

**PROGRAMA DE COMPETITIVIDAD DE CONGLOMERADOS  
Y CADENAS PRODUCTIVAS**



**FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS**

<b>Nombre del Proyecto</b>	Desarrollo de la marca "pais vinos de calidad" con la participación de Bodegas Exportadoras en las principales ferias profesionales e internacionales.
<b>Breve descripción del Proyecto</b>	Organización, logística, puesta a punto y conclusión de la ejecución de las participaciones en las Ferias previstas por Wines of Uruguay
<b>Conglomerado</b>	Vitivinicola
<b>Tipo de Proyecto</b>	Abierto
<b>Proponente/s</b>	Wines of Uruguay - Mesa de Competitividad
<b>Responsable</b>	Gustavo Magariños
<b>Teléfono/Celular</b>	3211350 / 098894295
<b>email</b>	<a href="mailto:info@winesofuruguay.com">info@winesofuruguay.com</a>
<b>Cargo</b>	Gerente
<b>Alineación con PRC</b>	Programa de Construcción de la Marca Uruguay - "País-Vinos de calidad". Programa de promoción y comercialización conjunta. <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

<b>Fecha de Inicio</b>	<b>Fecha Finalización</b>	<b>Duración (meses)</b>
01/10/2009	15/06/2010	8

<b>Porcentaje de cofinanciamiento solicitado al PACC</b>	60%		
<b>Costo total previsto</b>	<b>Aporte PACC</b>	<b>Aporte Beneficiarios</b>	<b>Otros aportes (INAVI)</b>
177.100	74.382	70.840	31.878
100%	42%	40%	18%

<b>Cédula de Identidad</b>	<b>Nombre</b>	<b>Dirección</b>	<b>En representación de</b>
14823664	Gustavo Magariños	Avda Lezica 5698 - Montevideo 12500	Wines of Uruguay

## Resumen Ejecutivo

*Explicitar en forma clara y sintética: Oportunidad o Problema a solucionarse, Objetivos, Fundamentación de acciones previstas y costos asociados, Organización para la ejecución, Beneficiarios, Financiamiento, Situación esperada a la terminación del proyecto, Sostenibilidad, Riesgos y mitigación*

### OBJETIVOS

\*Desarrollo de la Marca "País-Vinos de Calidad ", a través de la participación conjunta en Ferias internacionales bajo un mismo paraguas y estrategia de comunicación y marketing.

### OPORTUNIDAD

Aprovechar la experiencia adquirida para coordinar esfuerzos en una imagen paraguas que venda al sector en el exterior y permita apoyar la actividad individual de las bodegas. Se identifica una oportunidad en la formación de la institución "Wines of Uruguay" que represente a los Vinos de Calidad como Marca País. Esta institución será la responsable de liderar la construcción de esta imagen, de facilitar la participación de bodegas de forma articulada y de sumar nuevos socios en la iniciativa. Del mismo modo, se plantea generar sinergias con otras instituciones que ya representen a Uruguay con sus productos en el exterior y así sumar esfuerzos; caso INAC, Ministerio de Turismo, UEU. Excelente oportunidad para desarrollar sinergias con el trabajo del Gobierno en el exterior, a través de organismos como MRREE, Embajadas, Uruguay XXI, etc.

### ORGANIZACIÓN, EMPRESAS PARTICIPANTES, BENEFICIARIOS

La organización de los eventos propuestos, estará a cargo de Wines of Uruguay, con apoyo de INAVI.

Las Empresas participantes realizarán sus correspondientes aportes para participar en estas actividades, debiendo las mismas presentar vinos cuyos perfiles se adecuen con las exigencias de la "marca", los que estarán expuestos a exigentes evaluaciones previas. Asimismo para las ferias ProWein y London International Fair , se planifica incorporar un espacio institucional "Wines of Uruguay" para que mas vinos de otras bodegas (exportadoras o no) y de diferentes regiones del país puedan estar presentes, cumpliendo con las mismas exigencias de calidad.

### FINANCIAMIENTO

Coparticipación de las empresas participantes y las empresas no participantes abonan los gastos derivados de la presencia de su/s vino/s en el stand WOU

### SITUACION ESPERADA AL TERMINO DEL PROYECTO (etapa 2010)

Se espera que la participación en las Ferias tengan un impacto en la construcción de la imagen país- vino

Se espera que la participación amplíe las oportunidades de negocio en los mercados foco.

