

CHILE

21 de abril 2020

1 LO QUE ESTÁ PASANDO

- A 48 días del primer caso registrado, Chile supera los 10 mil casos de contagio de Coronavirus. A la fecha, los totales marcan 10.832 casos de coronavirus, 147 fallecidos y 5.716 casos activos.
- El Ministro de Economía, Lucas Palacios, anunció que se realizará la apertura paulatina de los centros comerciales para reactivar el empleo y la economía. Varios sectores se han mostrado reacios a esta medida.
- Ley de protección del empleo: más de 56 mil empresas han solicitado acceder a beneficios, solicitudes involucran a cerca de 786 mil trabajadores. Respecto a las desvinculaciones, se informó que durante marzo se emitieron 299.518 cartas de despido.
- Según Nielsen, en la última semana de marzo, la canasta express sufrió una caída en valor de un 13% en comparación con la misma semana del año anterior. En la semana anterior, el incremento era de un 52%. Esto daría a entender que los consumidores ya dejaron su período de abastecimiento de emergencia y comenzarían a regular el consumo.

2 TENDENCIAS

- Según el Centro de Estudios del Retail (Cerret) de la Universidad de Chile, la demanda de compra online con despacho se ha multiplicado por seis veces.
- La cuarentena dinamizó al mercado del delivery en Chile. Hoy son cientos los establecimientos que están desarrollando el despacho a domicilio, incluso aplicaciones como Pedidos Ya levantó un supermercado exclusivo para despacho. Esto responde a que el peso de aquellos locales no restaurantes, tales como supermercados y almacenes, han duplicado su importancia en la aplicación.
- Uber lanzó "Uber Shopping" para que comercios medianos y grandes se puedan contactar con los conductores para que lleven productos a los clientes, mientras que en estos días, partió "Uber Flash", para que cualquier usuario envíe artículos.
- Productores apuntan directamente a sus consumidores, estableciendo métodos de venta directa con despacho, evitando intermediarios.
- Stella Artois lanzó campaña "Apoya a un restaurante", mediante una compra colaborativa entre clientes y la marca de cerveza para entregar liquidez a restaurante y bares.

3 OPORTUNIDADES

- Restaurantes de imagen, que nunca habían trabajado con delivery están incursionando en este método. Existe oportunidad para capitalizar con los vinos.
- Catas virtuales estrechan su relación con la venta. Viñas ofrecen productos con despacho para luego ser degustados con la orientación de un experto a través de videoconferencias.
- Contenidos multimedia: podcasts, live streams, son plataformas relevantes para comunicar en torno al vino.
- Venta online con despacho, parecía ser una ventaja, hoy es norma.

4 QUÉ VIENE

- "Nueva normalidad". Según la estimación del gobierno, debemos estar preparados para vivir con el Coronavirus y sus efectos por un período estimado de hasta 2 años.
- Crisis económica: el Presidente Piñera anunció que "El Fondo Monetario Internacional, la OECD y casi todos los analistas del mundo están anticipando que este año la economía mundial tendrá su peor recesión desde la gran crisis del año 29, lo que afectará duramente las economías de Estados Unidos, Europa, China, América Latina y también la de Chile".
- La amenaza del coronavirus está cambiando la forma de consumo de los chilenos. La venta online y los despachos, que eran opcionales, hoy son esenciales para el negocio.
- La reapertura de centros comerciales es incierta. Si bien el gobierno está dando luz verde, muchos negocios están reacios a la medida.
- La crisis económica ya empieza a mostrar su dimensión, esperándose una recesión global sin precedentes en el mundo globalizado.

BRASIL

21 de abril 2020

1 LO QUE ESTÁ PASANDO

- A la fecha se reportan 39.144 casos de contagio, un incremento de un 40% en la última semana. Hay un total de 2.484 fallecidos y se registran 22.130 recuperados.
- Las autoridades brasileñas informaron 2.917 contagios en las últimas 24 horas, por lo que es el país más afectado de América Latina.
- El estado de Sao Paulo es donde se concentra el contagio y donde han ocurrido el 42% de las muertes registradas en el país.
- El tipo de cambio se estabiliza en el peak: 5,3 Reales por dólar, desde hace dos semanas.

