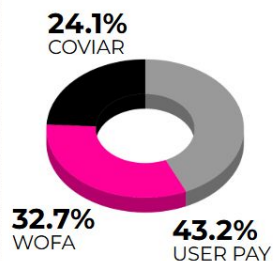
ASIA

USD
273.080

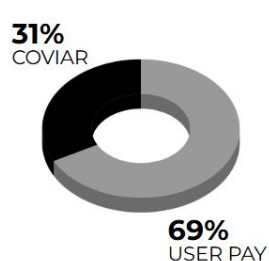
DISTRIBUCIÓN
FONDOS



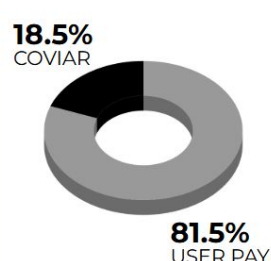
DISTRIBUCIÓN
FONDOS



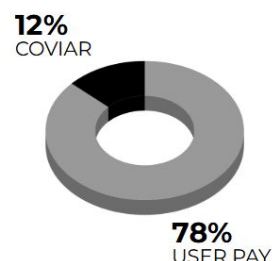
DISTRIBUCIÓN
FONDOS



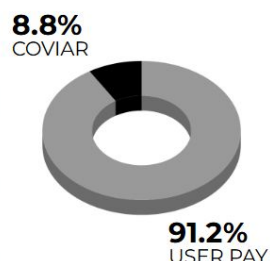
DISTRIBUCIÓN
FONDOS



DISTRIBUCIÓN
FONDOS



DISTRIBUCIÓN
FONDOS



FERIAS INTERNACIONALES

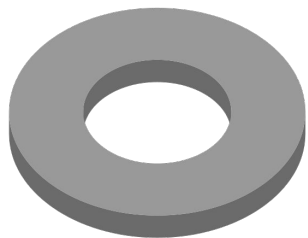
Síntesis



 **INVERSIÓN
TOTAL**

USD
430.300

**DISTRIBUCIÓN
FONDOS**



**100%
USER PAY**

 **WINE PARIS**

Düsseldorf
Germany

March 16–18
2025

DISCOVER
THE TASTE
OF TOMORROW.



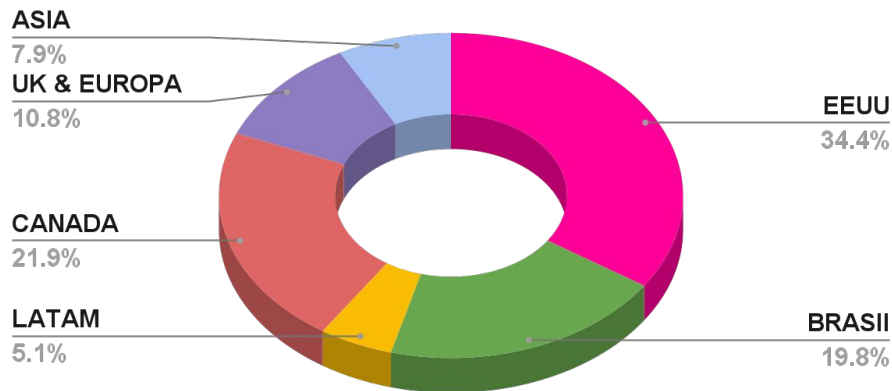
> Presupuesto 2025 HOSPITALITY



 **INVERSIÓN
HOSPITALITY
2025**

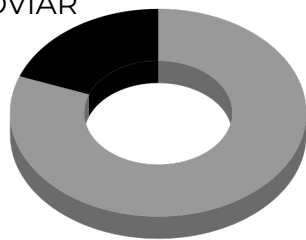
USD
567.619

INVERSIÓN MERCADOS (USD)

