



**WINES OF ARGENTINA**

11 DE DICIEMBRE DE 2025

# REUNIÓN DE **COMISIÓN DIRECTIVA**

MENDOZA + TRANSMISIÓN ONLINE  
**LINK GRABACIÓN SESIÓN**

# ORDEN DEL DÍA

**Fecha**

Jueves 11 diciembre 2025  
10h.

**Lugar**

Budeguer  
También será transmitida  
vía Zoom.

1. Lectura y aprobación del Acta de la reunión anterior.
2. Presentación Plan de Acción 2026:
  - a. Presupuesto
  - b. Acciones
3. Administración:
  - a. Informe de Tesorería y Cobranzas.
4. Síntesis 2025 - Highlights del año.
5. Novedades

**Bodega Host**

*Budeguer*

# Trabajo en conjunto



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

## Trabajo en conjunto



Agencia Argentina  
de Inversiones  
y Comercio Internacional



1

# Lectura y aprobación **Acta de reunión anterior**

Disponible en Back Office WofA

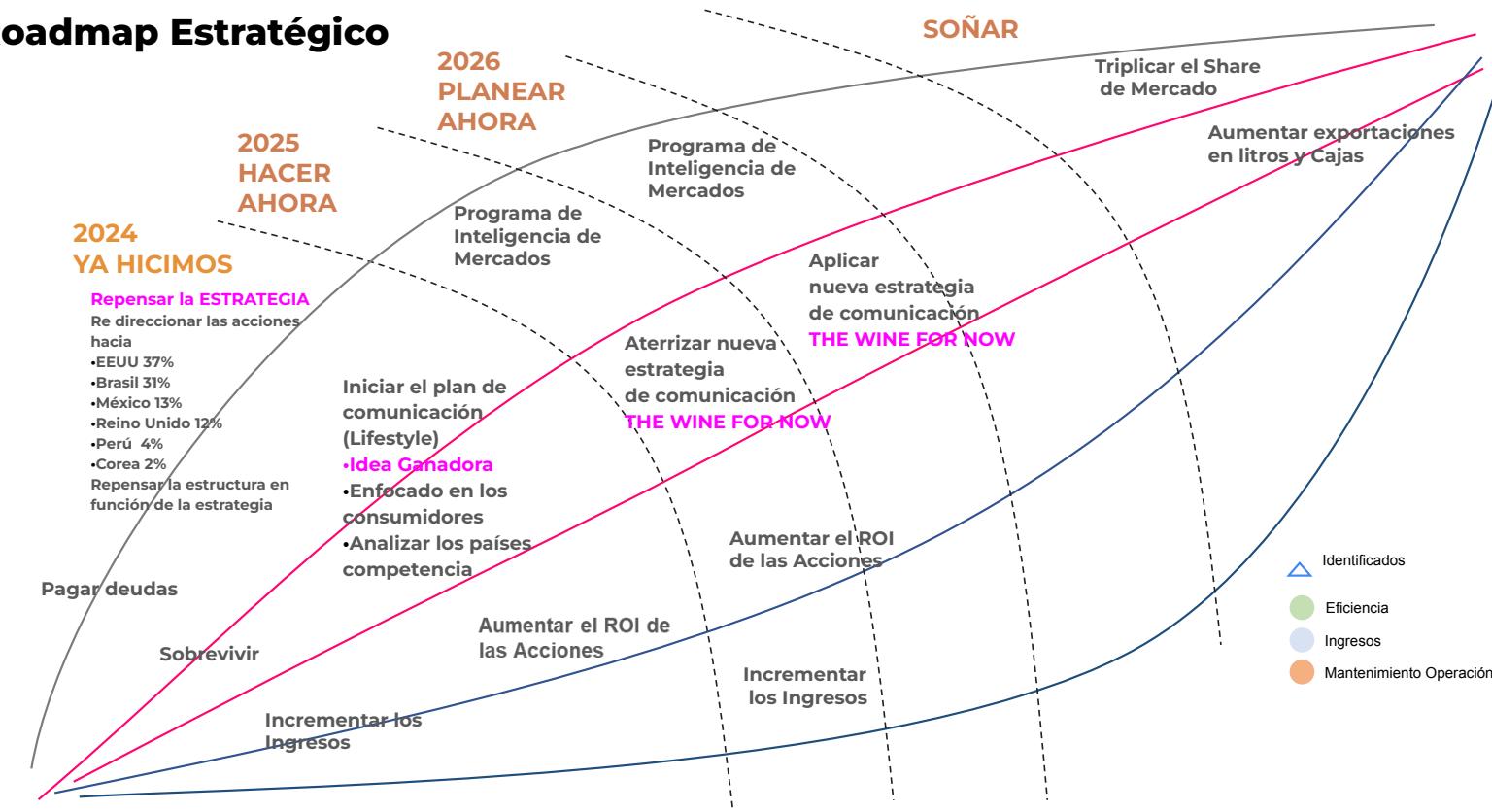


# 2 Plan de acción 2026

2.1. Presupuesto

2.2. Acciones

## 1. Roadmap Estratégico



## PUNTOS DE PARTIDA

### PLAN DE ACCIÓN 2026

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





20  
1 Presupuesto 2026

# Hipótesis Macroeconómicas y Tipo de Cambio

Lineamientos Presupuestarios 2026

	EST 2026	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
2026 Escenario promedio	USD/EUR	1,10	1,10	1,10	1,10	1,10	1,10	1,15	1,15	1,15	1,15	1,15	1,15
	ARS/ USD divisa	1.582	1.601	1.621	1.641	1.660	1.680	1.700	1.719	1.739	1.759	1.778	1.798
	ARS/EUR divisa	1.740	1.762	1.783	1.805	1.826	1.848	1.955	1.977	2.000	2.023	2.045	2.068
	DEVAL USD vs LY	50%	51%	51%	41%	40%	40%	24%	29%	20%	18%	17%	15%
	INF MONTH	1,6%	1,6%	1,6%	1,6%	1,6%	1,6%	1,6%	1,6%	1,6%	1,6%	1,6%	1,6%
	INF ACUM	2%	3%	5%	7%	8%	10%	12%	14%	15%	17%	19%	21,0%

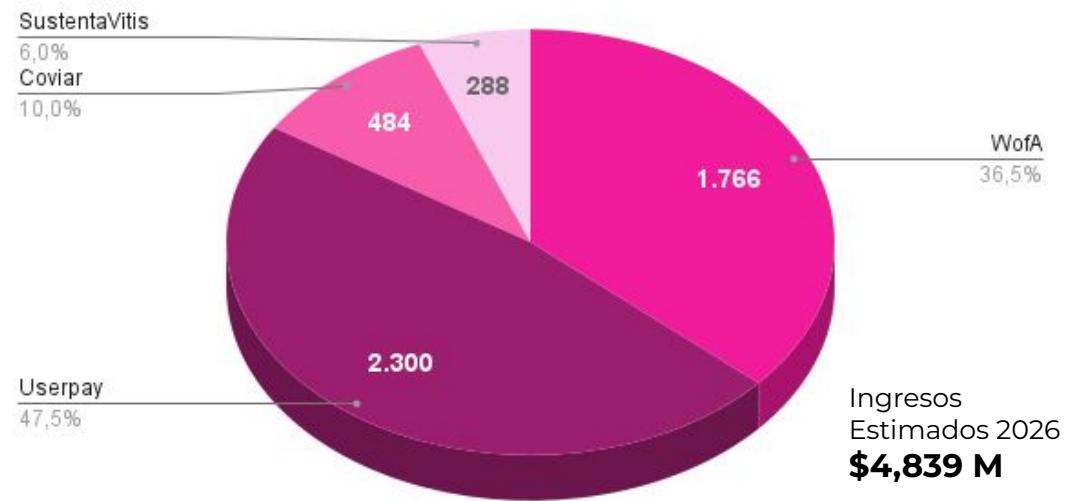
**Escenario Base:** Proyección de variación anual del tipo de cambio del **15% punta a punta**, basada en el informe de IERAL (Gustavo Reyes).

