

El sector vitivinícola ante el cambio de escenario global

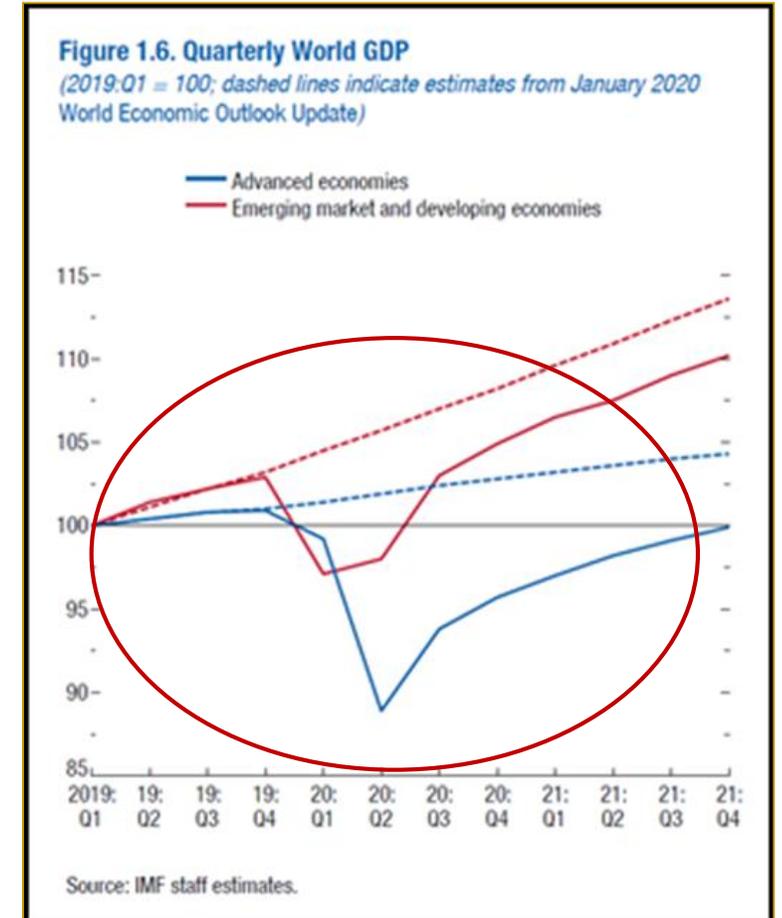
Elaborado por Javier Merino

Agosto 2020

La incertidumbre marca el ritmo de la economía mundial

	Año vs. Año Anterior			
	2018	2019	2020	2021
PBI Mundial	3,6	2,9	-4,9	5,4
Economías avanzadas	2,2	1,7	-8,0	4,8
Estados Unidos	2,9	2,3	-8,0	4,5
Zona del Euro	1,9	1,2	-10,2	6,0
Japón	0,3	0,7	-5,8	2,4
Reino Unido	1,3	1,4	-10,2	6,3
Canadá	2,0	1,6	-8,4	4,9
Otras avanzadas	2,6	1,7	-4,8	4,2
Economías emergentes	4,5	3,7	-3,0	5,9
China	6,7	6,1	1,0	8,2
Rusia	2,5	1,3	-6,6	4,1
Brasil	1,3	1,1	-9,1	3,6
México	2,1	-0,1	-10,5	3,3
Importaciones	3,8	0,9	-11,9	8,0
Avanzadas	3,3	1,5	-13,4	7,2
Emergentes	5,1	-0,8	-9,4	9,4

**Pronósticos FMI
JUNIO 2020
EL MUNDO SE
CONTRAE**



¿¿¿¿Gran incertidumbre mundial???

Brexit
Europa
Nuevo Mundo

Las guerras de
Trump

Rusia y su
nueva ley de
vinos

La pandemia del
Coronavirus

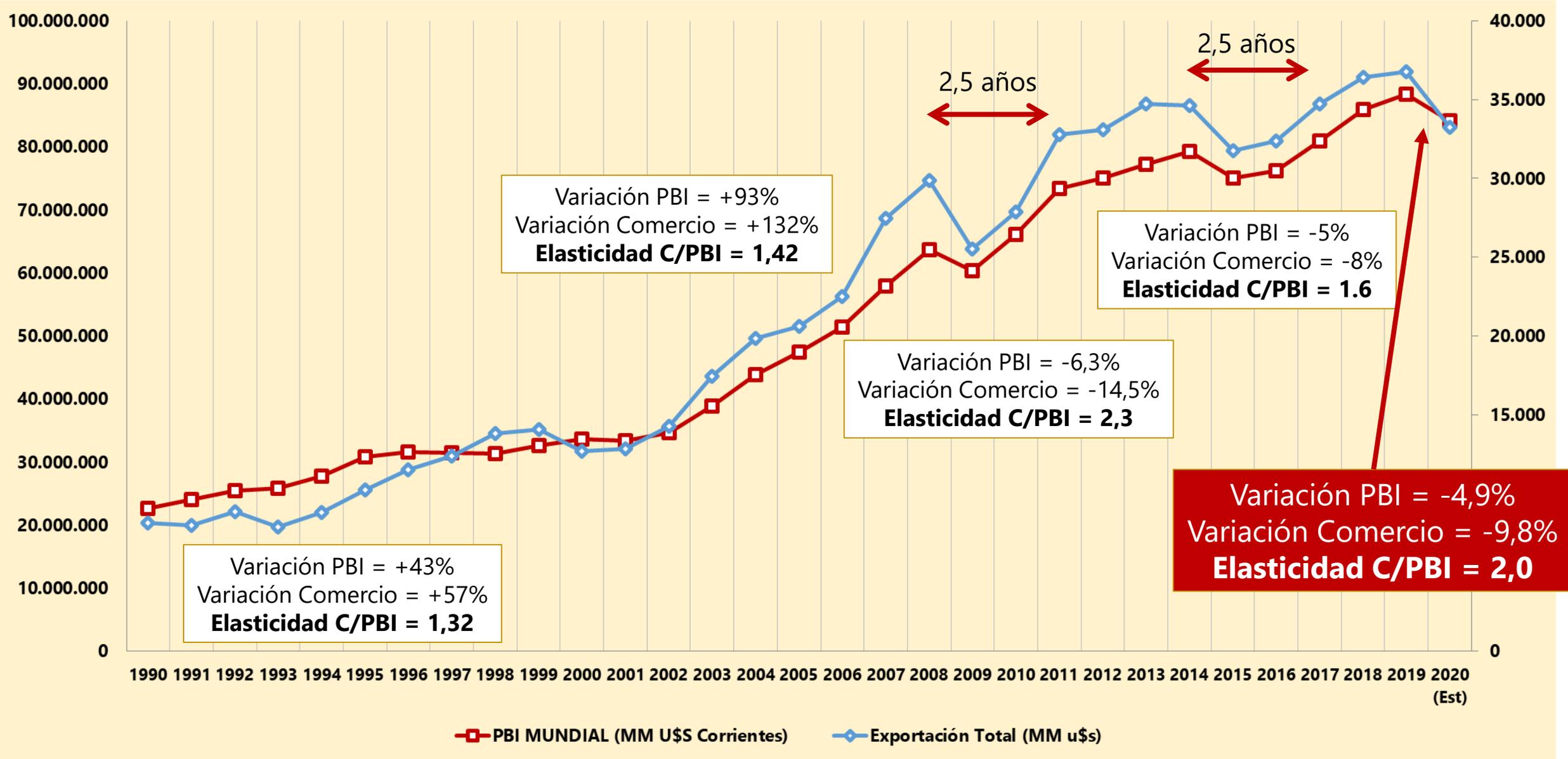
PRIMER TRIMESTRE 2020 DEL
COMERCIO MUNDIAL DE VINO

-2,7% en volumen
-4,9% en valor
-2,3% de caída de precios

Comercio mundial de vino (MM U\$S) vs. PBI Mundial (BB U\$S Corrientes)

Fuente: Area del Vino con datos de Banco Mundial, FMI y CIC

UNA HISTORIA CONOCIDA



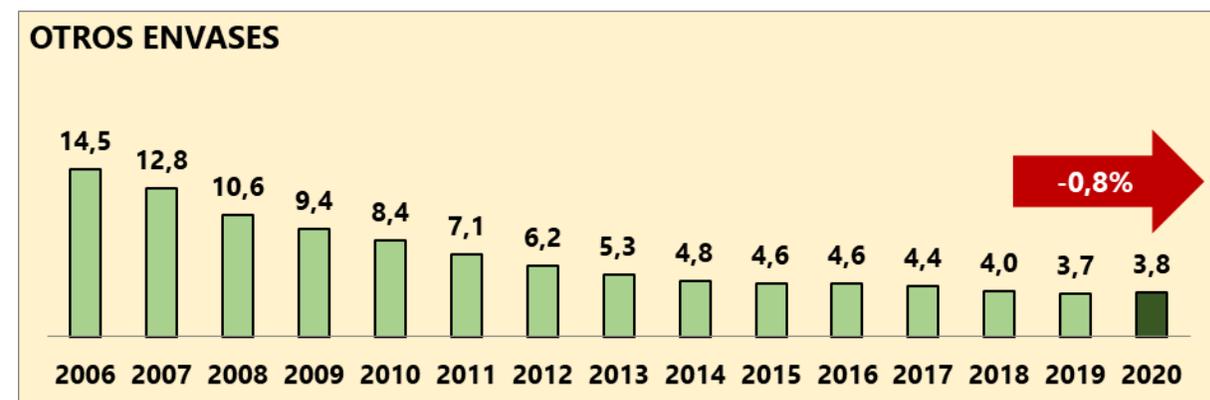
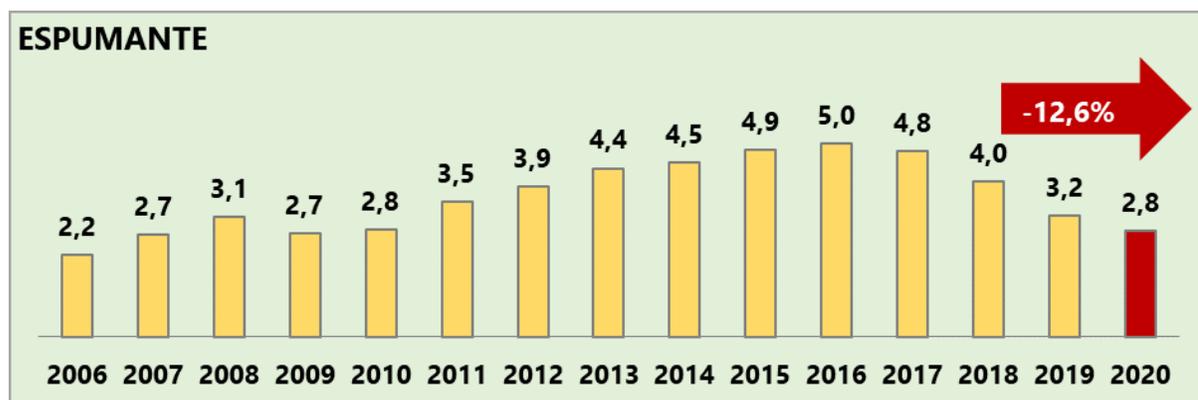
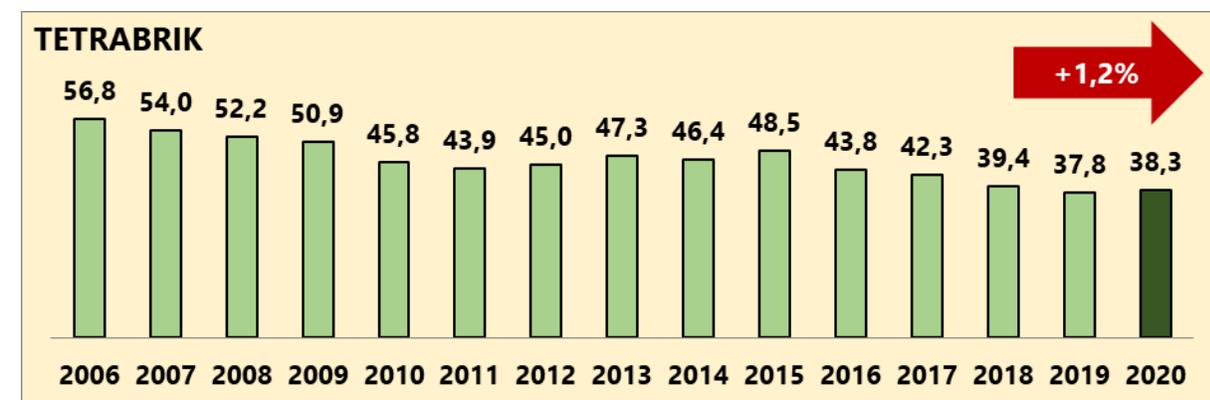
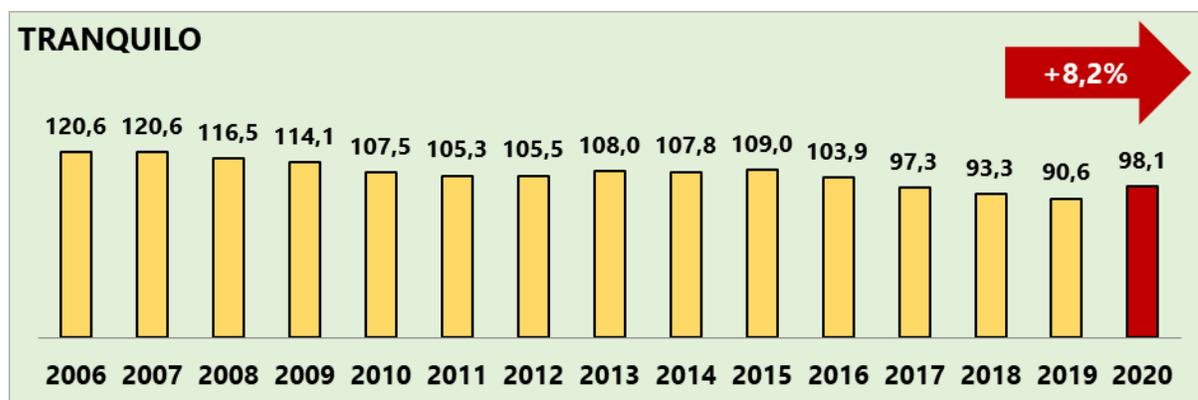
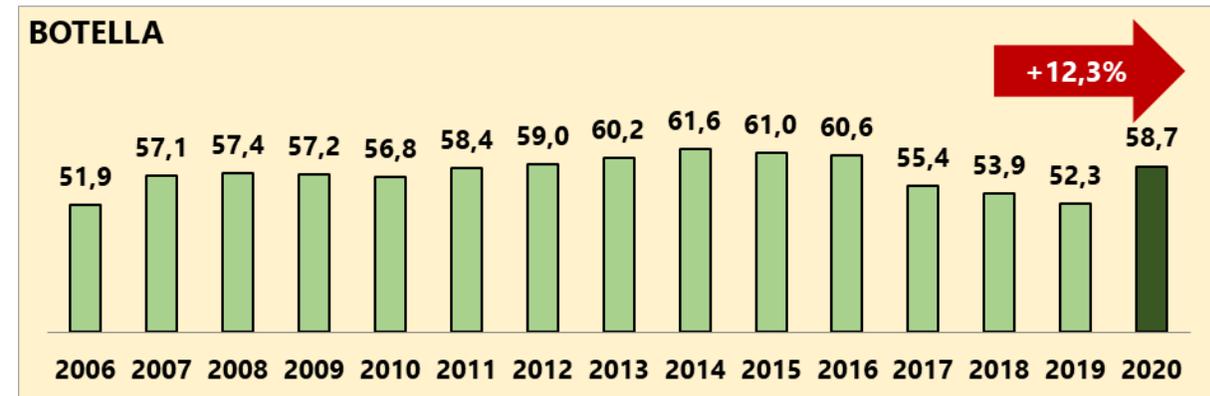
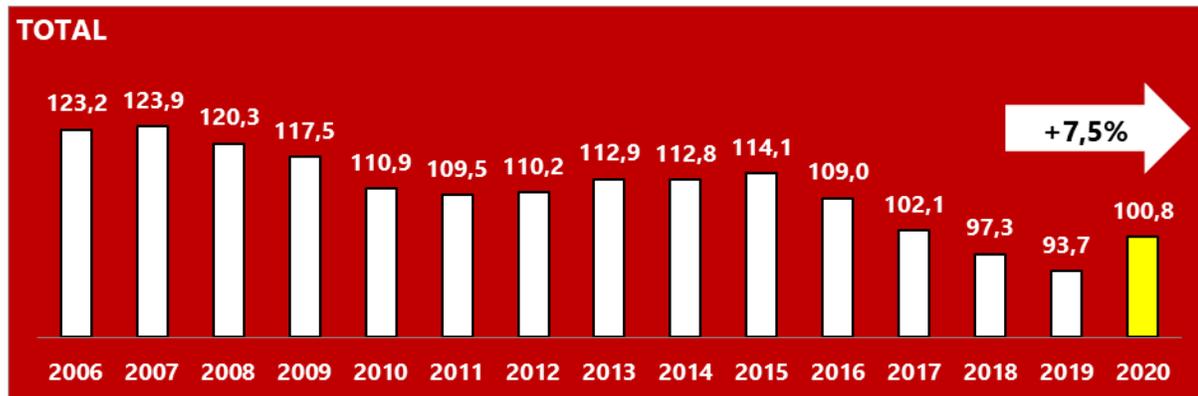
Una coyuntura con particularidades

