



El mundo cuenta con tu negocio

¿Estás preparado?

Marsh y tú, alimentando posibilidades

[Contáctanos](#)



Principales cifras de América Latina y el Caribe

640

millones de personas

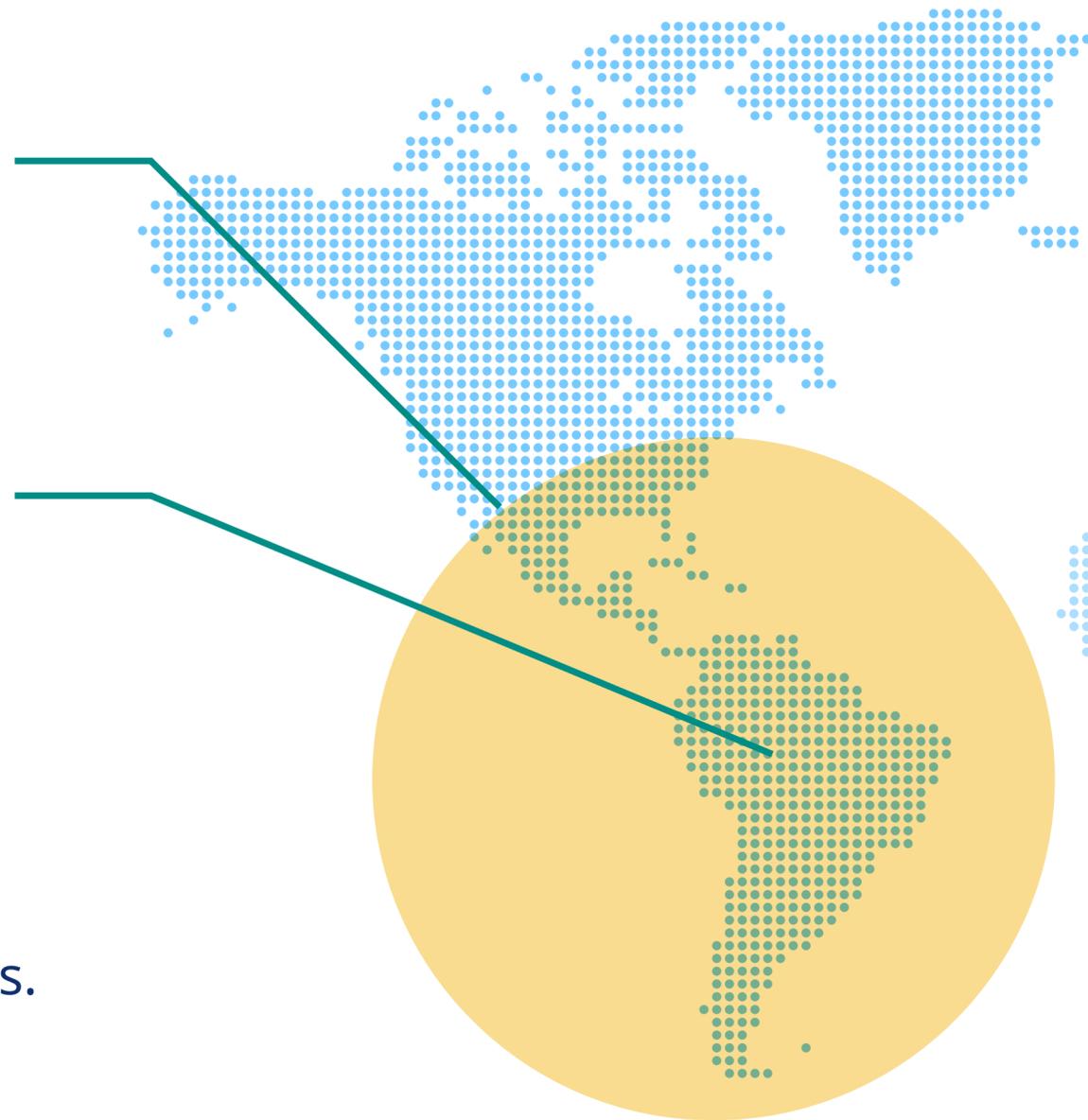
80%

zonas urbanas

Y en 2050 seremos

784

millones de habitantes.



Alimentar y cuidar la salud de esta enorme cantidad de personas es un **desafío inmenso**, que enfrentan por igual las grandes corporaciones y las empresas nacionales y familiares.

La **transformación** del sector agroalimentario en los últimos años, y muy especialmente en esta post pandemia, está obligando a las empresas a repensar sus **modelos de negocio** e incorporar **tecnologías** que les permitan digitalizarse y adaptarse a los nuevas demandas de los consumidores. Además, el impacto del cambio climático, la creciente inflación, ciberrataques masivos, demandas sociales, problemas en las cadenas de suministro globales, nuevas regulaciones... están haciendo que las empresas deban **anticiparse y prepararse mejor** para gestionar eficazmente sus riesgos, y **proteger así su negocio, su gente, sus clientes y el medioambiente.**

Un sistema alimentario sostenible e inclusivo es crítico para alcanzar los objetivos de desarrollo económico y social nuestras comunidades.



¿Sabías que el 75% de las empresas del mundo han sufrido al menos un ataque cibernético?



¿Te enteraste que el 29% de los empleados en Latinoamérica no confía en poder pagar la asistencia sanitaria que su familia necesita?



¿Sabías que el cambio climático es responsable de al menos 150.000 muertes por año, y se espera que se duplique para 2030?



¿Te enteraste que la crisis de deuda es una amenaza latente en los próximos cinco años?