El tipo de cambio esperado es de \$1.562 ARS/USD (cierre 2025) a \$1.798 ARS/USD (cierre 2026).

Escenario Prom		
Año	Dólar MAE	Inf 12M
2025	53%	31,5%
2026	15%	21,0%

**Criterio de Actualización de Bases Históricas:** Para que los números no se distorsionen, el gasto ejecutado de 2025 (en pesos) se pasa a su equivalente en **dólares** (usando el tipo de cambio promedio del mes del gasto) y luego se vuelve a proyectar a pesos con el tipo de cambio estimado de 2026.

## Estimación de **Ingresos** de la organización



## Borrador presupuesto 2026

<b>PRESUPUESTO 2026</b>					
<b>Concepto</b>	<b>WofA</b>	<b>Coviar</b>	<b>UE</b>	<b>Userpay</b>	<b>Millones de \$</b>
Gastos de Administración	173				173
Gastos Operativos Locales	371				371
Gastos Operativos Exterior	25	278			303
Gastos de MKT	164				164
<b>Publicidad y Promoción</b>	<b>871</b>	<b>121</b>			<b>991</b>
Ferias y Eventos				1,747	1,747
Hospitality		86		552	638
Sustentavitis			288		288
<b>Total general</b>	<b>1,603</b>	<b>484</b>	<b>288</b>	<b>2,300</b>	<b>4,675</b>

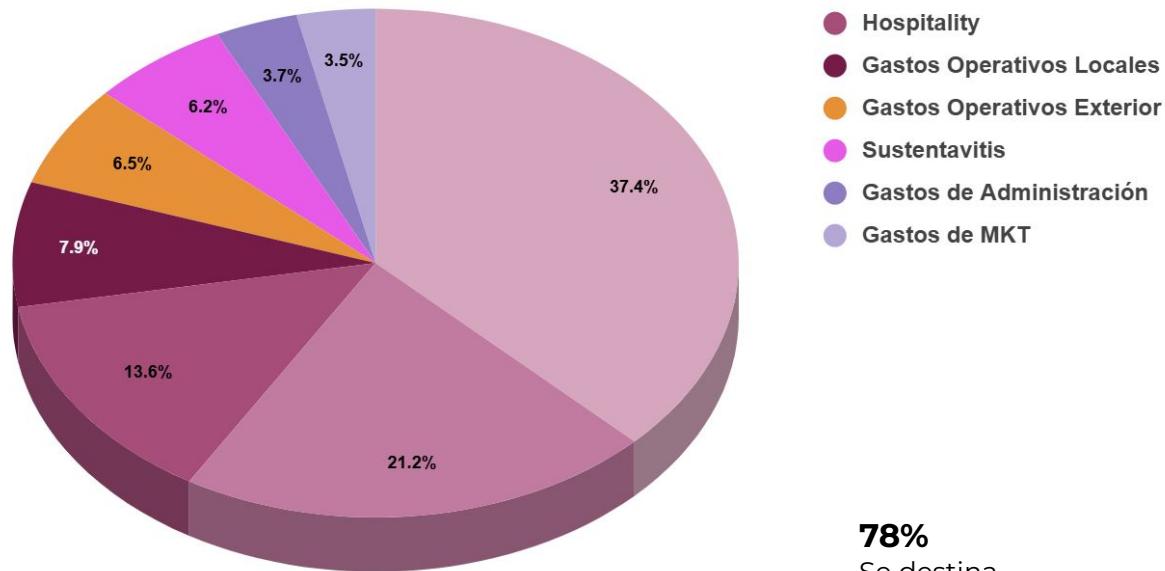
**51%** de los Gastos se destinan a Ferias, Eventos y Hospitality

**21%** del Gasto se destina a Brand Awareness puro

**6%** del Gasto es Sustentavitis

## Distribución Gastos de la estructura y variables

Millones de \$



**78%**

Se destina  
Promoción &  
Comunicación

# 2.2

# Acciones

# Estados Unidos



## Estados Unidos

Objetivos +  
Plan de Actividades  
2026



### Objetivos

Aumentar 25% el **nivel de conocimiento** sobre el vino argentino en el **trade y consumidores** 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

WOFA USA: EDUCATIONAL SEMINAR FOR WINE MANAGERS - PENNSYLVANIA LIQUOR BOARD (PLCB) - MARCH 2026	MARZO
WOFA USA: GARY'S WINE & MARKETPLACE MWD DIGITAL CAMPAIGN, STAFF TRAINING & IN-STORE TASTINGS	ABRIL
WOFA USA: BINNY'S MWD DIGITAL CAMPAIGN, SEMINAR & IN-STORE TASTING	ABRIL
WOFA USA: SOMMCON SEMINAR DC - APRIL 2026	ABRIL
WOFA USA: MALBEC WORLD DAY ICON EVENT	ABRIL
WOFA USA: SEMINAR AT HARVARD UNIVERSITY	MAYO Y SEPTIEMBRE



## Estados Unidos

Objetivos +  
Plan de Actividades  
2026



### Objetivos

Realizar 3-4 actividades con **retailers** y aumentar las ventas de #VinoArgentino en un 10% en estos **retailers** (off y online).



### 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
GARY'S WINE & MARKETPLACE MWD DIGITAL CAMPAIGN, STAFF TRAINING & IN-STORE TASTINGS	ABRIL
WOFA USA: PROMOTIONAL ACTIVITIES WITH KROGER HOUSTON	MAYO
WOFA USA: FRESH MARKET FOOD SHOW SEPTEMBER	SEPTIEMBRE



## Estados Unidos

Objetivos +  
Plan de Actividades  
2026



### 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*.

### PLAN DE ACTIVIDADES

MEDIA PITCH 2026

 COLANGELO & PARTNERS

FEBRERO -  
NOVIEMBRE



## Estados Unidos

Objetivos +  
Plan de Actividades  
2026



### 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: SOMMCON DC	ABRIL
WOFA USA: SIP OF SOUTH AMERICA, WINE ENTHUSIAST (NY & MIAMI)	MAYO
WOFA USA: TEXSOM ANNUAL CONFERENCE DALLAS, TEXAS	AGOSTO



# Hospitality

## Actividades USA 2026

**Objetivo: Organizar y ejecutar dos (2) misiones inversas dirigidas a representantes clave del trade de Estados Unidos.**

### WOFA USA: THE FRESH MARKET

**Fecha:** abril



**Provincia a visitar:** Mendoza

**Invitados:** 2 invitados + Representante de WOFA



Olivier Kielwasser -  
Director - Adult Beverage

Rodrigo Alonso - Gerente de  
Exportaciones/ División  
Supermercados/ Cencosud S.A.

Verónica Kathuria - Argentina  
Wine Specialist US & CANADA AREA  
MANAGER

### WOFA USA: TRADE TRIP

**Fecha:** 06 al 14 de junio

**Provincia a visitar:**  
Mendoza

**Invitados:** 5 representantes  
del trade acompañados por  
Verónica Kathuria Argentina  
Wine Specialist US &  
CANADA AREA MANAGER

**Perfil de invitados:**  
compradores foco on  
premise



Programas destinado a bodegas de todas las regiones vitivinícolas



## Hospitality y Mercado

Actividades USA  
2026

**Objetivo:** Establecer y desarrollar relaciones estratégicas a largo plazo con influyentes críticos y líderes de opinión del vino, con el fin de maximizar la visibilidad y reputación de la marca/producto y asegurando la mayor participación de bodegas socias de WOFA.