Aumentan el consumo interno y la exportación en volumen pero cae el precio relativo con respecto a la inflación:

¿Estamos bien o estamos mal?

Consumo interno de vinos – MAT Junio – MM Cajas – Fuente: INV

EL VOLUMEN CRECIÓ DESPUÉS DE VARIOS AÑOS DE CAÍDA



EL VINO EN EL MERCADO INTERNO LLEVA VARIOS AÑOS DE CAÍDA

Precio del vino común minorista (\$ Dic 2019/litro)

Fuente: INDEC



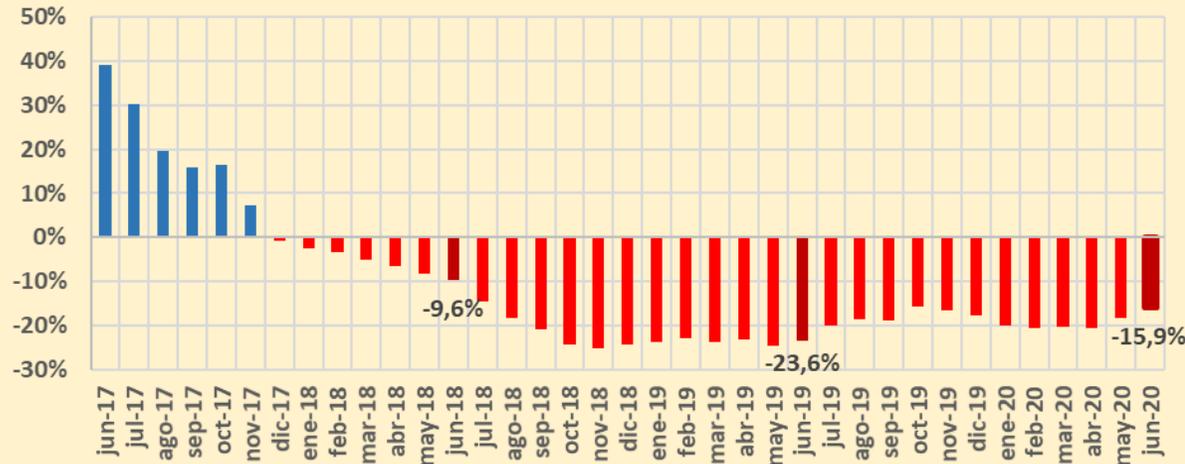
Precio promedio bodega mercado interno (\$ Dic 2019/Caja) - Fuente: Area del Vino

Fuente: Area del Vino



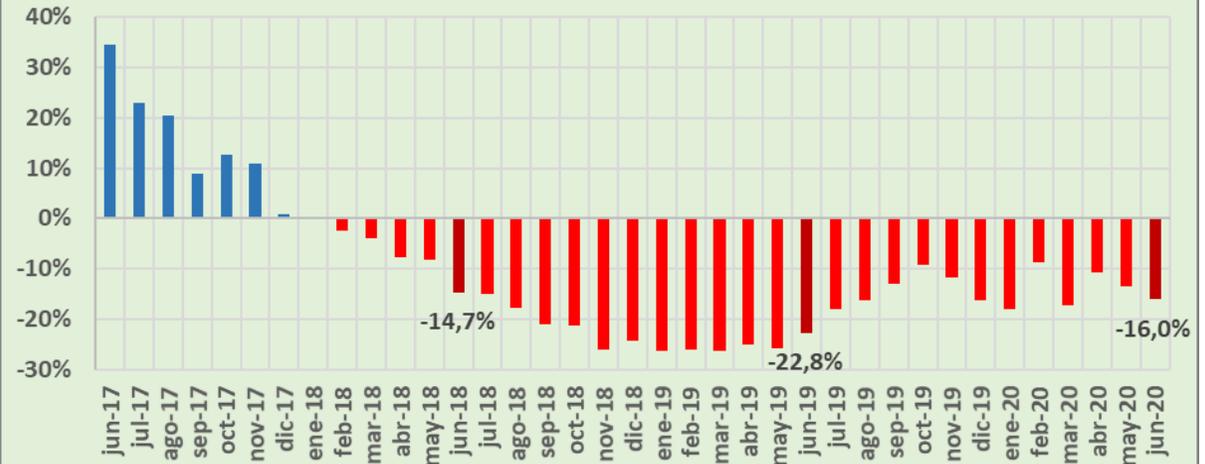
Variación real precio del vino común un año atrás

Fuente: INDEC

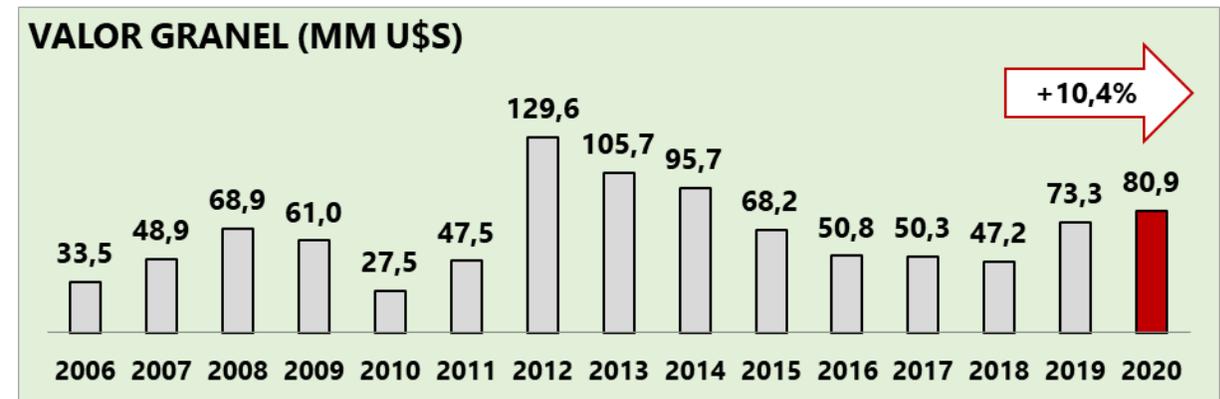
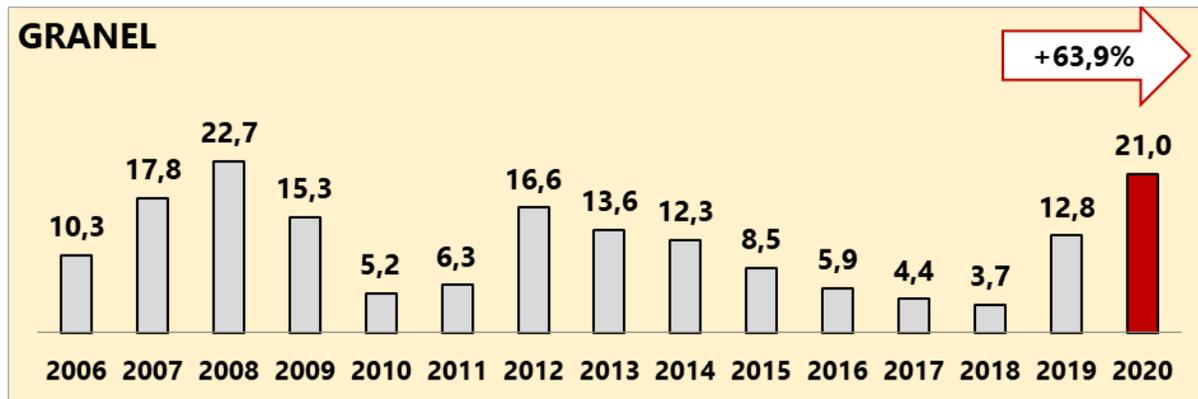
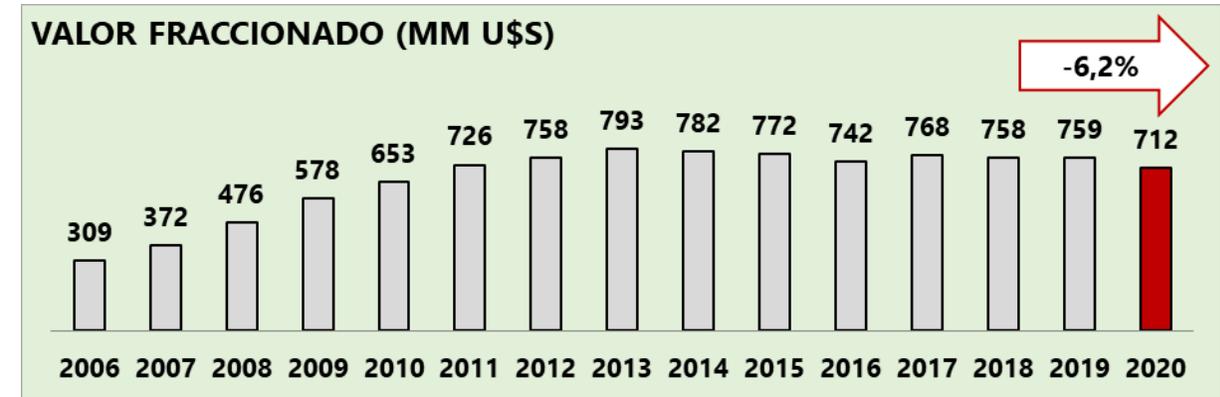
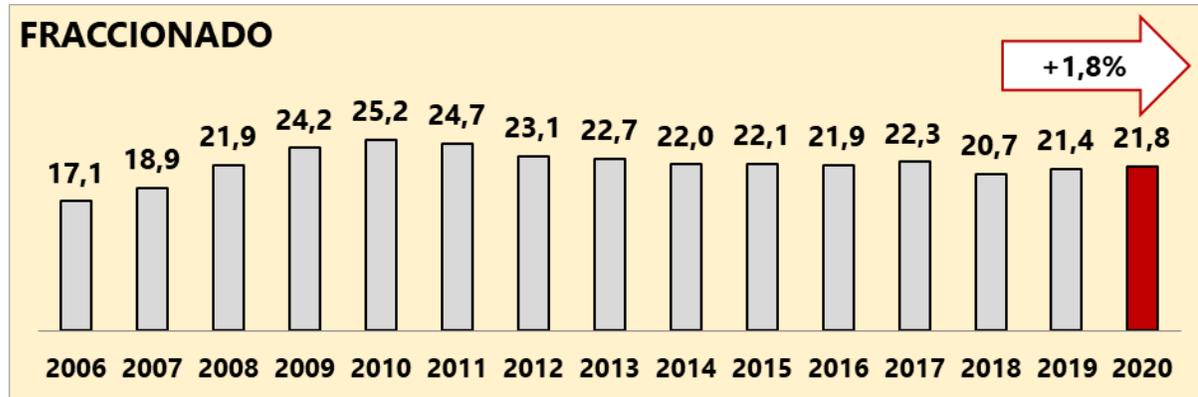
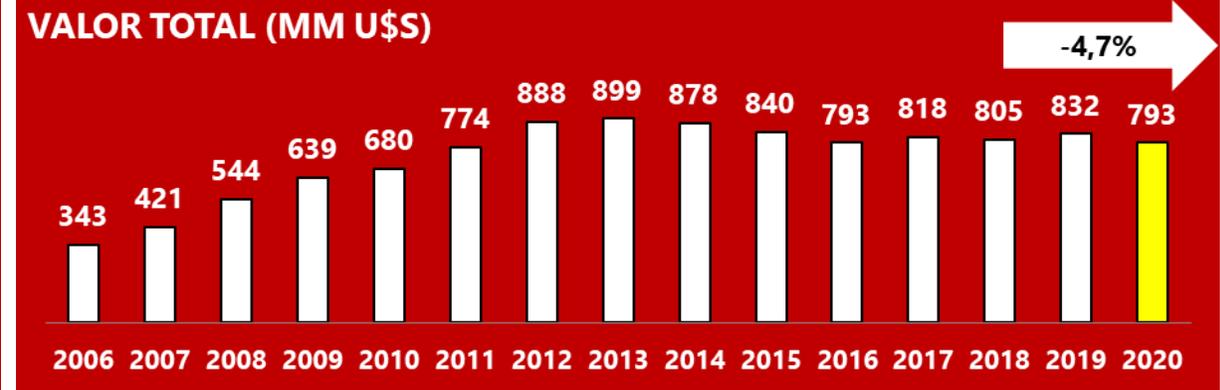
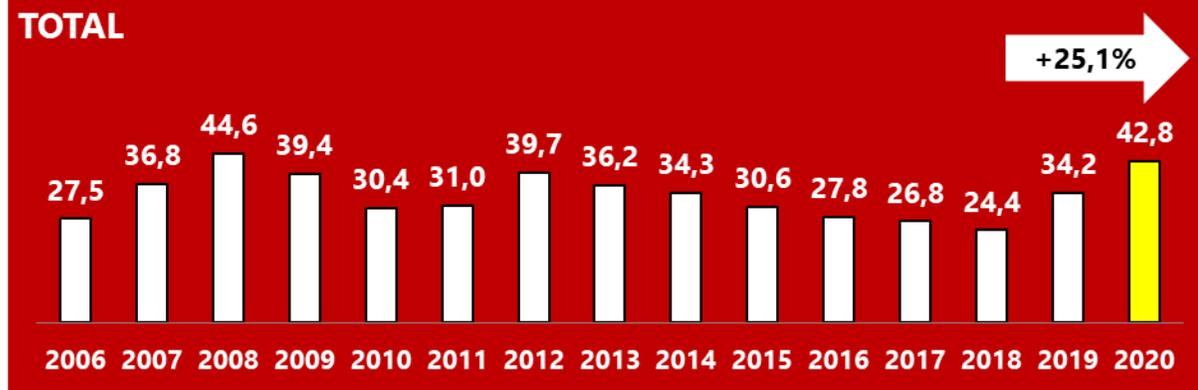


