



CGAB

CÁMARA  
GUATEMALTECA DE  
ALIMENTOS Y BEBIDAS

EDICIÓN 57  
OCTUBRE 2020

# en Acción

## El Segundo Brote

### ¿Inevitable segundo impacto social y económico?

Desde el inicio de la pandemia las medidas adoptadas por los gobiernos se orientaron a evitar la propagación por el aislamiento y restricción de la movilidad, lo cual contribuyó en un deterioro económico de grandes proporciones, junto con la caída del ingreso de las familias.

Ante la evidencia del segundo brote, la gran cuestión es respecto a las nuevas medidas a tomar para evitar el costo social por enfermedad y defunciones, pero sin precipitar al abismo la ya deteriorada economía.

Un segundo brote es un escenario de muerte y desesperación sin un plan de emergencia de país, que refuerce las medidas sanitarias de la población, los servicios hospitalarios y la asistencia económica temporal a las familias. Ninguna opción es tan eficaz como el distanciamiento y aislamiento, como ya lo adoptan los países que están en pleno rebrote.



El efecto del segundo brote, con países tomando medidas de confinamiento selectivo, de nuevo pone en escena el riesgo de las cadenas internacionales de suministros, exportaciones e importaciones; y la reacción natural de los consumidores de restringir sus gastos. Todo esto tendría un efecto en nuestro país.

La CGAB elaboró un autoexamen con 25 medidas básicas de prevención para contener el contagio en los puestos de trabajo, las cuales fueron adoptadas por varias empresas, lo que les ha permitido minimizar el impacto sanitario del Covid y mantener el suministro de alimentos sin reducir la nómina de empleados. En el rebrote se reforzarían las medidas, en eso está superarlo rápidamente.

### CONTENIDO:

El Segundo Brote	
¿Inevitable segundo impacto social y económico?	1
La industria de A&B en 2050	2
Actualidad: Huella Ambiental: de la finca a la mesa Manos Chapinas	3
Noticias	4
En la Mira	
Eventos	
Data	5
Agenda	

### CONTÁCTANOS:



2335-2890



/cgab  
/vida saludable GT



Cgab2018  
vidasgt18



[www.cgab.org.gt](http://www.cgab.org.gt)



Cámara  
Guatemalteca  
de Alimentos  
y Bebidas



Cámara  
Guatemalteca  
de Alimentos  
y Bebidas

# La industria de A&B en 2050

## CÓMO DEBERÁN SER LAS EMPRESAS

### áreas más importantes para prosperar hacia el 2050

A pesar de que la industria alimentaria muestra crecimiento, también hay datos que indican reducción de ventas, mayor competencia de pequeñas marcas y aumento de costos de producción.

Lux Research identificó cuáles pueden ser las áreas más importantes para mantener el éxito y prosperar para el **2050**.

**Desarrollar alimentos enfocados en la salud**, los consumidores no solo esperan que los alimentos produzcan disfrute y saciedad, la comprensión de lo que están comiendo está siendo cada vez más relevante. Las personas no solo evitan productos “malos” sino que van a preferir aquellos que son “buenos” para el rendimiento **atlético y cognitivo**. La Innovación va por el estudio del uso de ingredientes de salud cognitiva como los nootrópicos, la medicina complementaria y alternativa (CAM), la medicina ayurvédica y otros fito-nutrientes.

**Incorporación de detección ubicua**, la automatización y mejora de la práctica de fabricación cumplen un rol importante en la industria, y los sensores ya son parte esencial de cualquier proceso. Cada vez son más pequeños, potentes y baratos, lo que genera automatización eficiente.

**Adaptación a las nuevas estructura industriales**, el mercado industrial crece cada vez más y se diversifica. La competencia puede ser desde lugares nuevos y mercados diferentes.

**Dominar el papel del microbioma**, muchas empresas han desarrollado y diseñado nuevos alimentos de lácteos no fermentados u otros productos que ayudan a la regeneración de la microbiota. Desde la producción hasta el diagnóstico, es decisivo para las empresas alimentarias explorar esta rama.