### MATTHEW LUCZY

13 al 25 de abril  
Mendoza y otra región  
a confirmar.  
Va a degustar todo  
en ARG.



### VIRGINIE BOONE

5 al 13 de abril  
Mendoza  
Va a degustar todo  
en ARG.

**JEB DUNNUCK**

### JOAQUIN HIDALGO

Múltiples visitas y  
degustaciones a lo largo  
del año.  
Mendoza y Patagonia.

**vinous**



## Estados Unidos

Hospitality



### INVERSIÓN HOSPITALITY

\$ARG  
**110.978.722**

- 60,70 % User-pay
- 39,30 % Coviar

### PLAN DE ACTIVIDADES

MATTHEW LUCZY - WINE ADVOCATE

ABRIL

VIRGINIE BOONE - JebDunnuck.com

ABRIL

THE FRESH MARKET

MAYO

JOAQUÍN HIDALGO - VINOUS

MAYO

TRADE TRIP

JUNIO



### KPIs GENERALES



Cantidad programas ejecutados vs. planificados 2026.



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

+80%

- KPIs diferenciados:
- BODEGAS
  - INVITADOS





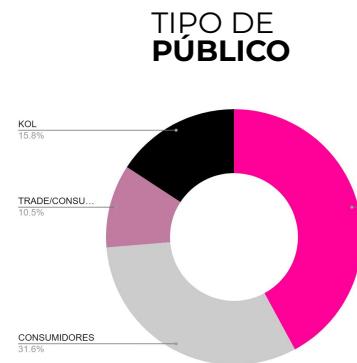
## Estados Unidos

Síntesis

 INVERSIÓN  
TOTAL

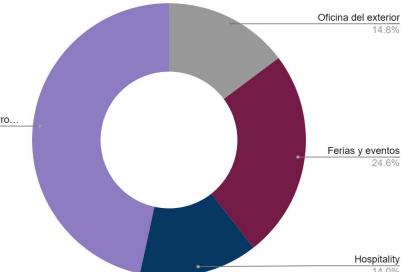
\$ARG  
**792.501.705**

- 60,70 % User-pay
- 39,30 % Coviar



CATEGORÍA	PORCENTAJE
Trade	42.1%
Consumidores	31.6%
KOLs	15.8%
Trade/consumidores	10.5%

## DISTRIBUCIÓN GASTOS DE ESTRUCTURA Y VARIABLES



CATEGORÍA	PORCENTAJE
Ferias y eventos	24.6%
Hospitality	14%
Publicidad y promoción	46.6%
Oficina del exterior	14.8%
SustentaVitis	0%

# Brasil



## Brasil

### Objetivos + Plan de Actividades 2026



#### Objetivos

**Aumentar en un 50% la cantidad de personas del trade y consumidores finales capacitadas en Brasil durante 2026.**



#### KPIs GENERALES

- Cantidad de personas educadas.  
Bodegas/vinos participantes.

#### PLAN DE ACTIVIDADES

WOFA BRASIL: MASTERCLASS EN SÃO PAULO (dif socios)	TBC
WOFA BRASIL: MASTERCLASS EN BRASILIA	AGOSTO
WOFA BRASIL: MASTERCLASS EN RIO DE JANEIRO	OCTUBRE
PROWINE SÃO PAULO 2026	OCTUBRE



## Brasil

### Objetivos + Plan de Actividades 2026



#### Objetivos

**Realizar al menos cuatro actividades sobre vino argentino con foco en prensa e influencers durante el 2026.**



#### KPIs GENERALES

- Alcance Potencial Total
- Volumen de Menciones y Piezas de Contenido
- Inclusión de Mensajes Clave

#### PLAN DE ACTIVIDADES

WOFA BRASIL: MALBEC WORLD DAY EN SP - EVENTO ICONO	ABRIL
WOFA BRASIL: MALBEC WORLD DAY EN RIO DE JANEIRO	ABRIL
WOFA BRASIL: ALMUERZO PARA INFLUENCERS Y PRENSA EN SP	JUNIO
WOFA BRASIL: ALMUERZO PARA INFLUENCERS Y PRENSA EN BRASILIA	AGOSTO
WOFA BRASIL: ALMUERZO PARA INFLUENCERS Y PRENSA EN RJ	OCTUBRE
WOFA BRASIL: CENA PARA PRENSA E INFLUENCERS EN EL MARCO DE PROWINE SAO PAULO 2026	OCTUBRE
CICLO DE PRESENTACIÓN CON ENÓLOGOS EN RUFINO TERRAZA	TBC



## Brasil

### Objetivos + Plan de Actividades 2026



#### Objetivos

**Realizar una actividad de promoción y/o de tipo educativa** en otras ciudades (Salvador de Bahía y Maceió) en 2026.



#### KPIs GENERALES

- Cantidad de actividades realizadas sobre las actividades planeadas.

#### PLAN DE ACTIVIDADES

MALBEC WORLD DAY EN SALVADOR DE BAHÍA	ABRIL
EVENTO EN PALATO, MACEIÓ	JUNIO



## Hospitality

Actividades BRASIL & MÉXICO 2026

**Objetivo:** 1 misión inversa para representantes del trade (importadores).



**Fecha:** Agosto

**Provincia a visitar:** Mendoza

**Invitados:** 6 compradores



**Objetivo:** 1 misión inversa ZOOM IN para social media influencers (con engagement entre consumidores).



**Fecha:** Octubre/Noviembre

**Provincia a visitar:** Mendoza, Neuquén & Río Negro

**Invitados:** 6 influencers





## Brasil Hospitality



### INVERSIÓN HOSPITALITY

\$ARG  
**132.794.715**

- 100% User-pay



### KPIs GENERALES



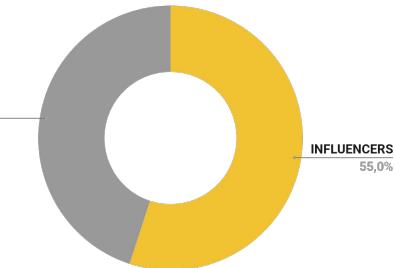
Cantidad programas ejecutados vs. planificados 2026.



+80%

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

KPIs diferenciados:  
• BODEGAS  
• INVITADOS



### PLAN DE ACTIVIDADES

AWTC	AGOSTO
ZOOM IN ARGENTINA	OCTUBRE/NOVIEMBRE



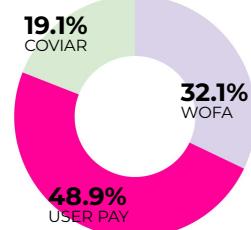
## Brasil

Síntesis

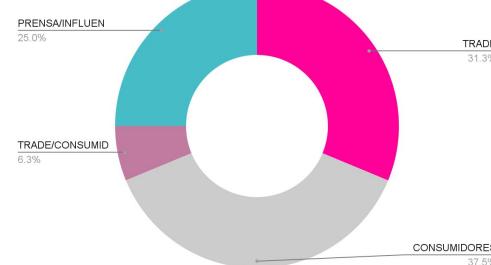
 INVERSIÓN  
TOTAL

\$ARG  
**571.669.426**

### DISTRIBUCIÓN FONDOS

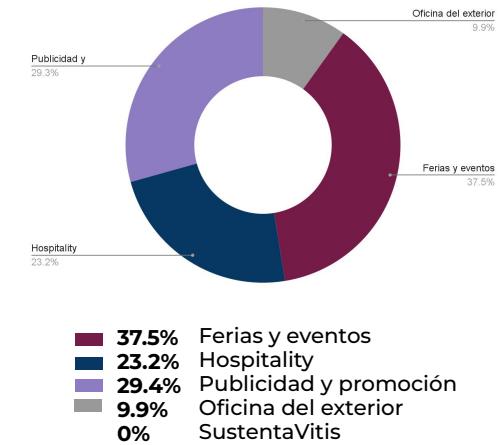


### TIPO DE PÚBLICO



CATEGORÍA	PORCENTAJE
Trade	31.3%
Consumidores	37.5%
Prensa/influencers	25%
Trade/consumidores	6.3%

### DISTRIBUCIÓN GASTOS DE ESTRUCTURA Y VARIABLES



# Otros Mercados

# Canadá



## Canadá

### Objetivos 2026



#### Objetivos

**Aumentar un 25% la cantidad de personas del trade y consumidores** 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.



