9º ESTUDIO DE TENDENCIAS B2B EN LATAM

Sustainable Business

Tendencias de Negocios Sostenibles en Latinoamérica

Análisis interno y externo de empresas B2B hacia el 2030

“Los Objetivos de Desarrollo Sostenible son ahora más importantes que nunca.

Ahora es el momento de asegurar el bienestar de las personas, las economías, las sociedades, y nuestro planeta.”

António Guterres
Secretario General de las Naciones Unidas

Contenido del Reporte

ANÁLISIS INTERNO DE LAS EMPRESAS B2B

- Énfasis en los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).
- Estrategia de sostenibilidad en los próximos 3 años.
- Estado actual de la estructura de ODS.
- Inversión en iniciativas de ODS.
- Características de un Proveedor Ideal Sostenible.

ANÁLISIS EXTERNO DE LAS EMPRESAS B2B

- Análisis de competitividad.
- Tendencias de mayor impacto.
- Lanzamiento de productos.
- Factores que impactan las iniciativas de ODS.

Región Geográfica | Tipo de Empresa | Tamaño de Empresa | Modelo de Negocio | Industrias Verticales

334 empresas participantes

Tomadores de decisión

46% - Recomienda e influye sobre iniciativas e inversión
43% - Tiene el poder de decisión sobre iniciativas e inversión
11% - No está involucrado en iniciativas e inversión

Región geográfica

73% - México y Centroamérica
27% - América del Sur

Tipo de empresa

35% - Servicios hacia otras empresas
25% - Bien Duradero, Bien de Capital, Activo Fijo
24% - Materia Prima o Directa al Producto Final
16% - Reemplazo (Aftermarket), MRO

Modelo de negocio

66% - B2B: Solución no requiere punto de venta
34% - B2B2C: Solución requiere punto de venta

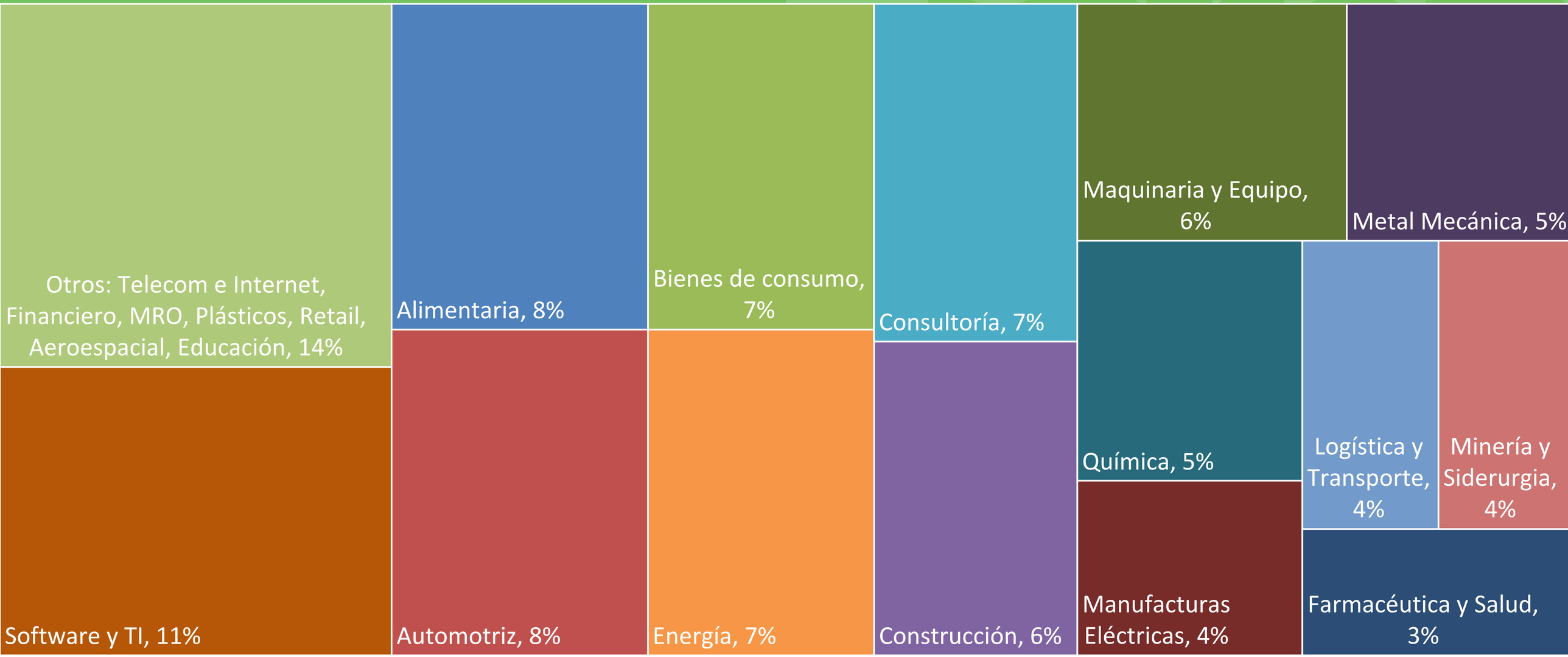
Tamaño de empresa

39% - 1 a 99 empleados
29% - 100 a 999 empleados
32% - 1,000 empleados o más.

