

A pesar de los restos de la pandemia global y los desafíos emergentes como la inflación, la mano de obra y los eventos climáticos extremos, la directora ejecutiva de la Asociación Internacional de Productos Frescos, Cathy Burns, instó a los invitados The Global Produce & Floral Show a aprovechar el momento y el impulso en torno a los productos frescos y florales como productos que brindan resucitar a los consumidores de todo el mundo.

"Lo que hacemos no es para los débiles de corazón y no es solo para nuestra prosperidad", dijo Burns en la importante feria comercial de la industria que se lleva a cabo en Orlando, Florida. "Lo que hacemos es producir productos que impactan la salud y el bienestar de todos los humanos en el planeta.

"Nunca me he sentido más seguro de que el tiempo y el propósito están vinculados a la creación y liderazgo de lo que sucede a continuación para nuestra industria".



Esta fue la primera sesión sobre el estado de la industria que impartió la IFPA y estos son algunos de los puntos clave:

- **Aquí viene el Metaverso.** Este mundo digital emergente es donde los consumidores irán a socializar, jugar y, lo que es más importante, comprar. En ocho años, se espera que genere un valor de 5 billones de dólares. Las plataformas como TikTok e Instagram seguirán siendo relevantes (y se espera que el comercio de redes sociales crezca a USD 1,2 billones en 3 años), pero hay un cambio inminente de la novedad al conocimiento, un paso de entretenimiento a debates interesantes.
 - **Rol de IFPA:** La práctica de análisis e información global de la Asociación se mantiene al tanto de las tendencias emergentes como el Metaverso y más para guiar a sus miembros y a la comunidad global.
- **La comida como medicina.** Desde comidas médicamente diseñadas hasta nutrición de precisión para producir recetas, las frutas y verduras frescas están preparadas para liderar cambios significativos en la salud del consumidor global. “Cada vez es más claro que la solución a muchos de nuestros problemas de salud está en la granja, no en la farmacia”, comentó Burns.
 - **Rol de IFPA:** Fruit and Vegetable Moonshot encontró 6 de 8 propuestas en la nueva estrategia nacional de nutrición. Ahora el trabajo comienza con la promoción continua de políticas sólidas para dar vida a la estrategia.
- **Innovación en Sostenibilidad y Tecnología.** Abundan las oportunidades a través de la innovación en sostenibilidad y tecnología para abordar grandes problemas como el clima, la energía, la producción y la pérdida/desperdicio de alimentos. Un minorista italiano está utilizando etiquetas electrónicas que reducen automáticamente el precio de un alimento a medida que se acerca la fecha de caducidad, mientras que en el Reino Unido, los minoristas se están deshaciendo por completo de las fechas de caducidad.
 - **Rol de IFPA:** Burns anunció que IFPA está lanzando un Centro de Investigación de Productos Frescos con sustentabilidad como su primera iniciativa para conectar la academia con la industria y apoyarse en las fortalezas de defensa de IFPA para garantizar que las agencias prioricen la inversión en investigación de productos frescos en nombre de la industria.
- **Inflación y Preocupaciones del Consumidor.** Los precios de los alimentos han seguido aumentando y los consumidores están estirando cada dólar, rand, real, peso, libra, yen y euro. Según BMO Capital Markets, se espera que el PIB ajustado por inflación crezca solo un 1,6% en 2022 y probablemente se contraiga un poco en la primera mitad de 2023 debido al entorno de altas tasas de interés.
 - **Rol de IFPA:** La investigación sindicada de IFPA sobre la economía, que se lanzará próximamente, además de los populares informes Produce MarketWatch y Floral MarketWatch brindan análisis e información.
- **Se busca ayudante. En todas partes.** La retención de talentos sigue siendo un

desafío, ya que "renunciar en silencio" ha suplantado a "La gran renuncia". Burns sugirió que las empresas consideren aplicar el criterio y el rigor que usan al medir el compromiso del consumidor con sus empleados para crear un "índice de pasión".

- **Rol de IFPA:** Las iniciativas DEI de IFPA, el estudio de compensación y la Academia de aprendizaje en línea brindan oportunidades para que los empleadores se aseguren de ser competitivos en lo que respecta al pago, además de proporcionar una plataforma para el desarrollo profesional.

Burns cerró la sesión con un llamado a la acción para cambiar la trayectoria de la salud humana en todo el mundo.

“Todos hemos visto la estadística: solo 1 de cada 10 estadounidenses consume la cantidad recomendada de frutas y verduras al día. Mientras tanto, estamos gastando un billón de dólares de nuestra deuda nacional cada año en el tratamiento de enfermedades provocadas por la dieta, enfermedades que pueden abordarse cambiando lo que está al final de su tenedor”, señaló.

“Más adultos estadounidenses caminan metabólicamente enfermos que sanos, y es aún peor entre los adolescentes”.

La investigación global de IFPA encontró que, en los mercados de Brasil, China, Alemania, el Reino Unido y los EE. UU., más del 75 % de los consumidores está abrumadoramente de acuerdo en que las frutas y verduras son importantes, y un porcentaje similar siente que está comiendo lo suficiente.

Sin embargo, cuando se les preguntó cuántas frutas y verduras comen cada día, la cantidad (3,4 porciones) está muy por debajo de la recomendación de la Organización Mundial de la Salud.

“Esto debe cambiar. Tenemos una oportunidad y una obligación”, comentó Burns. “Como organización, es nuestro deber defender los datos, los conocimientos y los mensajes que crean un cambio duradero en el consumo para que el mundo sepa que los productos frescos son realmente el secreto de la vitalidad y la vitalidad. IFPA no está en esto simplemente para cambiar el juego.

"Estamos en esto para cambiar el mundo. Y junto con ustedes, nuestros miembros, lo haremos. Porque nuestro momento es ahora, ahora mismo. No podemos perder este momento".