Variación real precio del vino bodega mercado interno

Fuente: Area del Vino

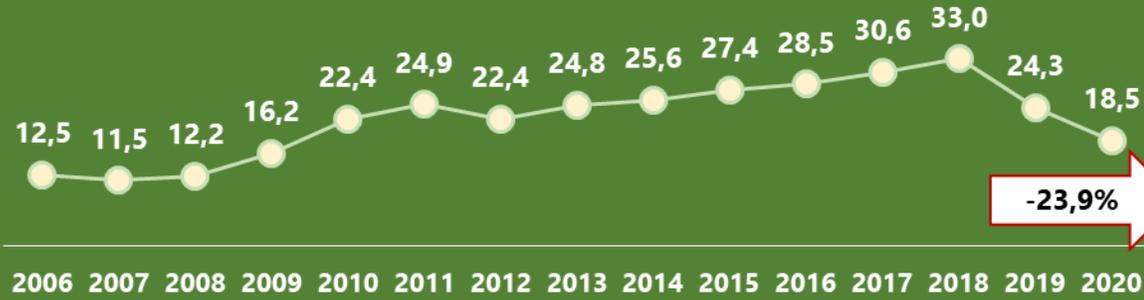


LA EXPORTACION REACCIONA AL TIPO DE CAMBIO

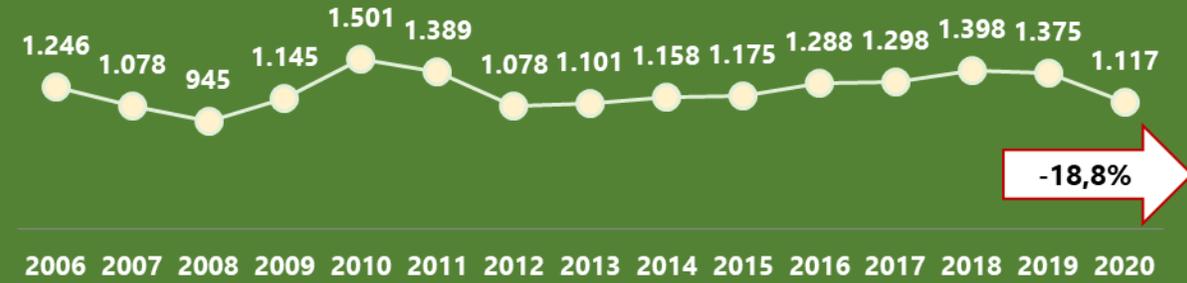


LOS PRECIOS MOSTRARON LA ESTRATEGIA DE LAS EMPRESAS

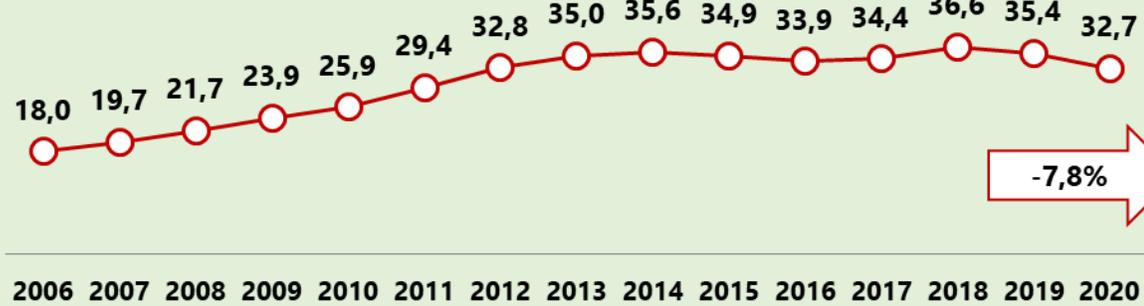
PROMEDIO TOTAL (U\$/Caja)



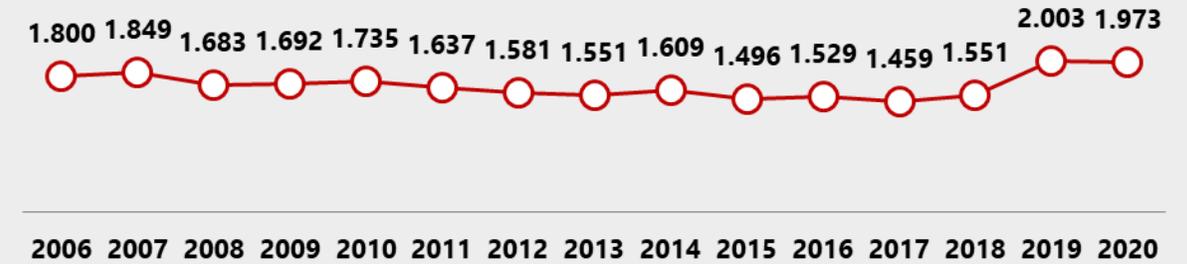
PROMEDIO TOTAL (\$ Diciembre 2019/Caja)



FRACCIONADO (U\$/Caja)



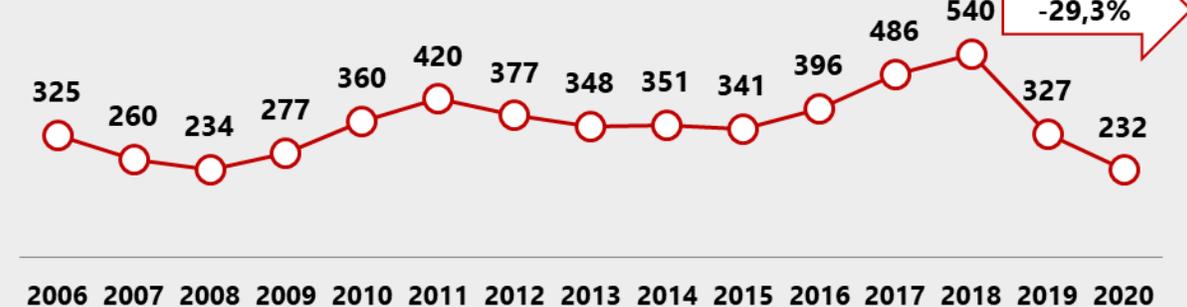
FRACCIONADO (\$ Diciembre 2019/Caja)



GRANEL (U\$/Caja)



GRANEL (\$ Diciembre 2019/Caja)



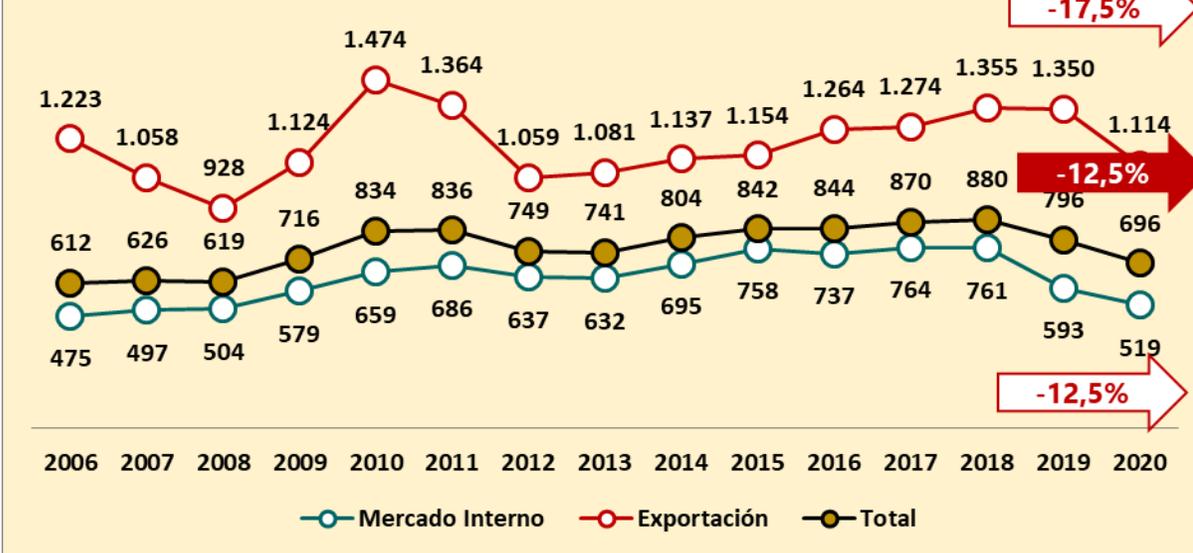
La facturación de la industria – MAT Junio – Fuente: Area del Vino

QUINTO AÑO CONSECUTIVO DE CAÍDA DE FACTURACIÓN

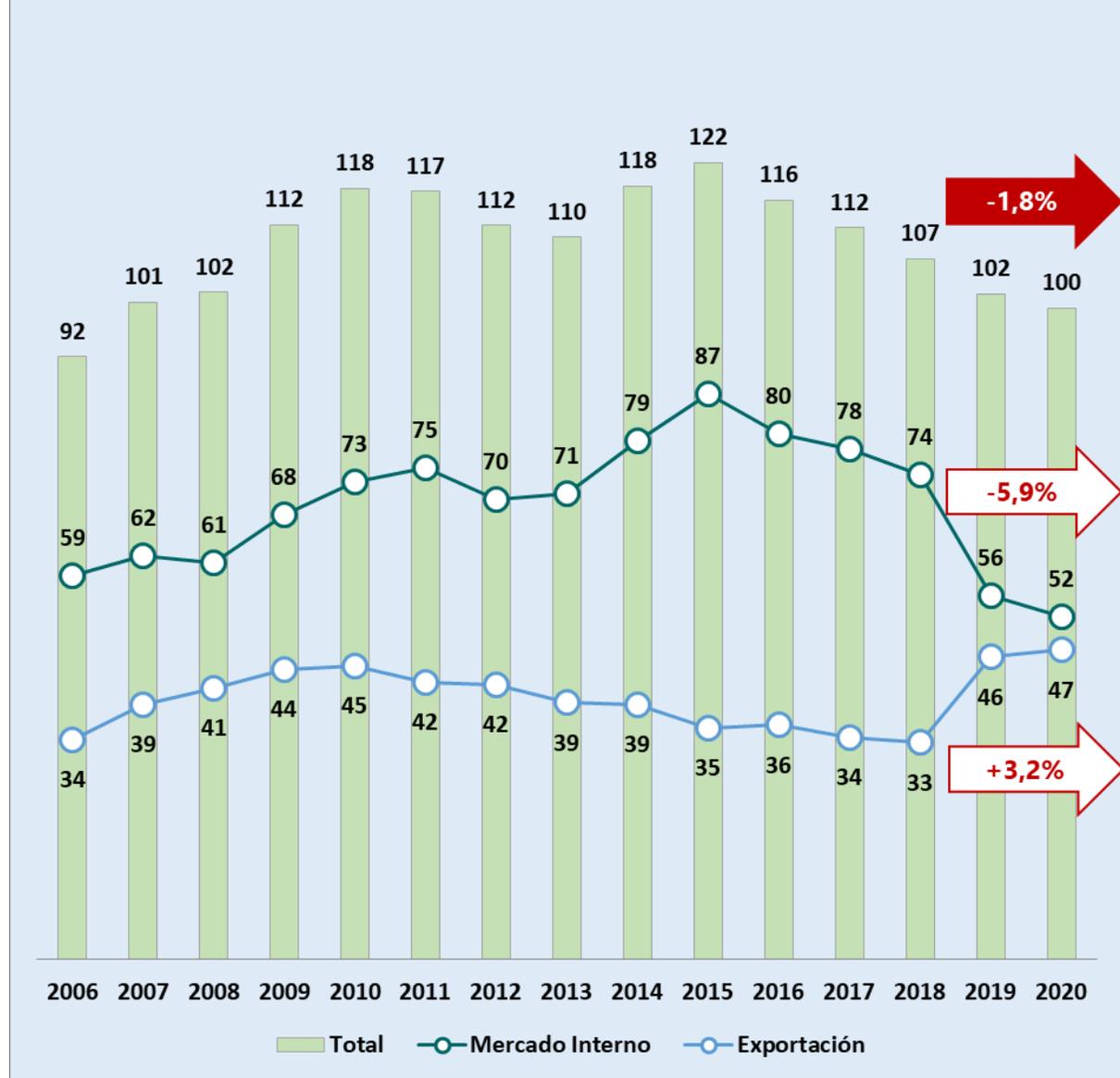
Volumen de ventas industria del vino (MM Cajas)



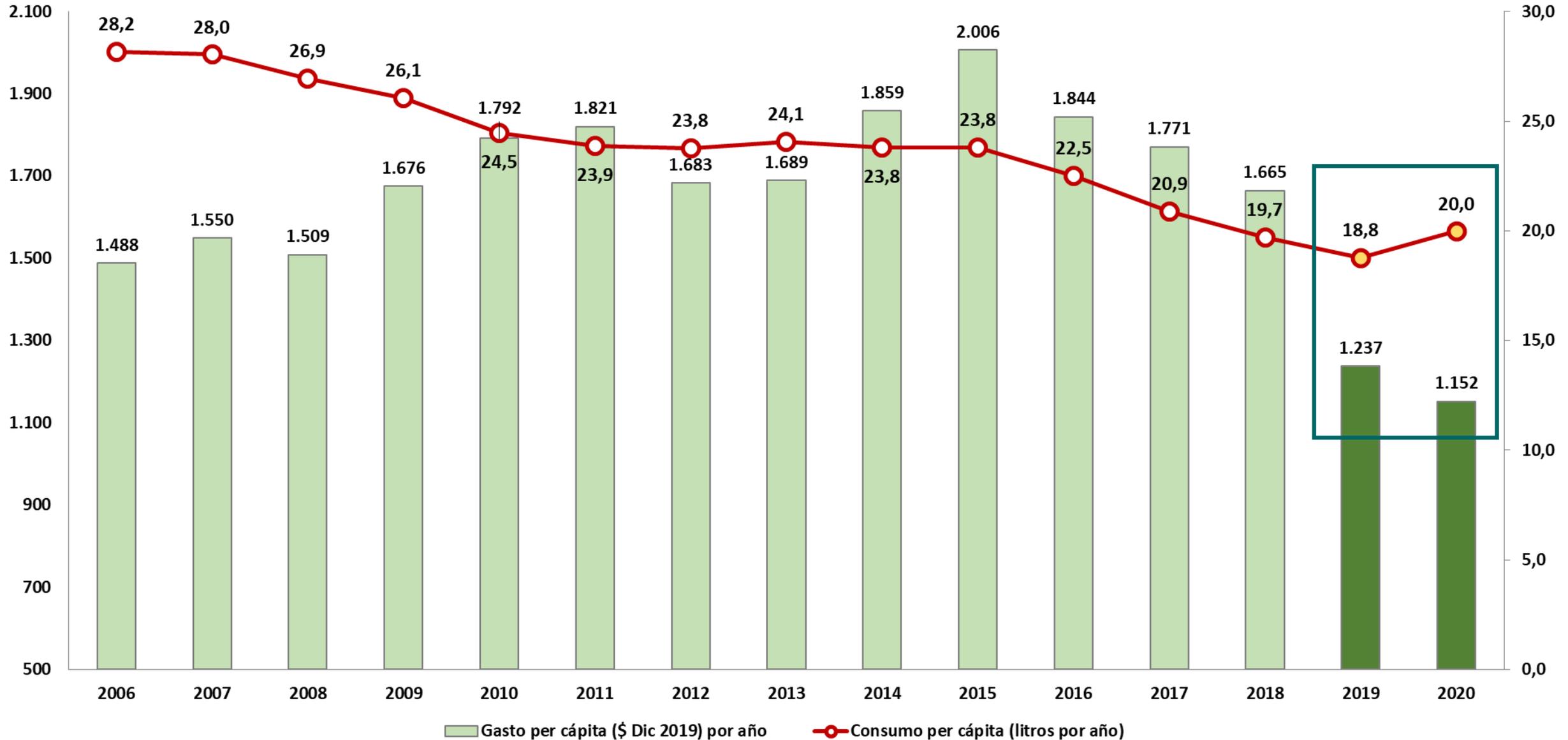
Precio promedio (\$ Dic 2019/Caja)