POBLACIÓN TOTAL

660.269

miles de personas

POBREZA EXTREMA

13,1%

de la población

TASA DE DESOCUPACIÓN

10,5%

de la población económicamente activa

TASA DE CRECIMIENTO DEL PIB

6,6%

a precios constantes

TASA DE CRECIMIENTO DEL IPC

12,5%

INTENSIDAD ENERGÉTICA DEL PIB

1.0

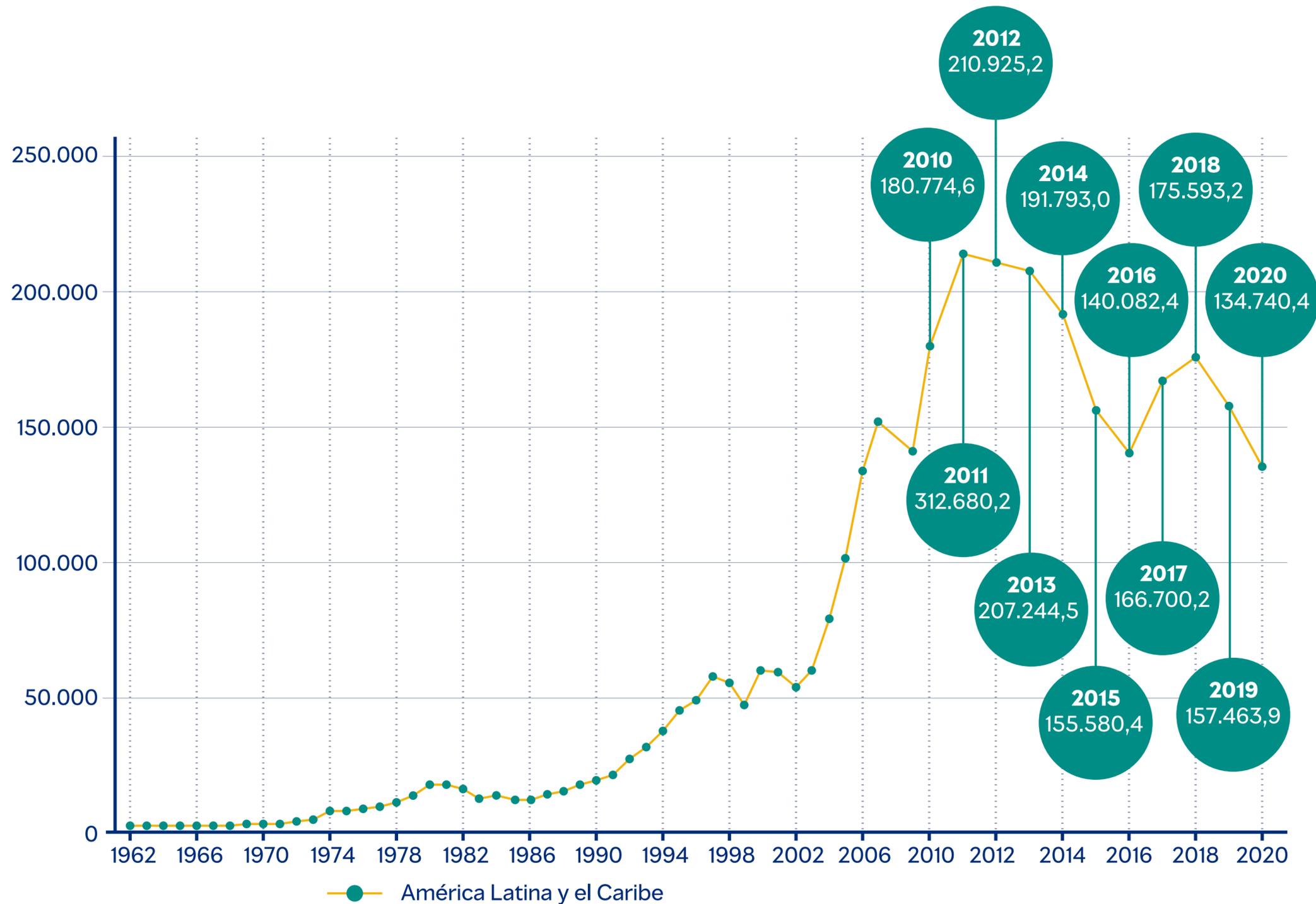
miles de barriles equivalentes de petróleo

DATOS CEPAL

Contáctanos

Comercio intrarregional total de bienes

(Millones de dólares)



Después de una leve caída en las exportaciones en 2009, el sector de Alimentos y bebidas mostró un franco ascenso en sus operaciones para exportaciones.

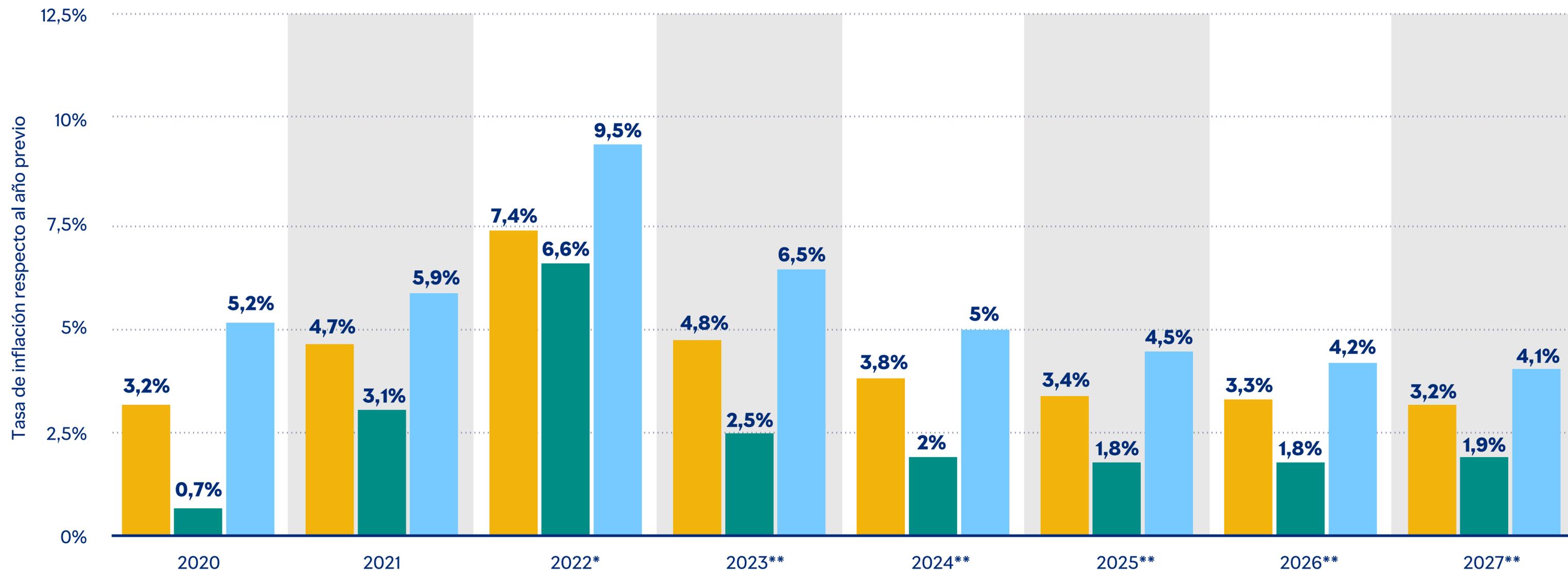
Anímate a conocer cómo tu negocio puede sostener sus operaciones de manera tal que la distribución de sus productos aumente a pesar de la crisis. Hoy las exportaciones tanto intraregionales como internacionales pueden mantenerse, anticipándose a los riesgos latentes y emergentes.

