

CHILE

28 de abril 2020

1 LO QUE ESTÁ PASANDO

- Chile registra 14.365 casos de contagio de Coronavirus, con 207 fallecidos y 6.448 casos activos.
- El Presidente Piñera anunció el “Plan Retorno Seguro”. Al igual que en la estrategia de cuarentenas, el retorno sería por sectores, ya sea a nivel regional o comunal. Los funcionarios públicos son quienes darán el puntapié inicial y el comercio se prepara para abrir sus puertas.
- Según la última encuesta Cadem, 53% asegura que debe ser prioridad “hacer que las personas vuelvan al trabajo”, seguido de lejos por la “reapertura de colegios y universidades” (17%), “pequeñas reuniones” (11%), “reapertura de tiendas, malls y centros comerciales” (8%), “reapertura de restaurantes y cafés” (3%), y “grandes reuniones y eventos deportivos, culturales (1%)”.

2 TENDENCIAS

- Según el informe “Situación del Retail en Chile”, de la Cámara de Comercio de Santiago, el 88% de las personas declara haber restringido sus compras producto de la pandemia. El 97% declara haber reducido su gasto en Gastronomía.
- Según Transbank, la variación de las ventas en el último año móvil se ha incrementado un 52% en el E-commerce, mientras ha caído un 18% en las tiendas. Las ventas online que representaban un 4% del total del comercio hoy representan un 15%.

3 OPORTUNIDADES

- Algunas viñas empiezan a solidarizar con el On Trade, mediante campaña de donaciones de la recaudación de su tienda virtual.
- Catas virtuales estrechan su relación con la venta. Viñas ofrecen productos con despacho para luego ser degustadas con la orientación de un experto a través de videoconferencias.
- Contenidos multimedia: podcasts, live streams, son plataformas relevantes para comunicar en torno al vino.

4 QUÉ VIENE

- Cambios de hábito. Las personas están descubriendo una nueva forma de comprar sus productos, sin acudir a las tiendas. Muchas personas que acostumbraban comprar sus vinos en el retail, hoy lo hacen en el canal digital. La venta online y los despachos que eran opcionales, hoy son esenciales para el negocio.
- La venta directa, cortando intermediarios toma fuerza y puede ser una buena oportunidad para las marcas con menor margen.
- Adaptarse a los cambios y las necesidades del mercado es imperativo. El canal digital, la publicidad online, el E-commerce, y los contenidos multimedia en sitios web y RRSS que solían ser opcionales para el rubro, hoy son esenciales para llegar al consumidor.

BRASIL

28 de abril 2020

1 LO QUE ESTÁ PASANDO

- A la fecha se reportan 63.584 casos de contagio, con un incremento de un 45% en la última semana. Hay un total de 4.300 fallecidos y se registran 30.152 recuperados.
- Las autoridades brasileñas informaron 189 muertes en las últimas 24 horas, por lo que la situación se mantiene dramática.
- El estado de Sao Paulo continúa concentrando la mayor parte de los contagiados, con el 30% de los casos.
- El tipo de cambio retoma su carrera al alza, alcanzando un nuevo récord de 5,59 Reales por Dólar. En los últimos siete días, el Dólar anota una subida del 5,13%. Desde hace un año acumula un ascenso del 40,64%.

2 TENDENCIAS

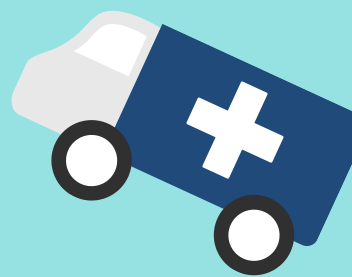
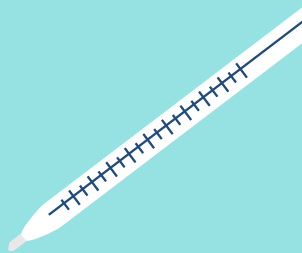
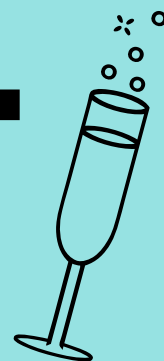
- Producto de la crisis económica y la devaluación del Real, la clase media se ve afectada y el consumo se traslada a productos de menor precio, afectando a las etiquetas importadas más caras.
- Según Evino, hay una leve tendencia hacia los productos más baratos. El valor por botella cayó durante el último mes en un 2%.
- Los canales HORECA, principales compradores de etiquetas importadas, se mantienen cerrados.
- Grand Cru, el mayor distribuidor de vinos en Brasil, realiza despidos en sus tiendas y se adapta a los tiempos que corren, apuesta por la venta online para enfrentar la crisis de Coronavirus.

