

— PROPUESTA INTEGRAL DE COMUNICACIÓN · BREAK POINT

TENEMOS TABLAS

Plan de comunicación 2026 — Relaciones Públicas y Redes Sociales para Tablas Taller Agrícola. Una manera propia de hacer vino mexicano premium, orgullosa de su origen.



— 01

OVERVIEW DE LA INDUSTRIA

El vino mexicano en su mejor momento histórico.

EL MERCADO DEL VINO MEXICANO: LOS DATOS QUE LO CAMBIAN TODO

1.3 L

Consumo per cápita anual en México.
Creció 5x en la última década.

39%

Del vino consumido es de origen nacional. Era apenas 10% hace 20 años.

8 M

Consumidores de vino premium. La regla 90/10 que define el mercado.

2026

El año del vino mexicano: reconocimiento internacional consolidado.

LOS PERFILES DEL CONSUMIDOR PREMIUM

Curioso urbano · 30-45

Exploración e identidad

Entra por Tablas 1·4·5. Varietales con historia, identidad entre pares.

Conocedor emergente · 38-55

Criterio y distinción

Entra por Nudo Nebbiolo. El varietal que distingue.

Buscador de experiencias · 35-50

Estética y experiencia

Entra por Tablas 2 Rosé. Sofisticado sin intimidar, compatible.

Comprador de regalo · 35-60

Distinción y packaging

Entra por Casillero del Diablo Fusión + sets. El lujo que se explica.

— 02

LA MARCA Y EL PORTAFOLIO

Tablas Taller Agrícola — Valle de Guadalupe, B.C. —
Fundada 2017.

ACTIVOS Y DIFERENCIADORES EN RP

2017

Año de fundación

Taller mecánico agrícola
convertido en bodega premium.
Origen auténtico y contable.

83.5 ha · 10 tablas

Viñedo por secciones

50,000 cajas de capacidad.
100% producción propia.

184 paneles solares

~100% electricidad

330W. Sustentabilidad real y
datos verificables.

Jorge Yázpik

Obra escultórica en el viñedo

Abre la vertical de arte y cultura
(Gatopardo, AD México).



PORTAFOLIO 2026 — 4 LÍNEAS, 4 HISTORIAS



Tinto premium

Rosado artesanal

Único

Unión internacional

Tablas 1·4·5

Tempranillo · Grenache · Petite
Sirah.

Tablas 2 Rosé

100% Sangiovese.

Nudo

100% Nebbiolo MX.

Casillero Fusión de Tintas

México + Chile · Caladoc-Touriga
· Malbec.

— 03

OBJETIVO Y ESTRATEGIA

Narrativa central · Mensajes clave.

OBJETIVO GENERAL Y EJE NARRATIVO

Construir presencia y reconocimiento de Tablas Taller Agrícola en medios nacionales, posicionando la bodega como referente del vino mexicano premium en los contextos gastronómicos, de lifestyle, cultura y negocios más relevantes del segundo semestre de 2026.

"El vino que honra la tierra que lo produce"

La cosecha

El origen

Origen, terroir, vendimia. Gastronomía y el Taller Agrícola como espacio de transformación.

El origen

Orgullo nacional

Tablas 1·4·5, Tablas 2, Nudo, arte en el viñedo (Yázpik). Cultura e identidad.

La celebración

Momentos cotidianos

Maridajes, el vino como regalo con historia. Estilo de vida.

— 04

MAPEO DE MEDIOS

5 verticales · Tier 1 y 2.

VERTICALES Y MEDIOS OBJETIVO

Gastronomía y cultura

T1: Time Out México, Chilango, Dónde Ir, Gatopardo, Sopitas, Reforma, Travel & Leisure, Food & Travel, Food & Wine, Drink Magazine.
T2: Be Authority, Gourmet de México, Food & Pleasure, Central.

Arte y lifestyle

T1: AD México, Reforma Cultura.
T2: CDMX Secreta, Cultura Colectiva.
★ Activo: obra de Jorge Yázpik en el viñedo.

Lujo premium

T1: GQ México, Esquire México, Men's Health, El Universal, Life & Style, Robb Report México.
T2: Bad Hombre, The Happening, Coolhuntermx.