## Canadá

### Actividades 2026

#### PLAN DE ACTIVIDADES

WOFA CANADA: TASTING CLIMATE CHANGE - JAN 2026	Enero
WOFA CANADA: SAQ TRAINING OFFERED TO 500 EMPLOYEES – FEBRUARY 2026	Febrero
WOFA CANADA: MALBEC WORLD DAY X LCBO PROGRAM 2026 (PERIOD 1)	Abril
WOFA CANADA: MWD IN BC	Abril
WOFA CANADA: ROCKY MOUNTAIN FOOD & WINE FESTIVAL	Octubre
WOFA CANADA: SAQ THEMATIC PROGRAM	OND
WOFA CANADA: BCLDB THEMATIC PROGRAM	Octubre



## Hospitality

Actividades  
Canadá 2026

### Objetivos:

**Coordinar y ejecutar dos (2) visitas técnicas y comerciales dirigidas a representantes clave de los monopolios canadienses SAQ (Québec) y LCBO (Ontario), para afianzar las relaciones comerciales.**

**Garantizar la planificación y realización exitosa de un (1) viaje de inmersión y formación para un grupo selecto de sommeliers e influencers del sector vinícola.**

## LCBO

### Marc Staples - Category

Manager Argentina

### Marie Cundari - Senior Director

New World Wines

### Dr. George Soleas - CEO LCBO

### Liz Lizza, WOFA - Ontario

Representative

### Mendoza y Salta (Cafayate)

Fechas a confirmar

15 Bodegas visitadas

18 Bodegas en degustación

Degustación sin representante de bodegas  
de vinos de las regiones no visitadas

## SAQ

### Invitados: a confirmar

### Maryline Demandre

Representante Wines of  
Argentina

## Sommeliers Trip

### Invitados: a confirmar

### Liz Lizza

Representante Wines of  
Argentina



### Mendoza y Patagonia

### Fecha a confirmar

### Mendoza y Salta

Fecha: Noviembre



## Canadá Hospitality



### INVERSIÓN HOSPITALITY

\$ARG  
**222.390.630**

- 100% User-pay



### KPIs GENERALES



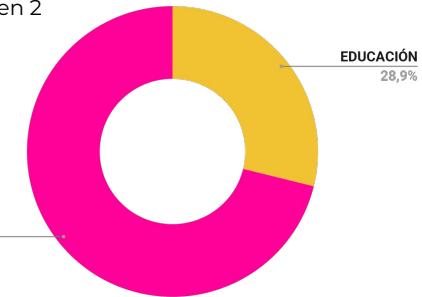
Cantidad programas ejecutados vs. planificados 2026.



+80%

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

KPIs diferenciados:  
• BODEGAS  
• INVITADOS



### PLAN DE ACTIVIDADES

LCBO VISIT TO ARGENTINA

Fecha a confirmar

SAQ VISIT TO ARGENTINA

Fecha a confirmar

SOMMELIERS TRIP

NOVIEMBRE



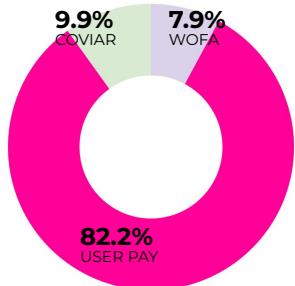
## Canadá

### Síntesis

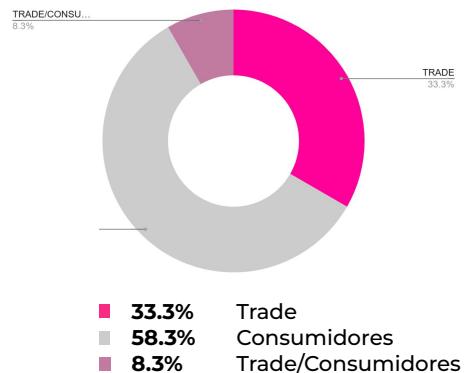
 INVERSIÓN  
TOTAL

\$ARG  
**596.558.610**

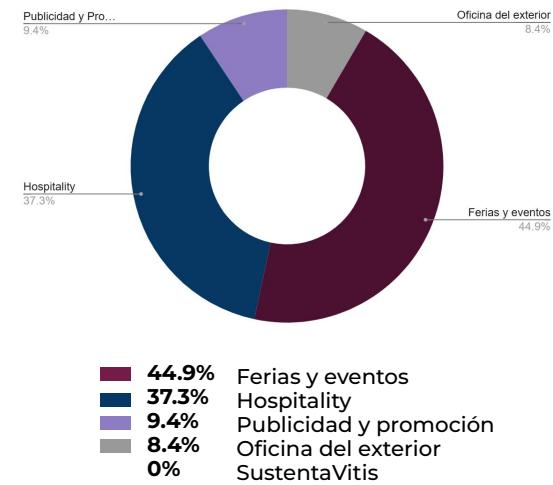
### DISTRIBUCIÓN FONDOS



### TIPO DE PÚBLICO



### DISTRIBUCIÓN GASTOS DE ESTRUCTURA Y VARIABLES



# LATAM

México y Perú



## LATAM

México y Perú  
Objetivos 2026



### Objetivos

- 1. Aumentar en un 30% la cantidad de personas del trade capacitadas en México durante 2026.**
- 2. Realizar dos actividades con foco en distribuidores, sommeliers y trade de México en 2026.**
- 3. Realizar tres actividades con foco en distribuidores/importadores, sommeliers y trade de Perú en 2026.**



### KPIs GENERALES

- Cantidad de personas educadas en el mercado 2025 vs 2026.
- Cantidad de programas realizados/cantidad de programas organizados.
- Cantidad de programas realizados/cantidad de programas organizados.



## LATAM

México y Perú  
Plan de  
Actividades 2026

### PLAN DE ACTIVIDADES

WOFA MÉXICO: MASTERCLASS EN MÉXICO	FEBRERO
WOFA LATAM: ALMUERZO DEGUSTACIÓN TRADE MEXICO	FEBRERO
WOFA LATAM: MINIFERIA PARA DISTRIBUIDORES EN MÉXICO	FEBRERO
WOFA LATAM: MALBEC WORLD DAY CON CENCOSED PERÚ	ABRIL
WOFA LATAM: MASTERCLASS EN PERÚ	SEPTIEMBRE
WOFA LATAM: ALMUERZO PARA TRADE EN PERÚ	SEPTIEMBRE
WOFA LATAM: REUNIÓN CON IMPORTADORES PERU	SEPTIEMBRE