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.
- Escuelas de vino comienzan a realizar clases online, enviando los productos momentos antes de que se realicen las catas.
- 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...

- Las ventas online seguirán tomando cada vez más protagonismo para el rubro. Según proyecciones de Evino, el consumidor de vinos brasilero no dejará de tomar vino por la pandemia.
- Fuertes cuestionamientos al presidente Bolsonaro tienen el escenario político en Brasil muy agitado. Ex ministros de Salud de Brasil denuncian al presidente ante la ONU por su actuación frente al coronavirus.
- El tipo de cambio parece no tener freno: el Real continúa devaluándose frente al Dólar, lo que impactará a todas las importaciones y al vino chileno.



CHINA

28 de abril 2020

1 LO QUE ESTÁ PASANDO

- A la fecha, el total de infectados es de 84.341 personas. Los casos actualmente infectados son de 1.140; el total de fallecidos asciende a 4.643 y el total de pacientes recuperados es de 78.558 casos. Casos importados son de 1.636 y casos sin síntomas son de 974.
- Colegios: 31 provincias en China ya comenzaron las clases en medio de grandes medidas de seguridad, con mascarillas y controles de temperatura. Las universidades han retomado las clases gradualmente durante abril y durante el mes de mayo, con resguardos para garantizar la seguridad sanitaria de los profesores y estudiantes. Los estudiantes extranjeros seguirán con clases en línea por el momento.
- Según la Oficina Nacional de Estadísticas, hasta el 15 de abril, alrededor del 84% de las pequeñas y medianas empresas -las más sensibles a una demanda de consumo más débil-, han reanudado sus trabajos.

2 TENDENCIAS

- Tiempo que destinan los usuarios en línea durante el mes de marzo 2020 aumentó un 12% en comparación de marzo de 2019 (5 horas en marzo de 2018, 5.6 horas en marzo de 2019 y 7.2 horas en marzo de 2020).
- La cantidad de entregas vía delivery ha excedido los 200 millones de despachos diarios y básicamente ha recuperado los niveles previos a la epidemia.
- Una de las industrias que se ha visto más afectada es la de catering. De enero a febrero, los ingresos totales de industria fueron de 419,4 mil millones de Dólares, una disminución interanual del 43,1%.
- Según una encuesta masiva realizada por McKinsey & Co., la mayoría de las marcas de consumo enfrentaron dificultades durante la crisis, en medio de una disminución generalizada de la demanda, particularmente en categorías discrecionales. La encuesta muestra que alrededor del 30% de los consumidores compra menos alcohol.

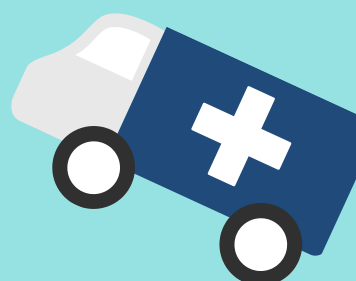
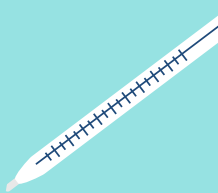
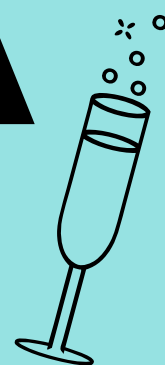
3 OPORTUNIDADES

- La producción nacional de vino doméstico en China ha alcanzado los 580,000 hectolitros en el Q1 (enero-marzo), lo que ha significado una caída del 40.8% en comparación con el mismo período del año pasado.