10 Years syndesis® B2B

B2B ACADEMY

21 industrias verticales



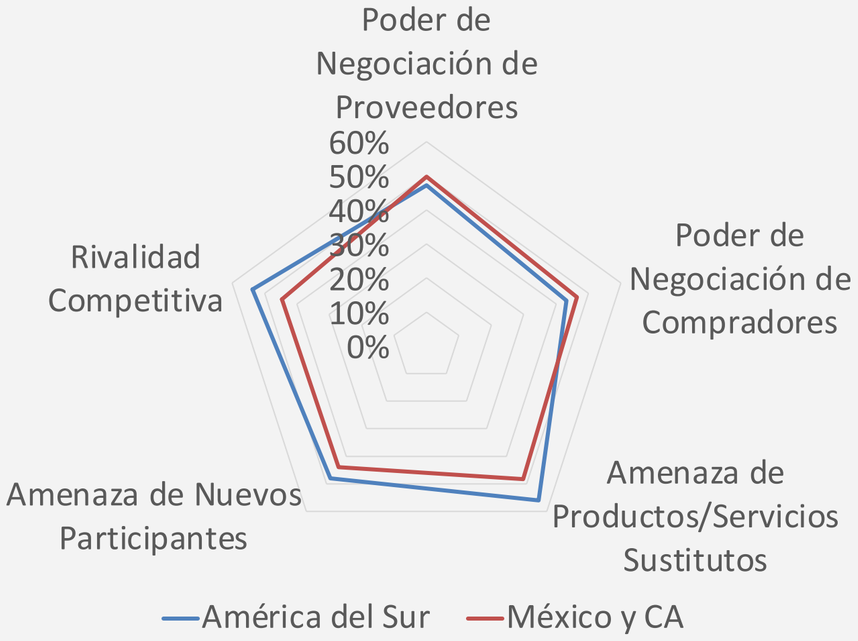
10 Years syndesis® B2B

B2B ACADEMY

SECCIÓN 1

Región Geográfica

La región de **América del Sur** destaca por su alta rivalidad competitiva y la amenaza de productos/servicios sustitutos, en ambas regiones es joven su estructura para lograr los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). El GAP entre adquisición vs promoción de productos sostenibles es -4% para **América del Sur** y 0% para **México y CA**, es decir que existe una ligera sobreoferta y que existe un balance de productos/servicios, respectivamente.



THE GLOBAL GOALS

Principales ODS

Industria, Innovación e Infraestructura | Trabajo decente y crecimiento económico | Igualdad de género | Alianzas para lograr los objetivos

Presupuesto 2023

76% de las empresas en América del Sur invertirán más cantidad respecto al 2022. La mayor cifra entre la segmentación de región geográfica.

Tendencias

Cadenas de suministro descentralizadas | Eficiencia energética | Cambios de hábitos de consumo

Estrategia 3 años

Energía | Tecnología limpia o verde | Agua | Desperdicio/Reciclaje.

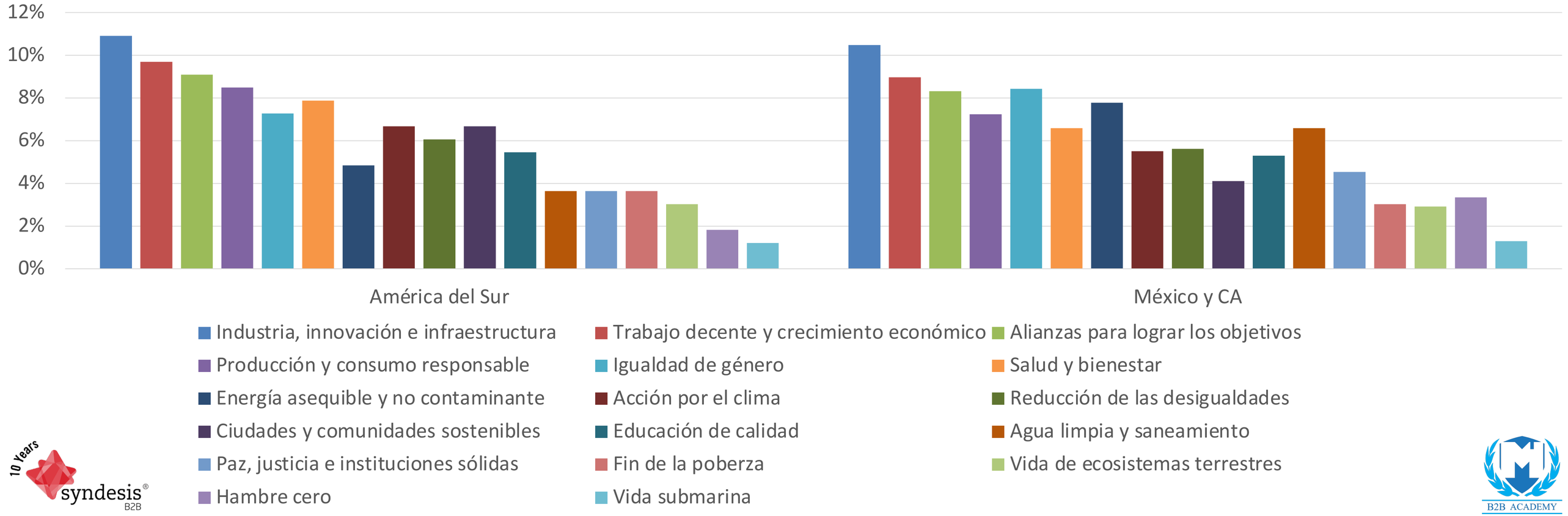
Proveedor Ideal

Innovación tecnológica | Relación costo - beneficio

Énfasis en los Objetivos de Desarrollo Sostenible al 2030

9º ESTUDIO DE TENDENCIAS B2B EN LATAM
Sustainable Business

- Empresas B2B de América del Sur se orientan a Industria, Innovación e Infraestructura, Trabajo decente y crecimiento económico así como Alianzas para lograr los objetivo.
- Empresas B2B de México y Centroamérica se orientan a Industria, innovación e infraestructura, Trabajo decente y crecimiento económico así como Igualdad de género.