## LATAM

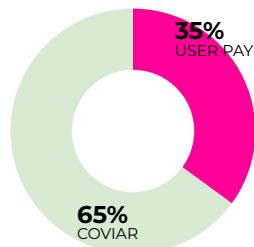
México y Perú  
Síntesis



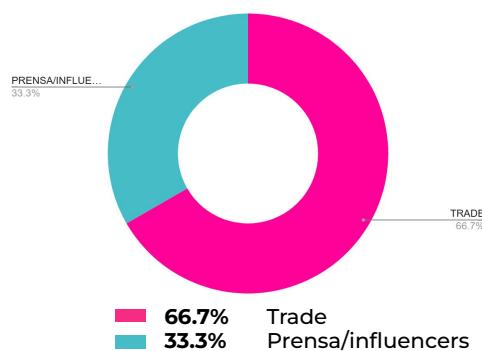
INVERSIÓN  
TOTAL

\$ARG  
**37.465.556**

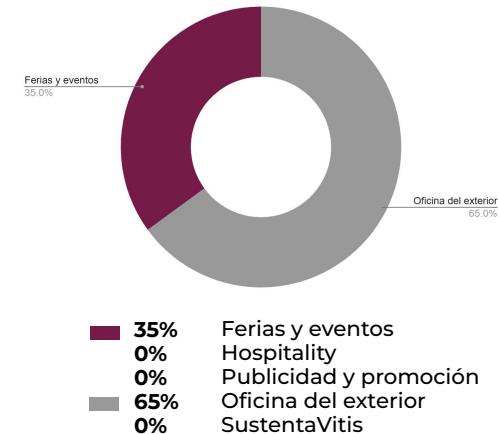
### DISTRIBUCIÓN FONDOS



### TIPO DE PÚBLICO



### DISTRIBUCIÓN GASTOS DE ESTRUCTURA Y VARIABLES



# Europa



## Europa Objetivos 2026



### Objetivos

- 1. Realizar una actividad de promoción y/o educativa en UK e Irlanda en 2026.**
  
- 2. Realizar una actividad de promoción y/o educativa en mercados escandinavos (Dinamarca, Noruega y Suecia) en el 2026.**
  
- 3. Realizar una actividad de promoción y/o educativa en Suiza, Polonia o Países Bajos en 2026.**



### KPIs GENERALES

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



## Europa

### Plan de Actividades 2026

#### PLAN DE ACTIVIDADES

WOFA EUROPA: WINE PARIS	FEBRERO
WOFA EUROPA: PROWEIN DUSSELDORF	MARZO
WOFA EUROPA: MALBEC WORLD DAY EN UK	ABRIL
WOFA EUROPA: ACTIVIDADES EDUCATIVAS EN PAÍSES NÓRDICOS (Finlandia, Islandia, Noruega o Suecia)	MAYO-JUNIO
WOFA EUROPA: ACTIVIDADES EDUCATIVAS EN UK E IRLANDA	SEPT-OCT



## Europa Hospitality

**Objetivo: Establecer y desarrollar relaciones estratégicas a largo plazo con influyentes críticos y líderes de opinión del vino, con el fin de maximizar la visibilidad y reputación de la marca/producto.**

Fecha: 10 de febrero al 07 de marzo

Provincia a visitar: Mendoza & Salta

### PLAN DE ACTIVIDADES

UK: VISITA TIM ATKIN MW



### INVERSIÓN HOSPITALITY

\$ARG  
**71.465.438**

- 100% User-pay



### KPIs GENERALES



Cantidad programas ejecutados vs. planificados 2026.



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

KPIs diferenciados:

- BODEGAS
- INVITADOS



FEBRERO



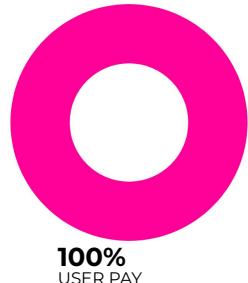
## Europa

Síntesis

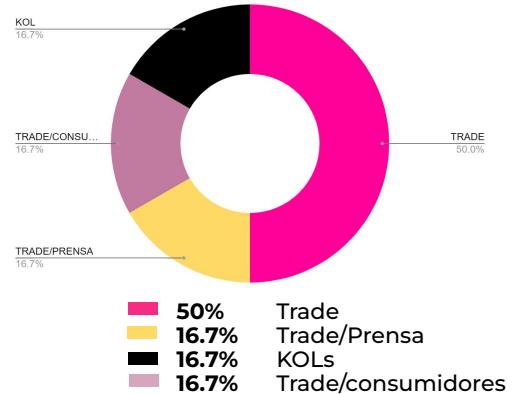
INVERSIÓN  
TOTAL

\$ARG  
**1.028.249.913**

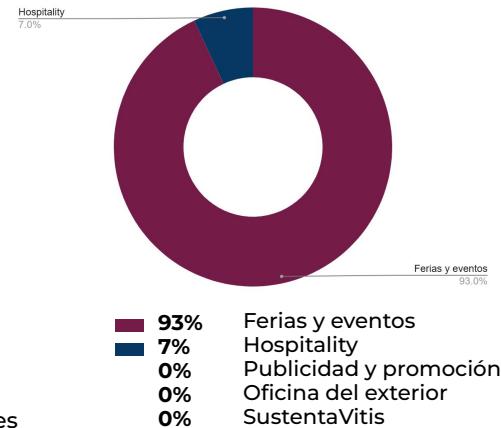
### DISTRIBUCIÓN FONDOS



### TIPO DE PÚBLICO



### DISTRIBUCIÓN GASTOS DE ESTRUCTURA Y VARIABLES



# ASIA

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





# ASIA

## Objetivos 2026



### Objetivos

- 1. Educar al menos 80-100 personas del trade** (sommeliers, compradores, distribuidores argentinos, KOL) sobre Argentina como país y sus vinos en 2026 para generar interés sobre Argentina y lograr oportunidades de venta para las bodegas participantes.
- 2. Trabajar en conjunto con al menos 2 de las 5 principales escuelas de formación** para generar interés sobre Argentina y lograr oportunidades de venta para las bodegas participantes.
- 3. Participar en una feria clave en China para mantener la visibilidad de Argentina en Asia**, logrando que el 85% de los contactos clave del mercado que estén en la feria, asistan a nuestro stand.
- 4. Realizar una capacitación para las bodegas (competencia, distribución y regulaciones) en Singapur, India, Corea del Sur y Tailandia**, con el objetivo de que el 75% de las bodegas participantes obtengan información relevante que les permita la toma de decisiones estratégicas de entrada a estos mercados.
- 5. En los próximos 6 meses, ejecutar una serie de actividades que se enfocarán en vinos blancos**, con el fin de incrementar en un 30% las menciones en prensa y social media de China, diversificando así la imagen del país más allá de sus tintos y posicionando a ARG como país productor de vinos blancos únicos..



### KPIs GENERALES

- **1. KPI** cantidad de personas educadas
- **2. KPI** cantidad de escuelas alcanzadas/alianzas.
- **3. KPI** Número de ferias de alto impacto en Asia en las que se logró participar según el plan.
- **4. KPI** Porcentaje de bodegas invitadas (público objetivo) que asisten al webinar de presentación. Calificación promedio de utilidad del informe por parte de las bodegas encuestadas.
- **5. KPI** Número total de artículos, reseñas o posts en medios influyentes



# ASIA

## Plan de Actividades 2026

### PLAN DE ACTIVIDADES

WOFA ASIA: TORRONTÉS & WHITE WINES CAMPAIGN(HANGZHOU - BEIJING - TBC)	Abril/mayo
WOFA ASIA: VINEXPO ASIA HONG KONG 2026	Mayo
WOFA ASIA: ONLINE TRAINING SESSION FOR WINERIES	Junio/julio
WOFA ASIA: ARGENTINE WINE AMBASSADORS PROGRAM - BEIJING, SHANGHAI & SOUTH KOREA	Septiembre/Octubre
WOFA ASIA: PROWINE SHANGHAI 2026	Noviembre