Negocios e industria

T1: Forbes México, Expansión, El Financiero, Reforma Negocios, El Economista, Milenio, Bloomberg en Línea, Líderes Mexicanos.
T2: Alto Nivel, El CEO.
★ Negocio 100% mexicano.

Sustentabilidad y RSE

T1: Expansión Sustentabilidad, Forbes ESG.
T2: Expok News.
★ 184 paneles solares + datos reales.

Activos transversales

Ángulos editoriales

El Taller, Jorge Yázpik, el Agrónomo Mayo, viñedo privado, producción solar.

La matriz de medios completa se compartirá más adelante.

— 05

VOCEROS E INFLUENCERS

Vocerías de marca y programa de KOLs.

VOCEROS DE MARCA Y PROGRAMA DE KOLS

Voceros de marca

- **Vocero oficial Tablas (por definir)** — visión y filosofía. Lifestyle, lujo, negocios, gastro.
- **Agrónomo Mayo** — el guardián de la tierra. Historia de trabajo y origen.
- **Héctor Urzúa (enólogo)** — credencial técnica internacional, 20+ años, vínculo C&T.
- **Jorge Yázpik (artista)** — su obra habita el viñedo. Arte, cultura, diseño.

Perfiles influencers · seeding trimestral

- Food & Wine Creator — macro 100K+
- Lifestyle Premium — mid tier 50K–100K
- Chef o Sommelier con presencia digital
- Influencer de viajes y experiencias (Valle de Guadalupe)

COFEPRIS · restricciones alcohol

Influencers mínimo 25 años demostrable · sin asociación con salud, deporte o contenido sexual · audiencia 70%+ mayor de 18 · sin vincular vino con conducción, embarazo o bienestar.

6 PILARES DE CONTENIDO

01 · Gastronomía

Tabla por tabla

Cada número de tabla es una historia. El portafolio como mapa editorial. *Todo el semestre.*

Medios: Chilango, Time Out, Dónde Ir, Gatopardo, The Happening.

02 · Gastronomía

Vino MX para comida MX

El maridaje más cercano al consumidor urbano. Tablas 1·4·5 y Tablas 2. *Jul–Nov.*

Medios: Time Out, Dónde Ir, Chilango, Sopitas.

03 · Lifestyle

Cultura del vino

No es una casa de vino, es un viñedo con criterio. *Todo el semestre.*

Medios: GQ México, Esquire México, Life & Style.

04 · Arte y cultura

El taller del Valle

El taller mecánico que se volvió bodega. Yázpik, viñedo privado, Agrónomo Mayo. *Ago–Oct.*

Medios: Gatopardo, AD México, Reforma Cultura, CDMX Secreta.

05 · Sustentabilidad

Tierra viva

184 paneles solares, producción por gravedad, pozos propios, compostaje. *Sep–Dic.*

Medios: Expansión Sustentabilidad, Forbes ESG.

06 · Vino de autor

Nudo: tiempo y estructura

El primer Nebbiolo mexicano como monovarietal. *Ago–Dic.*

Medios: Dónde Ir, Gatopardo, Wine & Spirits, Robb Report.

Una estrategia de RP puede tomar hasta seis meses desde que se genera el contenido hasta que el medio lo publica.

Estrategia · contenido editorial

Break Point

PLAN DE ACCIONES PR JUL-DIC

ACCIÓN	DESCRIPCIÓN	VERTICAL	TIMING
Seeding editorial	Botella con historia de la fusión + nota del enólogo Héctor Urzúa → 10 medios segmentados por vertical. Kit premium: botella + Talavera + facts.	Todos los verticales	Ago 2026
Media Fam Trip CDMX	4-6 periodistas Tier 1 al Valle de Guadalupe: conocen el Taller, los viñedos, el proceso. Entrevistas 1 a 1 con voceros. Material exclusivo.	Gastro · Arte · Lujo	Sep 2026
KOL Program	15 creadores (25+ años, COFEPRIS compliant): unboxing Talavera, maridaje mexicano, reels de proceso. Briefing editorial.	Digital · Lifestyle · Cultura	Ago-Oct 2026

ALIANZAS DE MARCA

01 · Spotify

Playlists por momento

Cena con amigos, sobremesa, date night, comida mexicana o tarde de domingo. El vino conectado a rituales cotidianos.