Tasa de inflación

en países desarrolladas, emergentes y en desarrollo entre 2020 y 2027

(en relación con el año anterior)

Es verdad que la economía de nuestra región ha alcanzado este año sus **niveles más altos de inflación**. Pero también es cierto que si defines una estrategia para enfrentar los riesgos a mediano y largo plazo, **tu negocio puede crecer en un contexto complejo**.



Fecha de publicación
2022

Región
Mundial

Periodo de estudio
2020 - 2022

Notas suplementarias
* Datos estimados
** Previsiones

● Mundial

● Economías fuertes
(desarrolladas)

● Economías emergentes
o en desarrollo

Empresas nacionales y familiares: motor del desarrollo social y del bienestar

90%

de las empresas de alimentación y bebidas son empresas nacionales y familiares.

¿Qué son las empresas nacionales y familiares para Marsh?

Son las grandes dinamizadoras de las economías locales. Cada país de la región tiene sus propios criterios para considerar a una "pyme" tal. La que para México es una pyme, quizá no la sea para Brasil. O las que algunos países de Centroamérica consideran grandes empresas, quizá en Colombia, Chile o Argentina no sean. Así que las pymes no solo están definidas por el número de colaboradores o su facturación, sino por indicadores "locales", como por ejemplo las obligaciones tributarias, regulatorias y su propia legislación.



Food & Beverages companies

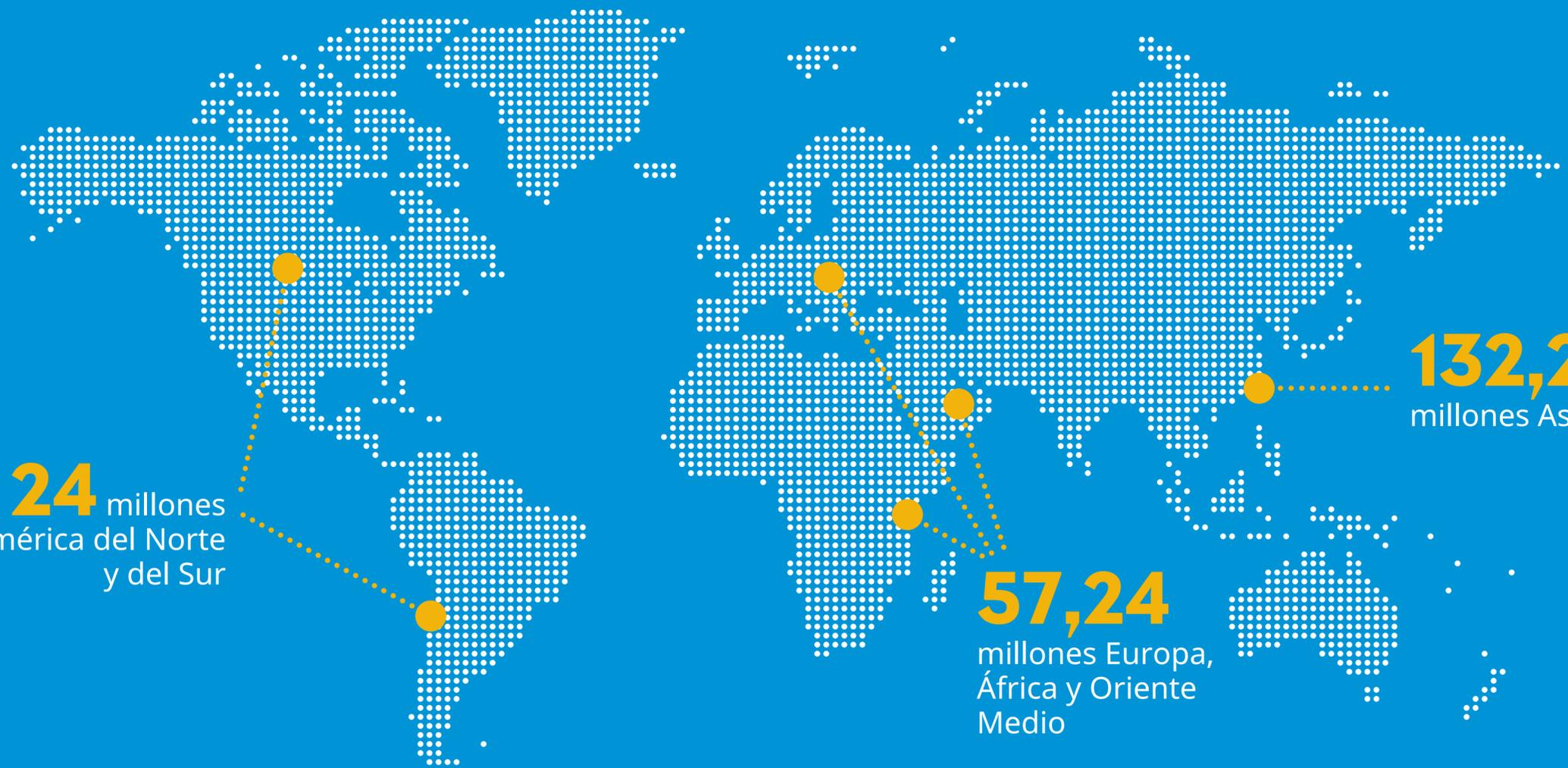
En 2020 más de **213** millones de empresas de alimentos y bebidas operaban en todo el mundo

De las cuales 24 millones están en América del Norte y del Sur, 57,24 millones en Europa, África y Oriente Medio, y 132,28 millones se encuentran en la región de Asia-Pacífico.

24 millones
América del Norte
y del Sur

57,24
millones Europa,
África y Oriente
Medio

132,28
millones Asia-Pacífico



Consumo

 **USD**
660

En Latinoamérica, el consumo per cápita de alimentos y bebidas es de USD 660



4.500 millones de personas de bajos ingresos que viven en países en desarrollo gastan 2.3 billones de dólares al año en alimentos y bebidas, esto es más que los segmentos de consumo medio y superior juntos.