Facturación industria del vino (miles MM \$ Dic 2019)

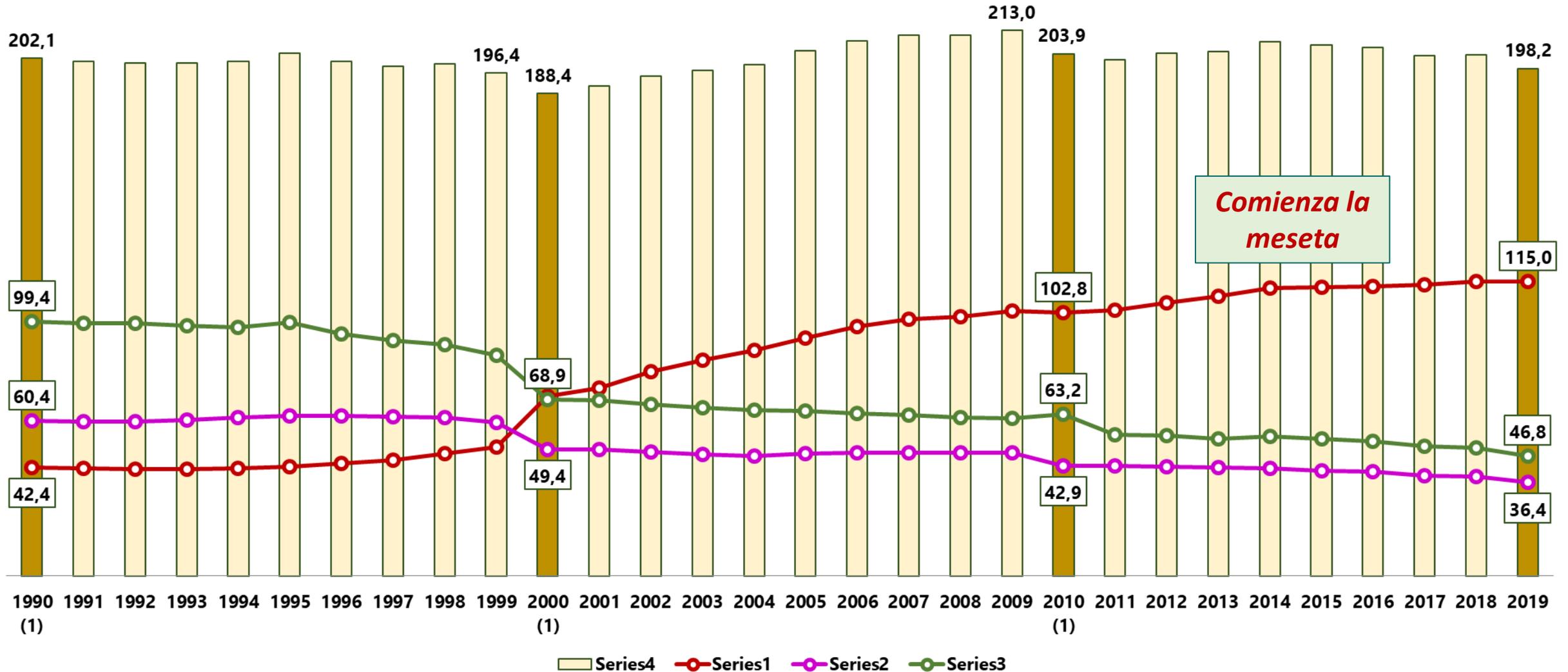


LOS CONSUMIDORES COMPRAN MÁS PERO GASTAN MENOS

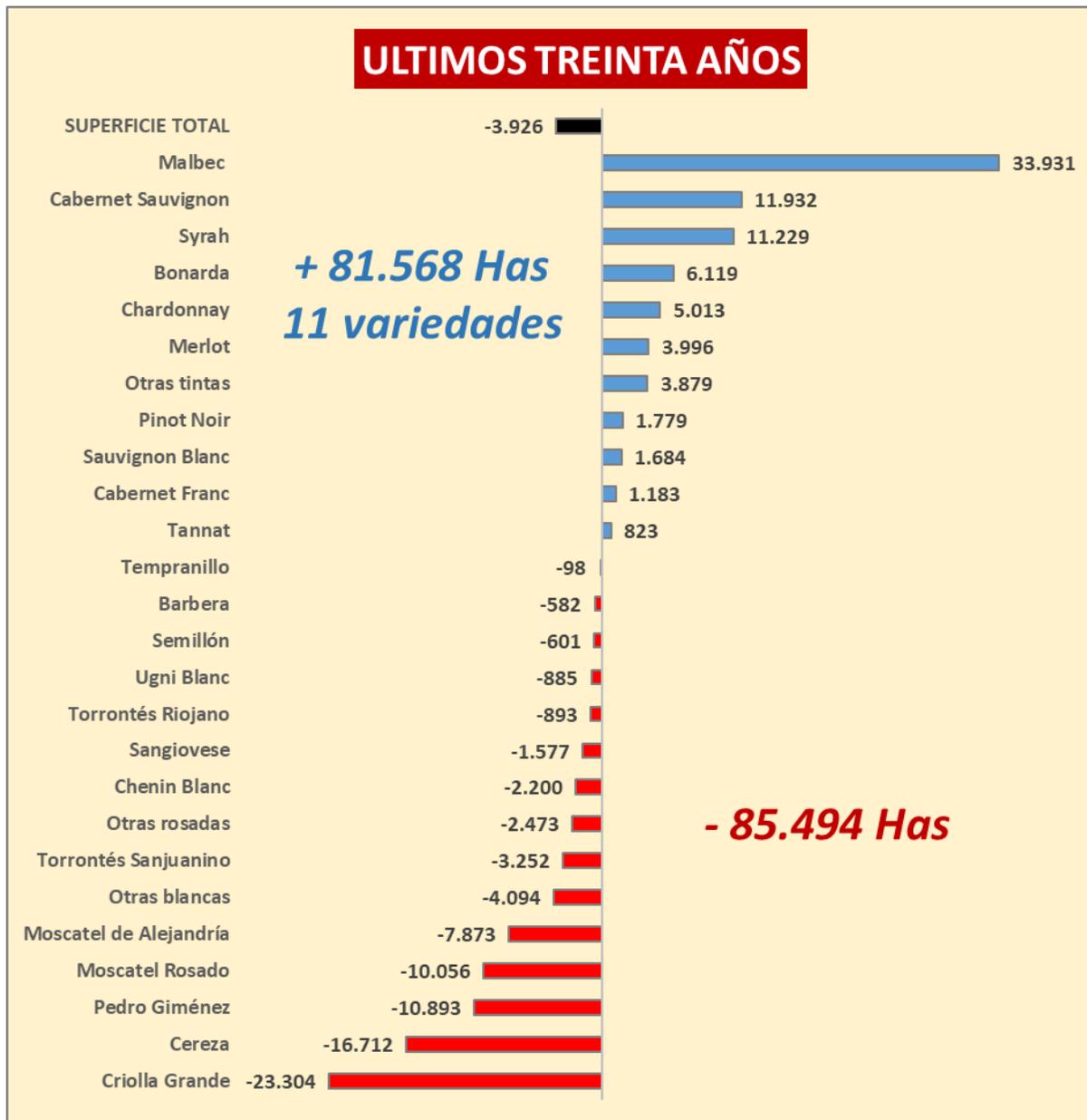


La superficie plantada – Hectáreas

TODO SIGUE IGUAL EN CANTIDAD PERO LA TRANSFORMACIÓN ES PROFUNDA



EL PROCESO ESTRUCTURAL ¡¡¡Y EL COYUNTURAL!!!



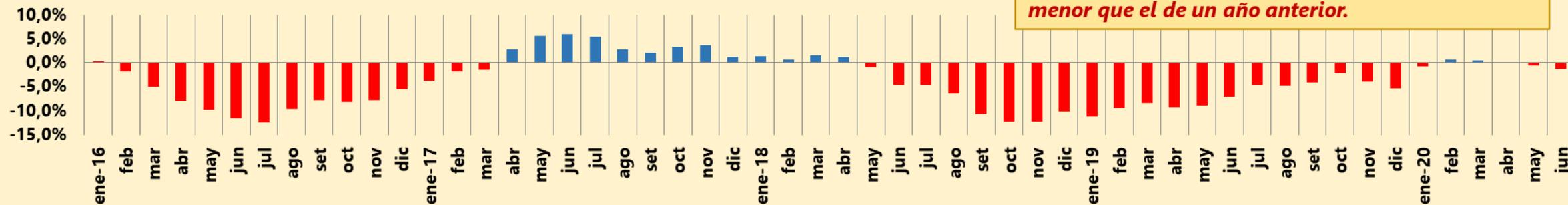
El contexto, como pocas veces influyó en el negocio del vino

Variables claves del entorno dominan el negocio del vino tanto en el corto como en el largo plazo:

1. Inflación
2. Ingreso/salario
3. Tasa de interés
4. Tipo de cambio
5. Nivel de actividad
6. Y ahora «Pandemia»

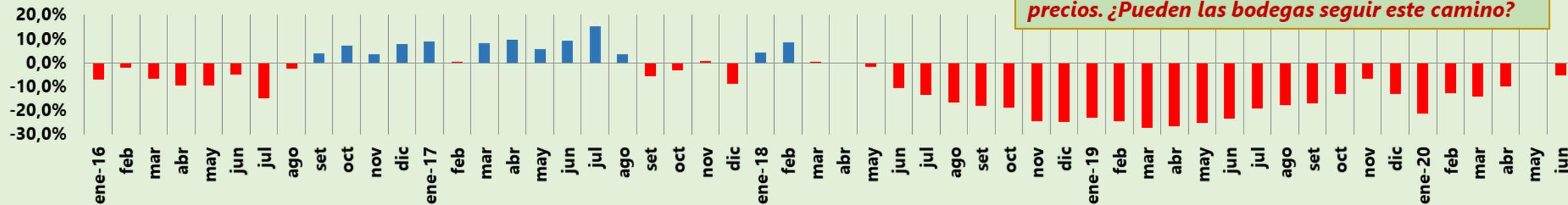
EL AUMENTO DE CONSUMO LO EXPLICA LA CAÍDA DE PRECIOS

Variación Salarios igual mes año anterior



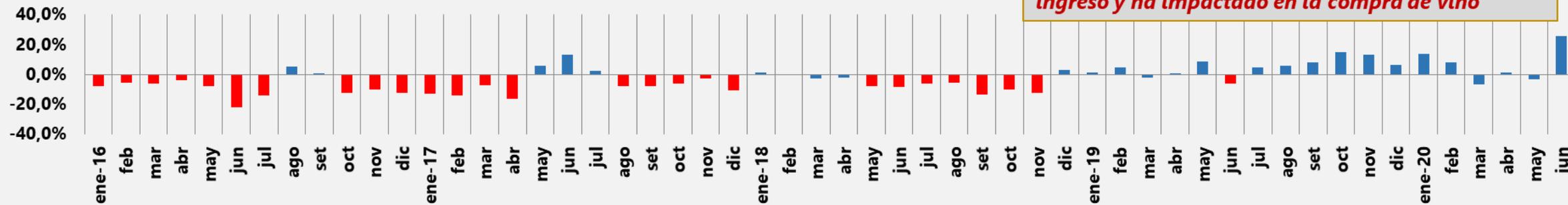
En los últimos tres años el salario real ha sido menor que el de un año anterior.

Variación Precio Botella Consumo Interno igual mes año anterior



Casi tres años seguidos de caída interanual de precios. ¿Pueden las bodegas seguir este camino?

Variación Consumo Interno igual mes año anterior



Claramente el efecto precio ha dominado el efecto ingreso y ha impactado en la compra de vino

DIFICILMENTE EL FINANCIAMIENTO SEA UNA PALANCA DE EXPANSIÓN

Variación anual préstamos en moneda constante al sector privado – MAT Febrero



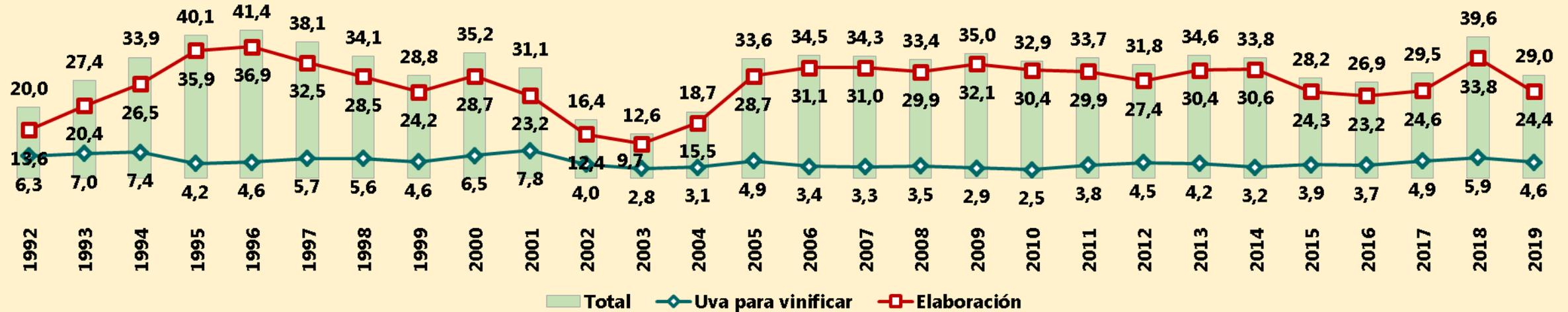
Participación crédito sector privado en el PBI

Promedio = 10,4%



A LA INDUSTRIA LE FUE COMO AL PROMEDIO GENERAL

Prestamos del sector financiero al sector vitivinícola (miles MM \$ Dic 2019 - MAT Diciembre) - Fuente: BCRA