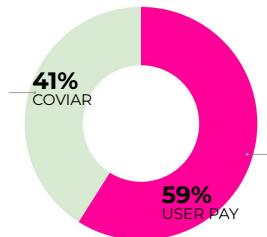


## ASIA

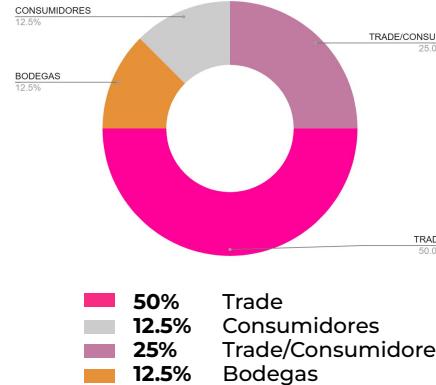
Síntesis

 INVERSIÓN  
TOTAL\$ARG  
**150.819.353**

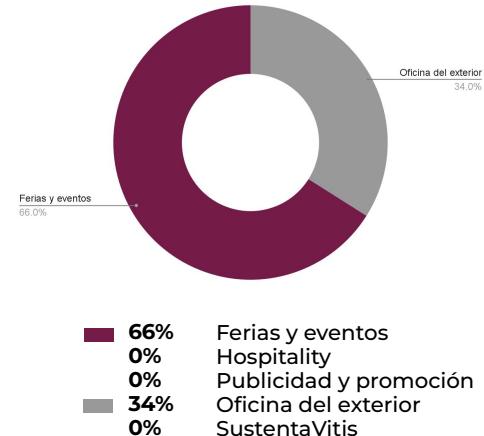
### DISTRIBUCIÓN FONDOS



### TIPO DE PÚBLICO



### DISTRIBUCIÓN GASTOS DE ESTRUCTURA Y VARIABLES



# Hospitality

## Trip to Argentina WSET 2026



**Objetivo WOFA:** Ampliar el contenido sobre Argentina en la formación del WSET.

**Fecha:** 19 - 26 de septiembre.

**Provincias a visitar:** Mendoza, Neuquén y Río Negro.

**Invitados:** 15 educadores certificados por la WSET.

- USA
- Reino Unido
- Brasil
- Canadá
- Europa (con prioridad para los educadores con sede en Escandinavia)

Los invitados pagan sus pasajes internacionales

**Participación de bodegas de todas las regiones vitivinícolas**



## INVERSIÓN

\$ARG  
**100.395.620**

- 58.17% User-pay
- 41.83% Coviar



## KPIs

Contenido nuevo incluído en los materiales del WSET

## Síntesis inversión 2026

### Mercados

ESTADOS  
UNIDOS

ARS

**792.501.705**

BRASIL

ARS

**571.669.426**

CANADÁ

ARS

**549.622.240**

LATAM

ARS

**37.465.556**

EUROPA

ARS

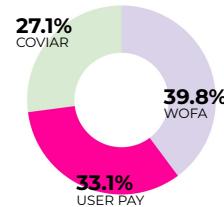
**1.028.249.913**

ASIA

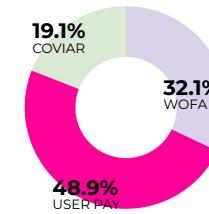
ARS

**150.819.353**

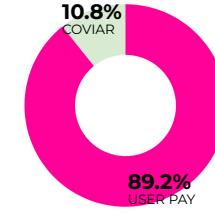
#### DISTRIBUCIÓN FONDOS



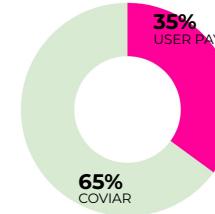
#### DISTRIBUCIÓN FONDOS



#### DISTRIBUCIÓN FONDOS



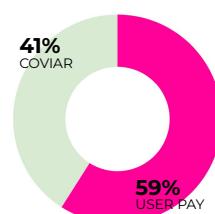
#### DISTRIBUCIÓN FONDOS



#### DISTRIBUCIÓN FONDOS



#### DISTRIBUCIÓN FONDOS

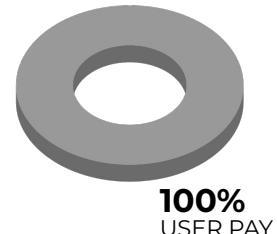


# Ferias Internacionales

Síntesis

INVERSIÓN  
TOTAL  
\$ARG  
**1.183.923.478**

DISTRIBUCIÓN  
FONDOS



WINE PARIS      VINEXPO ASIA



# MARKETING DIGITAL

## Timeline de comunicación



**PRIMER SEMESTRE**  
2026

## Timeline de comunicación



**SEGUNDO SEMESTRE**

2026

## Inversión y distribución



INVERSIÓN

\$ARG  
**678.654.579**

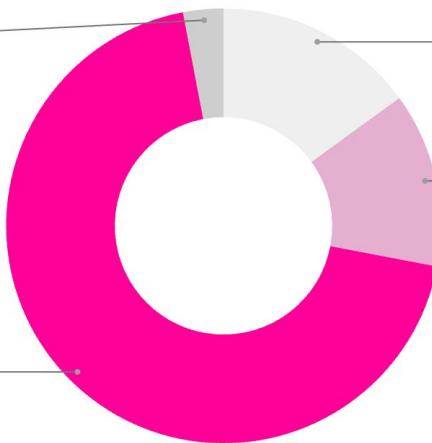
### ASIGNACIÓN

4. Herramientas...  
3,0%

1. Desarrollo Co...  
15,0%

2. Desarrollo Co...  
13,0%

3. Pauta Digital  
69,0%



### DISTRIBUCIÓN POR MERCADOS

**60%** ESTADOS UNIDOS

**30%** BRASIL

**10%** OTROS (CANADÁ)

3

# Administración

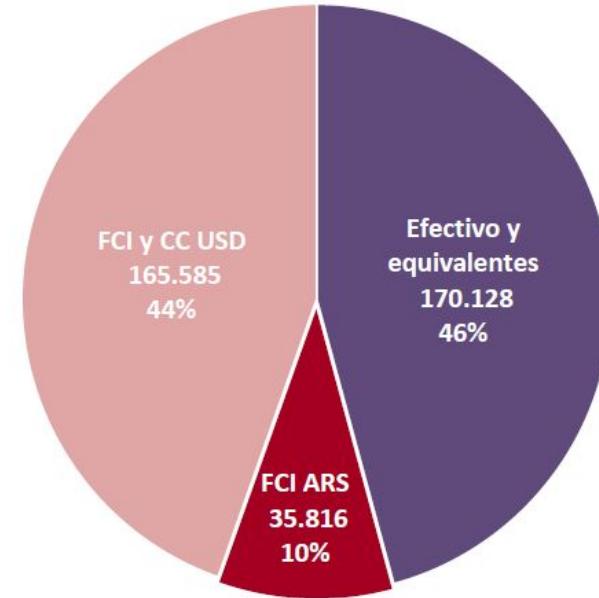
Informe de Tesorería y Cobranzas

## Posición de Tesorería

Al 30/11/2025

FCI Alpha Renta Fija Global  
4,94 % variación anual

FCI Alpha Pesos  
33,99 % variación anual



**TOTAL: USD 371.529**

# Cobranzas

Al 10 de Diciembre de 2025

## INFORME COBRANZAS AL 10 DE DICIEMBRE DE 2025

CUOTAS 1, 2 ,3 ,4 Y 5 DEVENGADAS - VENCIMIENTO 31/01/2025 - 31/03/2025 - 31/05/2025 - 30/07/2025- 30/09/2025

	CUOTAS EXIGIBLES	IMPORTE COBRADO	IMPORTE CUOTA BIMESTRAL	% TOTAL COBRADO DE CUOTAS	% COBRADO CUOTA N° 1	% COBRADO CUOTA N° 2	% COBRADO CUOTA N° 3	% COBRADO CUOTA N° 4	% COBRADO CUOTA N° 5	T.C.1460
<b>CRÉDITO DEVENGADO EN PESOS</b>	\$ 1.357.924.100	<b>\$ 1.227.862.920</b>	\$ 271.584.820	<b>90,42%</b>	97,70%	97,70%	96,90%	92,40%	71,00%	
<b>CRÉDITO DEVENGADO EN DOLARES</b>	USD 930.085	<b>USD 841.002</b>	USD 186.017	<b>90,42%</b>	97,70%	97,70%	96,90%	92,40%	71,00%	

