

CHILE

07 abril 2020

1 LO QUE ESTÁ PASANDO

- A la fecha, Chile tiene 5.116 casos de coronavirus, y un total de 43 muertos y 898 recuperados. Medidas de cuarentena en comunas se extendieron hasta el lunes 13 de abril. El peak de casos debiera ocurrir a fines de Abril y principios de Mayo, según el Ministerio de Salud.
- Gobierno afina un segundo paquete de medidas de apoyo económico, con foco en empresas y trabajadores independientes. Apuntaría a la ampliación de garantías estatales a los créditos, así como a medidas que complementen los ingresos de las personas que vean afectados sus empleos.
- El Banco Central proyecta que Chile entrará en recesión económica y pronostica una caída de 8,2% para la inversión y de 1,9% para el consumo, por lo que la demanda interna se contraería un 5,8%.

2 TENDENCIAS

- Debido a la cuarentena y la restricción de movimiento, crecen los nuevos consumidores online. Según la Cámara de Comercio de Santiago, un 14% de los consumidores realizó su primera compra online durante marzo.
- La cantidad de clientes que declararon haber optado por una compra online en vez de ir a una tienda subió de una semana a otra de 18% a 23% durante marzo. La frecuencia de compra online de bebidas alcohólicas aumentó de uno a tres, por consumidor, durante marzo con un aumento de la demanda especialmente en las regiones V, Metropolitana, VII y VIII.
- Durante la última, las bebidas alcohólicas cayeron 12,9% en valor en comparación con el mismo período del año anterior, según Nielsen Scantrack.

3 OPORTUNIDADES

- Apoyo a las ventas de e-commerce: en el caso de las viñas chilenas, la sus ventas online con despacho a domicilio, aumentaron entre un 50% y un 200% durante marzo.
- Uso de redes sociales y técnicas de marketing para atraer nuevos clientes y fidelizar a los ya cautivos, con ofertas y contenidos que den valor a los productos.

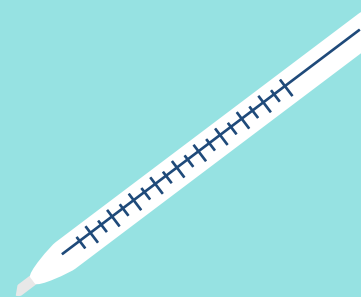
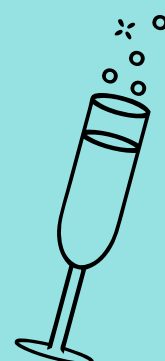
4 QUÉ VIENE

- Con el anuncio de una posible recesión económica, se un cambio en el consumo en los hogares, y el vino tendrá que adaptarse a los nuevos patrones de consumo y precio.
- Baja en el precio del dólar debido a que el impacto de la pandemia está generando dudas sobre la posibilidad de que puedan implementarse mayores estímulos monetarios en la economía norteamericana, para hacer frente al efecto de la crisis sanitaria.

En resumen, la digitalización y los servicios de delivery hoy irrumpen con fuerza, por necesidad y son muchos los consumidores que cambiarán sus hábitos después de esta experiencia e incorporarán la compra online a futuro.

El canal online es imperativo para ser parte de la competencia, siendo creativos en redes sociales, remarketing, y mailings para atraer nuevos clientes y aplicar acciones de fidelización a los que ya estaban comprando.

Sin embargo, habrá que estar atentos a los movimientos de la economía y la posible recesión que se asoma.



BRASIL

07 abril 2020

1 LO QUE ESTÁ PASANDO

- Alta concentración de contagio: 60% de los casos están en el sureste del país.
- Las personas están siendo orientadas a mantener la cuarentena, con salidas exclusivas por razones esenciales (farmacia y supermercados y personas que trabajan en servicios esenciales)
- La economía está claramente afectada: las proyecciones económicas que pronosticaban un crecimiento del 2,3% para el PIB en 2020, ya sufrieron una reducción de 0,5%.

2 TENDENCIAS

- El consumo se ha trasladado a productos de menor precio. Los restaurantes, que están cerrados, son uno de los principales canales de distribución de etiquetas importadas.
- En las cadenas minoristas el momento es positivo. Carlos Cabral, consultor del Grupo Pão de Açúcar, garantiza que el mercado es fuerte: los supermercados siguen vendiendo con normalidad.
- Compra online de vino aumenta durante la cuarentena: en marzo hubo un aumento del 200% en el tráfico y los pedidos en el canal digital, en comparación con el mismo período en 2019. Esto es un aumento del 60% respecto al mes anterior.

