

Perspectivas España 2021

Consumo - Alimentación y bebidas

El carácter esencial del sector de la alimentación y las bebidas está siendo más evidente que nunca en la crisis COVID-19 y esto se refleja en la percepción de sus directivos, más positiva que en otros sectores. No obstante, la industria debe dar respuesta a los relevantes cambios que se están produciendo en los hábitos y preferencias del consumidor, entre los cuales el sector destaca especialmente tres impactos de la crisis: el efecto económico, el trasvase del consumo al hogar y la exigencia a las marcas en materia social y medioambiental. En este sentido, los directivos centrarán sus esfuerzos en optimizar procesos, surtidos y cadena de suministro, en conocer mejor al cliente y potenciar la venta digital y en desarrollar productos más saludables y sostenibles. Además, la mayoría espera acelerar su expansión internacional.

Además de reforzar la incorporación de tecnología, invirtiendo especialmente en Big Data & Analytics y RPA, más de la mitad de las compañías de este sector incrementarán su actividad internacional. Destaca la apuesta por Estados Unidos, señalado por la mayoría de los directivos (69%) como el mercado con más potencial.

“ La crisis ha acentuado la necesidad de transformación de la industria de alimentación y bebidas y supondrá un punto de inflexión para ámbitos críticos como la eficiencia de procesos, la sostenibilidad y trazabilidad integral del ciclo de vida del producto, desde el campo o el mar hasta la mesa del hogar o del restaurante, la digitalización y orientación al cliente y la internacionalización. Esta evolución del sector, que pasa necesariamente por un mayor equilibrio e integración de la cadena de valor, puede verse favorecida con el apoyo de los fondos de recuperación europeos. ”

Enrique Porta
Socio responsable del sector de
Consumo y Distribución

El sector percibe su situación actual y futura más positivamente que la media...

35% considera que la situación de su sector es positiva (vs. 27% total España)

32% no ha visto afectada su facturación por la COVID (vs. 15% total España)

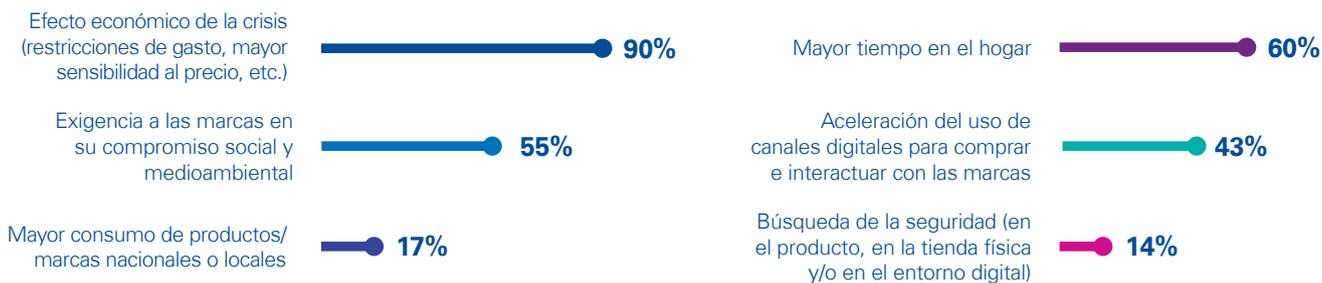
66% espera que su facturación aumente en 2021 (vs. 61% total España)

45% espera aumentar su inversión en 2021 (vs. 36% total España)

36% espera aumentar su plantilla en 2021 (vs. 29% total España)

El gran reto en la nueva realidad: adaptarse a los cambios en los hábitos de consumo.

¿Cuáles de los siguientes cambios en los hábitos y preferencias del consumidor cree que tendrá un mayor impacto en su negocio en los próximos años?

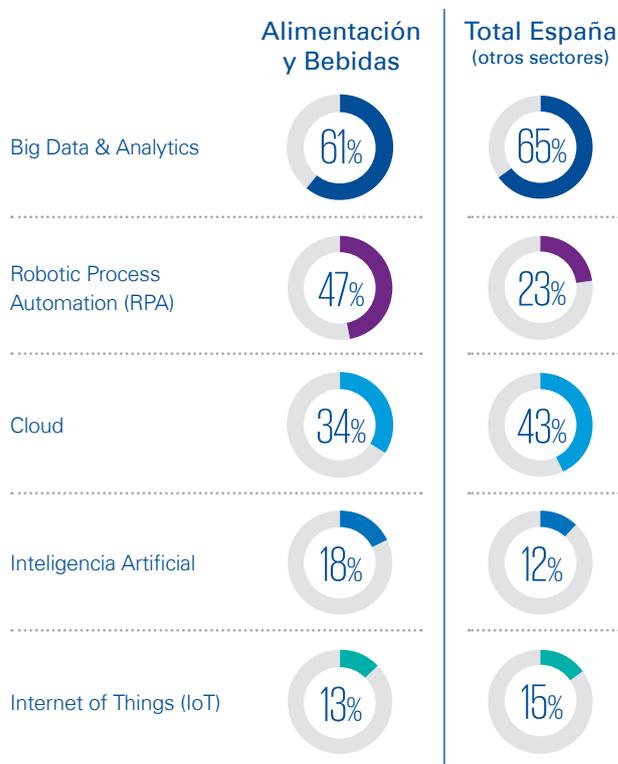


Con la transformación digital, la eficiencia y la internacionalización como motores.