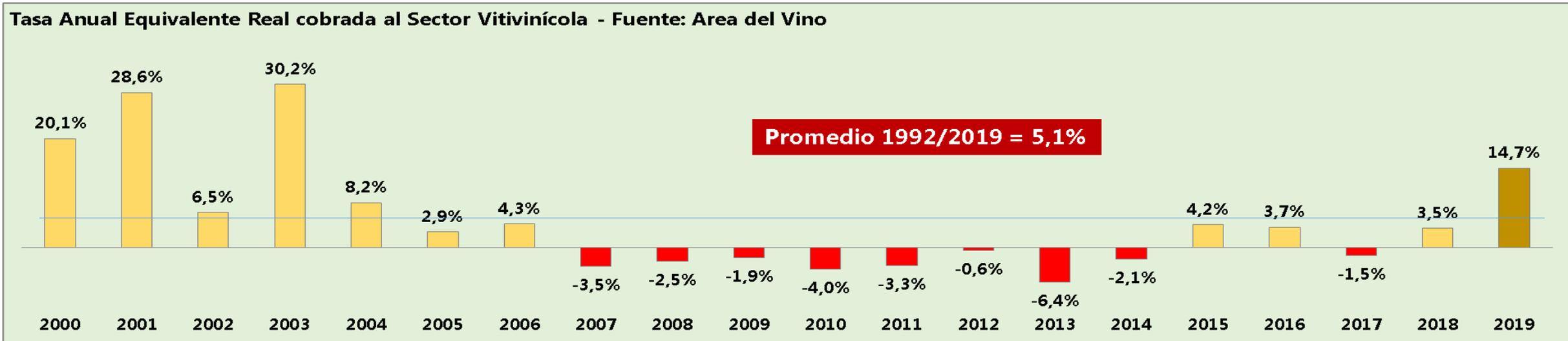
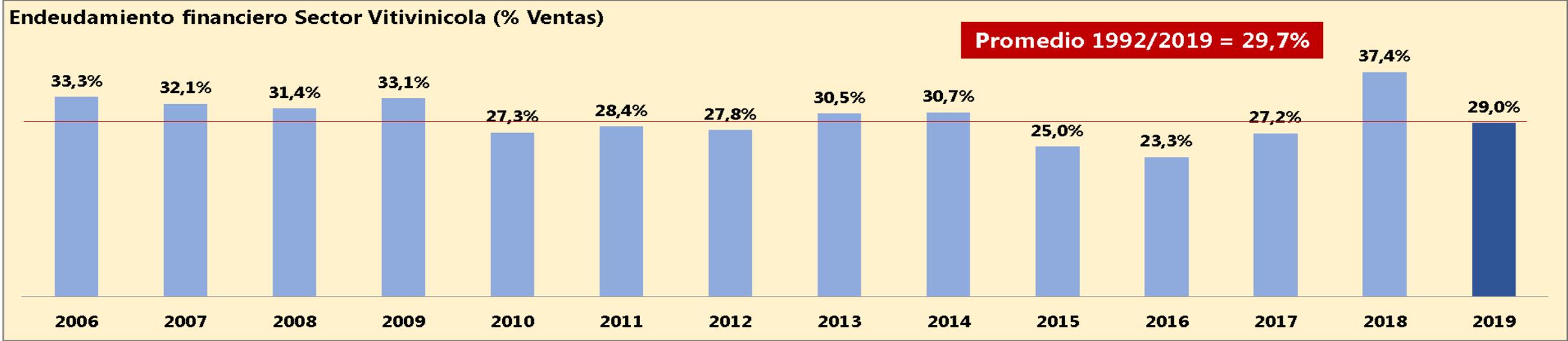


Participación del sector vitivinícola en el financiamiento del sector privado - Fuente: BCRA



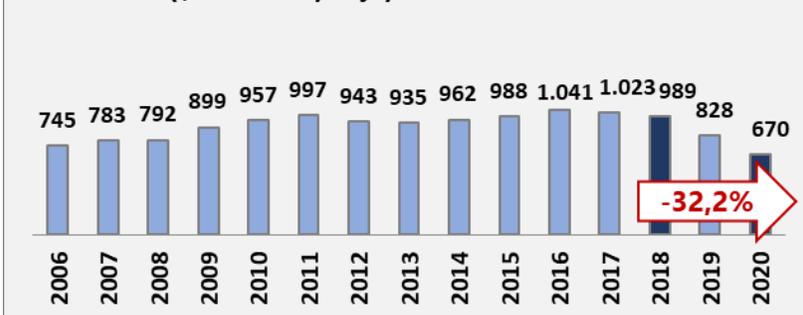
Endeudamiento del sector vitivinícola con el sistema financiero - Fuente: Area del Vino

EN 2019 CRECIÓ EL ENDEUDAMIENTO Y SU COSTO LO QUE OBLIGÓ A LIQUIDAR STOCKS

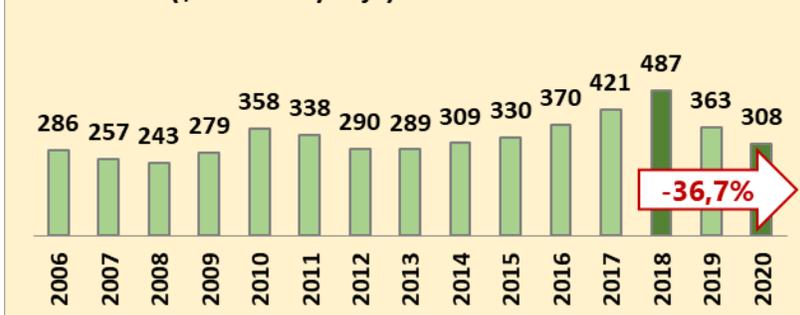


UN REFLEJO DE: INFLACIÓN, INGRESOS Y TASA DE INTERÉS

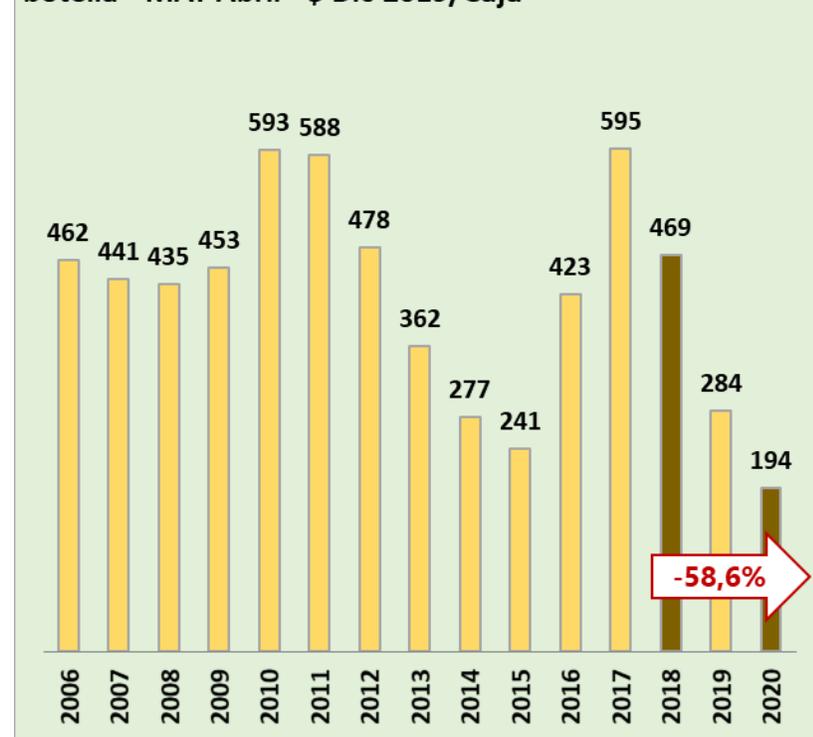
Precio bodega Botella Mercado Interno
MAT Abril - (\$ Dic 2019/Caja)



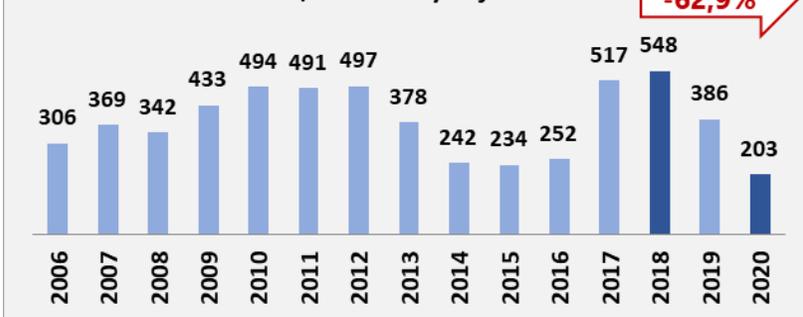
Precio bodega Tetrabrik Mercado Interno
MAT Abril - (\$ Dic 2019/Caja)



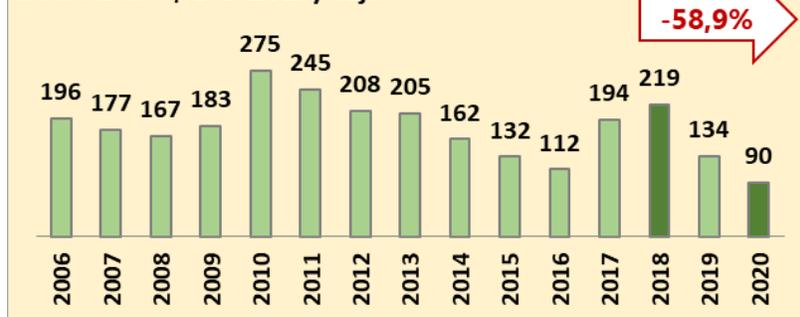
Precio uva varietales para una caja de vino en botella - MAT Abril - \$ Dic 2019/Caja



Precio promedio vino de traslado varietal financiado MAT Abril \$ Dic 2019/Caja



Precio vino traslado financiado MAT Abril - \$ Dic 2019/Caja



La presión sobre el precio en el mercado interno ha tenido dos componentes:

- Efecto ingreso:** la caída de los salarios disminuyó la demanda por vino y consecuentemente hizo caer los precios.
- Efecto costo alternativo de los fondos:** la elevada tasa de interés empujó a las bodegas a reducir su posición de stocks liquidando vinos en los mayoristas y en los consumidores.

→ El mercado de vino de traslado mueve en su gran mayoría vinos que están destinados a vinos básicos y como se observa tuvo una caída más importante de la que tuvo el precio de vino fraccionado pues la alternativa de colocación de este producto es más acotado.

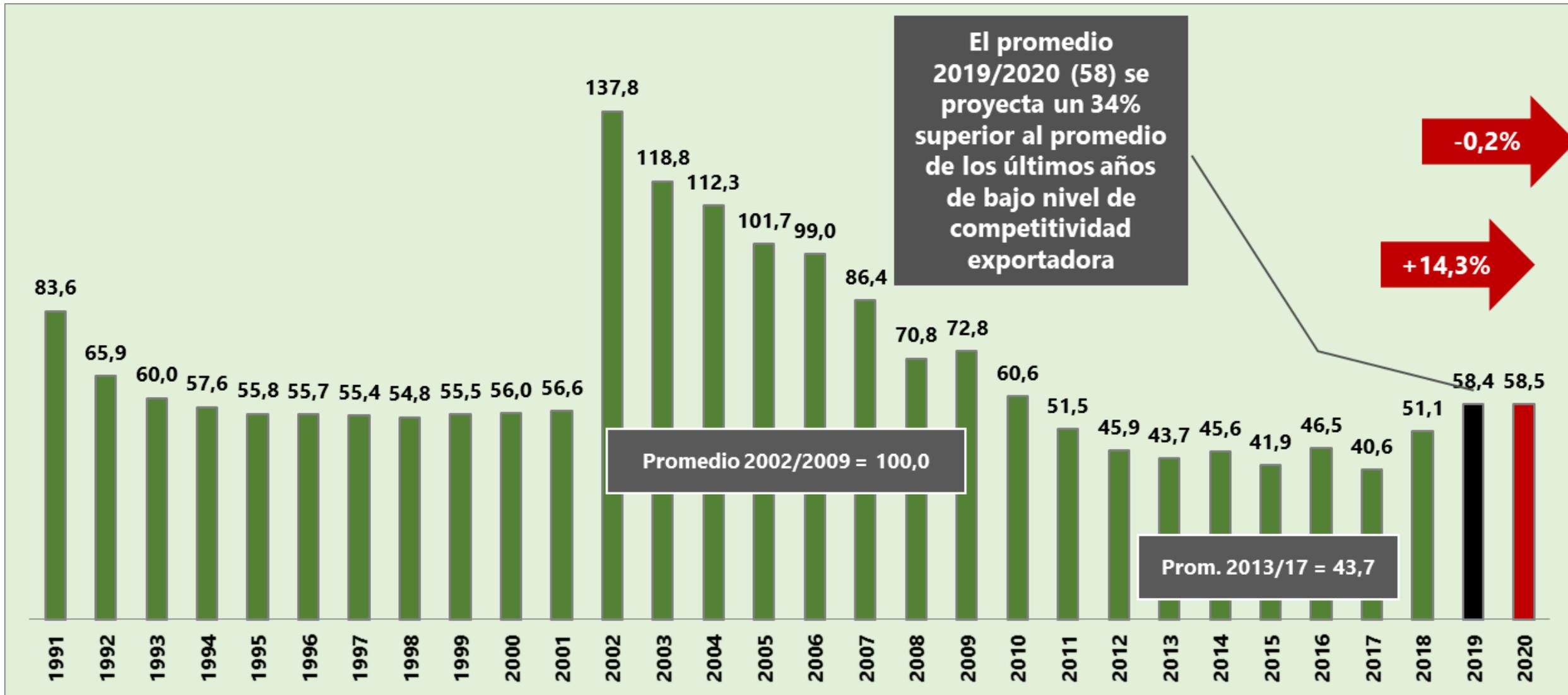
- Los precios de vinos básicos cayeron algo más que los de vinos de media y alta gama.
- Estos precios están muy por debajo cubrir el costo.

→ El total de uvas para vinificar registra en los dos últimos años una caída muy elevada. Hay dos explicaciones:

- Los precios de la temporada 2017 fueron muy elevados por la escasa cosecha de uvas.
 - La caída actual, además de una corrección de ese fenómeno refleja la caída de precios del vino a nivel de consumidor.
- Este precio está alrededor de un 30% por debajo del costo de producción.