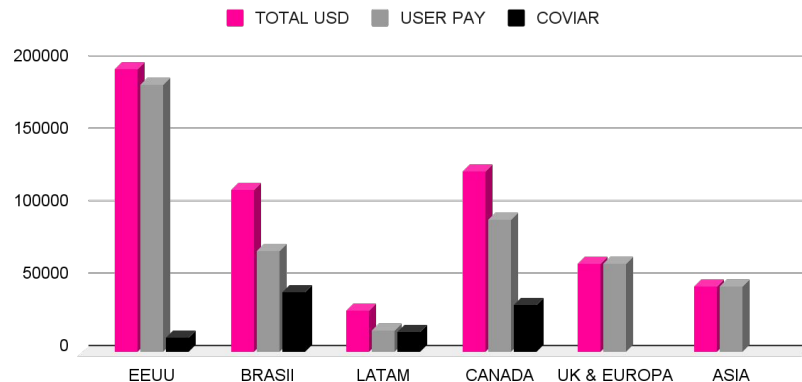


FONDOS

17%
COVIAR



83%
USER PAY



REUNIÓN DE
COMISIÓN DIRECTIVA

PRESUPUESTO **2025**



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	1,10	1,10	1,10	1,10	1,10	1,09	
	ARS/ USD divisa	817	834	850	868	885	903	923	942	964	1.006	1.040	1.103	927,89	36% End to end
	ARS/EUR divisa	896	899	927	923	964	967	1.006	1.034	1.059	1.105	1.142	1.211	1011,11	36% End to end
	DEVAL USD vs LY	337%	323%	307%	290%	270%	252%	235%	169%	175%	188%	189%	36%		Avg to Avg
	INF MONTH	21%	13%	11%	9%	4%	5%	4%	4%	3%	4%	3%	4%	123%	Annual Inflation
	INF ACUM	21%	37%	52%	65%	72%	80%	87%	95%	101%	108%	115%	123%		
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	1.280	29% End to end
	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	1.406	29% End to end
	DEVAL USD vs LY	38%	39%	39%	40%	40%	41%	41%	41%	40%	37%	34%	29%	38%	Avg to Avg
	INF MONTH	3%	3%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	30%	Annual Inflation
	INF ACUM	3%	6%	8%	10%	13%	15%	17%	20%	22%	25%	27%	30%		
4 months infl.															
		1,10													
		1,09													

Sources:

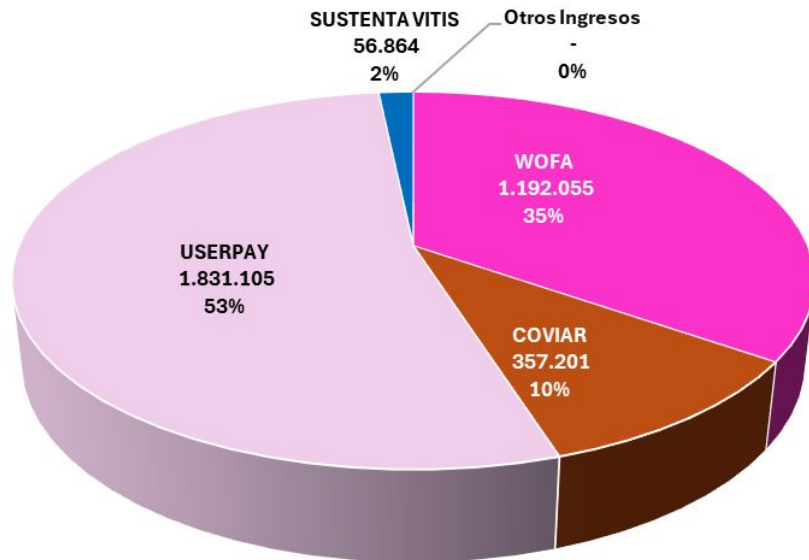
<https://www.bna.com.ar/Personas>

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

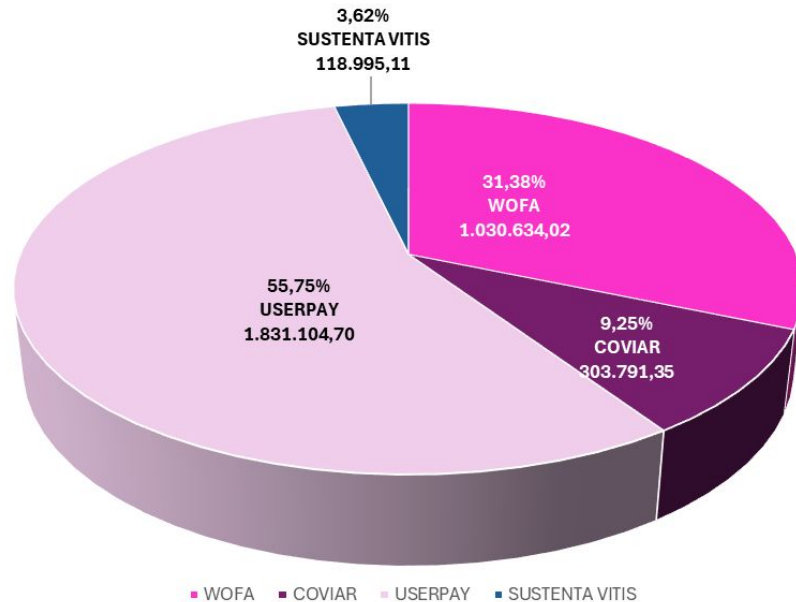
http://www.bcra.gob.ar/PublicacionesEstadisticas/Relevamiento_Expectativas_de_Mercado.asp