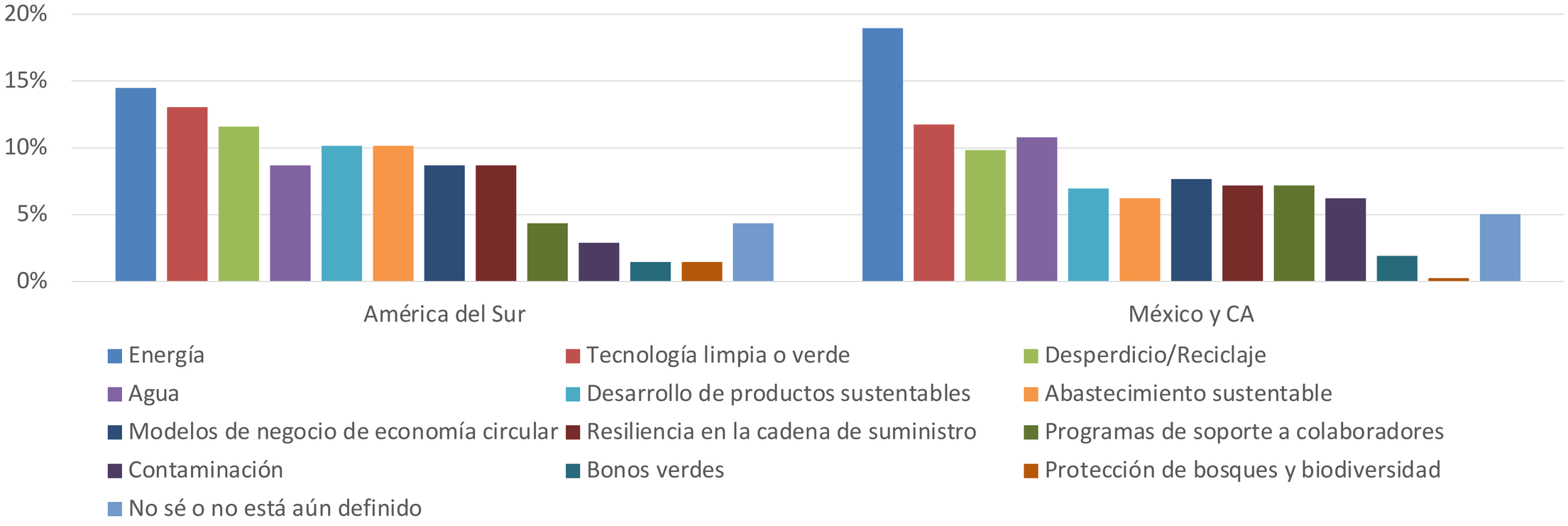


10 Years syndesis® B2B

B2B ACADEMY

9º ESTUDIO DE TENDENCIAS B2B EN LATAM
Sustainable Business

Estrategia de sostenibilidad en próximos 3 años

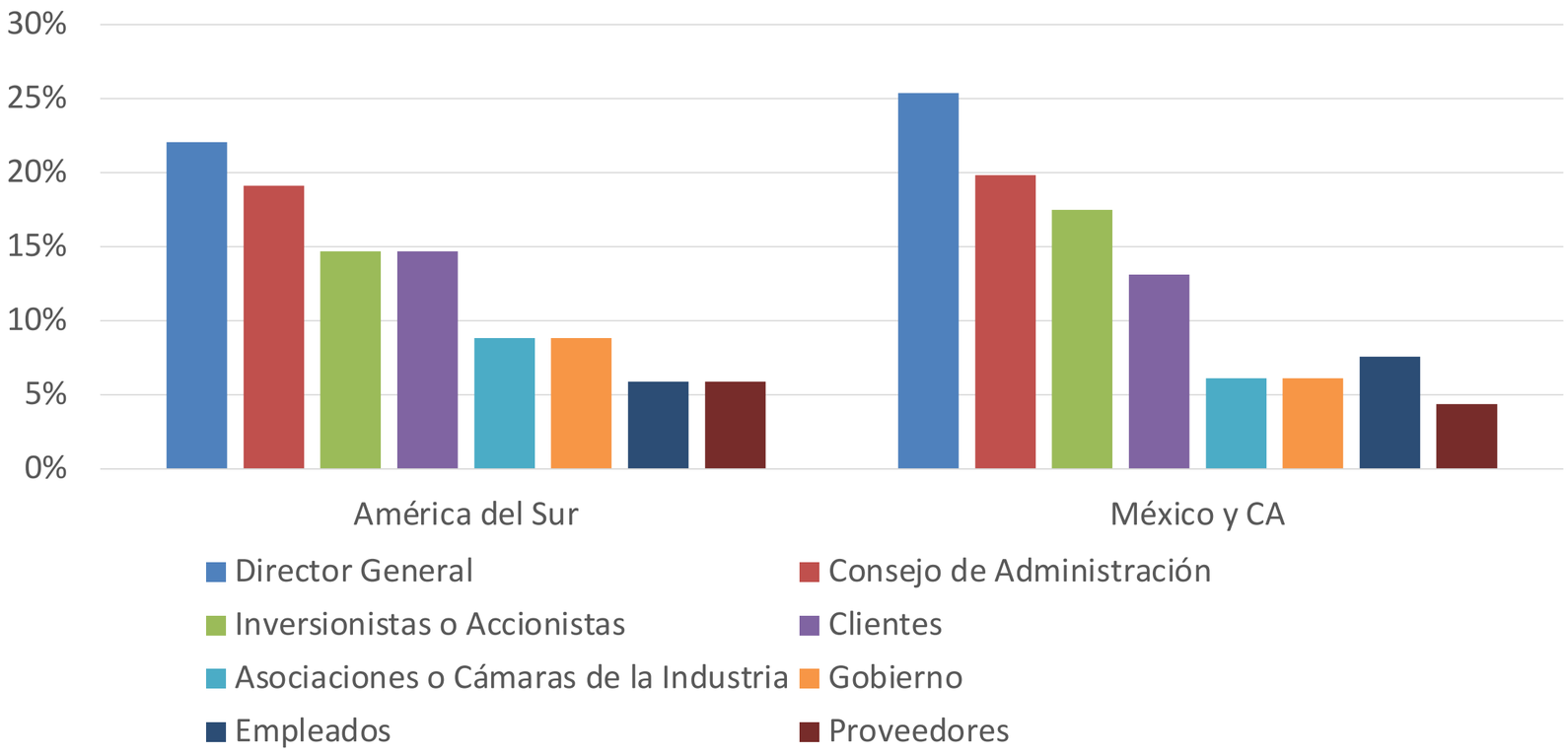


- Empresas B2B de América del Sur priorizarán en su estrategia; Energía, Tecnología limpia o verde así como Desperdicio/Reciclaje.
