

23 DE JULIO 2025

REUNIÓN EXTRAORDINARIA

COMISIÓN DIRECTIVA



REUNIÓN EXTRAORDINARIA
COMISIÓN DIRECTIVA

ORDEN DEL DÍA

Fecha

Miércoles 23 de julio
de 2025 - 17h.

Modalidad

Virtual vía Meet.

1. Lectura y aprobación del Acta de la reunión anterior.
2. ANR Mendoza Fiduciaria: propuesta.

1

Lectura y aprobación Acta de reunión anterior



Disponible en Back Office WofA

REUNIÓN EXTRAORDINARIA
DE **COMISIÓN DIRECTIVA**



2.

ANR MENDOZA FIDUCIARIA Propuesta

Presentación convocatoria

LÍNEA DE ANR PARA EL FORTALECIMIENTO DE LAS CAPACIDADES DIGITALES EN INSTITUCIONES DE APOYO A PYMES

WofA Capacita - Ejes clave:

- Fortalecer las capacidades de WofA y sus bodegas asociadas en la mejora de la estrategia y alcance de su comunicación digital, para promover el reconocimiento y una imagen positiva del "Vino Argentino" en mercados internacionales.
- Fortalecer las capacidades de WOFA para el desarrollo de servicios de Comunicación Digital y promoción destinados a las Bodegas.

Costos del proyecto	\$	%
ANR Solicitado para gastos corrientes (asistencia técnica y consultorías)	\$20.000.000	80.00%
Aporte Contraparte de la Entidad Beneficiaria	\$5.000.000	20.00%
Monto Total del Proyecto	\$25.000.000	100.00%

WOFA LAB: Estrategias de Comunicación para el Vino Argentino

Objetivo General del Ciclo: Capacitar a las bodegas socias de WofA con herramientas y conocimientos de vanguardia en marketing, inteligencia de datos y sostenibilidad, para acelerar su adaptación al nuevo escenario global y contribuir directamente a duplicar el market share del vino argentino en los mercados mundiales al 2030.

Módulo 1: Aterrizando la Estrategia de Comunicación de Marca País (Agencia GREY)

- Formato: Taller
- Objetivo Específico: Proporcionar a las bodegas herramientas y metodologías concretas para alinear sus estrategias de comunicación individuales con la narrativa global del "Vino Argentino del Ahora"
- Contenidos Clave:
 - Alineación Estratégica: Profundizar en la nueva estrategia de comunicación de WofA, incluyendo mensajes, tonos y audiencias prioritarias (Gen Z, Millennials).
 - Adaptación de Mensajes: Taller práctico para que las bodegas adapten su comunicación a la narrativa de "diversidad de terroirs" y "estilos de vanguardia" del vino argentino.

Módulo 2: Inteligencia de Mercado y Personalización con IA (Merovingian Data)

- Formato: 2 encuentros (bimestrales)
- Objetivo Específico: Capacitar a las bodegas en la utilización práctica de insights de marketing generados por IA, permitiéndoles personalizar sus estrategias de venta y promoción para segmentos específicos de consumidores, impulsando así la eficiencia y el crecimiento de la categoría para alcanzar el market share deseado.
- Contenidos Clave:
 - Introducción a la Business Intelligence y el uso de datos para la toma de decisiones en la industria del vino.
 - Demostración y capacitación en el uso de la Plataforma de "Insights Predictivos de Consumo" de WofA (cuando esté disponible) para importadores y distribuidores.
 - Exploración del potencial del "AI Sommelier" y cómo integrar la personalización de recomendaciones en sus canales de venta online.
 - Aplicaciones prácticas de la Herramienta de "Optimización de Contenido y Campañas Digitales" con IA: creación de mensajes segmentados, optimización de campañas de redes sociales y email marketing.
 - Buenas prácticas en la recolección de datos de primera mano y ética en el uso de la IA.

Módulo 3: Comunicación Efectiva de la Sostenibilidad en Bodega (TBC)

- Formato: 2 encuentros (bimestrales)
- Objetivo Específico: Dotar a las bodegas de las herramientas y el conocimiento para comunicar de manera auténtica y efectiva sus prácticas de sostenibilidad, certificaciones y compromiso con el medio ambiente, transformando estos valores en un diferencial competitivo que impulse la preferencia del consumidor y contribuya al market share de WofA en mercados exigentes.
- Contenidos Clave:
 - La sostenibilidad como pilar estratégico: beneficios comerciales y de marca.
 - Desarrollo de narrativas de sostenibilidad: cómo contar la historia de la bodega y sus prácticas sin caer en el *greenwashing*.
 - Buenas prácticas de comunicación inclusiva
 - Herramientas y canales para comunicar la sostenibilidad a importadores, distribuidores y consumidores finales.
 - Casos de éxito de comunicación de sostenibilidad en la industria del vino global.

MUCHAS
GRACIAS

