La pandemia deja un sabor amargo para la industria del vino en A. L.

Existe un impacto significativo del Covid-19 en las ventas globales de vino, las cuales han caído 14,2% en los países de Latinoamérica. Gran parte de las consecuencias para el sector se han dado por las restricciones aplicadas al segmento de hoteles, restaurantes y catering, señaló el **Strategic Research Center** de **EAE Business School**.

«El consumo de bebidas alcohólicas ha caído un 12% por la **pandemia**, aunque se espera una recuperación, por lo menos de forma temporal, por el deseo de celebración que auguran tantos meses de encierro y limitación de los encuentros sociales», señaló **Gloria Vallés**, **Autora del Informe y Docente de EAE Business School**.

«Esta primera posible euforia no será sostenible en el tiempo, por lo que el sector del vino tendrá que acelerar la toma de decisiones y el diseño de nuevas estrategias para poder recuperarse y trazar un futuro para las próximas generaciones”, comentó **Vallés**.

- ▶ Día de la Madre: Importación de cuatro regalos aumentó en marzo
- ▶ Día de la Madre: ¿Qué regalarle en esta fecha especial?
- ▶ Nuevas tendencias de regalo para mamá

Transformación

En ese orden de ideas, las bodegas han acumulado *stocks* de vinos no vendidos durante el año pasado y -solamente- las que estaban bien posicionadas en los mercados de exportación han podido salvar, en cierto modo, la crisis. Ahora, no todo son malas noticias: la industria caracterizada por haber estado arraigada a sus tradiciones, demostró un poder de adaptación al cambio, por lo que se ha visto en esta tormenta una oportunidad para transformarse.

La digitalización de las estrategias de marketing y ventas se han vuelto esencial para la supervivencia, y las empresas que lo han aplicado han podido aprovechar en gran parte el aumento del consumo online de vino.

América Latina cuenta con el quinto productor mundial, Argentina, y es también mercado para vinos internacionales que se importan al continente, siendo México el principal país de destino para los vinos españoles en la región.

Productores

Entre los principales productores se encuentran Argentina (13,0 mhl), Chile (12,0 mhl) y Brasil (2,0 mhl), seguido de

lejos por Perú. El volumen global de la producción en el continente en el 2019 fue menor que el año anterior, especialmente en Brasil (-34%).

El consumo per cápita es también mayor en los países de América Latina que son productores: 22 litros en Argentina, 14 en Chile y 1,5 en Perú, según datos de Statista del 2017.

Asimismo, en México se vendieron 123 millones de litros en el 2019, en Colombia 39 millones de litros en el 2019 (un 3% más que el año anterior), en Ecuador 15 millones de litros, en Costa Rica 10 (8 de los cuales de vino tinto) y en República Dominicana 8 millones de litros, con un crecimiento más marcado de los vinos espumosos en este último país y de la venta de vinos rosados en Ecuador (+20%).

El incremento de ventas en Colombia ha llevado a una reducción de la oferta, especialmente en los segmentos premium, lo que ha empujado a los consumidores a buscar marcas más económicas en el canal off-trade. El consumo de espumosos se ha visto beneficiado por nuevas ocasiones de consumo, en el 2019 se han consumido 5 millones de litros con un crecimiento del 12%.

Líder

En Argentina, previo al Covid-19, el mercado mostró una ligera recuperación después de un período muy complicado entre el 2016 y 2017 debido a las condiciones climáticas y a la devaluación del peso argentino. En el 2018 el 'boom' de la

cerveza artesanal afectó el consumo de vino, especialmente en restaurantes y bares, si bien en el 2019 gracias al *off-trade* se pudo recuperar.

La caída esperada en ventas debido a la crisis de la pandemia es del 33%, a pesar de que el *off-trade* solamente ha decrecido un 1% debido al cierre del canal *on-trade* y el consumo en el hogar. La previsión de recuperación es para el 2022, con crecimientos considerables liderados por la categoría de vinos espumosos, una tendencia que ya estaba presente pre-Covid19.

Por su parte Chile tuvo una disminución de 2% de las ventas en el 2019, hasta llegar a los 260 millones de litros, si bien la tendencia a consumir marcas premium añadió dinamismo a un mercado en el que el vino rosado fue el de mayor crecimiento (9%), la madurez del mismo y la estabilización de la pirámide demográfica representa un reto para el crecimiento de las ventas en el país.

La mayoría de jugadores han optado por el valor por encima del volumen, y los consumidores efectivamente quieren más calidad, pero no están dispuestos a pagarla debido a las dificultades económicas.

Mercado brasileño

En cuanto a Brasil, tercer país productor de vinos en América Latina, el crecimiento del mercado ha sido sostenido en los últimos años hasta llegar a los 330 millones de litros

vendidos en el 2019.

El cambio de divisa favorece la competitividad de los vinos brasileños, así como otras medidas donde se destacan la revisión iniciada en el 2018 de los procedimientos y prescripciones que rigen la certificación para la exportación e importación de bebidas, productos obtenidos por fermentación acética, vinos y productos derivados del vino y la uva.

En Brasil, los nuevos formatos como el vino espumoso en lata están llegando a los públicos más jóvenes (menores de 35 años) y la moda del *cocktail Aperol Spritz* está ayudando al aumento de la demanda de espumosos.

México donde la cerveza es la bebida alcohólica más popular, seguida del tequila y el whiskey, el vino compite por compartir ocasiones de consumo, ya que los mexicanos lo seleccionan -junto a la cerveza- indistintamente para consumo diario por considerarlas alternativas menos alcohólicas que los otros licores.

El mercado del vino ha crecido de forma regular desde el 2013 llegando a US\$ 1.655,9 millones en el 2017, especialmente a un mayor interés y educación en vinos de los consumidores, además del aumento propio mercado de producción local.

En volumen, las ventas en México en el 2019 fueron de 123 millones de litros según Euromonitor, siendo el vino espumoso la categoría que ha experimentado mayor crecimiento (5%). España es el primer proveedor de vinos importados a México

(US\$ 80,2 millones) seguido de Chile (US\$ 48,8) y Francia (US\$ 47,5). Los vinos mexicanos en cambio se exportan principalmente a Estados Unidos (US\$ 2,74 millones) y Japón (US\$ 1,31).