Poder adquisitivo del dólar (\$ Dic 2019/U\$S)

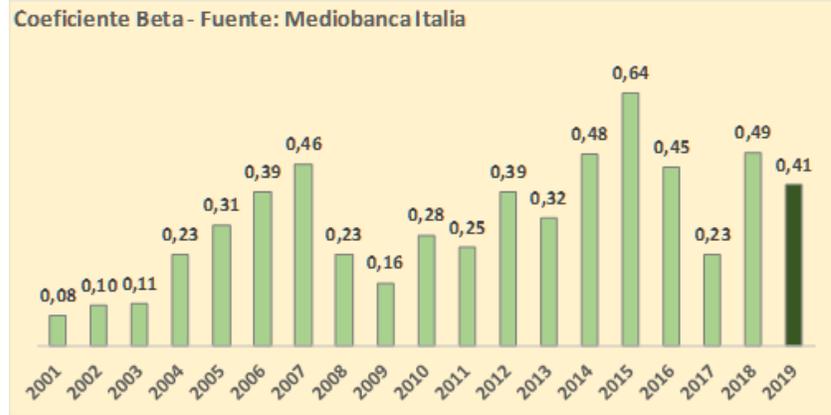
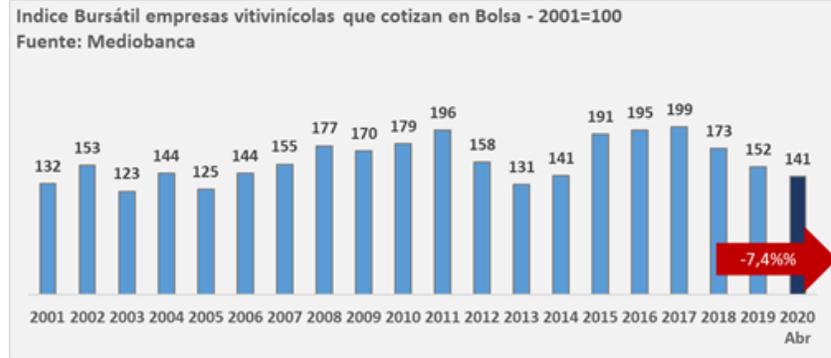
EN LOS ULTIMOS DOS AÑOS EL TIPO DE CAMBIO JUGO A FAVOR DEL SECTOR



Y cómo le va a las empresas

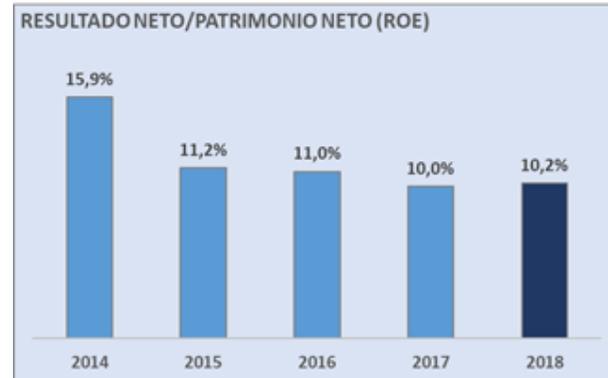
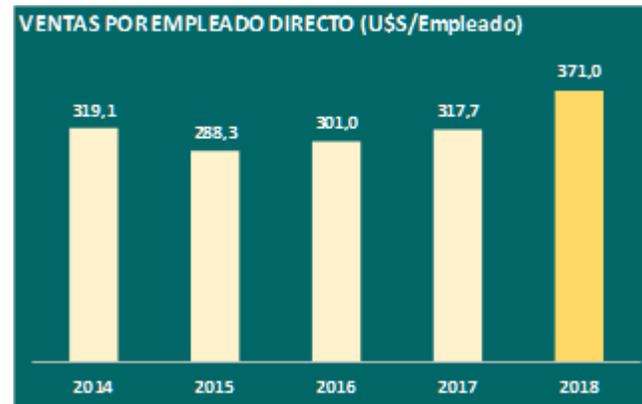
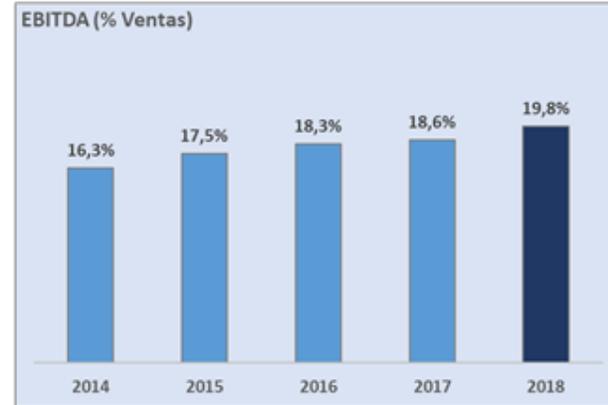
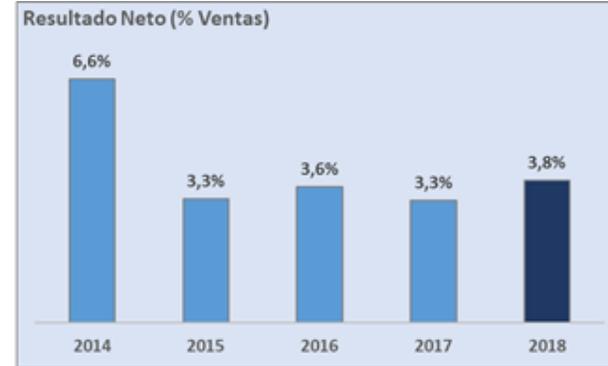
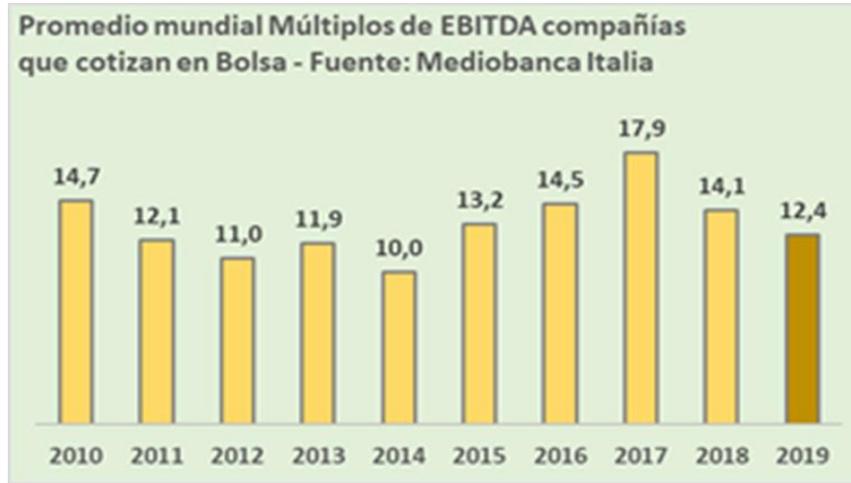
COMO ESTABAN LAS EMPRESAS ANTES DE LA PANDEMIA

Las perspectivas no son las de años atrás



Los resultados mejoran y rinden menos

Las empresas valen algo menos



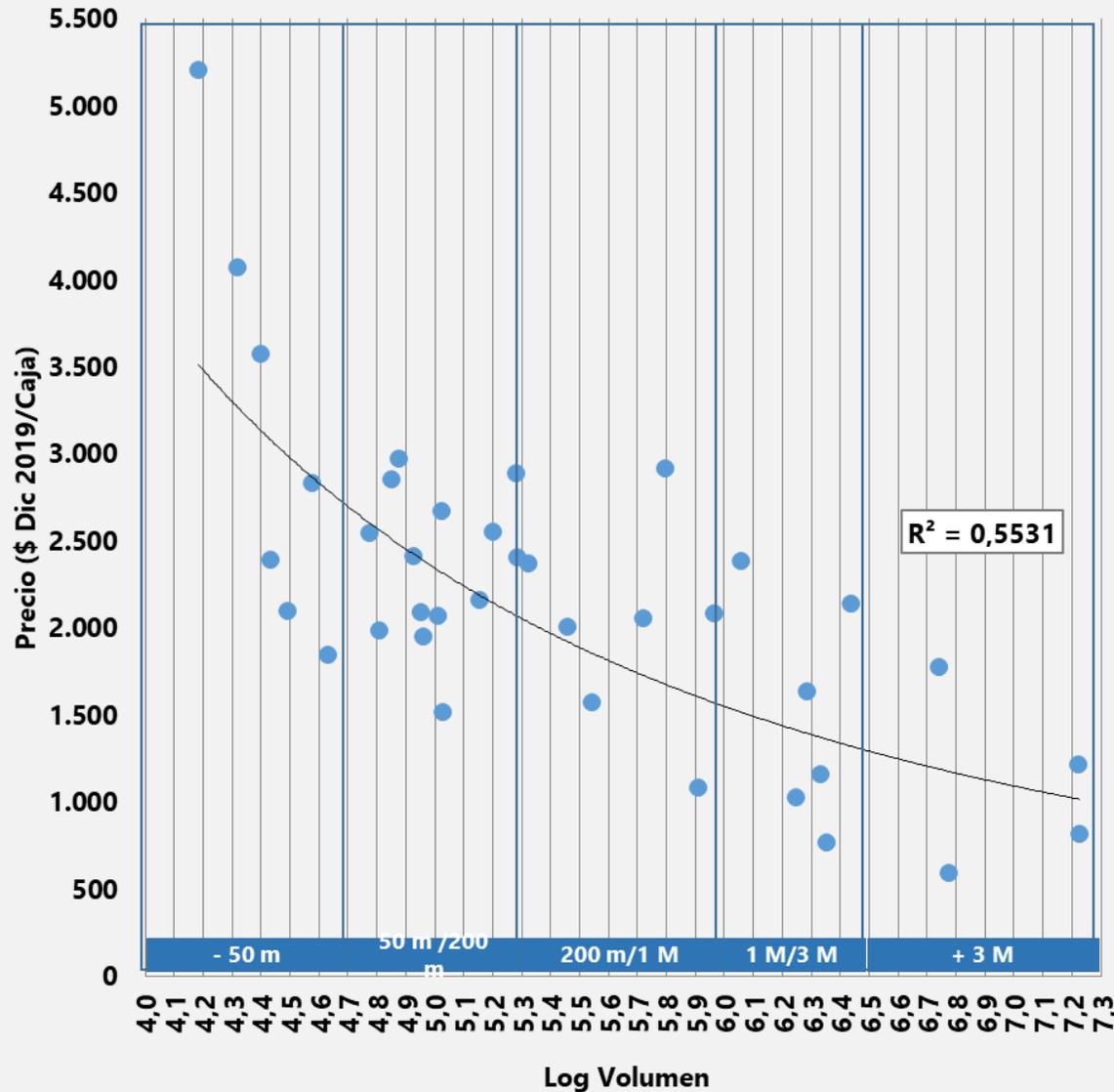
Señales para las bodegas en Argentina
Grandes esfuerzos de mejora competitiva

Hacen esfuerzos de productividad

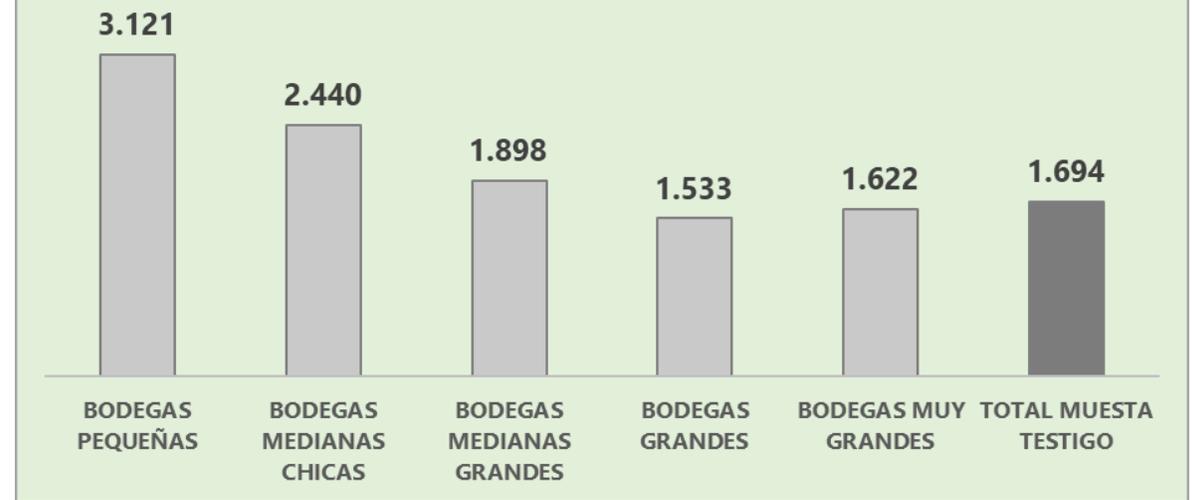
Empresas testigo

COMO SE COMPORTARON LAS EMPRESAS EN ARGENTINA PREPANDEMIA

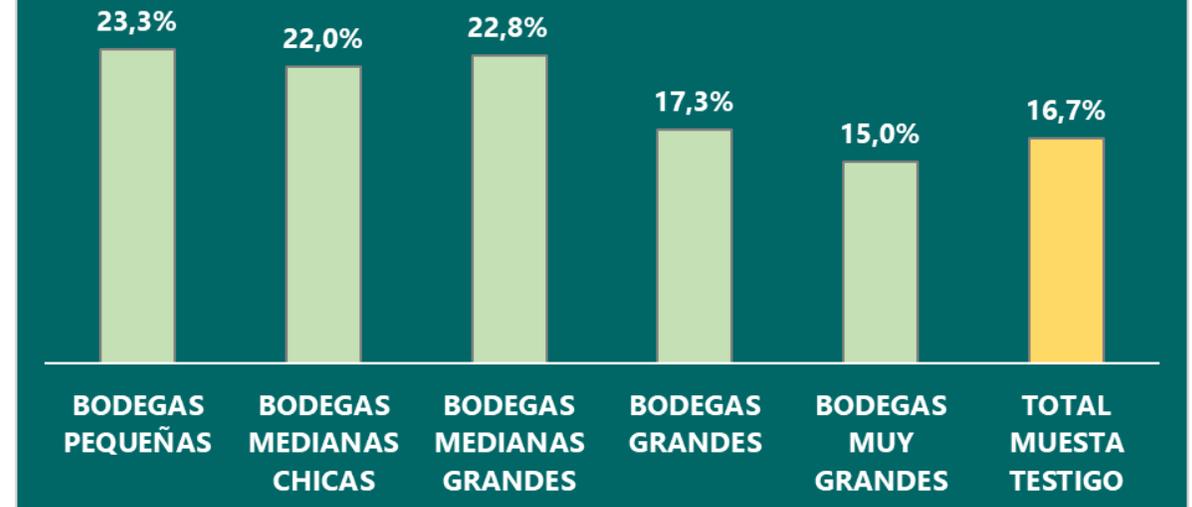
Matriz Posicionamiento (38 Empresas Testigo)