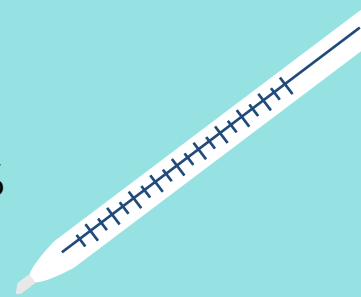
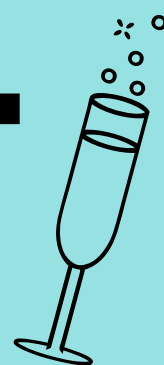
3 OPORTUNIDADES

- El aislamiento obliga a las personas a consumir gran cantidad de contenidos digitales. El uso de las redes sociales se ha visto incrementado, la gente pasa más tiempo online.
- Happy Hour Virtuales: el consumo de bebidas alcohólicas ha aumentado producto del encierro. Las personas se reúnen en torno a aplicaciones de video como Houseparty para compartir una copa.
- Venta a distancia: el comercio electrónico, televentas y los marketplace como Rappi e IFood registraron un crecimiento notorio en sus ventas.

4 QUÉ VIENE...

- El volumen de vino importado debería reducirse en los próximos meses por la tasa de dólar y incertidumbre: los importadores están reduciendo los inventarios existentes.
- Los analistas esperan volver a la normalidad en mayo: apertura de tiendas, restaurantes y regreso al trabajo físico de las personas, lo que sería fundamental para las ventas en el mejor período de Brasil, que es el invierno.

En resumen, la situación es bastante similar a la que vivimos en Chile. De suma importancia es tener un rol activo en el canal digital, con contenidos y promociones u ofertas que motiven a los consumidores a comprar a través del ecommerce y las tiendas online. Se espera reducción de inventario en importadores.



CHINA

07 abril 2020

1 LO QUE ESTÁ PASANDO

- China lentamente se ha ido recuperando después de más de 70 días desde que se decretó el lockdown en la provincia de Hubéi.
- En este momento, el número total de infectados es de 81.740 casos. Los casos actualmente infectados son de 1.242. Los muertos en total ascienden a 3.331 y el número total de pacientes recuperados es de 77.167 casos.
- Lo notable es que NO hay nuevos casos confirmados y sospechosos o muerte en la provincia de Hubei, donde se encuentra Wuhan.
- Departamento de Aduanas de China decidió el 28 de marzo cerrar las fronteras para todos los extranjeros visitando China, incluso para los que tienen VISA y permiso de residencia en el país.

2 TENDENCIAS

- La gran mayoría de los restaurants en las ciudades grandes ya están abiertos. Sin embargo, discoteques y karaokes aún permanecen cerrados. Cada ciudad tiene sus propias regulaciones por lo que es difícil hacer un análisis a nivel país.
- Para los vinos importados, las cifras oficiales aún no se han publicado, pero la empresa de investigación china, Huajing, estimó que las importaciones de vino durante el período enero a marzo cayeron un 30,4% en volumen y un 28,3% en valor año tras año, cifras ligeramente mejores de lo esperado.
- E-Commerce: si bien se esperaba un repunte de este canal durante la época de cuarentena, hay que destacar que la categoría vino no tuvo un alza año contra año en este canal.

3 OPORTUNIDADES

- Promoción on-line: según la agencia digital china Questmobile, durante enero cada usuario utilizó en promedio su celular 143.1 horas al mes, y en febrero 159.1 horas al mes, lo que representa un incremento del 12.2% y 37.3% año contra año respectivamente.
- Educación de vino online: en los últimos años se ha visto un enorme interés de parte de los consumidores avanzados de vino en educación técnica online.
- A diferencia de sus principales competidores, Chile es el único país que sigue funcionando sin mayores problemas en exportaciones; la agroindustria, cadenas logísticas y los puertos están operativos, lo que ha permitido seguir respondiendo con sus exportaciones y compromisos.

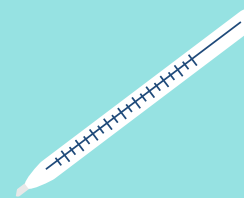
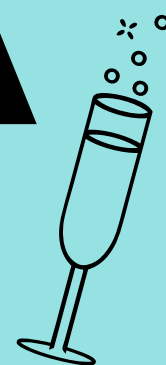
4 QUÉ VIENE

- La feria CFDF de Chengdú reagendó su fecha para fines de mayo, junto con el Wine Show en el Hotel Shangri-La del que WoC estará presente junto con 12 viñas.
- Las ferias y eventos de vino en su gran mayoría siguen confirmados para lo que resta del año.

En resumen, vemos que lo que más ha afectado la demanda de vino es que la ocasión de consumo clásica del consumidor chino (banquetes y celebraciones) siguen sin ocurrir desde fines de enero.