- Empresas B2B de México y Centroamérica priorizarán en su estrategia; Energía, Tecnología limpia o verde así como el Agua.

10 Years syndesis® B2B

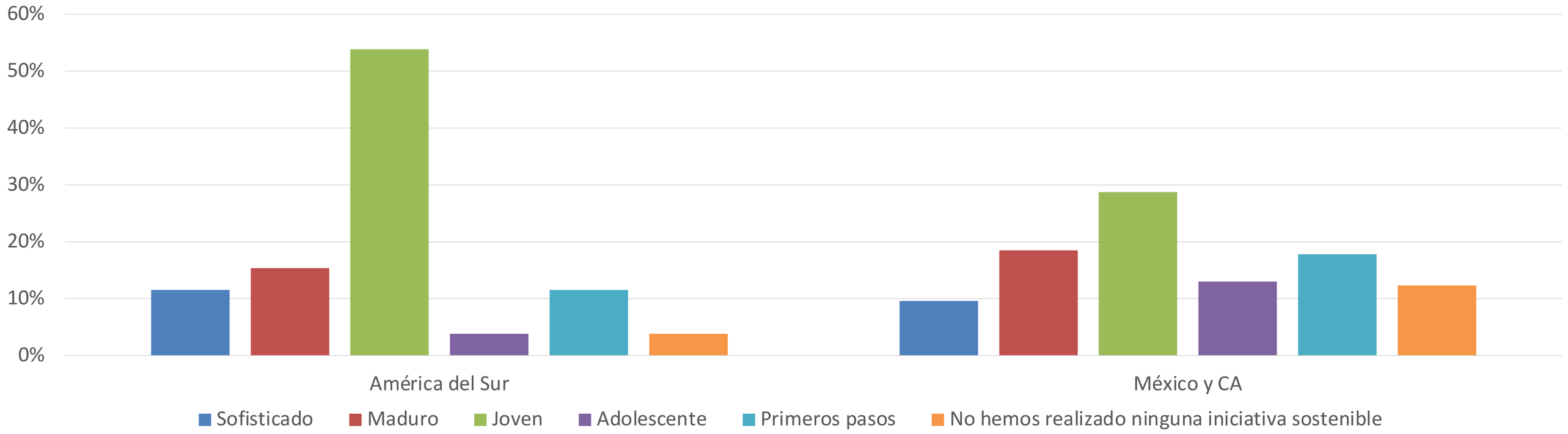
B2B ACADEMY

El Director General es la figura que ejerce mayor presión para desarrollar iniciativas sostenibles