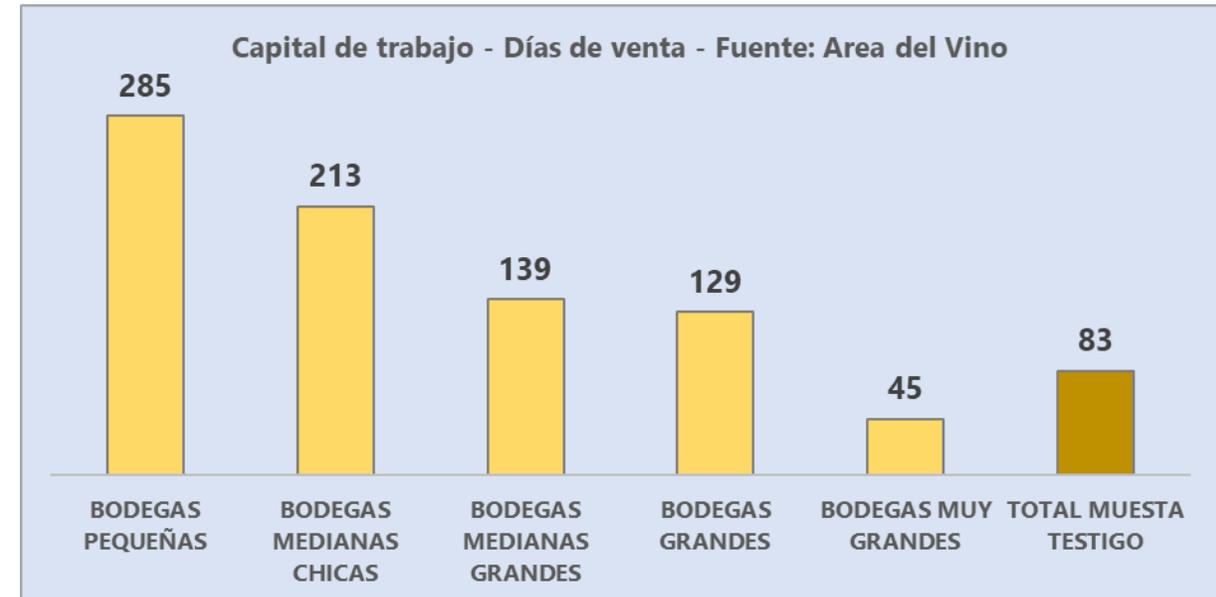
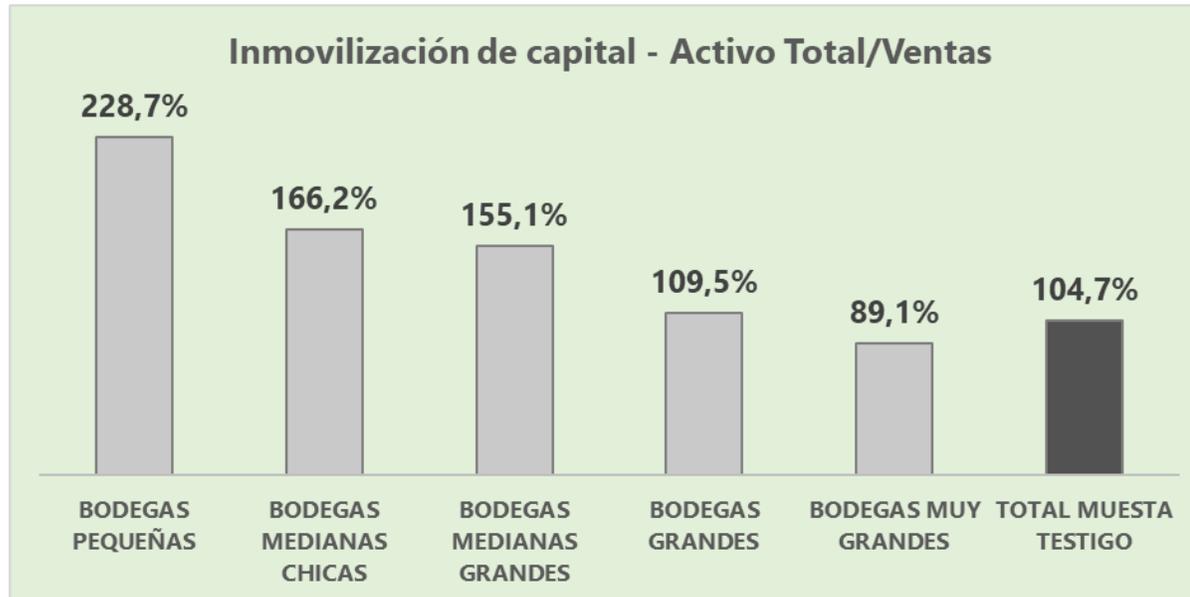
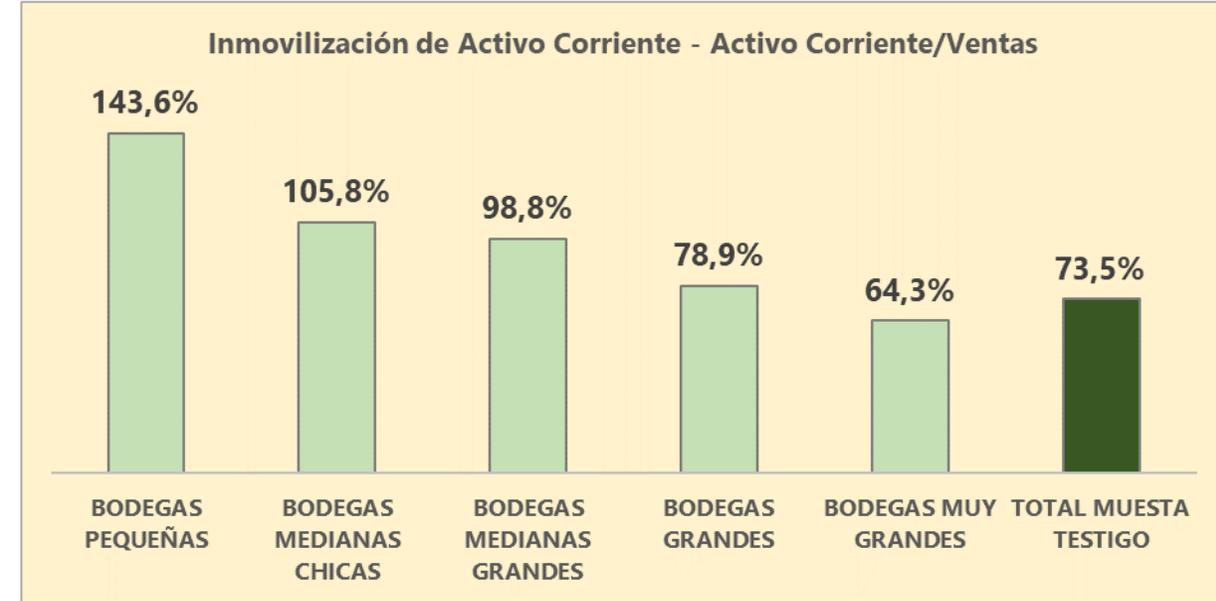
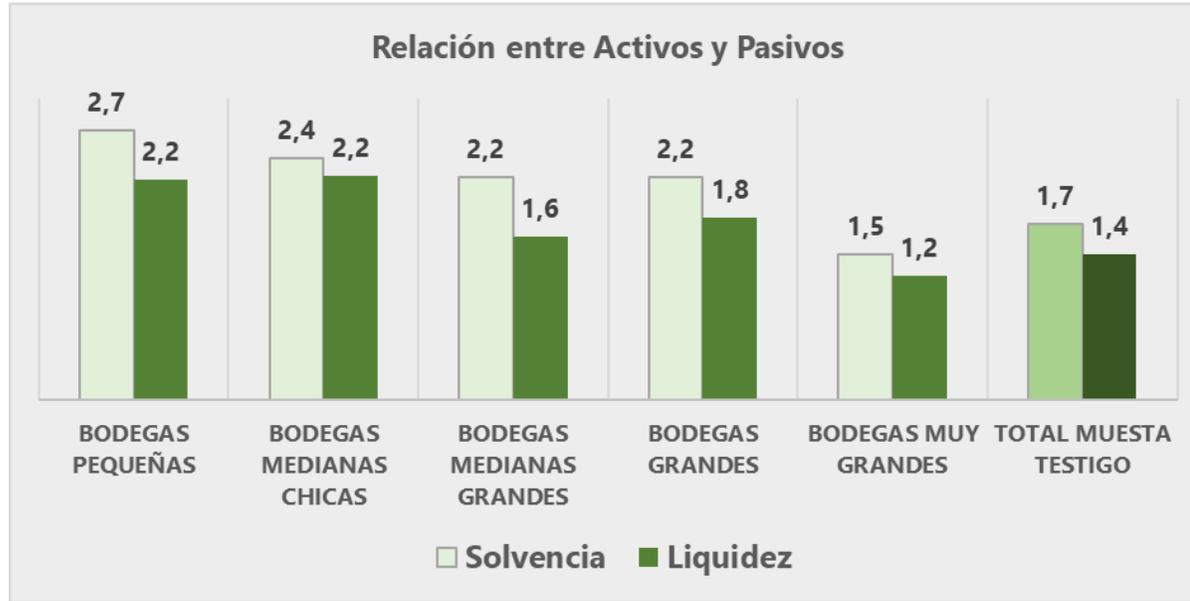
Precio promedio (\$ Diciembre/Caja)



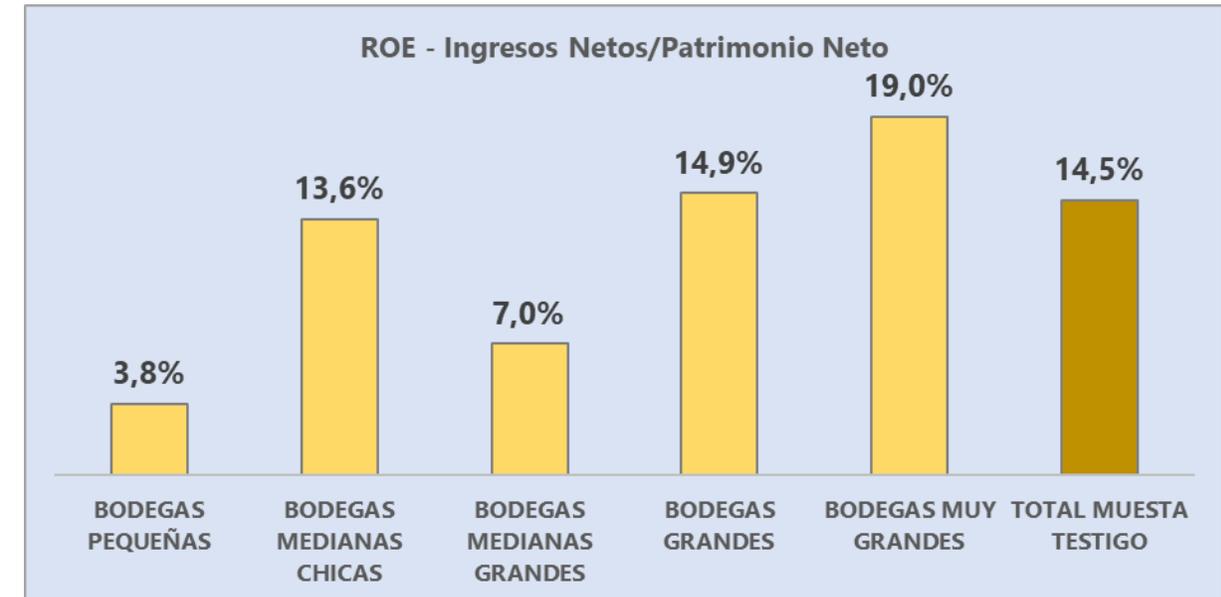
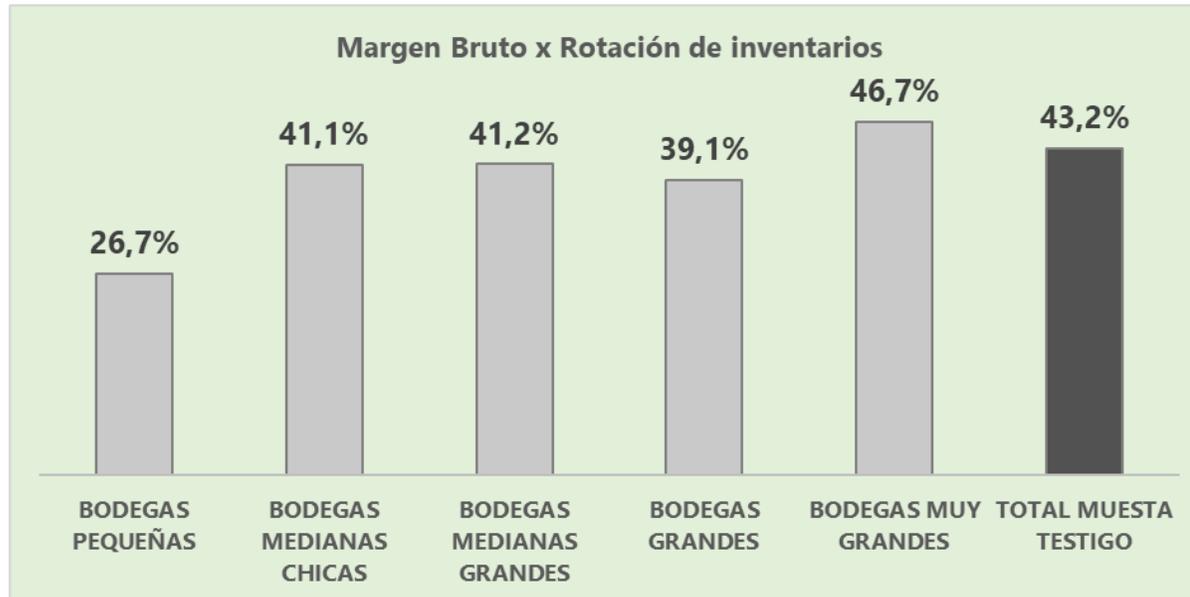
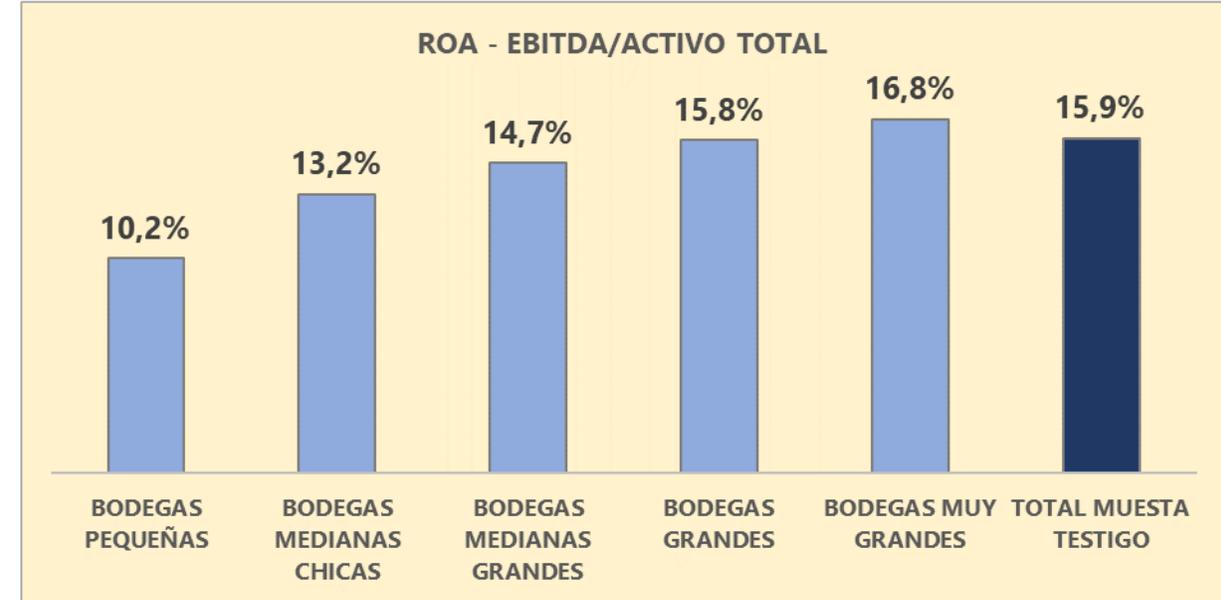
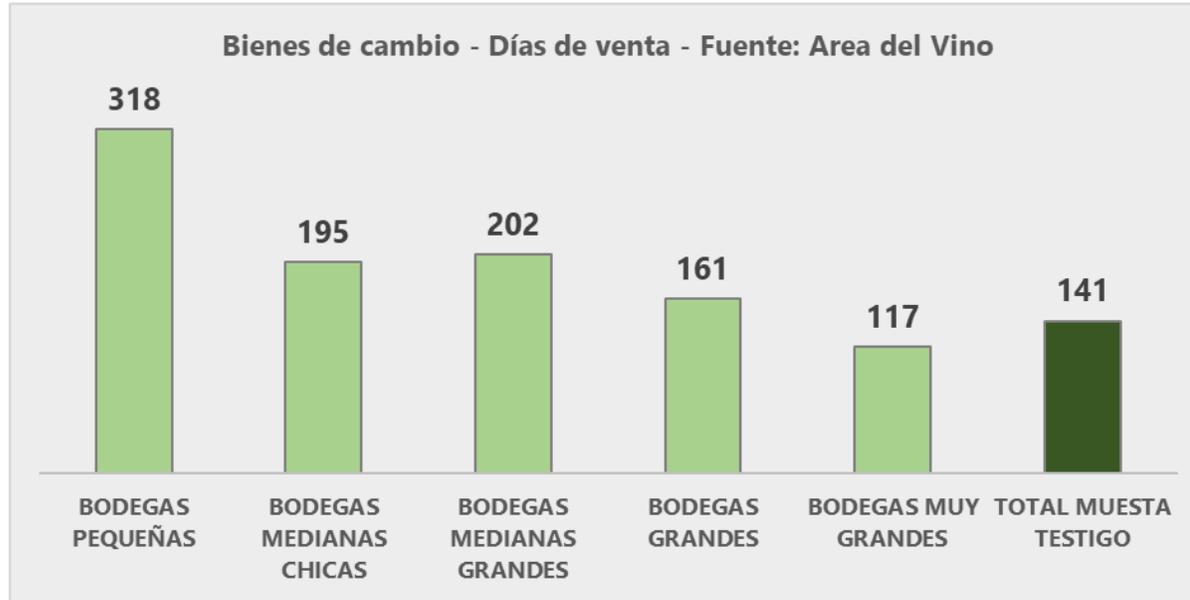
EBITDA en función de la facturación