Datos del Banco Mundial



Desde hace varios años, la población de nuestra región ha venido modificando sus hábitos alimenticios, elevando el consumo de comidas de bajo contenido calórico, básicamente bajo en carbohidratos, y aumentando la ingesta de productos vegetales alternativos a los de origen animal.

Tendencias de consumo: una mirada hacia la salud



Alimentación a base de plantas

Aumento de + 59% en nuevos productos a base de plantas



Productos funcionales

Los que mejoran el estado de ánimo, aumenten capacidades cognitivas, niveles de energía o disminuyan los niveles de estrés, entre otras funciones, se ha convertido en una prioridad para el consumidor.



Reduccionismo

La reducción de componentes como el azúcar, sodio, grasa, alcohol, carbohidratos, entre otros, se convierte en una estrategia importante para los formuladores.



Inmunidad

El 58% de los consumidores son conscientes de los posibles beneficios que pueden tener las bacterias en el sistema digestivo para la salud en general.



Alimentación con propósito

El 50% de los consumidores están dispuestos a pagar algo más por productos con garantías de alta calidad y estándares de seguridad verificables.



Disminución de compras

Los consumidores reaccionan ya sea disminuyendo su nivel de compras o sustituyendo algunos productos por otros de menor precio.

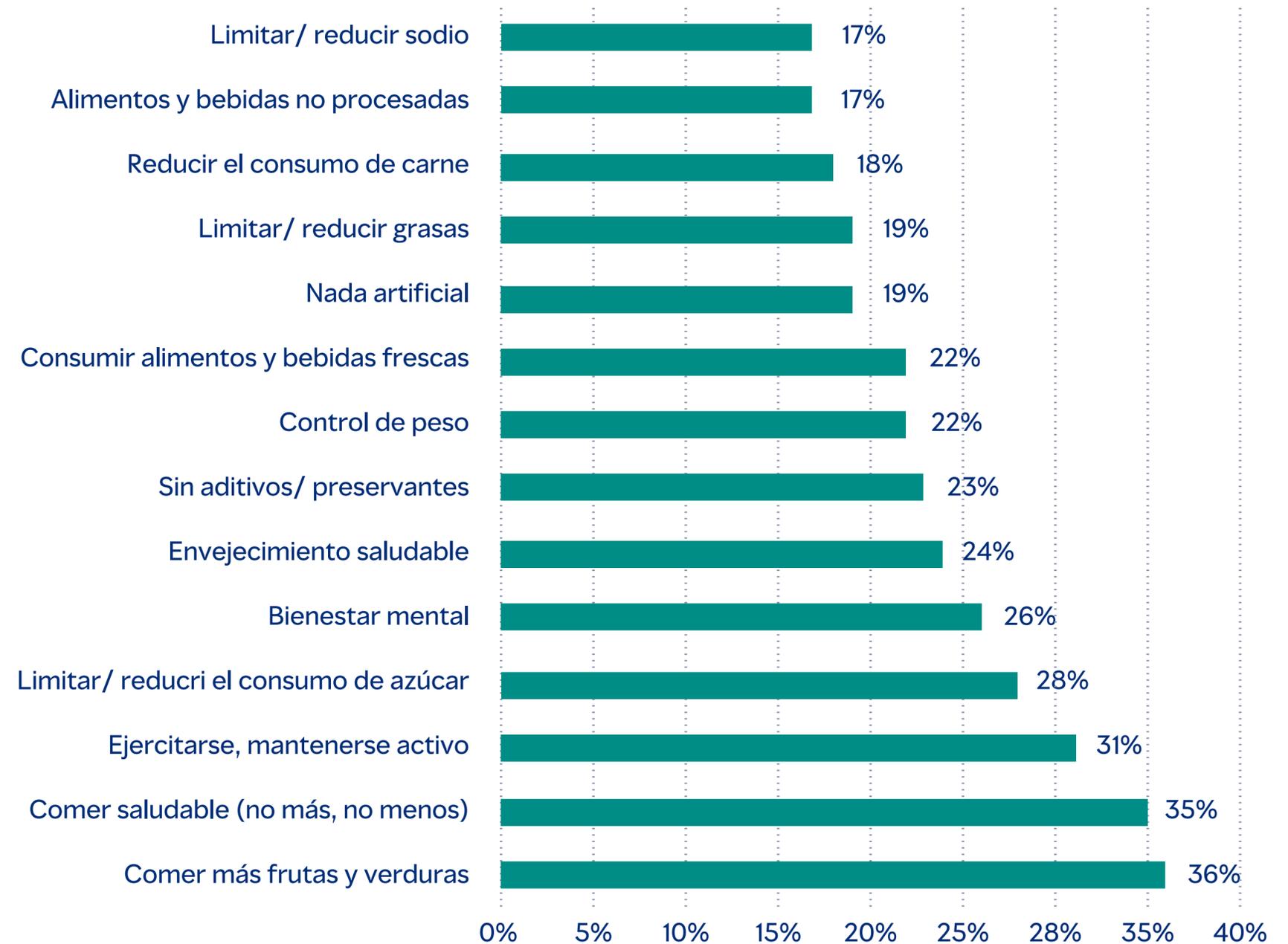
Preferencias de consumo en Latinoamérica

98,4%

de los latinoamericanos consideran la alimentación como una manera de prevenir enfermedades, y están más conscientes de la higienización de sus alimentos.

FUENTE: Sustentabilidad en Acción, Kerry 2021

[Contáctanos](#)



Hábitos del consumidor

5%

de la población mundial es vegana



Para 2030, Latinoamérica liderará el aumento en el consumo de productos vegetales alternativos a los de origen animal.

Informe Statista, agosto 2022

+60%

de los latinoamericanos están decididos a comer menos productos de origen animal.

75%

de los latinoamericanos considera importante conocer el origen de los alimentos.

+75%

reconoce que la alimentación es un tema que le preocupa y sobre el cual debe poner atención.

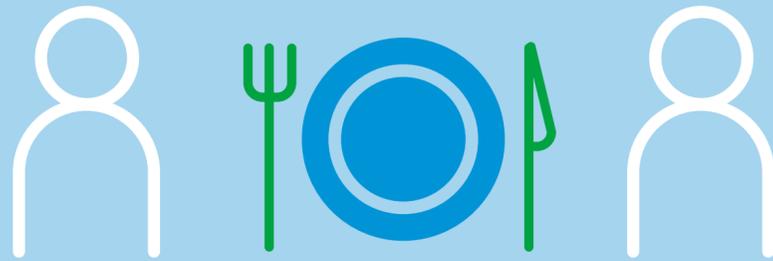
30%

de los consumidores latinoamericanos considera fundamental la rapidez y facilidad en la preparación de los alimentos.