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

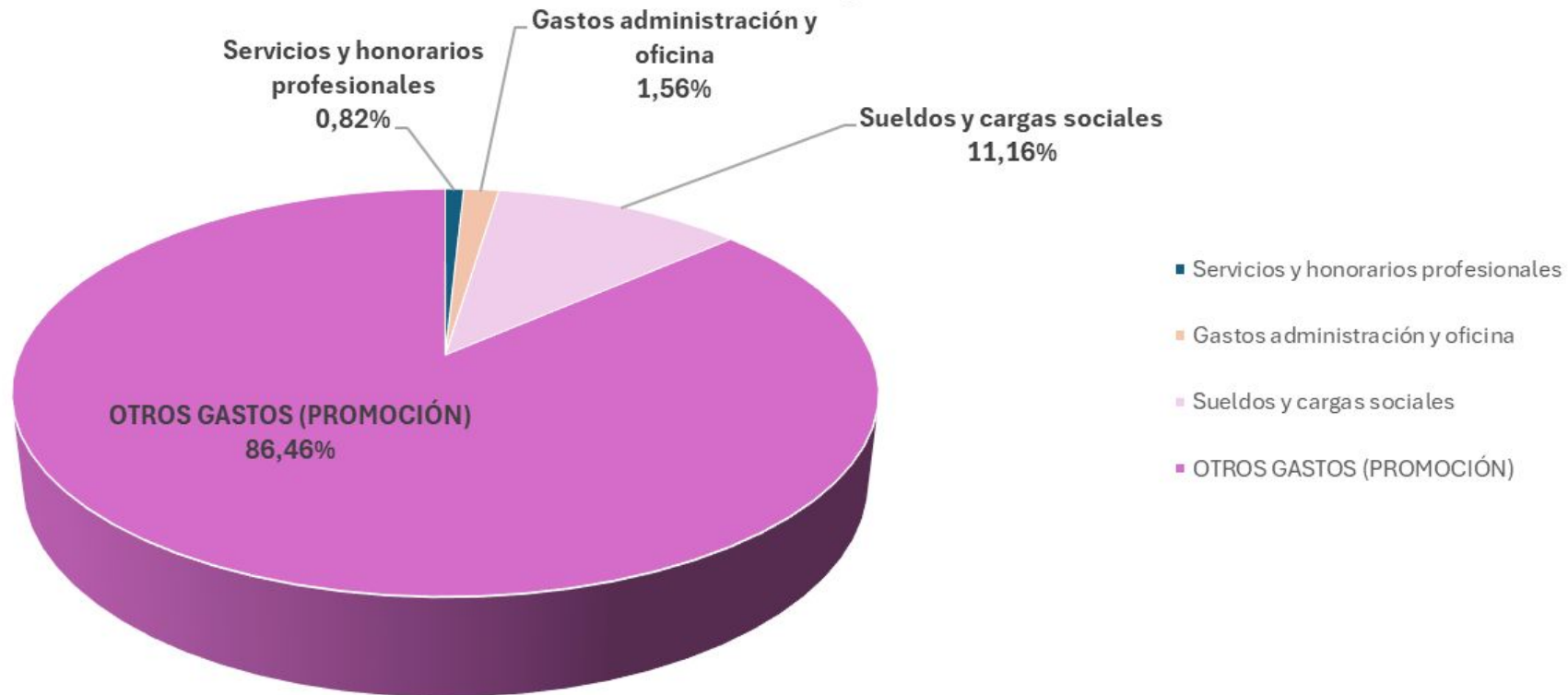
PRESUPUESTO 2025 - FUENTES DE INGRESOS



PRESUPUESTO 2025 - EGRESOS POR FONDOS



Incidencia Estructura s/ Total Egresos



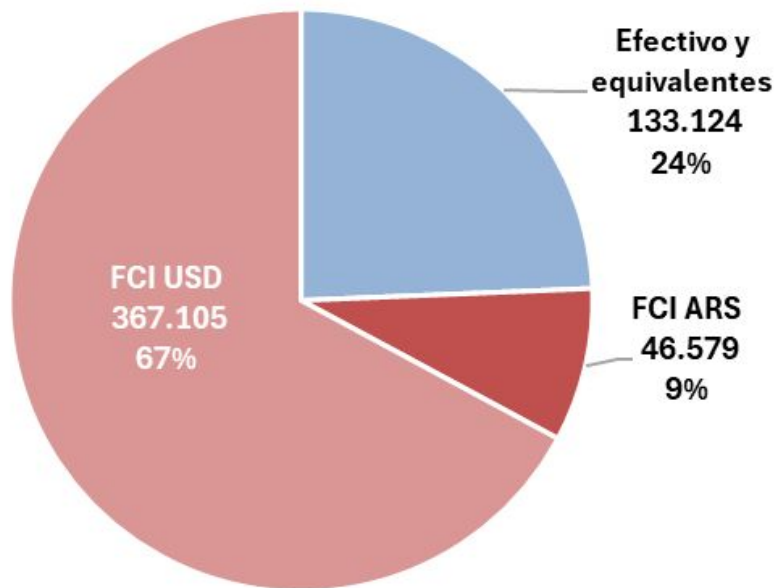
3

Administración



Informe de Tesorería y Cobranzas

Posición al 30/11/24 en USD



> Administración

INFORME DE COBRANZAS



INFORME COBRANZAS AL 30 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. \$1031

	CUOTAS EXIGIBLES	IMPORTE COBRADO	IMPORTE CUOTA BIMESTRAL	% COBRADO DE CUOTA
CRÉDITO DEVENGADO EN PESOS	\$ 1.030.257.680	\$ 966.801.692	\$ 206.051.536	94%
CRÉDITO DEVENGADO EN DOLARES	USD 999.280	USD 937.732	USD 199.856	94%

SALDO A COBRAR		
AL 30/11/2024	\$	USD
SALDO A COBRAR POR CUOTA	\$ 63.455.988	USD 61.548
SALDO A COBRAR POR EVENTOS T.C DÓLAR MEP \$1075,76	\$ 271.146.344,00	USD 252.051
TOTAL A COBRAR AL 30/11/24		USD 313.599