Se espera fortalecer la institucionalidad que lidere estas iniciativas y ampliar la base empresarial que participa.

Se espera acumular experiencia e información para el mejor diseño de instrumentos y actividades para la promoción de la imagen en el exterior

Se espera acceder a nuevas fuentes de financiación, tanto internas (de parte de los asociados) como externas (organismos internacionales, sponsors locales).

FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS

---

SOSTENIBILIDAD

La sostenibilidad depende de que la marca realmente agregue valor en la actividad de los involucrados. Esto es un proceso de largo plazo, y dependerá de poder lograr una mejor coordinación entre los privados y de poder sostener los esfuerzos de forma sistemática a través del tiempo. Será menester de los asociados, generar la sinergia en sus comunicaciones adosando "Wines of Uruguay", tal como se hace en otros países, tanto en materiales gráficos de todo tipo como en comunicaciones virtuales.

Se realizará desde "Wines of Uruguay" el apoyo necesario en Prensa y difusión, así como el seguimiento de los resultados en las acciones en el exterior; donde pueda reflejarse el éxito en el cambio de estrategia.

RIESGOS Y MITIGACIONES

R: Que las estructuras resulten lo suficientemente fuertes como para soportar un cambio tan radical, de acuerdo a como se venía haciendo hasta ahora.

M: Confianza en el fortalecimiento institucional.

R: Que los asociados vean la oportunidad comercial en el desarrollo y uso de "Wines of Uruguay"

M: Apoyo en imagen, consultoría y desarrollo del producto WOU.

R: Que las calidades de los vinos presentados en el exterior, reflejen bien y fielmente el espíritu y la estrategia de comunicación de Wines of Uruguay

M: Desarrollo de políticas de mejoramiento de la calidad, previstas en otras líneas estratégicas del Plan. Restringir la participación en la marca a los vinos que respaldan la marca que se quiere promover. Instalar un comité organoléptico

R: Que los organismos públicos y privados estén de acuerdo en el nuevo planteo de WOU y promoverlo conjuntamente con nuestros Vinos Finos.

M: Apoyo de parte de los gestores de PACC y Gobierno en la Generación de nuevas estrategias.

R: Que existan condicionamientos económicos o de otra índole que puedan incidir en este plan.

M: Apostar a la flexibilidad de todos los participantes del proyecto, tanto públicos como privados para generar las mejores soluciones.

R: Que debido a circunstancias en el mercado doméstico y/o internacional, las mismas desmotiven la participación en el exterior.

M: La construcción de la marca es un proceso de largo plazo, si no se encara con esta lógica las inversiones no tendrán impactos. Se espera que la experiencia ganada por el sector, la existencia de la estrategia y de una institucionalidad privada fortalecida conduzcan a que los esfuerzos sean sistemáticos y perdurables en el tiempo.

R: Que no se sumen nuevas bodegas en este proceso.

M: Establecer mecanismos de participación que atiendan las realidades de las distintas bodegas

FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS

**Objetivos, Indicadores y forma de verificación**

*Indicadores para evaluar una vez ejecutado el proyecto, si se alcanzaron el propósito y los productos esperados*