02 · Zash

Estilo de vida curado

Posicionar el vino mexicano como parte de un lifestyle con identidad: selección de botellas, kits de regalo, "Vino + Objeto de diseño".

03 · Ninja

Cocina y sobremesa

Experiencia donde el vino es parte del ritual de preparación: clase para medios e influencers con recetas fáciles maridadas.

04 · Wine Hopping

Ruta de wine bars CDMX

Alianza con 3–4 wine bars o terrazas: cada lugar sirve una copa o maridaje. La marca entra con producto, storytelling y convocatoria.

05 · Selección "Origen México"

Carta y sommelier

Mini selección temporal de vinos mexicanos en restaurantes y hoteles boutique. Mención en carta o noche de maridaje.

— 06

ACCIONES, ALIANZAS Y EVENTOS

Activaciones · Timeline Jul–Dic 2026.

ACCIONES RP

Editorial

El mapa emocional del vino mexicano

Serie que habla de emociones y momentos: cena larga, comida mexicana, regalo, celebración íntima, descubrir el Valle.

Editorial

Nuevos maridajes

Romper la percepción de que tomar vino es complicado. Acercar el vino mexicano a interesados no expertos.

Activación

Romper lo tradicional

La mesa como lugar de encuentro: comidas en casa, sobremesas, celebraciones pequeñas, maridajes casuales.

Comunidad

Plan de embajadores

Red de embajadores afines que integran el vino de forma natural en su estilo de vida.

RUTA DE OPORTUNIDADES JUL-DIC

FECHA	EVENTO / MOMENTO	OPORTUNIDAD
Jul 2026	Inicio temporada gastronómica CDMX	Preparación PR, media kit, voceros, agenda editorial.
Ago-Sep 2026	Fiestas Patrias · activaciones premium	Seeding y KOLs. Conversación gastronómica y de marca.
3-5 Sep 2026 ★	Wine Room / Gourmet Show (WTC CDMX)	Oportunidad gastronómica, vino, medios y presencia de marca.
Oct 2026	Millesime CDMX · Día de Muertos	Eventos de lujo, gastronomía y agenda cultural.
7-8 Nov · 25-27 Nov 2026	Fórmula 1 CDMX · cenas corporativas	Lujo, hospitality y cobertura premium.
Nov-Dic 2026	Temporada navideña	El vino como regalo con historia. Maridajes y celebración.

Eventos ancla: Wine Room / Gourmet Show, Millesime GNP, F1 CDMX. ★ = prioridad alta de presencia.

— CASILLERO DEL DIABLO · FUSIÓN DE TINTAS

UNA CONVERSACIÓN ENTRE MÉXICO Y CHILE

Línea propia. Talavera azul cobalto, diseño y cultura, con el respaldo de Concha y Toro. Sin desplazar la narrativa central de Tablas.

— CASILLERO · EXPLORACIÓN VISUAL

EL LENGUAJE TALAVERA





Casillero · dirección visual

Break Point

— CASILLERO · SEEDING Y ACTIVACIONES

EL KIT FUSIÓN DE TINTAS

- 1 botella Casillero del Diablo Fusión de Tintas
- 2 coasters de Talavera azul cobalto con branding
- 1 nota con mensajes clave
- Presentación premium para medios, creadores y aliados

Activaciones PR

- **Seeding editorial** (ago) — botella + Talavera + facts a medios T1 por vertical.
- **Media fam trip CDMX** (sep) — 4–6 periodistas T1 al Valle.
- **Comunicados** (jul/sep/nov) — lanzamiento, colaboración CDD–TTA, maridaje.



ALIANZAS DE MARCA

01 · Spotify

Playlists por momento

Cena con amigos, sobremesa, date night, comida mexicana o tarde de domingo. Conectar el vino con rituales cotidianos.

02 · Quesarella

Maridaje de quesos

Vino mexicano y quesos artesanales: el vino en momentos sencillos, ricos y compartidos.

03 · Laddu

Regalo y lifestyle

Selección especial para regalos, kits curados o "Mesa lista para regalar".