4 QUÉ VIENE

- Mao Shengyong, portavoz de la Oficina Nacional de Estadística, dijo que se espera que la economía tenga un mejor desempeño en el segundo trimestre con la reanudación acelerada del trabajo y la producción y la implementación de medidas políticas más fuertes.

- La economía china ha visto los últimos días un rápido repunte en sus diferentes industrias claves. El E-Commerce sigue siendo una buena oportunidad de negocios, pero para vinos de menor valor. Si bien el vino no es considerado un producto que tenga una alta frecuencia de consumo, la demanda debería retomar un alza considerando que la vida de las personas está volviendo a la normalidad y con esto las diferentes ocasiones de consumo en que se consume gran parte del volumen exportado.



USA

28 de abril 2020



1

LO QUE ESTÁ PASANDO

- Se espera que el gobierno continúe enviando directrices de social distancing durante los próximos meses.
- El presidente Trump planea firmar un paquete de ayuda de US\$ 484.000 millones, en apoyo de los diferentes estados.
- Después de semanas de cierre, USA está empezando a abrir lenta y cautelosamente. Oklahoma, Georgia y Alaska son los estados que dieron el primer paso.
- El presidente Trump ordenó posponer la tramitación de las visas de residencia (Green Cards) por los próximos 60 días.



2

TENDENCIAS

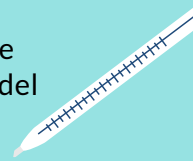
- Las ventas totales off-premise de alcohol han subido un 27,2% (semana 4/11/2020), de acuerdo a Nielsen.
- El vino lidera con una tasa de crecimiento de 36,5% (+5,2% con respecto a la semana anterior), seguido las bebidas denominadas spirits con un +32,4% (-1% con respecto a la semana anterior).
- Las ventas de alcohol en el comercio electrónico continúan siendo altas, + 387% (semana del 4/11/2020).
- En las últimas seis semanas (desde el 7/3/20 hasta el 11/4/20), se ha apreciado un cambio positivo en el comportamiento de los consumidores de vino en el canal de venta off-premise, aumentado el consumo en un +32% en valor.



3

OPORTUNIDADES

- Basándose en una serie de estudios de teoría y práctica de marketing, Wine Intelligence propone enfocarse en cinco áreas claves, para comercializar el vino durante y después del Covid-19:
 - Continuar con el gasto de marketing.
 - Concentrarse en las marcas principales. TWR anunció una reestructuración para acelerar su estrategia de premunización, enfoque de separación de portafolios de lujo versus los comerciales, a nivel mundial.
 - Dar agilidad a la innovación, para ofrecer a los consumidores lo que necesitan. Colaboración con competidores para buscar nuevas oportunidades.
 - Evitar los descuentos promocionales, si se fijan precios bajos, puede generar problemas en el largo plazo.
 - Pensar en jugar de local, focalizarse en aquellos mercados y consumidores, que ya están consolidados y comprometidos con la marca.
- Por otra parte,
 - Del 62% de los consumidores que compraron comida para llevar online en las últimas dos semanas, sólo el 9% incluyeron el alcohol en su compra. Representa un desafío encontrar las oportunidades de llegar a esos consumidores.
 - De acuerdo a ABC News, Australia está en riesgo de perder un tercio de sus bodegas, producto de la pandemia. Sudáfrica tiene detenida las exportaciones de vino, al NO contar con el permiso gubernamental, por no ser un producto esencial. Europa informa que sus exportaciones han caído desde enero 2020. Según la Federación Francesa de Exportadores de Vino y Licores (FEVS), desde que se impusieron los aranceles, las exportaciones de vino francés a los EE.UU. han caído un 33%.



4

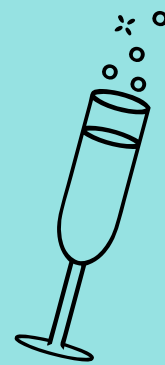
QUÉ VIENE...