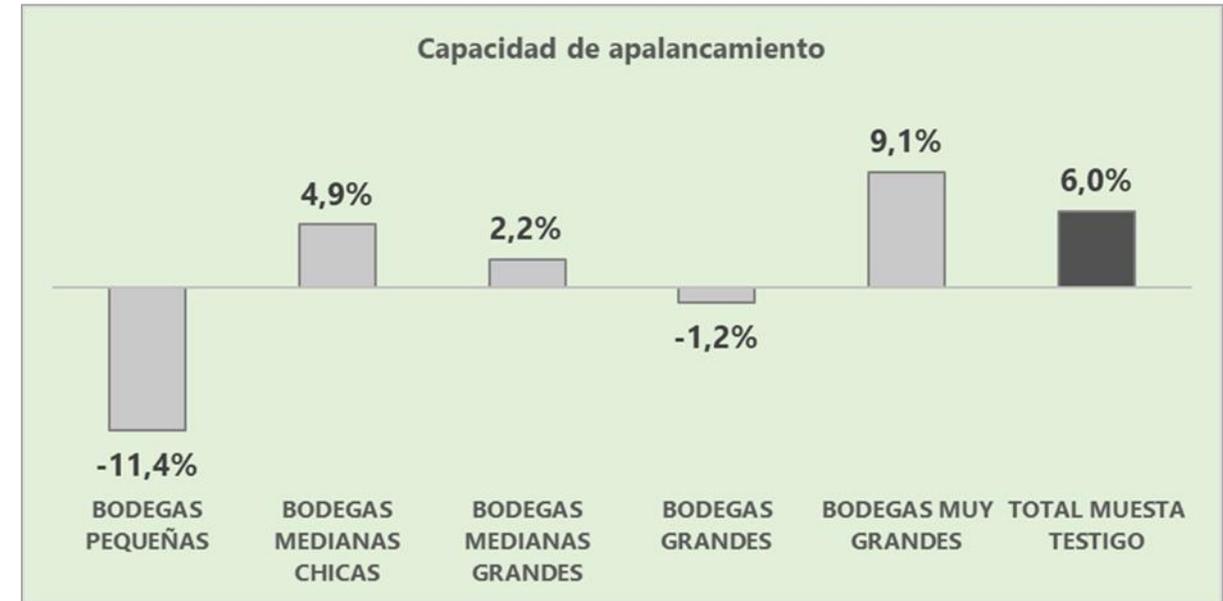
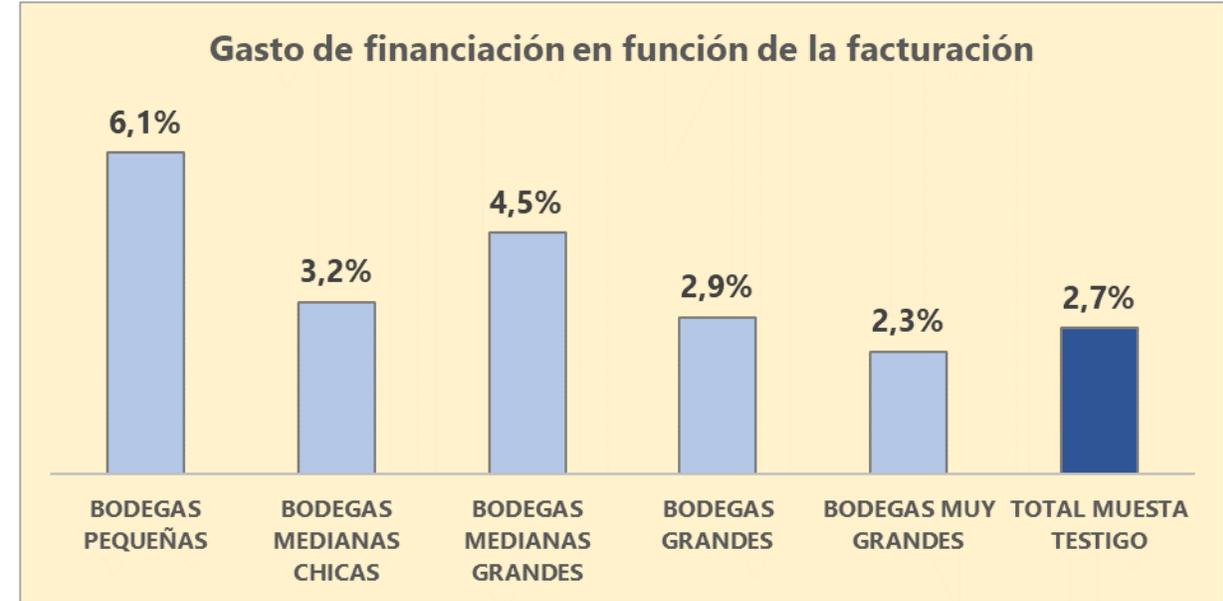
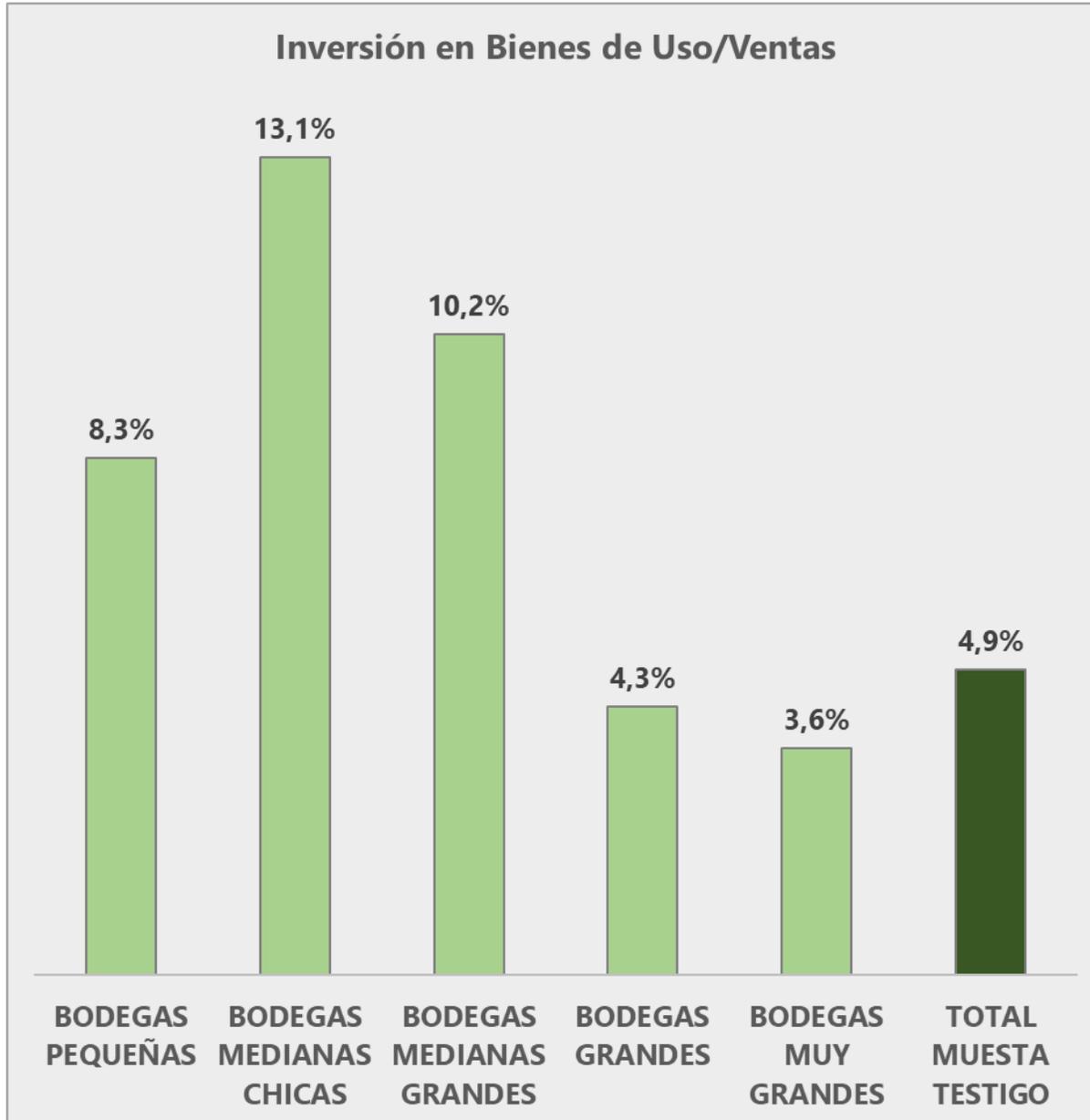


EL GRAN TEMA DE LOS ADMINISTRADORES DEL NEGOCIO



INMOVILIZAR ES FÁCIL, RENTABILIZAR NO TANTO





¿Qué se puede esperar para el sector después de la pandemia?

Contexto nacional e internacional

El marco competitivo

Las nuevas tendencias

¿LLEGÓ EL MOMENTO DE UNA NUEVA ECONOMÍA PARA EL SECTOR?

Contexto internacional

- *Caída mundial*
- *Guerra comercial*
- *Volatilidad*
- *Bloqueos y desbloques*

Contexto nacional con plan o sin plan

- *Caída de actividad*
- *Inflación*
- *Poco crédito*
- *Tipo de cambio estable*

El desafío de repensar y reestructurar el negocio

Mercado mundial

- *Caída del comercio*
- *Rivalidad competitiva*
- *Nuevos formatos comerciales*

Mercado nacional

- *Caída del consumo*
- *Continúa la rivalidad*
- *El comercio tradicional en retirada*

Las nuevas tendencias

- *Omnicanal*
- *El camino del low alcohol*
- *Productos sustentables*
- *Comercio electrónico*
- *Un nuevo off trade*
- *Los envases*
- *El home office y el futuro del trabajo*
- *La tecnología amigable*
- *Una nueva logística*
- *La comunicación cambia*

Las variables macro indican que la oportunidad está claramente en la exportación

El sector brinda oportunidades en la misma dirección con un panorama altamente competitivo

LOS IMPACTOS DE LAS VARIABLES MACROECONÓMICAS Y LA PANDEMIA

Caída de
salario real =
7/8%

Caída del PBI
10/13%

Caída o
estabilidad del
Tipo de
cambio
= 1 a 2%

Inflación esperada
40/45%

¡¡¡Hasta hoy!!!

Facturación Mercado Interno
Caída 5/7%

¿Y lo que se pierde en el canal
on trade?
10% al 15%

¿Y turismo?
0,5% a 1,5%

Tasa de interés real
= ¿-10%?

Caída de precio del
vino nula o
moderada por
ahora salvo fuertes
necesidades de
«cash»

Facturación Mercado Externo
Caída 3% a 4%

Estable por tipo de cambio pero
puede caer por caída de
demanda internacional

Recesión/On trade
Parcialmente compensado en
algunos países por On line

Facturación 2019 = 99 MM
Mercado Interno = 52 MM
Mercado Externo = 47 MM

Facturación 2020 = Igual o inferior a 2019
Mercado Interno = Puede disminuir
Mercado Externo = Puede estabilizarse

**El día después
2020 y 2021 quizás
son años perdidos
en el mercado
interno pero no en
la exportación**

La vitivinicultura es un sector como pocos en el país:

- **Oportunidades de exportación**
- **Valor agregado**
- **Capacidad competitiva**
- **Activos fijos cuyo valor se aprecia**

TRANSFORMACIONES QUE MARCARAN LAS OPORTUNIDADES DEL SECTOR



TRANSFORMACIONES QUE MARCARAN LAS OPORTUNIDADES DEL SECTOR

Los chicos crecieron

- Los Millennials se apoderan poco a poco del negocio.
- Por el lado de la demanda impondrán sus preferencias.
- Pero comienzan también a formar parte de las organizaciones y generan cambios culturales.
- Emprender está de moda y formarán parte de la competencia.

Cambia el tablero de juego comercial

- La pandemia magnificó un proceso en marcha.
- Llegó la hora del Omnicanal donde la estrella será el comercio electrónico, la cercanía con los clientes y la comunicación.
- Le llegó al enoturismo su gran oportunidad.
- Los canales comerciales ya lo entendieron.

Innovación "modelo Omni"

- La innovación entra en escena más allá de productos.
- Sustentabilidad, cooperación en la cadena de valor, profesionalización, alianza con los canales comerciales, desembarco de las TIC, de la teoría a la acción.

El futuro del trabajo ya es presente

- Viajes de negocios convenciones para aprender y hacer networking, comunicación con clientes, presencial vs. virtual. Un cambio que mostró beneficios.
- Desafío de los gerentes de recursos humanos.

HACIA UNA MEJOR PERFORMANCE

Lo que enseñaron Kaplan y Norton

DE LO TANGIBLE A LO INTANGIBLE

Capital Humano

- Destrezas
- Talento
- Conocimiento

Capital de información

- Bases de datos
- Sistemas de información
- Redes e infraestructura tecnológica

Capital organizacional

- Cultura de la organización
- Liderazgo
- Alineación de los empleados con los objetivos estratégicos
- Habilidad para compartir conocimiento

EN UN SECTOR TAN ACOSTUMBRADO A LO TANGIBLE SERÁ EN LO INTANGIBLE DONDE GENERARÁ LA RIQUEZA EN EL FUTURO

**¡¡¡Muchas
gracias!!!**