Negocios es el único pilar donde se nombra explícitamente la alianza Concha y Toro. Datos de mezcla sujetos a validación del cliente.

UN TRIBUTO SIN PRECEDENTE AL MÉXICO VITIVINÍCOLA

Mensajes clave

- **Botella:** clásico azul cobalto de la Talavera mexicana, icono visual inmediato.
- **Logo:** pintado a mano, cada botella es una pieza de artesanía.
- **Azulejos:** diseño inspirado en Talavera hecha a mano, patrimonio artesanal.
- **La uva:** 52% Caladoc-Touriga (Valle de Guadalupe) + 48% Malbec (Valle de Maule), mezcla inédita.
- **Oro:** destellos en etiqueta. Fusión de tintas: mezcla de vinos y de culturas.
- **La casa:** Viña Concha y Toro como respaldo global.

Contexto estratégico

- 2025: Concha y Toro invierte en Tablas Taller Agrícola vía enología.
- Primer vino bicontinental de CDD producido en México.
- Valle de Maule (Chile) + Valle de Guadalupe (México) en una botella.
- CDD es #1 en México — 95% awareness y marca de mayor confianza (Kantar 2022).
- +22.3% SOM en banda \$201–\$300 MXN (Nielsen, dic 2024).

Datos técnicos y de mezcla sujetos a validación final del cliente.

A QUIÉN LE HABLA ESTA CAMPAÑA

Insight de mercado · Nielsen 2024 / Kantar 2022

64% de los shoppers prefieren vino mexicano — nacionalismo premium en alza. 34% prefieren CDD, pero el origen mexicano crece: la fusión llega en el momento perfecto.

Target · 35-59 años · NSE AB / C+ · CDMX

Consumidores frecuentes que aprecian detalles e imagen, abiertos a nuevos orígenes, conscientes del valor del vino mexicano premium.

Influencer Marketing

- **Selección:** talento 100% verificado, 25+ años, audiencia 70%+ mayor de 18, afinidad con vino/gastro/cultura.
- **Contenido auténtico:** sin scripts rígidos, briefing creativo con mensajes clave (la botella Talavera, territorios, artesanía, fusión).
- **Seeding:** producto glorificado, unboxing, elementos Talavera, tarjeta de mensajes clave.
- **Medición:** alcance, impresiones, engagement rate, compartidos y guardados.

— 07

SOCIAL MEDIA · INSTAGRAM

El canal donde vive la conversación de Tablas.

EL CANAL DONDE VIVE LA CONVERSACIÓN

Instagram es el canal editorial: presencia constante, origen, portafolio y momentos relevantes en formatos claros, visuales y medibles. Mantenemos el ADN y el storytelling consistentes, con un concepto flexible que se adapta a las temporadas.

01

Tablas 1-4-5

Accesible / mesa / base.

02

Tablas 2 Rosé

Fresco / visual / entrada.

03

Nudo

Profundidad / pausa.



CÓMO SE VE EL FEED

TALLER AGRÍCOLA

TABLA POR TABLA

TABLAS 1-4-5

BLEND

- 1 · TEMPRANILLO
- 4 · GRENACHE
- 5 · PETITE SIRAH

NUUESTRO SISTEMA
En Tablas Taller Agrícola creemos en el equilibrio entre las uvas, el lugar y el trabajo honesto. Por eso creamos un sistema simple para expresar grandes sabores y cómo hacemos vino.

Tres tablas. Tres variedades. Una forma propia de hacer vino.



TABLAS

TALLER AGRÍCOLA

CÓMO LEER LA ETIQUETA

- 1 NOMBRE DEL VINO**
Identifica el tipo y sin aditivos.
- 2 SISTEMA DE TABLAS**
Números que indican composición y estilo.
- 3 ORIGEN**
Valle de Guadalupe, B.C., México.
- 4 NOTAS TÉCNICAS**
Suelo, altitud, acidez, alcohol y más.

FINES DE LUNAR BEBÉ CON INTENSIDAD



TABLAS

TALLER AGRÍCOLA

TEMPERATURA Y SERVICIO

TABLAS 2 ROSÉ

Servir entre 8° y 10°C.

Ideal para mesa casual, comida fresca y conversaciones largas.

Rosé seco, Sangiovese, Valle de Guadalupe.