2 TENDENCIAS

- Grand Cru, el mayor distribuidor de vinos en Brasil realiza despidos y apuesta por la venta online para enfrentar la crisis de Coronavirus.
- El consumo se traslada a productos de menor precio. Los canales HORECA son principales compradores de etiquetas importadas y están cerrados.
- Compra online de vino aumenta durante la cuarentena: en marzo las ventas online han tenido un aumento del 50%.
- Los brasileiros están optando por la venta online cada vez más. Según Ari Gorenstein, de Evino, la compañía registró un aumento del 72% de nuevos clientes.
- Zé Delivery, Empório y Semper em Casa, los canales de entrega de bebidas de Ambev, también registraron un aumento en la demanda, pero la compañía afirma que el aumento en los pedidos por Internet no compensa la caída en las ventas debido al cierre del on trade.

3 OPORTUNIDADES

- Las mayores oportunidades serán para vinos con buena relación precio calidad debido a la recesión económica. Los vinos chilenos debieran verse beneficiados versus otros importados.
- La eliminación de intermediarios permitiría llegar a las góndolas de manera más competitiva en categorías de hasta R \$ 50.
- E-commerce: oportunidad de vender packs y generar contenidos en conjunto.
- Delivery: es importante asumir el cambio de paradigma en la compra de vinos premium. Los despachos a domicilio serán esenciales en los meses que están por venir.

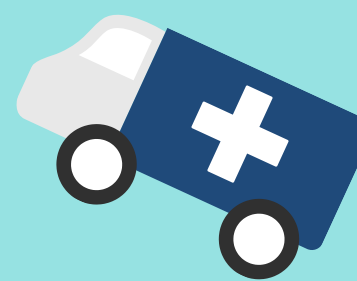
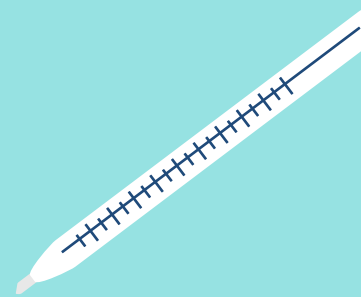
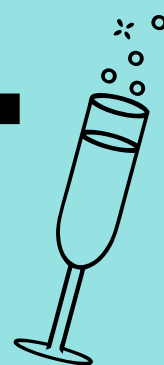
4 QUÉ VIENE...

- El presidente de Brasil, Jair Bolsonaro, afirmó el lunes 20 de abril que espera que las medidas de aislamiento decididas por varios gobernadores para evitar la propagación del Covid-19 sean levantadas esta semana, pese a que la pandemia, según el ministerio de Salud, se encamina hacia su peak en el país.
- Las proyecciones oficiales estiman además que la curva ascendente de contagios llegará a su tope entre mayo y junio.
- El volumen de vino importado debería estar comenzando a reducirse por la tasa de dólar e incertidumbre: los importadores están reduciendo los inventarios existentes.

• **Brasil es el país más afectado por el Coronavirus en Sudamérica. Si bien las ventas de vino se han trasladado del trade al canal online, el volumen no compensa la caída por el cierre de locales.**

• **Los vinos chilenos tienen una buena oportunidad de fortalecer su posición como líderes de mercado: su relación precio calidad les permite sobrellevar la crisis mejor que los productos importados desde Europa y Argentina.**

• **A pesar de que el Presidente quiere levantar la cuarentena durante esta semana, se espera que los contagios lleguen al peak entre mayo y junio.**



CHINA

21 de abril 2020

1 LO QUE ESTÁ PASANDO

- En este momento, el número total de infectados es de 84.278 casos, los casos actualmente activos son de 1.621, muertos totales ascienden a 4.642 y el número total de pacientes recuperados es de 78.015 casos.
- Las principales industrias tuvieron una tasa promedio de reanudación del trabajo del 99% y el 94% de los empleados han regresado al trabajo.
- El índice de Producción industrial de valor agregado de China en marzo bajó solo un 1,1 por ciento interanual, con niveles cercanos a normales, mientras que en el primer trimestre cayó un 8,4%.
- Las ventas retail se vieron menos afectadas y anotaron una disminución de un 15,8% en marzo, versus la caída del 20,5% registrada en el período enero-febrero.
- La venta de productos importados disminuyó solo un 0,8% interanual en marzo en comparación con un descenso promedio del 9,5% en enero y febrero.