	Síntesis Objetivos	Indicadores	Verificadores
<b>Propósito</b>			
1	Construcción y promoción de la marca "País - vinos" a través de la participación de una delegación de Wines of Uruguay en las dos ferias propuestas, de las más importantes del calendario internacional.		
<b>Productos</b>			
1	Delegación de Wines of Uruguay participa en la Feria Prowein, Düsseldorf Alemania, del 21 al 23 de marzo 2010	Participan mínimo 6 Bodegas: Castillo Viejo, Pisano, Est. Juanicó, Grupo Traversa, Plaza Vidiella, y Casa Filgueiras, más espacio Institucional "Wines of Uruguay". Detalle de Contactos realizados por todo el Pabellón. Número de negocios concretados. Seguimiento y análisis de impacto de visitantes a la Feria. Muestras de productos de otras bodegas en stand WOU y participación de otros actores del conglomerado para adquirir experiencia e internalizarla en el sector. Difusión de las diferencias comparativas y competitivas de Uruguay-Vinos frente a la competencia. Difusión de Uruguay como marco natural para este Sector.	Participan como mínimo 6 bodegas en la actividad bajo un mismo paraguas. Informe de la actividad detallando contactos realizados y negocios concretados. Evaluación de impacto en la construcción de imagen sobre los asistentes a la Feria o sobre los clientes actuales. Presencia institucional de otros Sectores complementarios (materiales de difusión de carne y turismo o Paseo por los Sentidos)
2	Delegación de Wines of Uruguay participa en London Wine, Londres, UK, del 18 al 20 de mayo de 2010	Participan mínimo 9 Bodegas: Pisano, Est. Juanicó, Grupo Traversa, Carrau, Reinaldo de Lucca, Ariano, Irurtia, Bouza, más espacio institucional "Wines of Uruguay". Detalle de Contactos realizados por todo el Pabellón. Participación de delegación de integrantes del conglomerado para adquirir experiencia para internalizarla en el Sector. Número de negocios concretados. Seguimiento y análisis de impacto de visitantes a la Feria. Difusión de las ventajas comparativas y competitivas de Uruguay-vinos frente a la competencia. Difusión de Uruguay como marco natural de este Sector.	Participan como mínimo 9 bodegas en la actividad bajo un mismo paraguas. Informe de la actividad detallando contactos realizados y negocios concretados. Evaluación de impacto en la construcción de imagen sobre los asistentes a la Feria o sobre los clientes actuales. Presencia institucional de otros Sectores complementarios (material de difusión de carnes y turismo o de Paseo por los Sentidos).

FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS

3	Definición de uso de las delegaciones de la Marca "Wines of Uruguay", logo y contenido	Identificación del Pabellón de Uruguay a través de "Wines of Uruguay". Desarrollo de los instrumentos de promoción de la marca. Criterios de la participación de los vinos que participan del pabellón y la marca	Plan para promover la marca. Instrumentos de comunicación actualizados. Evaluación de contactos realizados por WOU
---	--	---	--

FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS

Productos, actividades y apertura de costos

Productos a alcanzar		Actividades que se realizan para alcanzarlo		Rubros que componen el costo de la actividad			Presupuesto (U\$S)	
Delegación de Wines of Uruguay participa en la Feria Prowein		ORGANIZACION DE STAND PROWEIN		1	Insumos	Inscripción para Reserva de stand	Organización de la Feria - Pre-pago	<a href="#">1.000.00</a>
				2	Insumos	Contratación de piso de stand 52 mts2	Organización de la Feria - Pre-pago	<a href="#">12.000.00</a>
				3	Consultorías Nacionales	Diseño, armado, transporte y desarmado de stand	Pre pago	<a href="#">16.000.00</a>
				4	Insumos	Contratación electricidad de stand y agua	Pre-pago	<a href="#">2.500.00</a>
				5	Insumos	Contratación servicio de limpieza, lavado de copas, hielo	Pre pago	<a href="#">2.000.00</a>
				6	Insumos	Organización de stand, líneas generales	Pe - pago	<a href="#">3.000.00</a>
				7	Insumos	Preparación y evaluación de las muestras a enviar, definición de comité de degustación y criterios a utilizar	Pre feria	<a href="#">300.00</a>
						LOGISTICA	1	Insumos

FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS

1	participa en la feria Irowein, Düsseldorf Alemania, del 21 al 23 de marzo 2010		IMPREVISTOS 5%	1	Otros	Imprevistos a resolver durante la feria	Post feria	<a href="#">2.500,00</a>
			EVALUACION POST FERIA	1	Honorarios	Compulsa en los asistentes a la feria para definir meta exitosa de la participación de WOU	Post Feria - Gastos comunicaciones, gestión	<a href="#">500,00</a>
		APORTES DE LAS BODEGAS PARTICIPANTES	1	Movilidad y viáticos internacionales	Pasajes 6 representantes	Pre-pago	<a href="#">9.000,00</a>	
			2	Movilidad y viáticos internacionales	Estadias 6 representantes	Pre pago	<a href="#">3.000,00</a>	
			3	Movilidad y viáticos internacionales	Comidas y traslados para 6 participantes, durante 3 días de feria	contado	<a href="#">2.000,00</a>	
			4	Movilidad y viáticos internacionales	Pasaje gerente de WOU	Pre feria	<a href="#">1.500,00</a>	
			5	Movilidad y viáticos internacionales	Alojamiento y viáticos del gerente para 5 días para organización y atención de stand institucional WOU, y actividad post feria	Contado	<a href="#">1.500,00</a>	

FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS

Delegación de Wines of Uruguay 2 participa en London Wine, Londres, UK, del 18 al 20 de mayo de 2010	ORGANIZACIÓN DE STAND LONDRES	1	Insumos	Inscripción para Reserva de stand	Pago Pre feria	<a href="#">1.000,00</a>	
		2	consultorías internacionales	Contratación de piso stand - 77 mts2	Pre pago Feria	<a href="#">40.000,00</a>	
		3	Insumos	Construcción del stand 77 mts2.	Pre-pago	<a href="#">30.000,00</a>	
		4	Insumos	Contratación electricidad y agua para stand	Pre-pago	<a href="#">3.500,00</a>	
		5	Honorarios	Contratación servicio de limpieza, lavado de copas, hielo, etc.		<a href="#">1.000,00</a>	
		6	Insumos	Organización de stand líneas generales	Pre pago	<a href="#">4.000,00</a>	
		7	Insumos	Preparación y evaluación de las muestras a enviar, definición de comité de degustación y criterios a utilizar	Pre feria	<a href="#">300,00</a>	
		LOGISTICA	2	Insumos	Envío de muestras	Post Feria	<a href="#">6.000,00</a>
		IMPREVISTOS 5%	2	Otros	Imprevistos durante la feria	Post feria	<a href="#">3.000,00</a>
		EVALUACION POST FERIA	2	Honorarios	Compulsa en los asistentes a la feria para definir meta exitosa de la participación de WOU	Post feria	<a href="#">500,00</a>
		1	Movilidad y viáticos internacionales	9 pasajes	Pre pago	<a href="#">13.500,00</a>	

FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS

			APORTES DE BODEGAS PARTICIPANTES	2	Movilidad y viáticos internacionales	Alojamiento 9 personas durante 3 días	Pre pago	<a href="#">4.500.00</a>
				3	Movilidad y viáticos internacionales	Comidas y traslados para 9 participantes, durante 3 días	Pre pago	<a href="#">5.000.00</a>
				4	Movilidad y viáticos internacionales	Pasaje gerente WOU	Pre pago	<a href="#">1.500.00</a>
				5	Movilidad y viáticos internacionales	Alojamiento y traslados para Gerente WOU para 5 días - organizacion y atencion stand, acciones post feria	Pre pago	<a href="#">1.500.00</a>
								<b>177.100,00</b>

**PROGRAMA DE COMPETITIVIDAD DE CONGLOMERADOS  
Y CADENAS PRODUCTIVAS**



**FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS**

**Flujo de fondos**

Periodo utilizado	Mes
-------------------	-----

*Realice una proyección de los egresos e ingresos imputables al proyecto.  
Para los ingresos no deben considerarse los aportes del PACC.*

		01/10/2009	01/11/09	01/12/09	01/01/10	01/02/10	01/03/10	01/04/10	01/05/10	01/06/10	15/06/10			
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
<b>Egresos</b>														
	ORGANIZACION DE STAND PROWEIN				13000	18800	5000							
	LOGISTICA						5000							
	IMPREVISTOS 5%						2500							
	EVALUACION POST FERIA						500							
	APORTES DE LAS BODEGAS PARTICIPANTES					10500	6500							
	ORGANIZACIÓN DE STAND LONDRES				21000	20000		33800	5000					
	LOGISTICA								6000					
	IMPREVISTOS 5%								3000					
	EVALUACION POST FERIA								500					
	APORTES DE BODEGAS PARTICIPANTES							15000	11000					
<b>Total Egresos</b>					<b>34.000</b>	<b>49.300</b>	<b>19.500</b>	<b>48.800</b>	<b>25.500</b>					
Acumulado Egresos					34.000	83.300	102.800	151.600	177.100	177.100	177.100			