¿TABLAS O NUDO?

Dos formas de entrar a la casa.

TABLAS 1-4-5

- Más alto y ramil
- Ideal: Sangiovese / Grenache / Petite Sirah
- Ideal para pizza casual

NUDO

- Más vibrante y profundo
- Sublime ME
- Ideal para palermosa y ocasiones especiales

Una sola casa. Distintas ocasiones.

TABLAS TALLER AGRÍCOLA



TABLAS EN LA MESA

vino mexicano para una mesa contemporánea



Más conversación. Más mesa. Más vino mexicano.

TABLAS TALLER AGRÍCOLA

NUDO

NEBBIOLO MX

Una etiqueta para otros momentos, otros ritmos y otra profundidad.

Valle de Guadalupe · México



VALLE DE GUADALUPE
TABLAS
TALLER
AGRÍCOLA
MEX

TABLAS TALLER AGRÍCOLA 1-4-5

SUSTENTABILIDAD OPERATIVA

Lo hacemos con procesos, no con discurso.

- PAÑELES SOLARES**
Generamos energía propia mediante paneles solares para reducir nuestra huella y cuidar al entorno.
- PRODUCCIÓN POR GRAVEDAD**
Resistimos el uso de pesticidas al depender el agua por gravedad, respetando su cantidad y el suelo subyacente.
- COMPOSTA Y APROVECHAMIENTO ORGÁNICO**
Trasformamos los residuos orgánicos en composta para control nuestros niveles de fósforo natural.
- RIEGO CONTROLADO**
Evitamos riego por aspersión y mantenemos constante para, contar con una selección responsable del agua.



VALLE DE GUADALUPE
TABLAS
TALLER
AGRÍCOLA
MEX

TABLAS 10.19.17 JUN.19.17

TABLAS PARA ENTENDER EL VINO

Información clara para disfrutar mejor.

1. Empieza por lo que te gusta
2. La temperatura sí importa
3. La etiqueta te dice más de lo que crees
4. Entenderlo es más fácil de lo que parece

— Tablas para entender el vino mexicano. —



MOVIMIENTO Y COBERTURA

TABLAS TALLER AGRÍCOLA

DEL TALLER A LA BOTELLA

Proceso, oficio y decisiones que sí se ven.



VALLE DE GUADALUPE, B.C., MÉXICO

VINO QUE SE HACE CON LAS MANOS, SE DORMITA EN LA CARRERA, Y SE SIEMBRAN EN EL PASADISE.

30,00007 8
314,00007 8

TABLAS TALLER AGRÍCOLA

MESA, VALLE Y CONVERSACIÓN

El vino mexicano encuentra más lugares y más momentos.



VALLE DE GUADALUPE, B.C., MÉXICO

VINO DE LUGAR Y DE TIEMPO

TALLER AGRÍCOLA

11.6°

TABLAS TALLER AGRÍCOLA

CÓMO SERVIR UN ROSADO

Frío, pero no helado

	8-10°C
	Copa amplia
	Mesa casual



VALLE DE GUADALUPE, B.C., MÉXICO

TABLAS TALLER AGRÍCOLA

COBERTURA DE EVENTO

Conversación, vino mexicano y presencia de marca.



GUADALUPE TIEMPO PARA VOSOTROS.

TABLAS TALLER AGRÍCOLA

NUDO

Nebbiolo MX

- + Tiempo
- + Estructura
- + Mesa especial



VALLE DE GUADALUPE, B.C., MÉXICO

VINO HECHO EN MÉXICO

— EXPRESIÓN DE MARCA · LOOK & FEEL

EL SISTEMA GRÁFICO





Expresión de marca



Break Point

UN PROCESO MENSUAL, MEDIBLE

Mes 1

Construcción editorial

Inmersión en la marca, diagnóstico del portafolio, línea visual y editorial, y piloto del primer ciclo. Incluido en la iguala, relación anual.

Mes 2 en adelante

Operación mensual

Cuatro semanas que cierran un ciclo y abren el siguiente: lectura y reporte, parrilla, producción y programación.

4-6

Reels / video corto al mes

8-11

Posts y carruseles al mes

12-16

Stories al mes

20-28

Piezas publicadas cada mes

Más parrilla, reporte mensual y newsletter ejecutivo semanal.