2 TENDENCIAS

- Menos importadores: durante los últimos 3 años, ha habido una disminución constante de importadores de vino. Durante la primera mitad del año 2019, el número total de importadores disminuyó un 34% año contra año. En el período enero-febrero 2020, vemos una disminución de un 25% de importadores de vino francés. (Fuente: China Customs Data)
- El Consejo de Estado de China emitió una notificación sobre la prevención y el control de la situación epidémica causada por Covid-19, que requiere que grandes reuniones como correr maratones, actividades religiosas, y todo tipo de exposiciones no se realicen por el momento.

3 OPORTUNIDADES

- T-Mall (E-commerce perteneciente al grupo Alibaba): en el período enero-marzo, el número de consumidores interesados en productos importados aumentó un 52% y el número de marcas internacionales enlistadas ha aumentado un 327% este año.

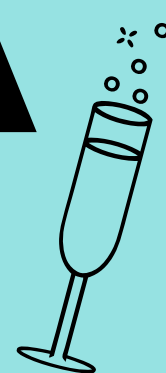
4 QUÉ VIENE

- Especialistas esperan que la economía de China se expanda solo un 1,8% en 2020, por debajo de la proyección anterior de 4,1% (2019: 6,1%).
- La feria CFDF Chengdú -inicialmente re agendada para Mayo de este año- ha sido pospuesta para una nueva fecha a ser anunciada. CFDF todos los años realiza la feria en Chengdú (Marzo) y otra feria en Septiembre-Octubre en ciudad por definir. Estimamos que la organización puede decidir hacer ambas versiones juntas este año.

• Si bien el país está volviendo rápido a la normalidad, hay ciertos factores que están afectando directamente el mundo del vino: ocasión de consumo y prohibición de reuniones masivas.

- El primer factor es sin duda el mayor inhibidor de demanda que vemos hoy en día.
- Por otro lado, la prohibición de reuniones masivas no ha permitido que los eventos de promoción de vino se lleven a cabo.

• Dado lo anterior es que más que nunca hay que ser innovadores y buscar nuevos canales para promoción y venta.



USA

21 de abril 2020



1

LO QUE ESTÁ PASANDO

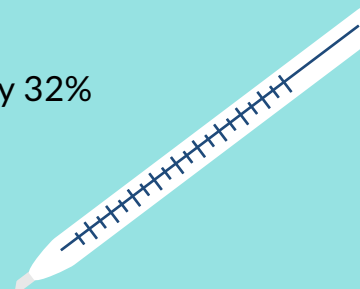
- Las bodegas se han centrado en desarrollar estrategias marketing digital en el corto plazo, para poder sortear las oportunidades de la venta online. Principales tácticas:
 - Ganar ventas de clientes con alta intención de compra, a través de publicidad pagada y marketing digital.
 - Creación de segmentación de consumidores, para maximizar los ingresos por cada correo electrónico enviado.
 - Relaciones públicas para que los medios sepan lo que se está haciendo, adaptando el servicio a sus clientes durante el período Covid-19.
 - Marketing de contenido para mejorar su SEO (website traffic a través de Google), búsquedas relevantes de ventas.
- Google recientemente cambió su algoritmo para priorizar los sitios web amigables con los Smartphone. Considerando que muchos consumidores están pasando muchas horas durante la cuarentena en sus celulares. Es imperativo asegurar que la experiencia del usuario sea la mejor para así asegurar un buen retorno.



2

TENDENCIAS

- A la fecha la ventas totales off-premise de alcohol han subido un 25%, de acuerdo a Nielsen. Los aumentos exponenciales que vimos en las semanas de marzo, se han calmado (+4% la primera semana de abril).
- Spirits y el vino continúan liderando, con un aumento del 33% y 32% respectivamente.
- Las ventas de alcohol en el comercio electrónico continúan disparándose, +441% (semana que termina el 4/4/2020).
- En las últimas cinco semanas (desde el 7/3/20 hasta el 4/4/20), comportamiento de los consumidores ha sido el siguiente: Cerveza/FMB/cider: +20%, Cerveza, específicamente: +13.2%, Vino: +32%, Spirits: +33.2%.
- Premiumización, en la semana que terminó el 4 de abril, los precios promedio de venta superaron los niveles del 2019. +3% para la cerveza/FMB/Sidra, +2% para el vino y +1% spirits. Esto es algo que seguiremos observando junto con las consecuencias económicas de Covid-19.