**Aumento de la sostenibilidad**, el tema de la sostenibilidad va mucho más allá de la producción. Los consumidores están más conscientes y se están acercando a los productos que no generen daño al entorno. Si una empresa quiere mantener su estatus a largo plazo, debe hacer un esfuerzo por cambiar el rumbo hacia lo sostenible.

**Entender el consumo futuro**, con la pandemia del Covid-19 las empresas se adaptaron muy rápido a cambios de consumo, que de todas formas iban a ocurrir. La visión a futuro de la distribución y el consumo es otra clave del éxito.



# Actualidad

## Huella Ambiental: de la finca a la mesa

**Rastrear las emisiones de carbono desde una mazorca de maíz hasta una chuleta de cerdo, exigirán consumidores conscientes del medio ambiente**

Farmer's Business Network Inc., ha lanzado **Gro Network**, que rastreará y puntuará la **intensidad de carbono del grano de maíz**. Eso permitirá a los compradores etiquetar como “**verdes**” sus productos derivados y obtener mayor aceptación entre los consumidores con un precio más alto para los agricultores que utilizan prácticas más sostenibles.

Es un esfuerzo para capitalizar la creciente demanda de alimentos que tienen una huella ambiental menor. La tecnología de Gro ofrece una puntuación que los productores pueden mostrar a sus clientes, garantizando el impacto ambiental de los productos, con transparencia y creando un producto premium en los pasillos de las tiendas de comestibles. Gro es uno de los primeros en ofrecer este rastreo en la cadena de suministro.

Obtener insumos con **baja intensidad de carbono** es uno de los factores para que las marcas de la industria de alimentos procesados se mantengan en el mercado en el futuro cercano.

Con base artículo de Justina Vasquez 02/09/2020 bloomberg.com/

## Manos Chapinas



CGAB  
CÁMARA  
GUATEMALTECA DE  
ALIMENTOS Y BEBIDAS

bebidas, confites,  
chocolates, salsas,  
harinas, pan,  
cereales, galletas,  
lácteos,  
embutidos, sopas,  
aceites, conservas,  
jaleas, pastas,  
snacks, boquitas,  
huevos....



fabricados por  
**manos chapinas**  
con el sabor y la calidad  
que tanto disfrutas

#ManosChapinasAlimentan

La CGAB comparte **#ManosChapinasAlimenta** con el propósito de incentivar y promover el consumo de los productos fabricados por los guatemaltecos. Con el apoyo de **los asociados** se divulga la campaña para generar empleo e impulsar la producción nacional.

# Noticias

## Reunión en el Ministerio de Salud

La CGAB visitó a la Directora de Regulación, Vigilancia y Control de Salud del Ministerio de Salud para tratar temas de interés de sus asociados.



## Euromonitor

La CGAB realizó una reunión virtual con Euromonitor para explorar áreas de cooperación y de interés mutuo.



## La CGAB y el PNUD

La CGAB se suma al apoyo de las tiendas de barrio y a la economía local brindando capacitación gratuita del PNUD.



## Damos la Bienvenida

La CGAB le da la bienvenida a su nuevo asociado.



# En la Mira



## Agenda

- Iniciativa 5844 Reforma Ley de la DIACO
- Iniciativa 5174 Ley Zonas Francas
- Iniciativa 5504 Ley de promoción de alimentación saludable
- RTCAs de etiquetado nutricional y de etiquetado nutricional frontal
- RTCA de registro sanitario
- Iniciativa 5830 de Gestión Integral de Residuos y Desechos
- Iniciativa 5766 Ley simplificación trámites
- Acuerdo gubernativo 189-2019 prohibición de plásticos
- FYDUCA para empresas maquiladoras
- Reglamento CA de competencia
- Modificación del CAUCA y RECAUCA
- Reglamento Nacional de Lácteos
- RTCA yogurt
- TLC con Israel

UCABA  
CÁMARA  
GUATEMALTECA DE  
ALIMENTOS Y BEBIDAS

### CUÍDATE DE LOS ALIMENTOS QUE CONSUMES

Los productos de contrabando que no cumplen con las normas sanitarias pueden enfermarte.

#SOYCONSUMIDORRESPONSABLE

## DATA

Del total de exportaciones de A&B, el **9%** se destinó a EE.UU. en el primer semestre 2020



statsA&B

La edición 56 se envió a  
**1,019** destinatarios