7 de cada 10 encuestados en Latinoamérica reconocen la importancia de alimentarse bien para estar saludable.

Comer fuera de casa



Comer fuera de casa = menos desigualdad

Cuando los análisis incluyen la comida consumida fuera de casa, la tasa de pobreza moderada es 16% más baja comparada con el escenario donde solo se usó el gasto total en comida. La desigualdad en el consumo, medida por el coeficiente Gini, es más baja cuando se incluye el factor “comer fuera de casa”, una reducción sumamente importante.

Cuanto más cerca a 0 esté el coeficiente de Gini, más igualitaria será la distribución de la renta. Mientras que 1 es cuando todo el ingreso se concentra en una persona.

90%

come al menos una vez por semana fuera de casa.

30%

Las familias latinoamericanas clase media gastan 30% en comida callejera informal
FAO-ONU

La **comida callejera** es parte del paisaje urbano de Latinoamérica y también una industria en crecimiento, si se tiene en cuenta que **8 de cada 10 latinoamericanos viven en ciudades**. El ritmo de vida ciudadano, la accesibilidad de precios y el apetito por el “sabor local” hacen de la comida informal **una opción cada vez más popular**.



Despilfarro de alimentos

121Kg

de comida desperdiciados por persona.



Según los últimos datos del Banco Mundial sobre el desperdicio alimentario, 931 millones de toneladas métricas de alimentos fueron arrojados a la basura en todo el planeta.

El aumento de los precios de los alimentos, los fenómenos meteorológicos extremos y los desafíos geopolíticos están afectando a las empresas de alimentos y bebidas.

Disminuir el desperdicio de comida es responsabilidad de las personas y de las empresas.

Desarrollar un programa de ESG, adaptado a la realidad de cada negocio, es fundamental.

Sea un negocio mediano o pequeño, **cada uno puede contribuir a superar este desafío.**

El desperdicio de alimentos no se registra solo en países con economías potentes. En regiones como Latinoamérica, las elevadas cifras de desperdicio están asociadas a las pésimas condiciones de conservación de los alimentos.

La **incorporación de sistemas de automatización y protección digital** es una prioridad entre las empresas de alimentos y bebidas.

Para 2030 se espera que 6 de cada 7 personas consuman 3.000 calorías por día y se desperdicien cerca del 33% de alimentos por falta de automatización de procesos.



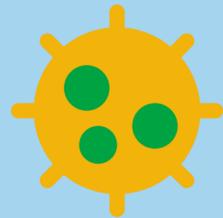
Intercambio comercial + cadena de suministro

14%

Las exportaciones agroalimentarias de América Latina representan cerca del 14% de las exportaciones de productos agroalimentarios del mundo y una cuarta parte de las exportaciones del total de bienes de la región.



Por sus aportes a una nutrición sana, se puede mencionar que la región exporta una tercera parte de las frutas que produce y una cuarta parte de los vegetales.



Durante el 2020 las exportaciones agroalimentarias de Latinoamérica **resistieron más el impacto generado por el COVID-19** que las exportaciones totales de mercancías: registraron un incremento del 2,7%, mientras que las exportaciones totales de mercancías mostraron una caída del 9,1%.



El 86% de las exportaciones agroalimentarias se destina a solo tres mercados: Estados Unidos con un 23%, seguido por Asia oriental con un 19%, donde solo China acapara el 13%, y la Unión Europea con del 18%.

51%

10 productos

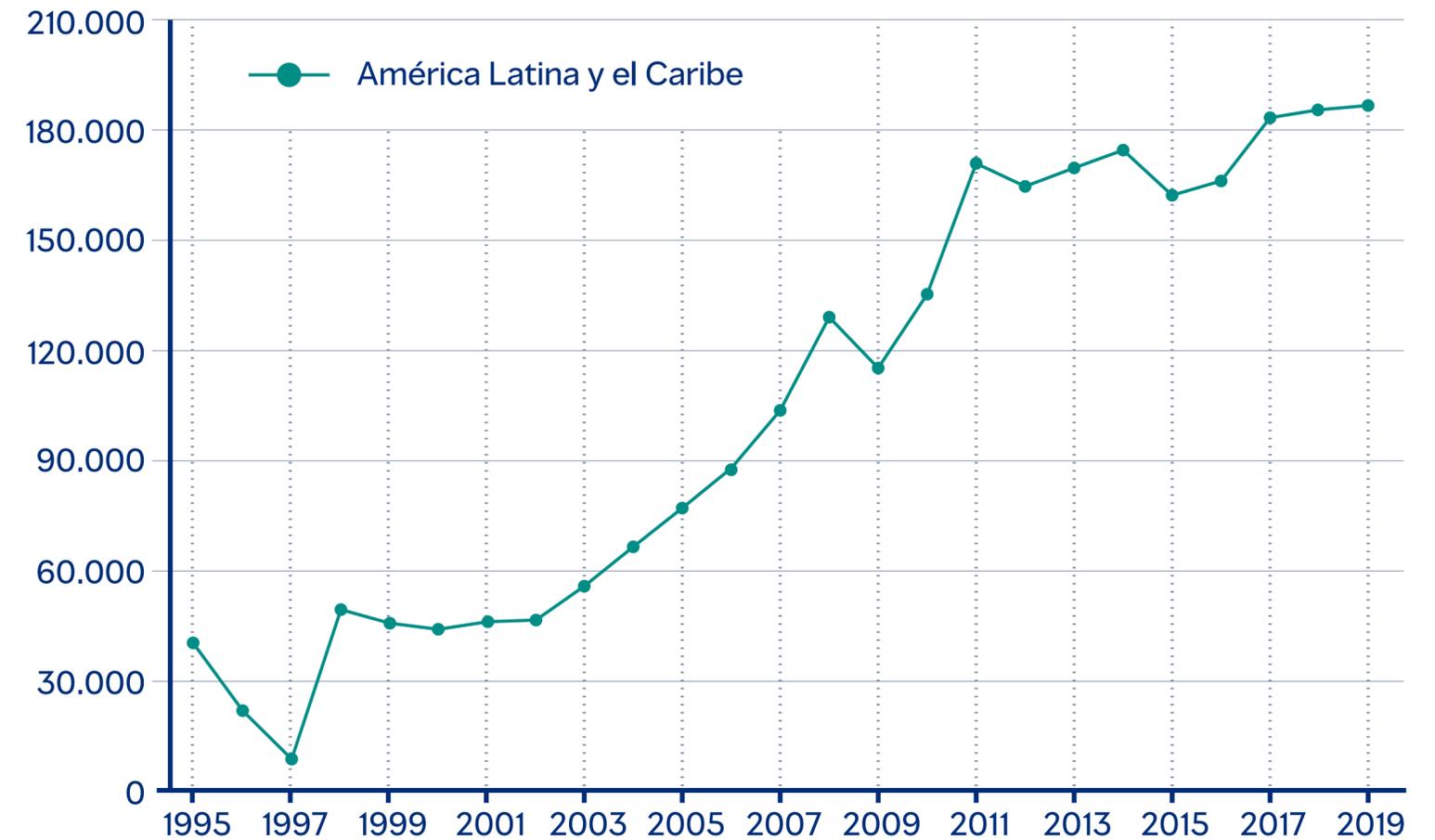
Estas exportaciones agroalimentarias de la región están concentradas en un número limitado de productos: **51% del valor exportado se concentra en 10 productos.**