¿Cuáles son sus prioridades estratégicas para los próximos 12 meses?



¿En qué herramientas tecnológicas tiene previsto invertir?



En los próximos 12 meses un



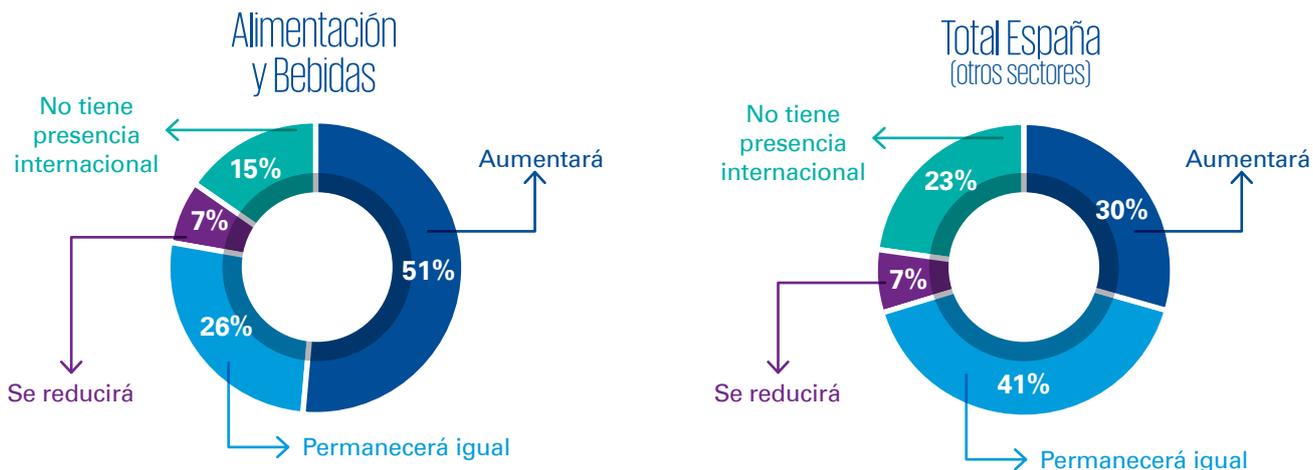
prevé una reestructuración operativa.

Y un



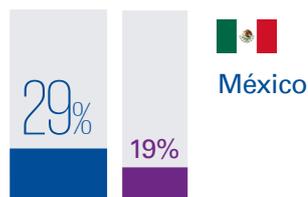
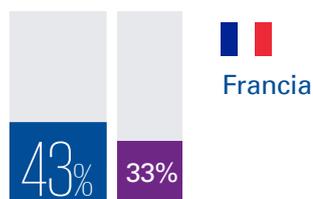
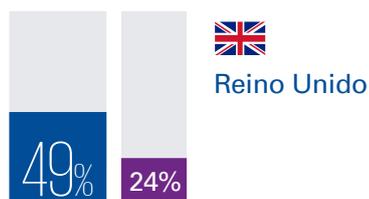
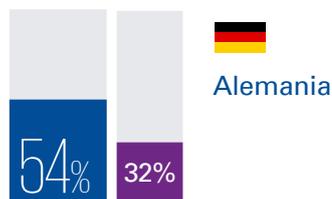
prevé realizar compras o adquisiciones.

¿Cómo va a evolucionar la presencia internacional de su empresa en los próximos 12 meses?



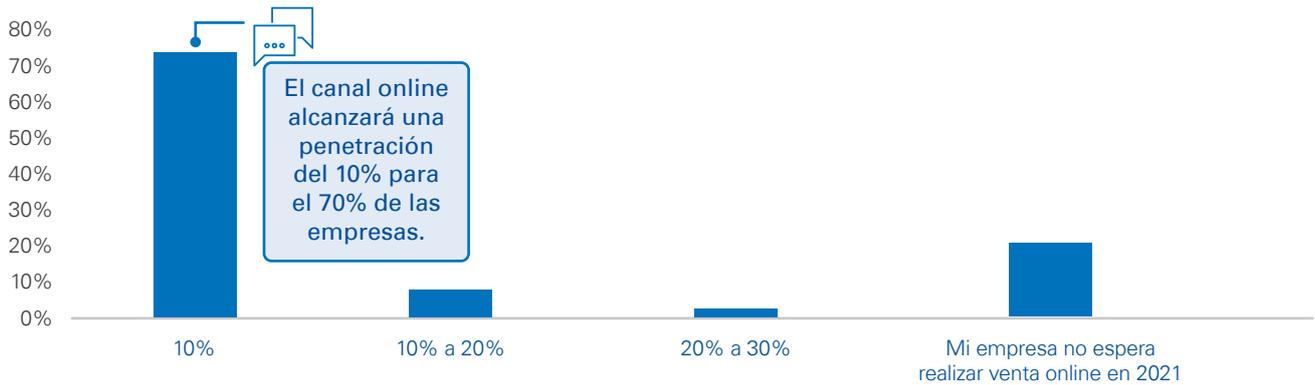
Indique en qué zona/s tiene previsto aumentar su presencia internacional