- Todavía es demasiado pronto para determinar si los consumidores continuarán comprando alcohol online a las tasas que hemos venido observando desde marzo. Pero tal patrón de consumo da luces de que esta crisis cambiará en forma permanente el panorama del comercio electrónico de alcohol en USA.
- Razones que sustentan el cambio:
 - **Terapia de exposición.** Según encuestas, un tercio de los consumidores online no sabía que podía comprar alcohol a través de E-commerce. Superada la barrera de crear una cuenta y hacer su primera compra, se espera que continúe en esta tendencia.
 - **Se cierra una puerta y se abre una ventana.** Los canales de venta tradicionales están en descenso, pero los online en su mayor auge. Una tienda de licores en New Jersey, Gary's Wine and Marketplace, se adaptó rápidamente a la pandemia, cerrando sus cuatro tiendas, para lanzar un sitio web de comercio electrónico.
 - **Cambios legislativos a largo plazo.** El cierre de restaurantes en todo el territorio americano ha llevado a que los distintos estados hayan flexibilizado sus regulaciones. Quedando al descubierto que estas regulaciones deben ser revisadas, para disminuir las barreras, que sin duda tienen un impacto negativo en las ventas de alcohol online.
 - **Invertir hoy, pensando en el futuro.** Se espera que el cambio hacia el comercio electrónico sea sostenido, las ganancias en este canal dependerán de las inversiones que se hagan, las cuales tendrán un impacto duradero.



UK

28 de abril 2020

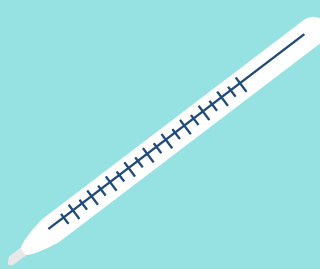


1 LO QUE ESTÁ PASANDO

- A la fecha se reportan 152.840 casos de contagio. Hay un total de 20.753 fallecidos.
- Si bien la tasa de mortalidad están disminuyendo gradualmente, el Reino Unido permanecerá con lockdown durante al menos dos semanas más.

2 TENDENCIAS

- Las ventas de alcohol en Reino Unido aumentaron un 31,4% en términos de volumen en marzo, muy por delante de las ventas totales de supermercados, que aumentó 10,3% durante el mes, según la Oficina de Estadísticas Nacionales (ONS). En términos de valor, las ventas de alcohol aumentaron un 32,6% en comparación con el crecimiento general de las ventas de supermercados del 10,2%.
- Las compras online, como proporción de la venta retail, alcanzó un récord de 22% reflejando el mayor interés por consumir productos a través de esta vía.
- El crecimiento de las ventas de alcohol significa que se han gastado £200 millones adicionales en bebidas, llevando el total mensual a £1.1 billones. El vino ha sido la bebida más popular según una investigación realizada por CGA para The Wine and Spirit Trade Association.
- Las actividades online como los tastings y actividades educativas, han aumentado considerablemente. London Club 67 Pall Mall tiene durante lo que queda de Abril y Mayo tastings y masterclasses en línea cada noche.



3 OPORTUNIDADES

- El vino ha sido durante esta crisis, la bebida más popular según una investigación realizada por CGA para la Wine and Spirit Association. Los consumidores actuales son más jóvenes y principalmente hombres, que de acuerdo a los investigadores, es un perfil diferente al consumidor tradicional. "Este interés en el vino puede trasladarse luego de la crisis a los restaurantes y pubs, a través de consumidores hombres más jóvenes, urbanizados y con mayor conocimiento en vino", dijo Mark Newton, gerente senior de desarrollo de la categoría de vinos en CGA.



4 QUÉ VIENE

- El gobierno del Reino Unido aún no ha publicado su estrategia para volver a la normalidad. Sin embargo, ha confirmado que los restaurantes y pubs serán los últimos en reabrir sus negocios. Se espera que podrían permanecer cerrados hasta Septiembre.



- Los consumidores británicos han seguido bebiendo vino durante la crisis, ayudados por el buen clima, Abril ha sido soleado y cálido.