4

Síntesis 2024

- Highlights del año

REUNIÓN DE
COMISIÓN DIRECTIVA

Encuesta de **Gestión** 2024



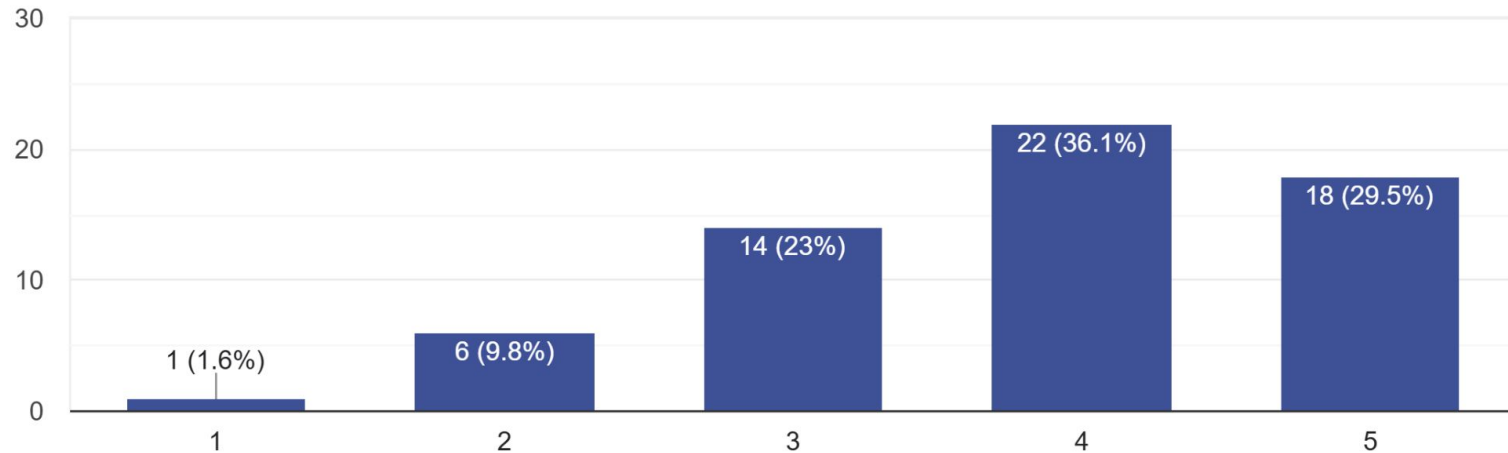
ENCUESTA DE GESTIÓN 2024

Resultados

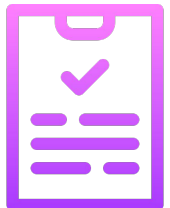


4. ¿WofA representa la visión de los/as socios/as?

61 respuestas



1. Nada de acuerdo
2. Poco de acuerdo
3. De acuerdo
4. Muy de acuerdo
5. 100% de acuerdo



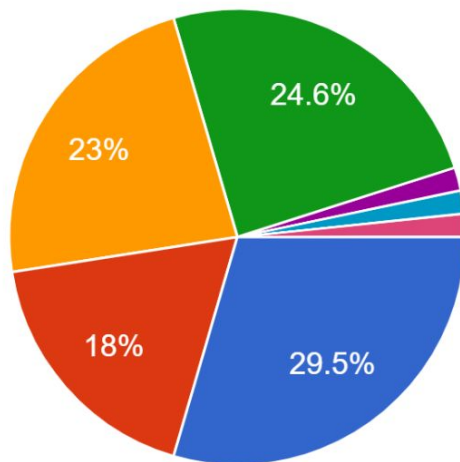
ENCUESTA DE GESTIÓN 2024

Resultados



1. ¿Qué te motivó a ser parte / permanecer en WofA? Seleccionar el principal.

61 respuestas



- Los beneficios para bodegas socias (actividades exclusivas, información s...
- La posibilidad de llegar al trade (oportunidades de negocios).
- Mayores instancias de exposición y visibilidad para mi bodega.
- La apuesta por una marca paraguas d...
- PARTicipacion en eventos internacional...
- Todas las de arriba
- No elegí ser parte