Retos de la cadena de suministro

- ➔ Impulsar relaciones de colaboración con clientes y proveedores clave
- ➔ Diversificar la base de suministro
- ➔ Diversificar el mercado, incluyendo abordar otras geografías y líneas de producto
- ➔ Rediseño de productos
- ➔ Segmentación de la cadena de suministro
- ➔ Cambios en la manufactura en un país y/o regiones a otra
- ➔ Incrementar el trabajo con terceros en manufactura y logística
- ➔ Aumento del inventario

Tendencia 2022 para el sector de alimentos y bebidas

- ➔ Una mejor relación de la marca con el consumidor
- ➔ Desarrollo e incremento de una responsabilidad social, centrada en el medio ambiente
- ➔ Sustentabilidad
- ➔ Nuevos productos más saludables
- ➔ Nuevos requisitos y mejores opciones
- ➔ Mayor diversidad
- ➔ Nuevos modelos de negocio y formas de trabajar



¿Cómo es el nuevo modelo de planificación y ejecución de la cadena de suministro?

- ➔ Incrementar la regionalización del inventario, acercarlo más al cliente.
- ➔ Ciclos de planificación de operaciones y ventas más rápidos.
- ➔ S&OP social para apoyar la planificación estratégica a largo plazo.
- ➔ Escenarios para revisar continuamente las estrategias de la cadena de suministro.
- ➔ Funciones de gestión de riesgos con énfasis en la supply chain.



Contar con datos suficientes será prioridad para acelerar la transformación. Apps especializadas permitirán mejorar la sostenibilidad, la seguridad alimentaria y la transparencia.

América Latina: ¿principal proveedor de alimentos del mundo?

60%

Para el 2050 la producción de alimentos en el mundo tendrá que aumentar 60% para satisfacer las demandas nutricionales de más de 9 mil millones de personas.

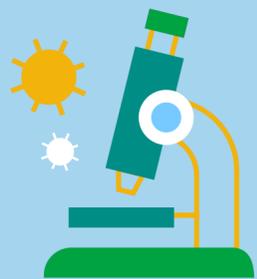
Será una oportunidad para que América Latina y el Caribe se consoliden como uno de los principales proveedores de comida del mundo.



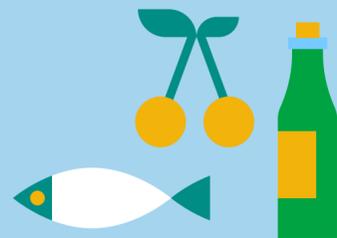
¿Sabías que ...

hoy Latinoamérica es responsable del 12% de la producción agrícola mundial y del 16% de la exportación mundial de productos agrícolas?

¿Calidad de los productos en cuanto a qué?



Aumentar producción de alimentos inocuos



Mayor diversidad de alimentos



Mayor contenido nutricional

Entes privados y públicos deberán **articular estrategias** para impulsar la producción desde el origen de la cadena de valor: **los sistemas agropecuarios**.

Cifras de la Organización de Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) indican que nuestra región es el **mayor exportador neto** de alimentos del mundo y pronostica que para 2024 la balanza comercial agrícola podría sobrepasar la de América del Norte.

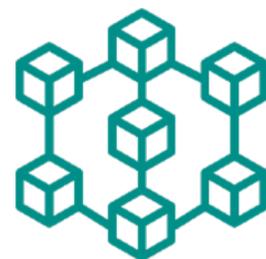
El reto es alcanzar el **balance ideal entre producción de alimentos y calidad de los productos**.

Automatización y digitalización: un reto que avanza en toda la región

Tendencias de automatización en la región



Bodegas más
eficientes
y adaptables



Tecnologías para
fidelizar al cliente
y blockchain



Sistemas y servicios
on demand y
logística verde



¿Sabías que ...

el 63% de la industria de alimentos y bebidas ha incrementado su inversión en ciberseguridad en 2022

La industria de alimentos y bebidas está atrasada en las **mejoras operativas y de eficiencia**. Un reciente estudio de Gartner revela que el 87% de las organizaciones de alimentos y bebidas están muy rezagadas en **análisis y capacidades de inteligencia empresarial**. El éxito de los productores de alimentos y bebidas en el futuro digital depende de hacer **inversiones inteligentes hoy**.

¿Conocías el impacto que puede tener en tu negocio no proteger la información?

Esta es una realidad de la cual no escapan las empresas familiares y nacionales. Anticiparse y protegerse es el mayor activo de tu negocio.

Contáctanos

Inadecuada segmentación y exposición a Internet

Sistemas desactualizados

Protocolos inseguros

Configuraciones inseguras

Ausencia de monitoreo de ciberseguridad

Ausencia de concientización

Inadecuada gestión de accesos

Otros

Principales causas y efectos de un ciberataque en organizaciones con sistemas de control industrial

Interrupción de las operaciones

Alteración de parámetros de procesos

Daños físicos a la propiedad

Daño a la salud de las personas

Afectación al medio ambiente

Afectación de la imagen organizacional

Fuga de información

Fraude y extorsión

¿Cómo enfrentar aumento de precios de alimentos?



- ➔ **MANTENER** el comercio de alimentos.
- ➔ **APOYAR** a los consumidores y hogares vulnerables a través de redes de protección social.
- ➔ **SOPORTE** a los agricultores.
- ➔ **RESILIENCIA** sobre los sistemas alimentarios y seguridad alimentaria y nutricional que perdure en el tiempo.