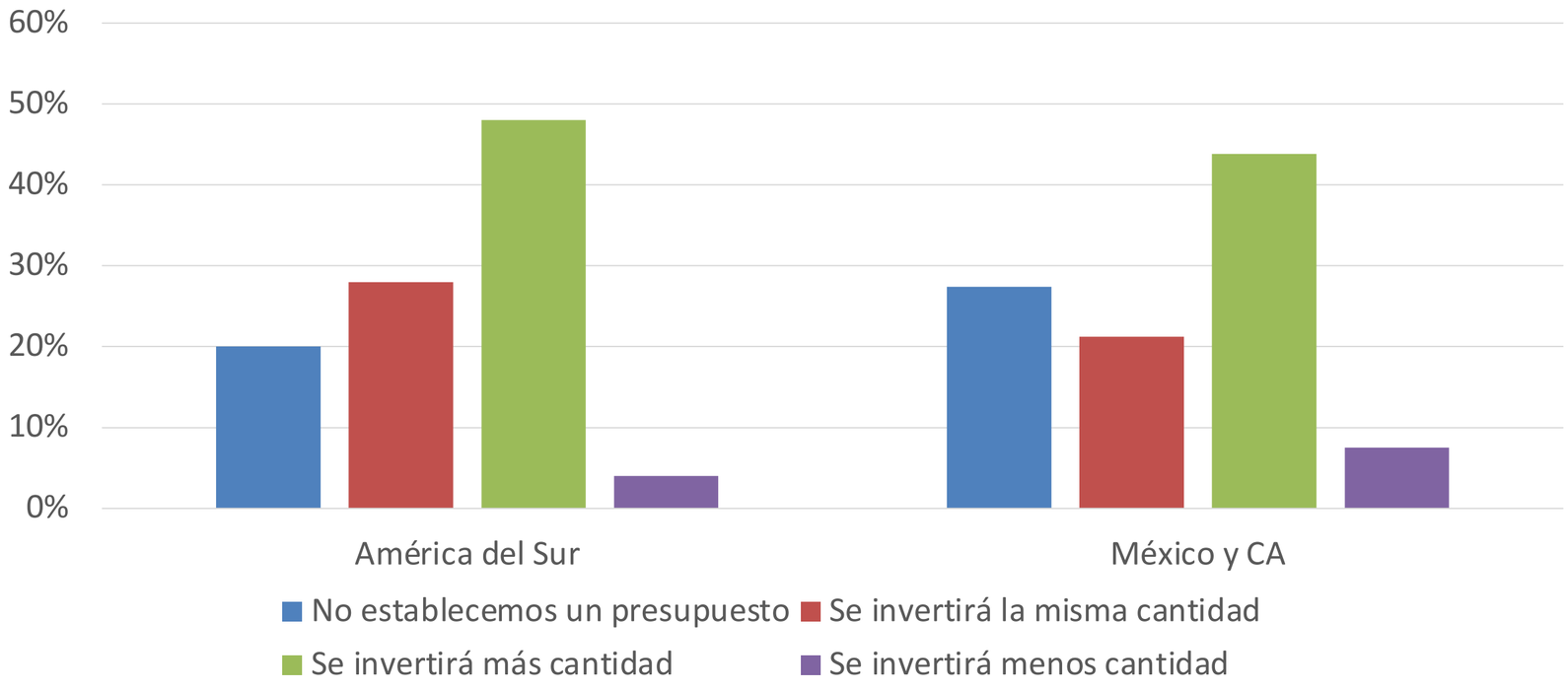
- En Empresas B2B de América del Sur además del Director General las figuras que ejercen más presión son; Consejo de Administración, Inversionistas o Accionistas así como Clientes.
- En Empresas B2B de México y Centroamérica además del Director General las figuras que ejercen más presión son; Consejo de Administración e Inversionistas o Accionistas.

Estructura en Desarrollo Sostenible



- En general las empresas de ambas regiones consideran que su estructua de Desarrollo Sostenible es Joven, es decir, que han identificado una estructura de colaboradores internos y externos y que se están volviendo más sofisticados en métricas y en entregables puntuales.

Se espera una mayor inversión en iniciativas de Desarrollo Sostenible

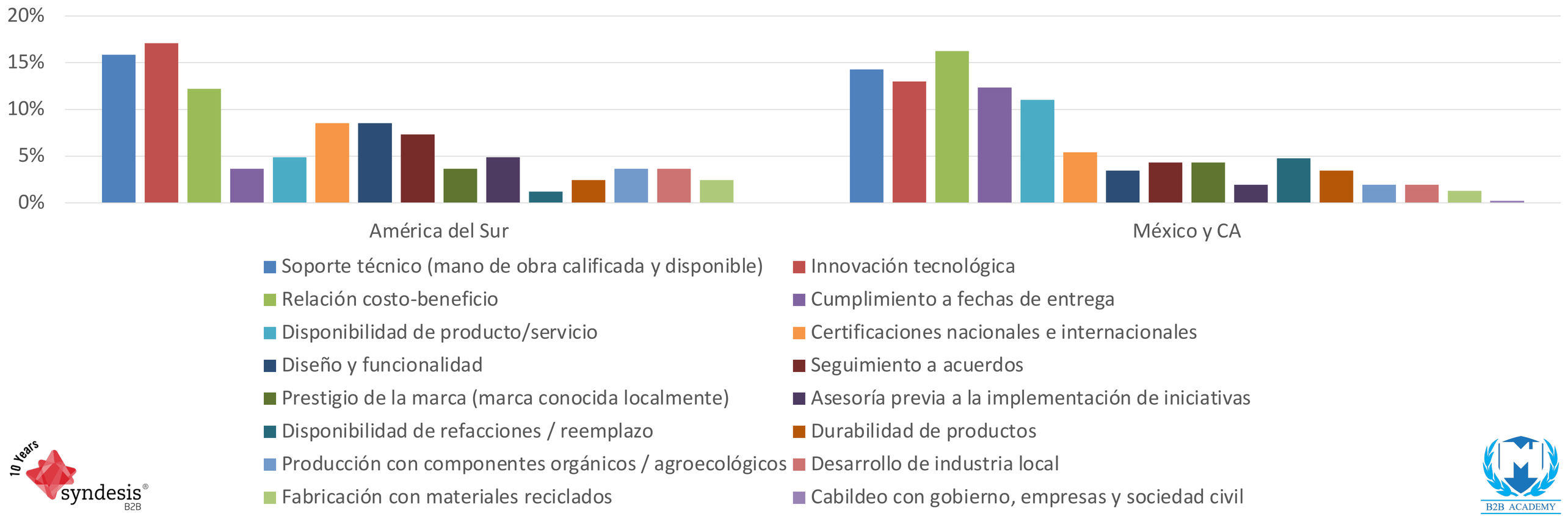


- 76% de Empresas B2B de América del Sur invertirán más o al menos la misma cantidad en el siguiente año fiscal.
- 65% de Empresas B2B de México y Centroamérica invertirán más o al menos la misma cantidad en el siguiente año fiscal.