## SALDO A COBRAR

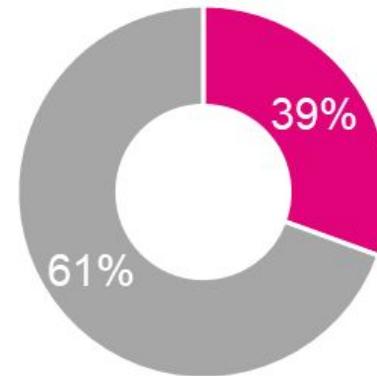
AL 10/12/2025	\$	USD
SALDO A COBRAR POR CUOTAS	\$ 130.061.180	USD 89.083
SALDO A COBRAR POR EVENTOS T.C DÓLAR MEP \$1468,72	\$ 222.584.516,00	USD 151.550
<b>TOTAL A COBRAR AL 10/12/25</b>		<b>USD 340.633</b>

## Ageing Deuda

Al 30/11/2025

### PORCENTAJE DEUDA CUOTAS/EVENTOS

DEUDA 2025	USD	%
CUOTA SOCIAL	92.483	39%
EVENTOS	146.150	61%
<b>TOTAL</b>	<b>238.633</b>	<b>100%</b>



4

# Síntesis 2025

Highlights del año

A close-up photograph of a person's hands and torso. The person is wearing a dark blue button-down shirt. In their left hand, they hold a clear wine glass partially filled with red wine. Their right hand rests on the keyboard of an open silver laptop. The background is dark and out of focus.

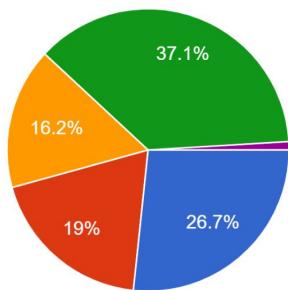
# Encuesta de gestión 2025

# Encuesta de gestión 2025

## Resultados

### Especificar el tamaño de tu bodega\*

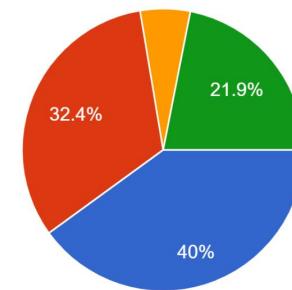
105 respuestas



- MICRO (hasta 100.000 USD FOB exportados) o SIN EXPORTACIONES
- PEQUEÑA (101.000 a 500.000 USD FOB exportados)
- MEDIANA (501.000 a 1M USD FOB exportados)
- GRANDE (+1M USD FOB exportados)
- N/A - Pertenezco a un SOCIO ESTRATÉGICO

### Rol dentro de la bodega/empresa

105 respuestas



- Propietario/a - Presidente - CEO
- Gerente de Exportaciones / Comercial
- Gerente de Marketing
- Otro