Seguridad alimentaria

En América Latina y el Caribe, la inseguridad alimentaria se encuentra hoy en su punto más alto desde el 2000, luego de un aumento del 30 por ciento en el número de personas que padecen hambre entre 2019 y 2020.

59,7
millones

En tan solo un año, y en el contexto de la pandemia COVID-19, el número de personas que viven con hambre aumentó en 13,8 millones, alcanzando un total de 59,7 millones de personas.



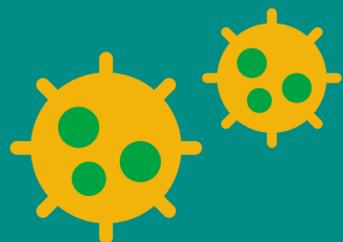
Así que cuatro de cada diez personas en la región –267 millones– experimentaron inseguridad alimentaria moderada o severa en 2020, 60 millones más que en 2019, un aumento de 9 puntos porcentuales, el más pronunciado en relación con otras regiones del mundo.

Según cifras del Programa Mundial de Alimentos (PMA), hasta junio de 2020 un total de 345 millones de personas en 82 países sufrían **inseguridad alimentaria aguda**. Son personas cuyo acceso a alimentos a corto plazo se ha restringido tanto que **sus vidas y medios de subsistencia están en riesgo**.

El PMA y la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) advirtieron que la inseguridad alimentaria aguda podría empeorar en 20 países más entre junio y septiembre de 2022. Se estima que 3000 millones de personas en el mundo **no pueden costear una dieta saludable**.

Número de personas subalimentadas SN_ITK_DEFCN
(En millones)





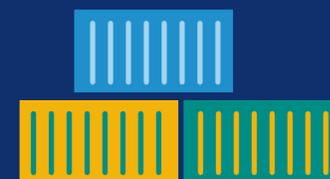
NUTRICIÓN POST-COVID

Encuestas telefónicas del Banco Mundial en 85 países indican que un número considerable de personas **se quedaron sin alimentos o redujeron su consumo** durante los dos primeros años de la pandemia de COVID-19. La disminución de la ingesta de calorías y la nutrición deficiente amenazan **los avances obtenidos en materia de salud y reducción de la pobreza, y podrían tener efectos duraderos en el desarrollo cognitivo de los niños pequeños.**

Las restricciones al comercio de alimentos, post Covid19, establecidas por los países con el objetivo de aumentar la oferta interna y reducir los precios ha **impactado en la alimentación.**



Según la edición de abril de 2022 del informe Perspectivas de los mercados de productos básicos del Banco Mundial, la guerra en Ucrania alteró los patrones mundiales de comercio, producción y consumo de productos básicos de forma tal que los precios se mantendrán en **niveles históricamente altos** hasta fines de 2024, exacerbando la inseguridad alimentaria y la inflación.



Unos 74 países han aplicado 33 prohibiciones a la exportación de alimentos, y al menos 7 han implementado 11 medidas de restricción de las exportaciones.

Todos están pensando en ESG Enviroment, Social, Goverment.



Productos de alimentación **poco saludables** suponen un riesgo financiero



El azúcar es el **nuevo carbono**. México empieza a gravar las bebidas azucaradas.



La presión para ser **más transparente** en la huella de sal aumenta cada día



Restricciones de comercialización para las empresas que no se adaptan

Objetivos de Desarrollo Sostenible

OBJETIVO 2

Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible. Una de las metas es duplicar la productividad agrícola y los ingresos de los productores de alimentos a 2030.

Conoce las estrategias que puedes poner en marcha ya en tu negocio para crecer con resiliencia.

[Contáctanos](#)

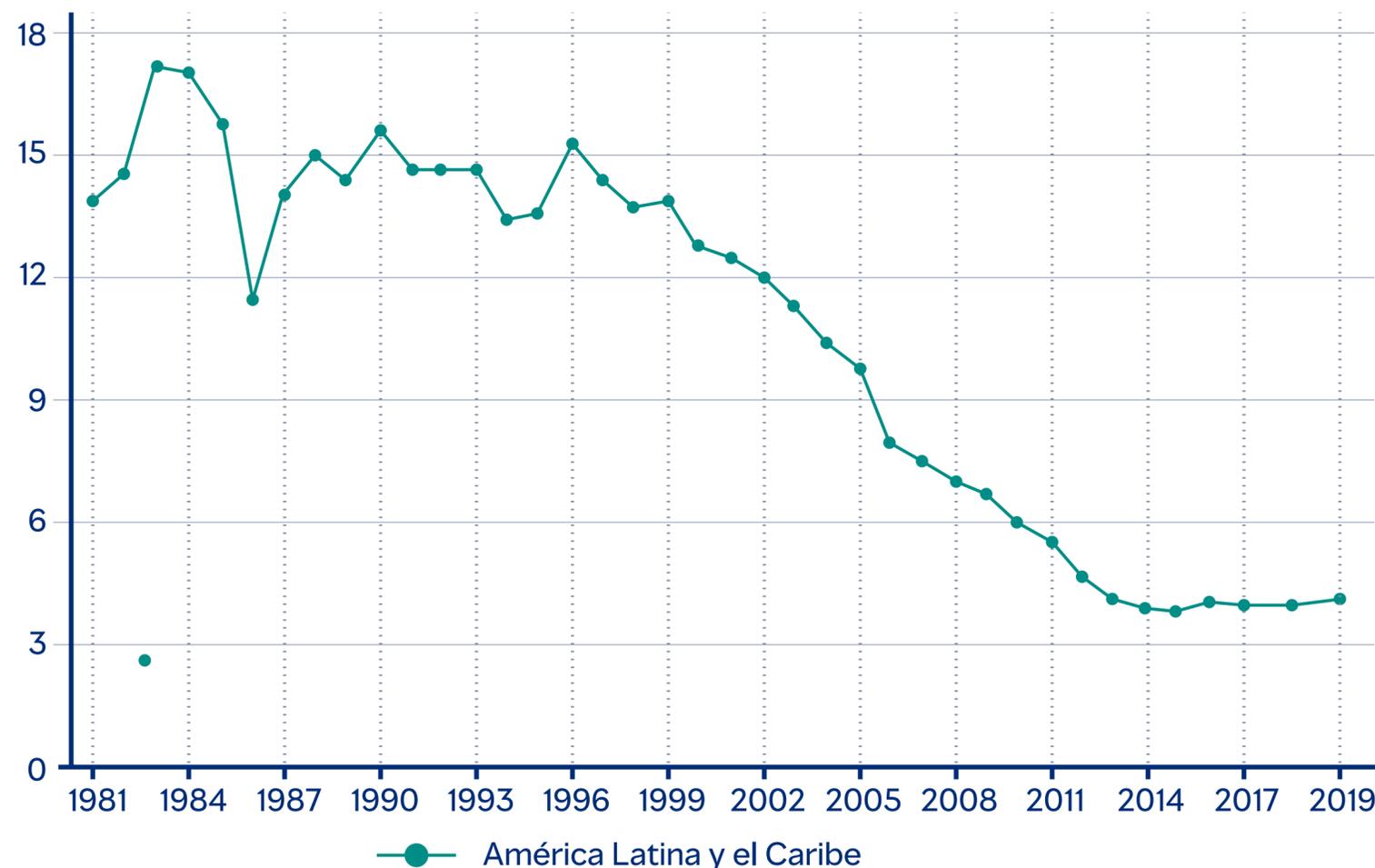
¿Sabías que ...