ENCUESTA DE GESTIÓN 2024

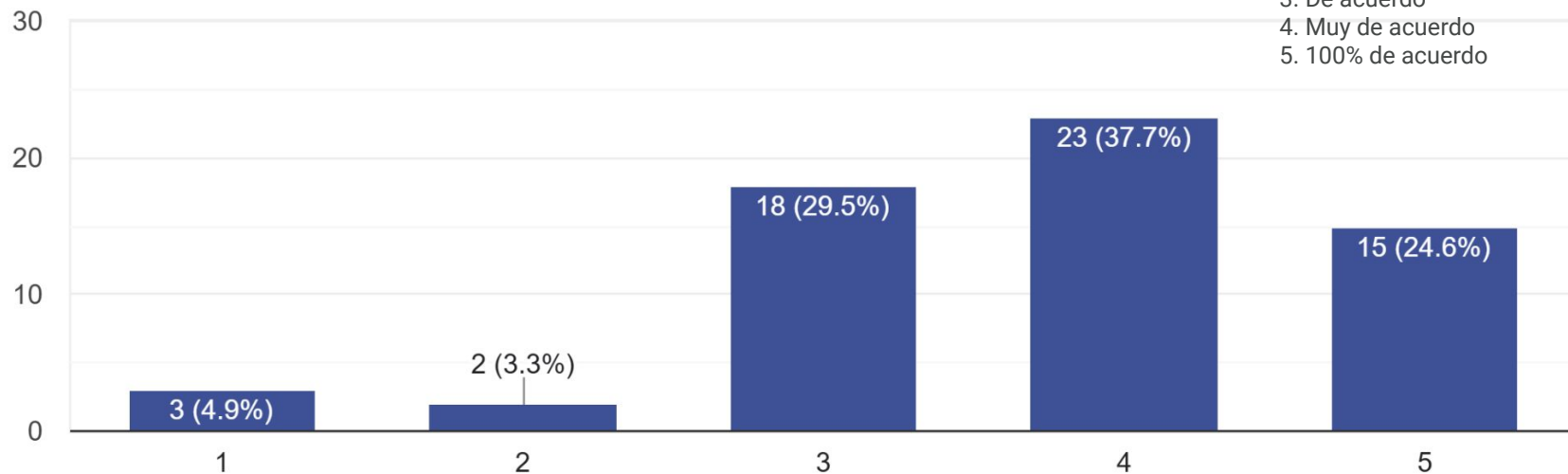
Resultados



2. Siento que WofA ofrece un valor agregado a la bodega

61 respuestas

- 1. Nada de acuerdo
- 2. Poco de acuerdo
- 3. De acuerdo
- 4. Muy de acuerdo
- 5. 100% de acuerdo