Características de un Proveedor Ideal Sostenible

9º ESTUDIO DE TENDENCIAS B2B EN LATAM
Sustainable Business

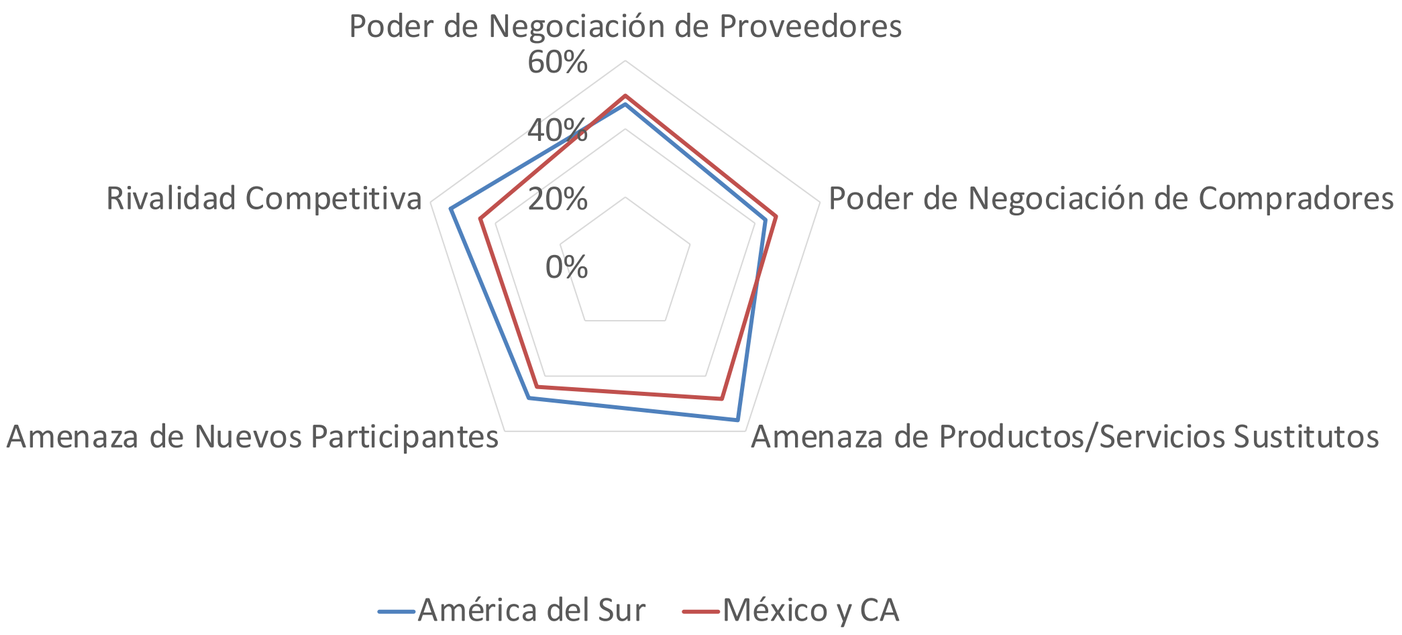
- Empresas B2B de América del Sur valoran principalmente de un proveedor ideal su Innovación Tecnológica.
- Empresas B2B de México y Centroamérica valoran principalmente la Relación costo – beneficio.