la crisis alimentaria mundial está poniendo a prueba los planes de resiliencia?

Los precios mundiales de los alimentos han aumentado significativamente en los últimos dos años, una crisis afectada por la pandemia de COVID-19, los fenómenos meteorológicos extremos y los desafíos geopolíticos. Y las empresas y los países de todo el mundo se enfrentan a nuevos riesgos, incluida una escasez significativa de mano de obra, mientras intentan llevar alimentos y productos agrícolas a sus destinos.

Proportion of population below international poverty line (%) SI_POV_DAY1

(Percentage)

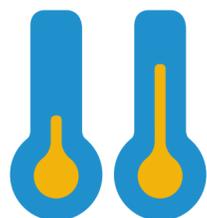


Desafíos

En los próximos decenios, el sector de la alimentación y las bebidas se enfrentará a:



Cambios en la oferta y la demanda



Cambio climático



Volatilidad de los precios de los alimentos



Seguridad alimentaria

¿Cómo puede la industria alimenticia evolucionar para cumplir con las recientes demandas de sus consumidores?

1 Reformulación de productos

2 Identificación de nuevos proveedores de productos agrícolas

3 Alza de precios para contrarrestar la interrupción en la cadena de suministro

4 Mercadotecnia y publicidad basada en los hábitos de salud

El sector de alimentos y bebidas es en general uno de los mayores sectores de manufactura que **emplea gran cantidad de personas y que está en constante crecimiento.**

La **competencia está en aumento** y ha habido una enorme consolidación entre marcas establecidas, junto con nuevas marcas que ingresan al mercado. Para poder superar este ambiente de mayor competitividad, los productores de alimentos deben revisar sus modelos de negocio y buscar **estrategias de modernización** que pongan a la **tecnología en el corazón de las operaciones**, de manera de mantener la competitividad y aumentar el market share.



Los cambios en el comportamiento y las necesidades de los clientes demandan flexibilidad de la industria de Alimentos y Bebidas para adoptar tecnologías innovadoras que optimicen sus operaciones diarias y les reporte buenos márgenes de ganancias. No es sólo ofrecer los precios más bajos, sino que ahora para tener éxito se debe estar alineados con los clientes.

¿Cómo se logra?

1

Incorporar servicios de valor agregado. “Servicio” ahora significa mucho más de lo que normalmente consideramos como buen servicio al cliente. A los clientes hoy prefieren interactuar por medios digitales y aparte les preocupa el impacto en el medio ambiente, las condiciones laborales de los trabajadores de planta y la sostenibilidad de los ingredientes que se utilizan.

2

Mejorar la experiencia del cliente. Conforme a Constellation Research, “Las organizaciones se están pasando de productos a servicios, de servicios a experiencias, de experiencias a conocimiento y de conocimiento a promesas de marcas”. Cada vez es más importante desarrollar una marca sobresaliente y distinguirse en el reconocimiento del cliente, ya que en la economía global actual, los clientes cuentan con demasiadas opciones.

3

Sintonizar pronósticos de oferta y demanda. En la mayoría de las operaciones de manufactura y proceso de alimentos, el inventario representa una inversión considerable y un potencial de responsabilidad si se mantiene mucho tiempo. La gestión efectiva del inventario es una de las formas en que las empresas pueden optimizar el flujo de capital, sin arriesgar la satisfacción del cliente. Entender con precisión las necesidades, predecir la demanda estacional y proyectar las necesidades logísticas, ayuda a los gerentes de compra a contar con los recursos necesarios para cumplir con las órdenes.

4

Optimizar los procesos de marketing y ventas. La transición a un marketing digital es una parte importante de la estrategia de modernización de las empresas. En el sector de alimentos y bebidas, el marketing digital resulta aún más crítico a medida que las empresas deben alinearse con los consumidores. De esta manera, entender las preferencias y deseos de contar con etiquetas claras, productos saludables y genéticamente no alterados, afectará el proceso y el desarrollo de nuevos productos.

5

Negocios en todo momento y lugar. Las soluciones móviles, los portales online y la conectividad remota son todas esenciales para las aplicaciones modernas. Tanto vendedores que necesitan actualizar una factura en tiempo real como un cliente que desea saber sobre las calorías de un producto o un especialista en compras que necesita modificar una orden de compra en el momento, los dispositivos móviles integrados con el software ayudan a las organizaciones a trabajar de forma más eficiente.

¡No dejes que te lo cuenten!



Brasil fue el país de America Latina que contaba en su haber con mayor cantidad de restaurantes McDonald's durante todo el periodo de estudio.

Concretamente, 1.052 eran los establecimientos ubicados en el gran país latinoamericano en ese último año. Esta cifra supone casi tres veces más que el número de restaurantes que la franquicia norteamericana posee en su país vecino, México.

Statista Research Department, 14 jun 2022



[Contáctanos](#)

Los 10 mejores restaurantes de América Latina

Restaurantes mejor posicionados en el ranking "LatinAmerica's 50 Best Restaurants 2021: Pasado y Futuro"

(En millones de dólares, sobre la base de las exportaciones FOB)

2020

1 Central		Lima
2 Maido		Lima
3 D.O.M.		San Pablo
4 Astrid y Gastón		Lima
5 Pujol		Ciudad de México
6 Boragó		Santiago
7 Maní		San Pablo
8 Quintonil		Ciudad de México
9 Tegui		Buenos Aires
10 Don Julio		Buenos Aires



FUENTE: 50 Best - William Reed Business Media