# Encuesta de gestión 2025

## Resultados

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

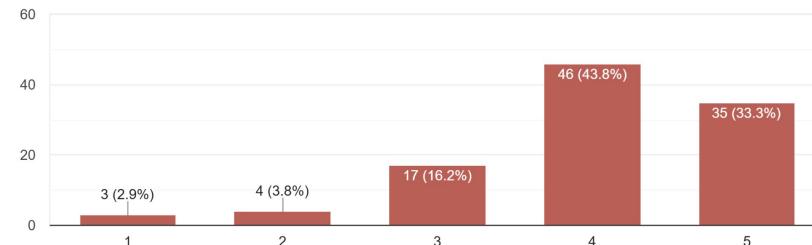


# Encuesta de gestión 2025

## Resultados

1. Entiendo claramente la estrategia de promoción de WofA.

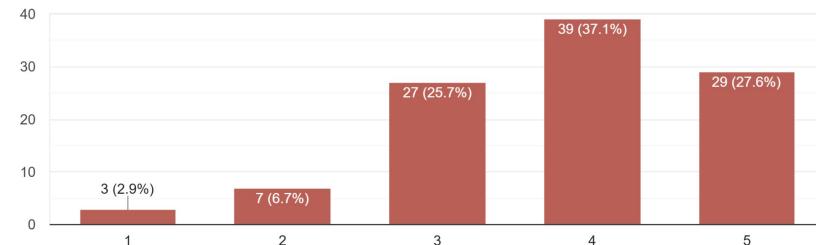
105 respuestas



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

2. Comparto la estrategia de promoción definida por WofA.

105 respuestas

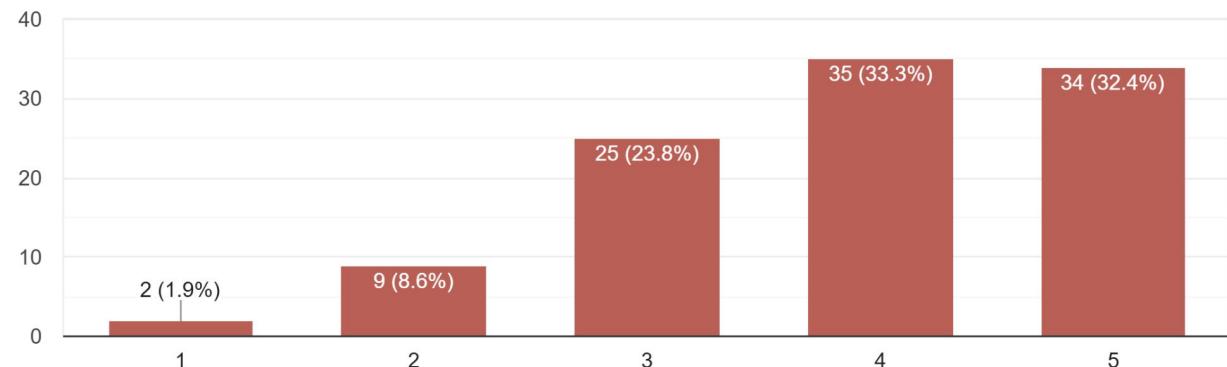


# Encuesta de gestión 2025

## Resultados

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

105 respuestas

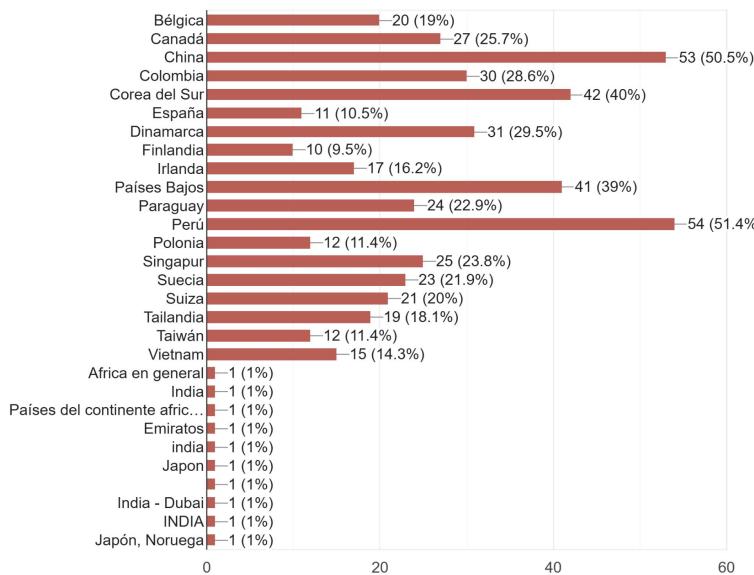


1. Nada de acuerdo
2. Poco de acuerdo
3. De acuerdo
4. Muy de acuerdo
5. 100% de acuerdo

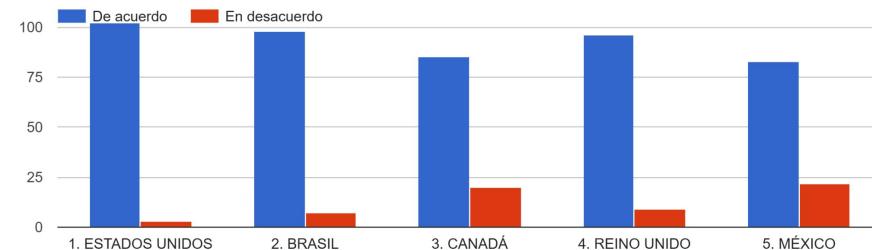
# Encuesta de gestión 2025

## Resultados

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



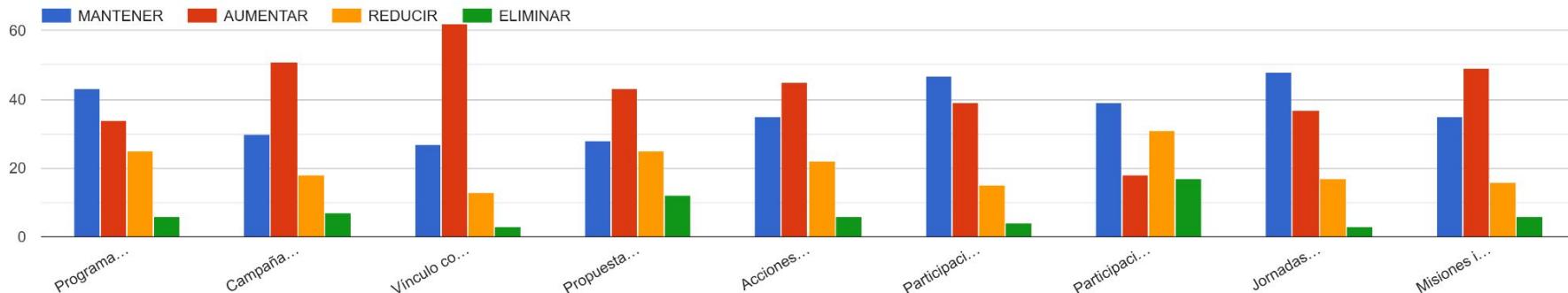
4. Teniendo en cuenta el análisis de mercados realizado durante 2024, WofA propuso reforzar la estrategia 2030 hacia los siguientes mercados prior...os, 2) Brasil, 3) Canadá, 4) Reino Unido 5) México



# Encuesta de gestión 2025

## Resultados

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



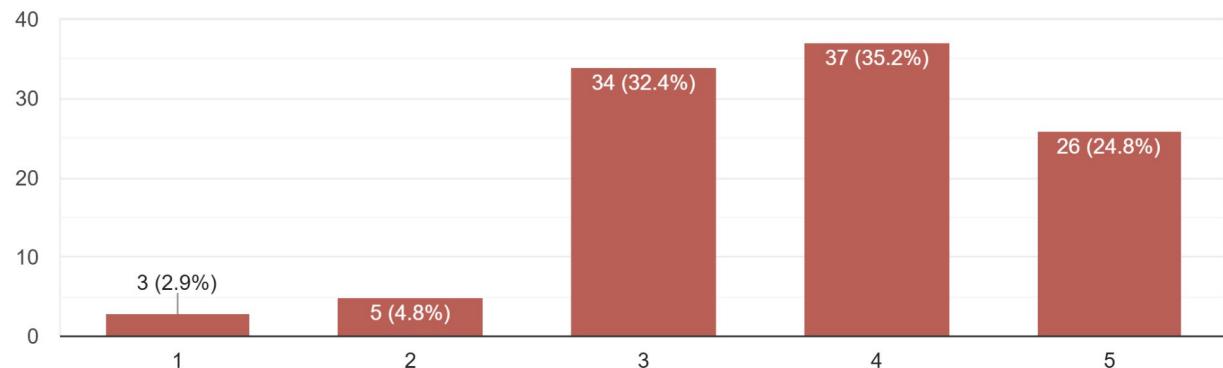
1. Programas educativos para Trade & KOL
2. Campañas online para consumidores
3. Vínculo con ON/OFF trade para posibles promociones
4. Propuestas relativas al e-commerce
5. Acciones con medios online/lifestyle/especializados, etc.
6. Participación en ferias especializadas
7. Participación en eventos de terceros
8. Jornadas sobre mercados y capacitaciones para bodegas socias
9. Misiones inversas de Hospitalidad

# Encuesta de gestión 2025

## Resultados

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

105 respuestas



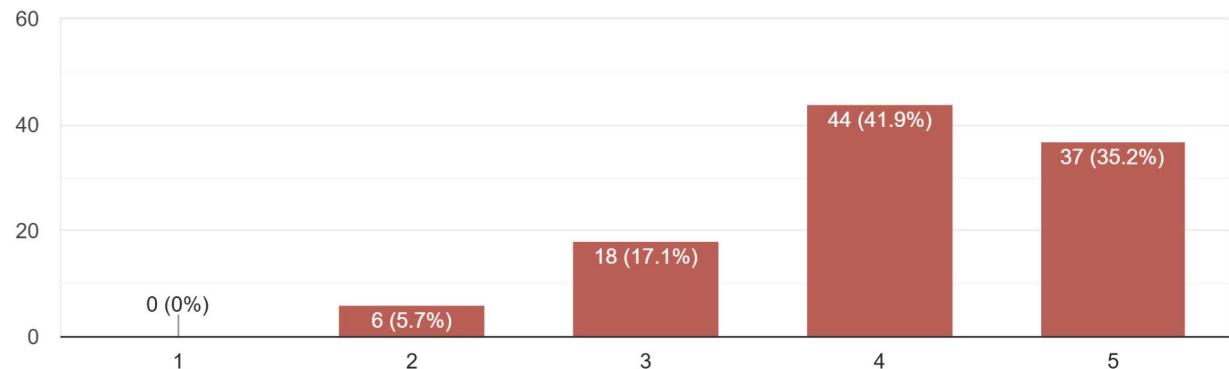
1. Nada de acuerdo
2. Poco de acuerdo
3. De acuerdo
4. Muy de acuerdo
5. 100% de acuerdo

# Encuesta de gestión 2025

## Resultados

7. ¿Cuál es tu PERCEPCIÓN GENERAL respecto de la gestión de WofA en 2025?

105 respuestas



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

Así se vivió parte  
de la promoción del  
**#VinoArgentino**  
en 2025



— — —

# RED Sustenta Vitis

## 1er año de Proyecto



Cofinanciado por  
la Unión Europea





A photograph showing several hands holding wine glasses filled with red wine. The glasses are held at different heights, creating a sense of a group toast. The background is dark and out of focus.

# 5 Novedades

Sumamos nuevos  
**Socios estratégicos**

CopaAirlines



A STAR ALLIANCE MEMBER





Obtuvimos un  
**Aporte NO  
Reembolsable**  
20 millones de pesos

MENDOZA  
**Fiduciaria s.a.**

NUESTROS **MEJORES DESEOS 2026**

**FELICES  
FESTAS**