10 Years syndesis® B2B

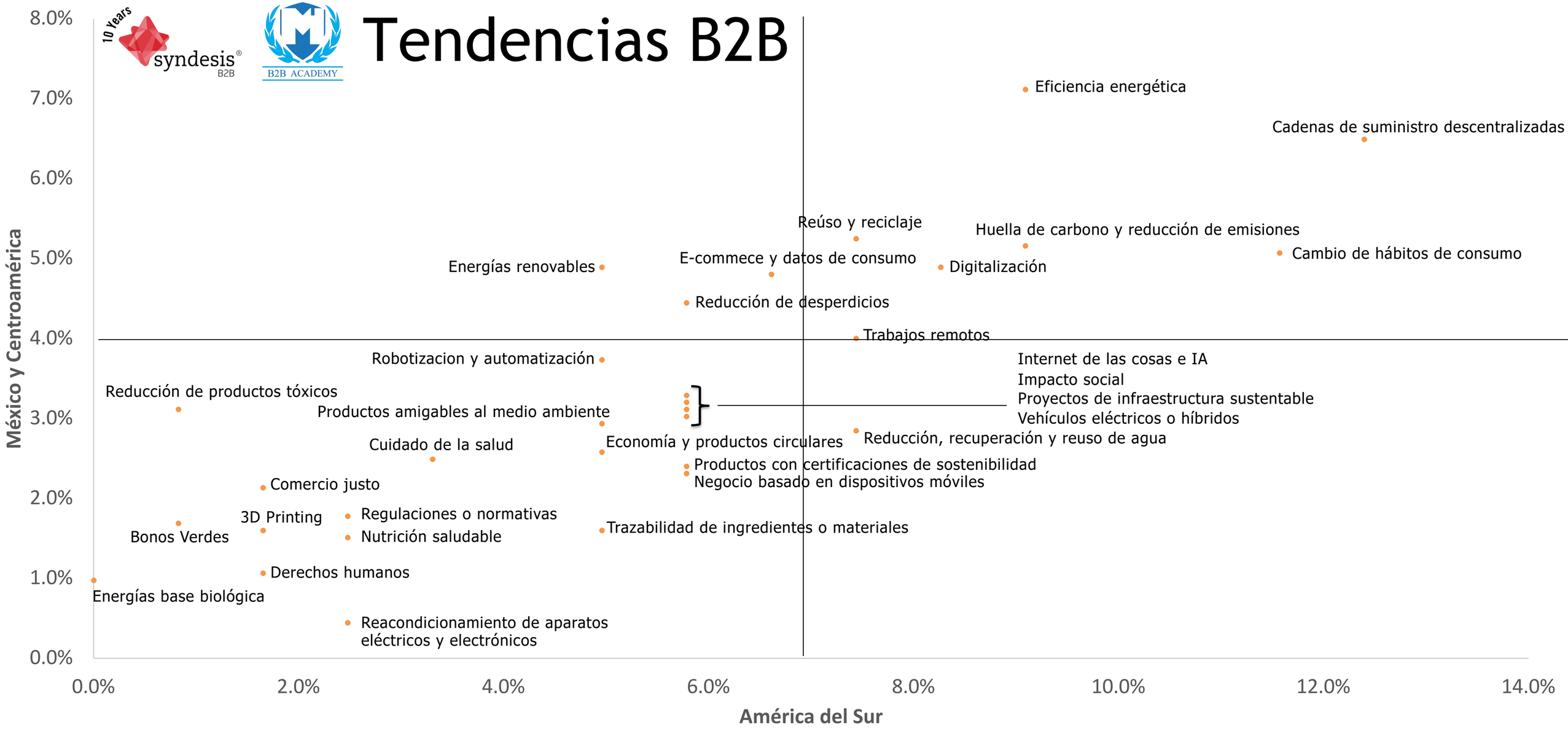
B2B ACADEMY

Análisis de competitividad

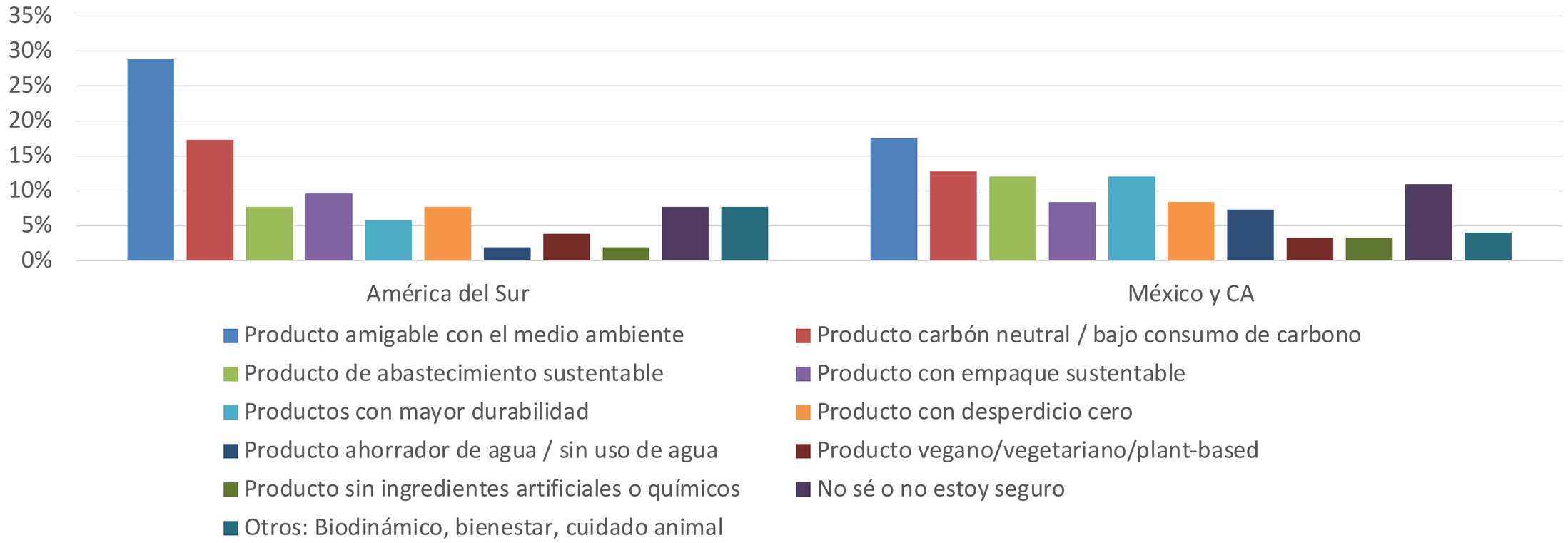


- El poder de negociación de proveedores respecto al poder de compradores, en general está muy similar en ambas regiones geográficas.
- La amenaza de productos sustitutos es mayor en Empresas de América del Sur.
- La amenaza de nuevos participantes es más latente en Empresas de América del Sur.
- La rivalidad competitiva en Empresas B2B de América del Sur es mayor respecto a Empresas B2B de México y CA.

Tendencias B2B



Lanzamiento de Producto



- Empresas B2B de América del Sur destacarán su discurso comercial como Producto amigable con el medio ambiente, Carbon neutral / bajo consumo de carbono así como Abastecimiento sustentable.
- Empresas B2B de México y Centroamérica destacarán su discurso comercial como Producto amigable con el medio ambiente, Carbon neutral / bajo consumo de carbono así como Abastecimiento sustentable y Producto de mayor durabilidad.