3

OPORTUNIDADES

- Durante marzo, la interacción de las marcas de alcohol con social media aumentó un 327%. Consumidores se asocian más con las marcas que muestran un compromiso social (Sustentabilidad).
- Plan de marketing digital de corto plazo, los costos de social media son menores a los medios tradicionales. Conectar con los consumidores, cambiar el tipo de segmentación tradicional demográfica y precio Fob. Según estudios de Harvard en recesiones pasadas, las marcas que tuvieron éxito son las que conectaron y empatizaron con consumidores, y además analizaron los patrones de consumo para afinar sus estrategias.



4

QUÉ VIENE...

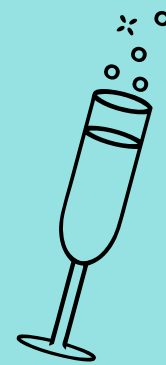
- Aunque muchos distribuidores han tenido un buen comienzo de abril, se espera que la venta de alcoholes en este mes baje a un dígito. Se especula que el consumidor está ajustando su comportamiento, en marzo era novedad beber mientras se estaba en casa, ahora sus preocupaciones han cambiado, tales como la seguridad laboral, y salud.





UK

21 de abril 2020



1

LO QUE ESTÁ PASANDO

- A la fecha se reportan 124.743 casos de contagio. Hay un total de 16.509 fallecidos.
- Economistas y analistas predicen una caída del 15% en el PIB.

2

TENDENCIAS

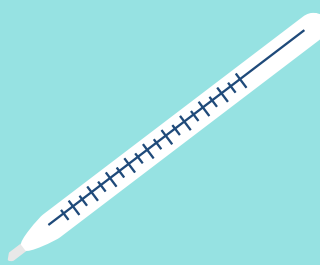
- Las ventas en restaurantes, pubs y bares se desplomaron casi un 60% en marzo a medida que el Reino Unido entró en lockdown.
- En el off trade, el valor total de las ventas de BWS aumentó un 24% la semana del 30 Marzo, lo que indica una segunda ola de abastecimiento por parte de los consumidores. Lideran este crecimiento la cerveza (40%), sidra (34%) y el vino (26%).
- Importante destacar que el sector "Impulse" (tiendas por conveniencia locales) fue el principal responsable de este crecimiento principalmente por una inclinación de los consumidores a comprar en estas tiendas más pequeñas y evitar los grandes supermercados.
- Las ventas en línea continúan con un crecimiento positivo, a pesar de que los tiempos de entrega pueden llegar a dos semanas a partir de la fecha de pedido.



3

OPORTUNIDADES

- Las mayores oportunidades serán para vinos con buena relación precio calidad debido a la recesión económica. Los vinos chilenos debieran verse beneficiados versus otros importados.
- Oportunidades se observan de países que tienen paralizadas sus exportaciones de vino por Covid-19 (Sudáfrica) o que han experimentado una caída en sus exportaciones a Reino Unido (Australia ha caído un 10% en valor y 9% en volumen).
- El Drinks Business está ofreciendo un acceso gratuito a su tres próximas publicaciones a través [de este link](#).



4

QUÉ VIENE

- Las autoridades británicas confirmaron el 16 de abril que mantendrán el lockdown por 3 semanas más para evitar un segundo peak. Se hará una nueva revisión el 7 de Mayo.
- El gobierno piensa que una vez que el país salga de la cuarentena, el último sector que reabrirá será el de los pubs.



- Las ventas de alcohol en el off trade continúan con tendencia positiva. Los consumidores están trasladando la experiencia del pub a la casa.
- El consumidor está optando por comprar en tiendas de conveniencia para sus compras de alcohol, evitando la compra en grandes supermercados.
- Canales digitales están muy activos tanto para compras como para desarrollo de contenidos.