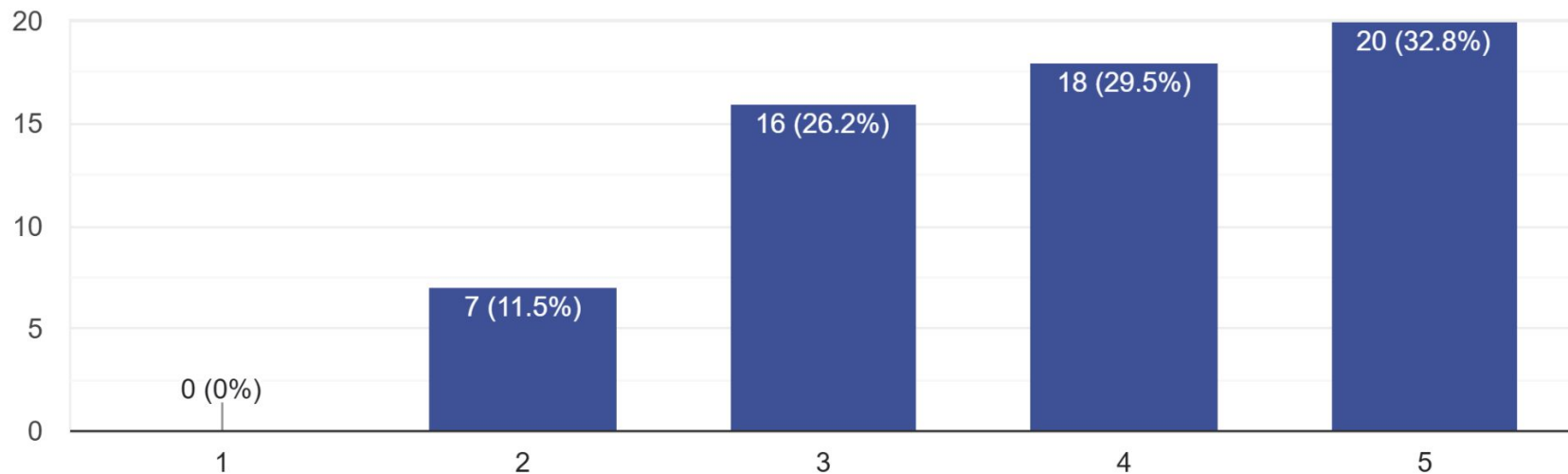
ENCUESTA DE GESTIÓN 2024

Resultados



2. Comparto la estrategia de promoción definida por WofA.

61 respuestas



1. Nada de acuerdo
2. Poco de acuerdo
3. De acuerdo
4. Muy de acuerdo
5. 100% de acuerdo

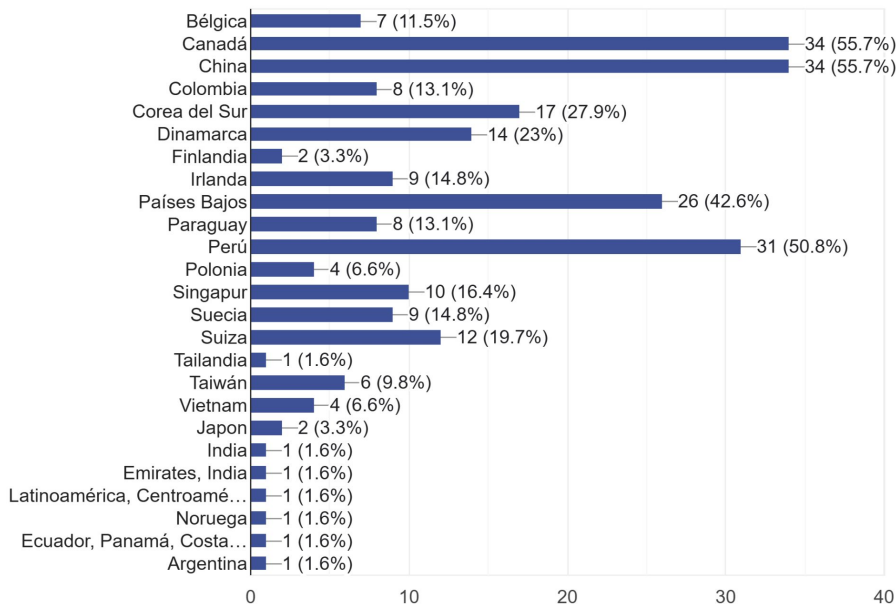
ENCUESTA DE GESTIÓN 2024

Resultados

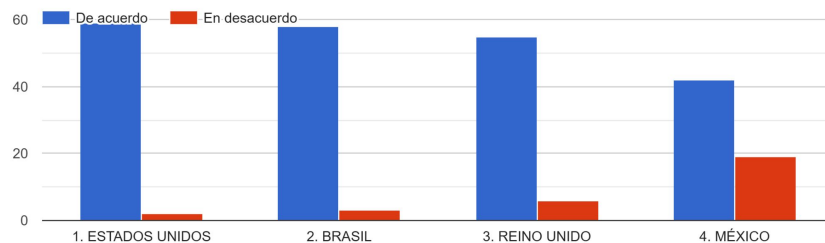


5. Considerando los mercados objetivo actuales de WofA (EE.UU., Brasil, Reino Unido y México), ¿cuáles son, en tu opinión, los mercados adicionales para el año 2030? (ordenados alfabéticamente).

61 respuestas



4. Teniendo en cuenta el análisis de mercados realizado durante 2024, WofA propuso reforzar la estrategia 2030 hacia los siguientes mercados prioritarios: 1) Estados Unidos, 2) Brasil, 3) Reino Unido, 4) México

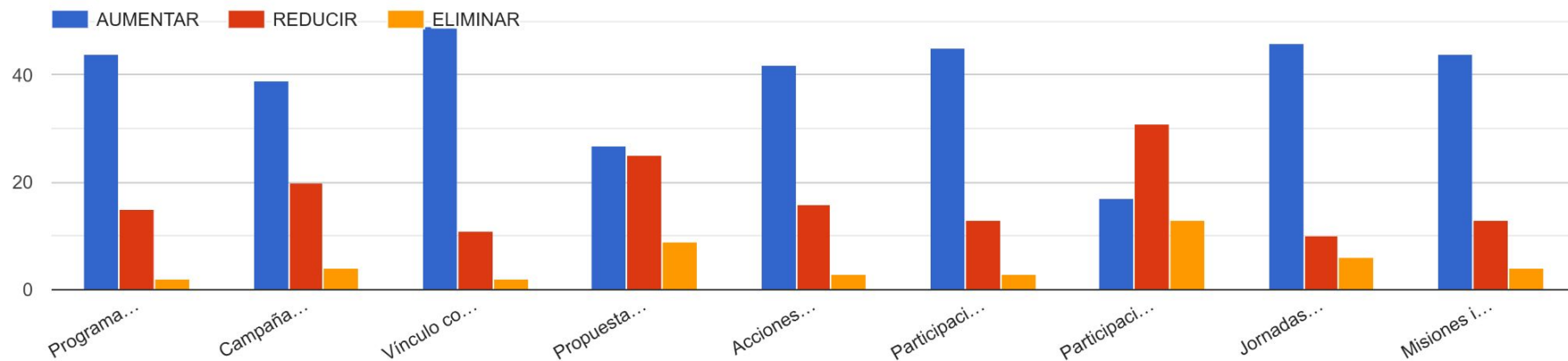


ENCUESTA DE GESTIÓN 2024

Resultados



6. ¿Cuáles de estas acciones consideras que se deberían AUMENTAR/ REDUCIR/ ELIMINAR a futuro?