**PROGRAMA DE COMPETITIVIDAD DE CONGLOMERADOS  
Y CADENAS PRODUCTIVAS**



**FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS**

<b>Ingresos</b>												
Aporte PACC			21.000	21.000		18.200		14.182				
Aporte Beneficiarios	102.718											
Bodegas	70840											
INAVI	31878											
<b>Total ingresos</b>	<b>102.718</b>		<b>21.000</b>	<b>21.000</b>		<b>18.200</b>		<b>14.182</b>				
Acumulado Ingresos	102.718	102.718	123.718	144.718	144.718	162.918	162.918	177.100	177.100			
<b>Saldo Mes</b>	<b>102.718</b>		<b>-13.000</b>	<b>-28.300</b>	<b>-19.500</b>	<b>-30.600</b>	<b>-25.500</b>	<b>14.182</b>				
<b>Saldo en CAJA</b>	<b>102.718</b>	<b>102.718</b>	<b>89.718</b>	<b>61.418</b>	<b>41.918</b>	<b>11.318</b>	<b>-14.182</b>					
Acumulado Aporte <b>PACC</b>				21.000	42.000	42.000	60.200	60.200	74.382			
Acumulado Aporte <b>Beneficiarios</b>	102.718	102.718	102.718	102.718	102.718	102.718	102.718	102.718	102.718			
% aporte PACC				17%	29%	29%	37%	37%	42%			
% aporte Beneficiarios	100%	100%	100%	83%	71%	71%	63%	63%	58%			

FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS

**Desembolsos del Programa y metas que los determinan (a ser llenado por el Evaluador del Programa)**

*Debe definirse en que momento se reciben los fondos del Programa, que metas deben estar alcanzadas a ese momento y cómo se verifican.*

Desembolso U\$\$		% del total PACC	Metas por Desembolso	Verificadores	Fecha Estimada
1	21.000	28%	Confirmación de los espacios reservados en ambas ferias, bodegas presentes en Prowein y de vinos de bodegas no presentes. Confirmación de la presencia del Gerente de WOU en Prowein. Presupuesto aprobado por la construcción de los Stands en ambas ferias.	Facturas por el pago de la reservas en cada feria o contratos firmados. Recibos de los aportes en concepto de señas de las bodegas presentes directamente en ambas Ferias	15-1-10
2	21.000	28%	Pre feria por parte de bodegas presentes y por parte de WOU en Prowein. Diseño de Stand definitivo y contratación de servicios servicios. Confirmación de vinos presentes en la Feria Prowein (informe de evaluación con presencia de al menos 5 vinos de bodegas no participantes directamente). Complemento de pago de espacios en ambas ferias. Materiales de difusión (Imagen)	Infomre aprobado por la Mesa de la Competitividad con respecto a la pre feria realizada por el Gerente de WOU y por las bodegas (Formulario específico de preferia para Bodegas participantes.) Factura por pago de armado del Stand en Prowein y servicios contratados. Facturas por complemento de pago de esoacios en Ambas Ferias. Presnetación de materiales confeccionados para difusión y aprobación por parte de la Mesa de Competitividad.	28-2-10
3	18.200	24%	Ejecución de actividad. Evaluación de los resultados generales para WOU y específicos para las bodegas participantes. Cierre de gastos de Prowein	Infomre de WOU sobre participación, resultados y evaluación de bodegas presentes en Prowein. Gastos finales por Feria Prowein. Gastos de representación de bodegas y Gerente WOU. Registros gráficos.	15-4-10
			Pre feria realiada por bodegas y Gte de WOU para el caso de Londonwine. Diseño final de stand y contratación de servicios. Confirmación de la presencia del Gte WOU en la actividad. Confirmación de vinos presentes (informe sobre evaluaición con al menos 5 vinos de bodegas que no participan directamente)	Infome aprobado por la MC de WOU en cuanto a la pre feria institucional y a la de las bodegas presentes (formulario específico para bodegas). Facturas por servicios pagos para la Feria	
4	14.182	19%	Ejecución, evaluaiación de resultados y cierre de gastos en Londonwine.	Informe de WOU sobre evaluaición de la actividad y evaluaiación de empresas participantes. Comprobantes de gastos finales de Feria y de los representantes de las bodegas así como del Gte. de WOU.	15-6-10
			Evaluaiación final y general sobre el Proyecto Ferias.	Informe aprobado por la MC en cuanto a los resultados generales de estas participaciones, incluyendo perspectiva futuras con respecto a las Ferias realizadas y a la importancia de ellas en el futuro	
<b>74.382</b>		<b>100%</b>	<b>TOTAL</b>		