DOCUMENTOS INICIALES

Semana 1 · documentos

- Media Kit / Fact Sheet actualizado
- Boilerplate (versión gastro/cultura y negocios)
- Q&A para medios (20 preguntas pre-aprobadas)
- Recomendaciones de media training para vocero
- Fotos de producto y de Tablas Taller Agrícola
- Semblanza y fotos de voceros oficiales
- Matriz de medios · media training de voceros

Seeding de producto · ago y nov

- Curación de 15 perfiles, verificación COFEPRIS
- Kit de seeding + briefing editorial
- Seguimiento activo + reporte de resultados

ENTREGABLES MENSUALES

Estrategia y relaciones

- Estrategia mensual: agenda, prioridades, oportunidades
- Comunicados de 2 cuartillas adaptados por vertical
- Distribución segmentada: gastro, lifestyle, arte, negocios, sustentabilidad
- Oportunidades espontáneas: listas, guías, rankings
- Hasta 3 entrevistas con voceros al trimestre

Eventos y activaciones

- Mapeo semestral de eventos en CDMX
- Gestión para Wine Room / Gourmet Show (sep)
- Negociación en eventos aliados: patrocinio o activación
- Mapeo de actividades por medios para alianzas

Reportes y monitoreo

- Monitoreo semanal: TTA, Tablas 1·4·5, Tablas 2, Nudo, Casillero Fusión
- Reporte mensual: menciones, valor económico, alcance, tono, tier
- Reporte semestral: KPIs vs. metas + proyección 2027

EL EQUIPO DEDICADO A LA CUENTA

Dirección de agencia

**Joaquín Jiménez
Labora**

Estrategia y dirección de cuenta.

Dirección de cuenta

Fernanda Moro

Coordinación y relación con la
marca.

Ejecutiva PR senior

Lucila Clavé

Gestión de medios y vocerías.

Ejecutiva PR / cuentas

Por asignar

Seguimiento operativo y
coberturas.

INDICADORES DE ÉXITO · JUL-DIC

30–50+

Notas totales en medios

8–12+

Impactos Tier 1

6+

Comunicados de prensa

**\$1–2.5
M**

ROI / AVE objetivo (MXN)

KPI	META MÍNIMA	META ÓPTIMA
Impactos totales en medios	30 impactos	50+ impactos
Impactos Tier 1	8 impactos	12+ impactos
Presencia gastronomía CDMX	4 menciones	8+ menciones
Presencia arte y cultura	1 mención	3+ menciones
Presencia negocios / industria	1 mención	3+ menciones
Entrevistas con voceros	3 entrevistas	5 entrevistas

KPI	META MÍNIMA	META ÓPTIMA
Valoración AVE	\$1,000,000 MXN	\$2,500,000+ MXN

LA INVERSIÓN

Relaciones Públicas · iguala mensual	\$87,000 MXN + IVA / mes
Monitoreo externo · mensual	\$25,000 MXN + IVA / mes
Social Media / Instagram · iguala mensual	\$75,000 MXN + IVA / mes
Operación mensual · PR + monitoreo + social	\$187,000 MXN + IVA / mes
Producción y coberturas	Por cotizar según alcance

Inversiones adicionales (cotización por separado): producción de eventos y catas propias, campañas de influencer marketing con fee, rondas adicionales de seeding, FAM Trip de medios / KOL al Valle de Guadalupe.

DE LA PROPUESTA A LA OPERACIÓN

01

Revisión y feedback

Cliente — próximos 5 días hábiles.

02

Reunión de alineación

Break Point + Cliente — por agendar.

03

Firma de contrato

Ambas partes — por acordar.

04

Kick-off

Media Kit, Q&A, Boilerplate. Break Point — semana 1.

05

Lanzamiento editorial

Break Point — 1 de julio 2026.

NO VENIMOS A INVENTAR UNA MARCA NUEVA. VENIMOS A HACER VISIBLE UNA HISTORIA QUE YA EXISTE.

La tierra, el taller, las botellas, las personas y los momentos donde Tablas puede ganar presencia. La propuesta es darle continuidad, claridad y consistencia durante todo el año.