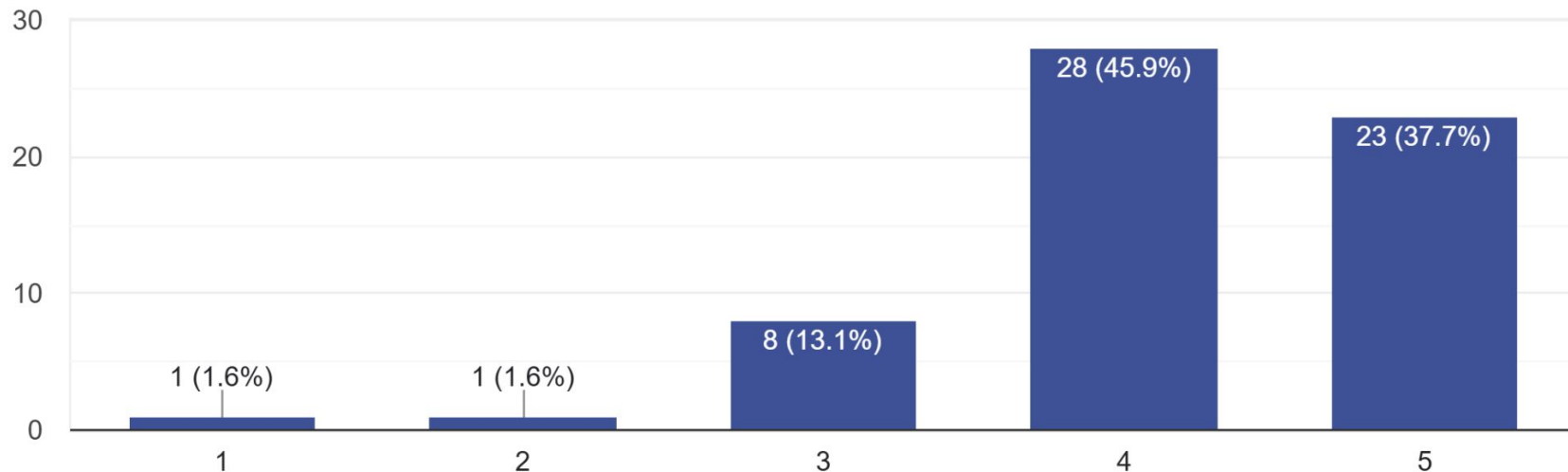
ENCUESTA DE GESTIÓN 2024

Resultados



7. ¿Cuál es tu PERCEPCIÓN GENERAL respecto de la gestión de WofA en 2024?

61 respuestas



REUNIÓN DE
COMISIÓN DIRECTIVA

Repercusiones en **prensa** 2024



REPERCUSIONES EN PRENSA NACIONAL

18

Gacetillas
enviadas

+ Publicaciones sección
“Noticias” de nuestra
WofA levantadas por
medios.

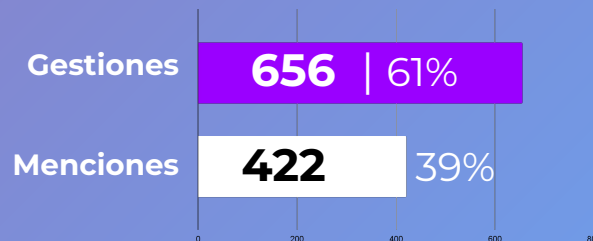
2

Acciones fechas
especiales

Día del Periodista (Junio)
Envíos Fin de Año (Dic.) ⁽¹⁾

1.078

Repercusiones
totales ⁽²⁾



REPERCUSIONES EN PRENSA NACIONAL

\$544.5M

V.E.P. Total
(Valor Estimado Publicitario)

\$521.7M

ROI

Año	Inversión PR	V.E.P.
2023	\$ 6.088.164	\$ 90.426.116
2024*	\$ 22.805.589	\$ 544.579.233,89

Año	Retorno de la Inversión (ROI)	
2023	\$ 84.337.952	1.485,42%
2024*	\$521.773.645	2.288,25%

REPERCUSIONES EN PRENSA NACIONAL

Campaña más exitosa: Malbec World Day con 242 notas. +25 vs. 2023.

Se destacan notas sobre desafíos de la industria / exports.



Gourmet

Día del Malbec: ¿por qué se celebra el 17 de abril?

- Desde 2011, todos los años se festeja
- Cuál es el sentido y la historia de la e



infobae



Últimas Noticias | Política | Economía | Dólar hoy | Deportes | Sociedad | Policiales

NETWORKING >

Wines of Argentina anunció la realización de un nuevo Malbec World Day

Se trata de la campaña de promoción de la industria vitivinícola argentina de mayor relevancia a nivel global. Este año el concepto girará en torno a la sostenibilidad

04 Abr, 2024 04:08 p.m. AR



Guardar



ámbito

Dólar | Economía | Finanzas | Política | Negocios

ámbito • Información General • Día del Malbec

16 de abril 2024 - 15:04

Día Mundial del Malbec: por qué se celebra el 17 de abril



El cultivo de esta variedad tiene presencia en 17 de las 24 provincias argentinas.