Alimentación y Bebidas
Total España

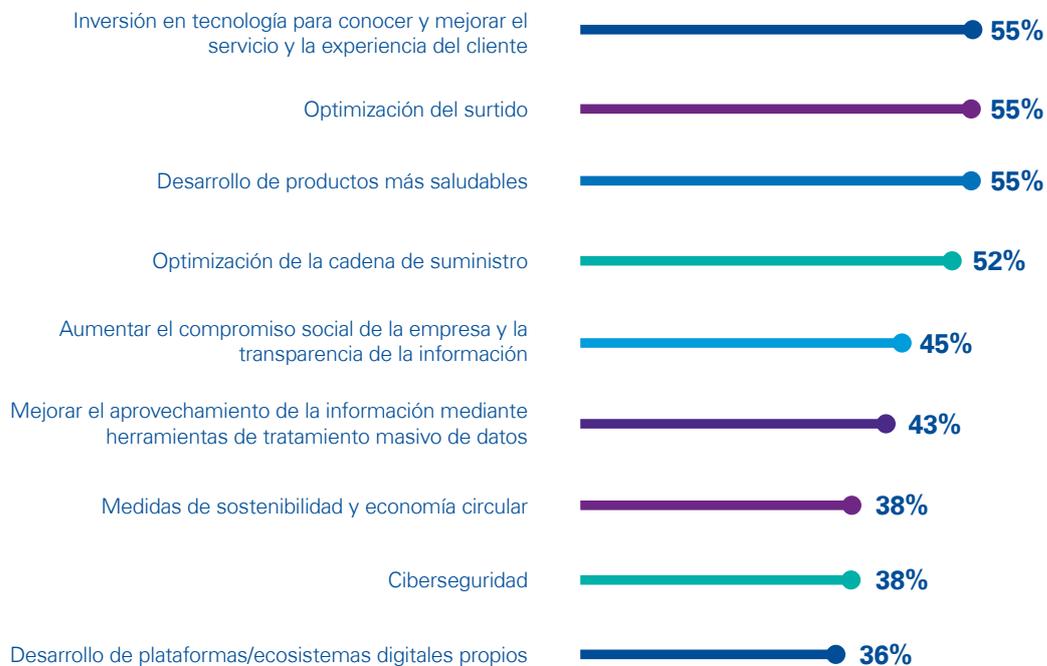


Hacia un consumidor más digital

¿Qué porcentaje de su facturación espera que represente la venta a través de canales digitales (venta directa online, plataformas, etc.) en 2021?



¿Llevará a cabo su empresa alguna de las siguientes acciones en 2021?



Una transformación que implica un cambio de cultura...



El

de los directivos del sector considera que la gestión de personas es un reto prioritario para adaptarse a la nueva realidad.

...y que podría verse impulsada con los fondos de recuperación europeos.



El

quiere optar a los fondos del Plan Europeo de Recuperación.



Para más información contacte con:

Enrique Porta

**Socio responsable del sector
Consumo y Distribución**

eporta@kpmg.es

Juan Rojas

**Manager del sector Consumo y
Distribución**

juanrojas@kpmg.es

[kpmg.es](https://www.kpmg.es)



© 2021 KPMG, S.A., sociedad anónima española y firma miembro de la organización global de KPMG de firmas miembro independientes afiliadas a KPMG International Limited, sociedad inglesa limitada por garantía. Todos los derechos reservados.

KPMG y el logotipo de KPMG son marcas registradas de KPMG International Limited, sociedad inglesa limitada por garantía.

La información aquí contenida es de carácter general y no va dirigida a facilitar los datos o circunstancias concretas de personas o entidades. Si bien procuramos que la información que ofrecemos sea exacta y actual, no podemos garantizar que siga siéndolo en el futuro o en el momento en que se tenga acceso a la misma. Por tal motivo, cualquier iniciativa que pueda tomarse utilizando tal información como referencia, debe ir precedida de una exhaustiva verificación de su realidad y exactitud, así como del pertinente asesoramiento profesional.