Esperamos ver en durante el mes de mayo una tendencia al alza una vez que se haya controlado al 100% el rebrote del virus y las autoridades liberen ciertas restricciones.

Oportunidades en los canales on-line, que representan una excelente oportunidad para hablarle directamente a los clientes y consumidores.



USA

07 abril 2020

El COVID-19 ha traído disrupciones sin precedentes en la economía mundial, como en USA. Sin embargo las ventas totales en el país, en los últimos 10 días han crecido un 50%.

1 LO QUE ESTÁ PASANDO

La venta de bebidas alcohólicas aumentó un 28% en comparación a la semana anterior y un 55% en comparación al año anterior. El mayor aumento es liderado por la categoría de spirits 75%, seguido del vino 66% y por último la cerveza 42% (dato semana del 12 al 21 de marzo, 2020). Los consumidores están comprando más botellas, pero están gastando en promedio US\$ 10 menos, en comparación al 2019.

2 TENDENCIAS

En las últimas dos semanas:

- Premium +24%.
- Súper Premium +17%.
- Ultra Premium +8%
- Los vinos domésticos han aumentado en volumen 46% y el vino importado en 50% en valor.

3 OPORTUNIDADES

- Conectar con los consumidores a través de redes sociales, ventas online, tastings virtuales, zoom, hangouts y otros.
- Ventas online han aumentado 243% en comparación al 2019. Venta Direct To Consumer en marzo aumentó 207%. El vino domina con un 71% participación de mercado del total de ventas de alcohol.
- 25% tarifa a los vinos de Francia, España, Alemania, UK.

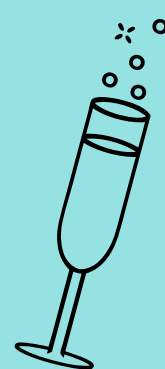
4 QUÉ VIENE...

- Continuidad en uso de la tecnología como herramienta para engagement y venta de vino.
- Campañas agresivas del mercado doméstico, descuentos, para aminorar las pérdidas de venta on premise.

Pese a la pandemia, los consumidores americanos no han disminuido su consumo de vino, más bien han recurrido a distintos canales para acceder a éste.

UK

07 abril 2020



1 LO QUE ESTÁ PASANDO

- Reino Unido tiene 51.608 casos de coronavirus, con 5.373 muertos. El peak de casos debiera ocurrir el 12 de Abril.
- Se espera que el crecimiento económico de UK se desacelere bruscamente en 2020 por el impacto del coronavirus.
- La Cámara de Comercio Británica predice un crecimiento del PIB del 0,8%.



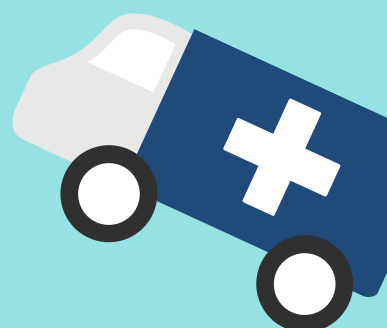
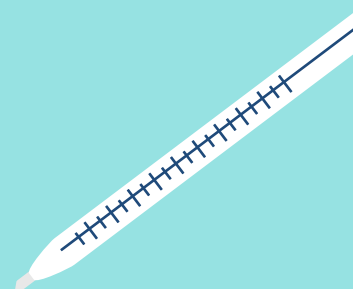
2 TENDENCIAS

- Los supermercados del Reino Unido experimentaron durante Marzo un crecimiento superior al 20% (Nielsen 4 semanas a 21 Marzo).
- Ventas Off trade de alcohol aumentaron un 67% la semana en que se cerraron los bares y restaurantes (21 de marzo de 2020).
- Se ha observado un aumento de participación del segmento on line en 13%.



3 OPORTUNIDADES

- La oportunidad está en el segmento online, segmento que no ha sido capaz de cumplir con la demanda en un 100%. Dado el clima actual, las plataformas exitosas serán aquellas que ofrezcan una sensación de descubrimiento, un sentido de comunidad y que incorporen un aspecto social.
- Los proveedores del on trade y mayoristas están buscando formas innovadoras de remodelar rápidamente sus negocios para poder llegar directamente al consumidor.



4 QUÉ VIENE

- Con la expectativa de una futura recesión económica mundial, se pronostica que la tendencia hacia un mayor consumo de vino en el hogar continuará en el largo plazo.
- Como resultado de la crisis económica, una vez que la pandemia haya terminado, la tendencia de premiunización del mercado debiera disminuir.



En resumen, los consumidores británicos han aumentado su consumo de vino durante esta crisis, en su mayoría producto de un mayor consumo en supermercados.

Ha ayudado también el hecho de que al sector independiente se le haya permitido seguir operando, lo que ha contribuido a una mayor premiunización de la categoría.