WOFA EN EL MUNDO 2024

Performance



REPERCUSIÓN GLOBAL

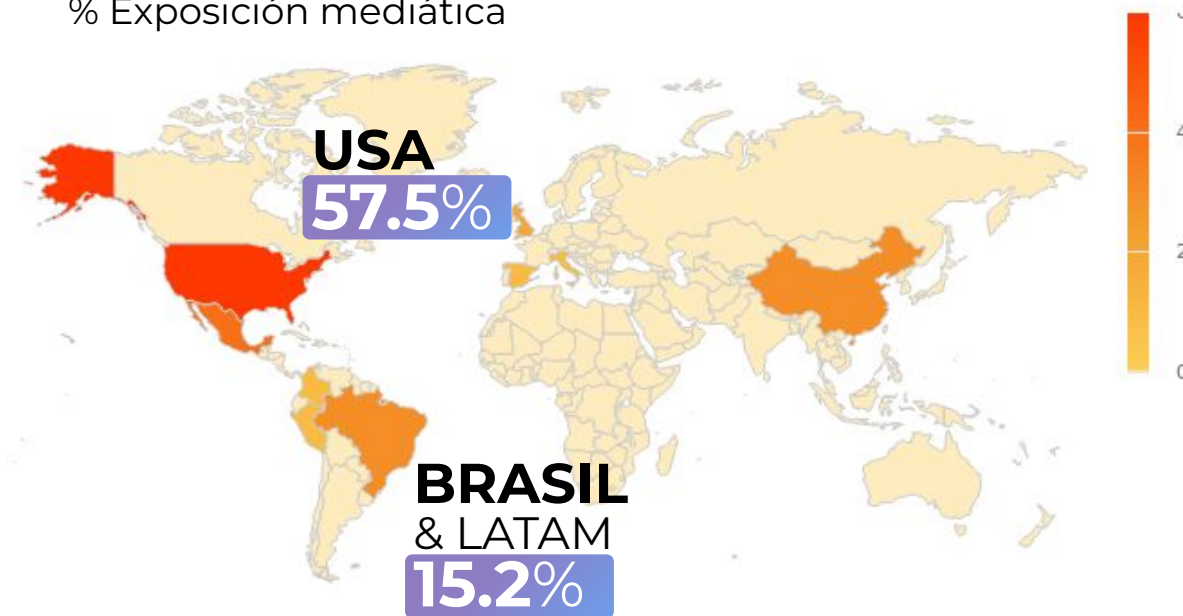
10,22M

ROI Global*

1.104M

Potential Reach Global*

Mapa de calor % Exposición mediática



* Resto del mundo (excepto Argentina), período 01 enero a 06 diciembre 2024.

REUNIÓN DE
COMISIÓN DIRECTIVA



Financiado por
la Unión Europea

Sustenta Vitis

Cierre de Proyecto



RESUMEN KPIs AL-INVEST VERDE SUSTENTA VITIS



Financiado por
la Unión Europea

SUSTENTA VITIS

€
300.000
ANR

24
MESES DE
EJECUCIÓN

1
SOCIO
ESTRATÉGICO



RESUMEN KPIs AL-INVEST VERDE SUSTENTA VITIS



Financiado por
la Unión Europea



+20

Acciones de sensibilización:
jornadas, capacitaciones,
foros y formaciones.



15

Convenios de colaboración
con aliados
estratégicos.



631

Mipymes sensibilizadas
sobre sostenibilidad.



120

**Mipymes asistidas
para obtener
certificaciones** de
sostenibilidad
reconocidas.



780

Colaboradores formados,
fortaleciendo sus
competencias en
prácticas sostenibles.

RESUMEN KPIs AL-INVEST VERDE SUSTENTA VITIS



+30

Bodegas asesoradas en mejoras de **eficiencia energética**



55

Bodegas y productores beneficiados en **eficiencia hídrica.**



24

Productores de uva beneficiados - fase piloto- en **Programa de Buenas Prácticas Agrícolas.**



56

Establecimientos asistidos en la mejora de su **gestión de residuos.**

REUNIÓN DE
COMISIÓN DIRECTIVA

Vinculaciones 2024





SUMAMOS NUEVOS **socios estratégicos**

belog

Gestión
COMPENSACIONES Y CAPITAL HUMANO



GENERAMOS NUEVOS





para BENEFICIO de nuestras bodegas socias



- Participación bodegas socias al día administrativamente (cuota social y eventos).
- [LINK](#) grabación disponible para consulta.

Sorteo **1 pasaje.**
EXCLUSIVO
bodegas socias



ACHALA
BODEGA EXÓTICA

Así se vivió parte
de la promoción del
#VinoArgentino
en 2024



REUNIÓN DE **COMISIÓN DIRECTIVA**



5. **Varios**

- R E D -

S U S T E N T A V I T I S



Cofinanciado por
la Unión Europea

Co-solicitantes



RED SUSTENTA VITIS



- RED -



S U S T E N T A V I T I S



Cofinanciado por
la Unión Europea

€
630.000
€ 157.000
WofA

48
MESES DE
EJECUCIÓN

2
CO-
SOLICITANTES



- RED -

S U S T E N T A V I T I S



Cofinanciado por
la Unión Europea

OBJETIVO GENERAL

Fortalecer la **sostenibilidad** del sector vitivinícola argentino como **motor de innovación** y como **clave para su posicionamiento competitivo** en mercados internacionales.

DESTINATARIOS

- **200 pequeños y medianos establecimientos** vitivinícolas de Argentina .
- **600 productores primarios**, que trabajen de forma asociativa con los establecimientos.

- RED -

S U S T E N T A V I T I S



Cofinanciado por
la Unión Europea



Sustenta Vitis

Asistencias para lograr
certificación PSBA y
otras 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.

NUESTROS **MEJORES DESEOS** 2025



¡FELICES
FIESTAS!