9º ESTUDIO DE TENDENCIAS B2B EN LATAM
Sustainable Business

Alto precio de soluciones vs Mantener una imagen positiva son los factores que impactan las iniciativas de DS

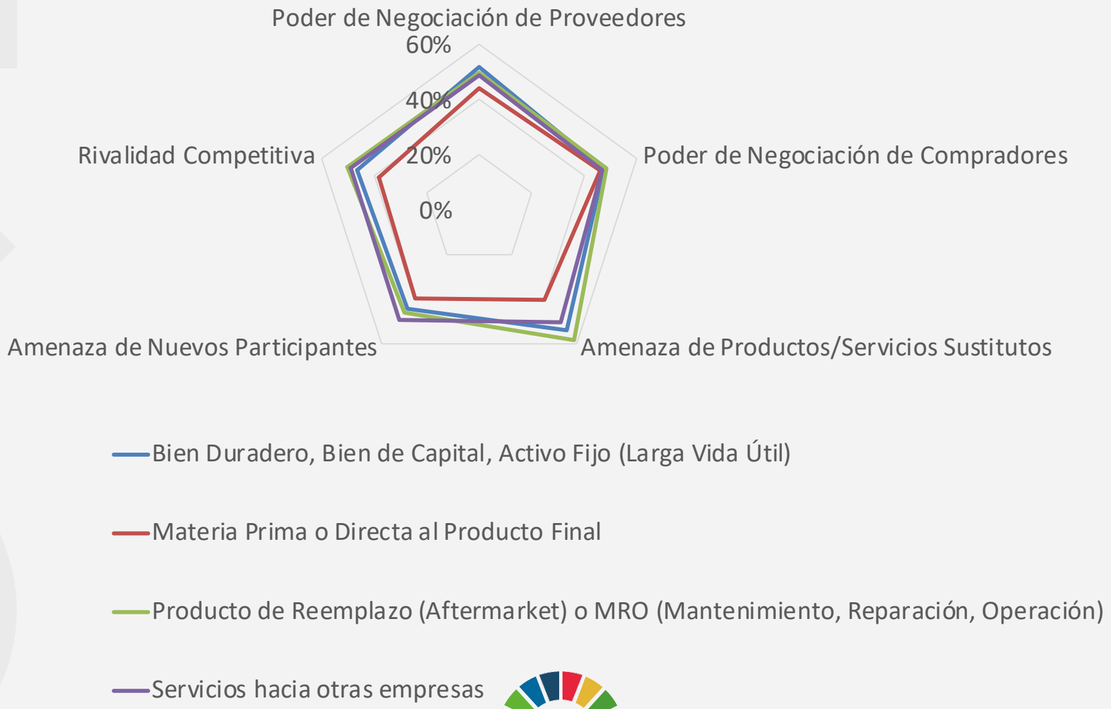
10 Years syndesis® B2B

B2B ACADEMY

SECCIÓN 2

Tipo de Empresa

En todos los tipos de empresas destaca el mayor poder de negociación de proveedores respecto al poder de compradores excepto en Empresas de **Materia Prima**, es joven su estructura para lograr los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). El GAP entre adquisición vs promoción de productos sostenibles es -11% para **Empresas de Servicios B2B**, 2% **de Bien Duradero**, 4% **de Materia Prima y** 18% **de Producto de Reemplazo** por lo que existe una sobreoferta en el primer tipo de empresa y un demanda no atendida respectivamente en el resto de empresas.



THE GLOBAL GOALS

Principales ODS

Industria, Innovación e Infraestructura | Trabajo decente y crecimiento económico | Igualdad de género | Salud y bienestar

Presupuesto 2023

76% de las empresas de Materias Primas invertirán más cantidad respecto al 2022. La mayor cifra entre la segmentación de tipo de empresas.

Tendencias

Cadenas de suministro descentralizadas | Eficiencia energética | Huella de carbono y reducción de emisiones | Digitalización | E-commerce

Estrategia 3 años

Energía | Tecnología limpia o verde | Agua

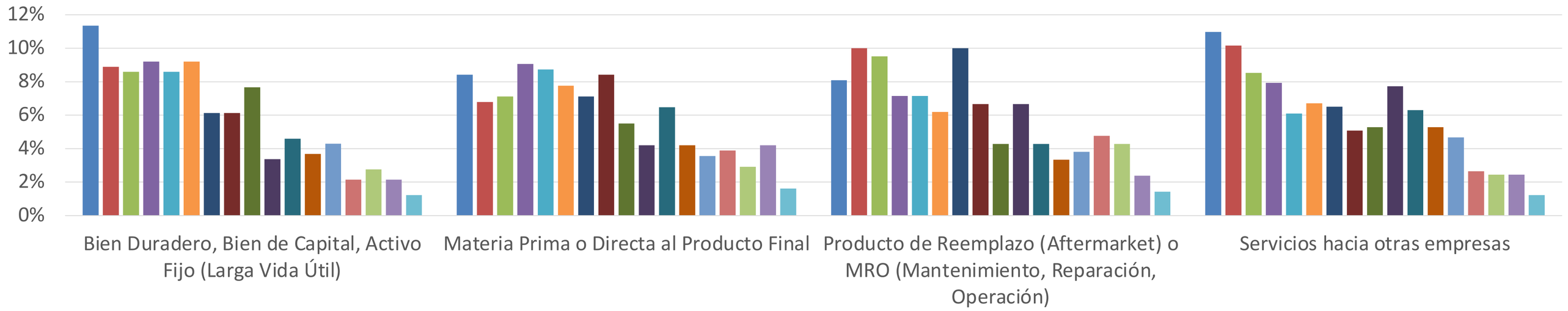
Proveedor Ideal

Relación costo – beneficio | Disponibilidad de producto/servicio | Soporte técnico

Énfasis en los Objetivos de Desarrollo Sostenible al 2030

9º ESTUDIO DE TENDENCIAS B2B EN LATAM
Sustainable Business

- Empresas de Bien duradero se orientan a Industria, Innovación e Infraestructura.
- Empresas de Materia prima se orientan a Igualdad de género.
- Empresas de Producto de reemplazo se orientan a Trabajo decente y crecimiento económico así como Salud y bienestar.
- Empresas de Servicios hacia otras empresas se orientan a Industria, Innovación e Infraestructura.



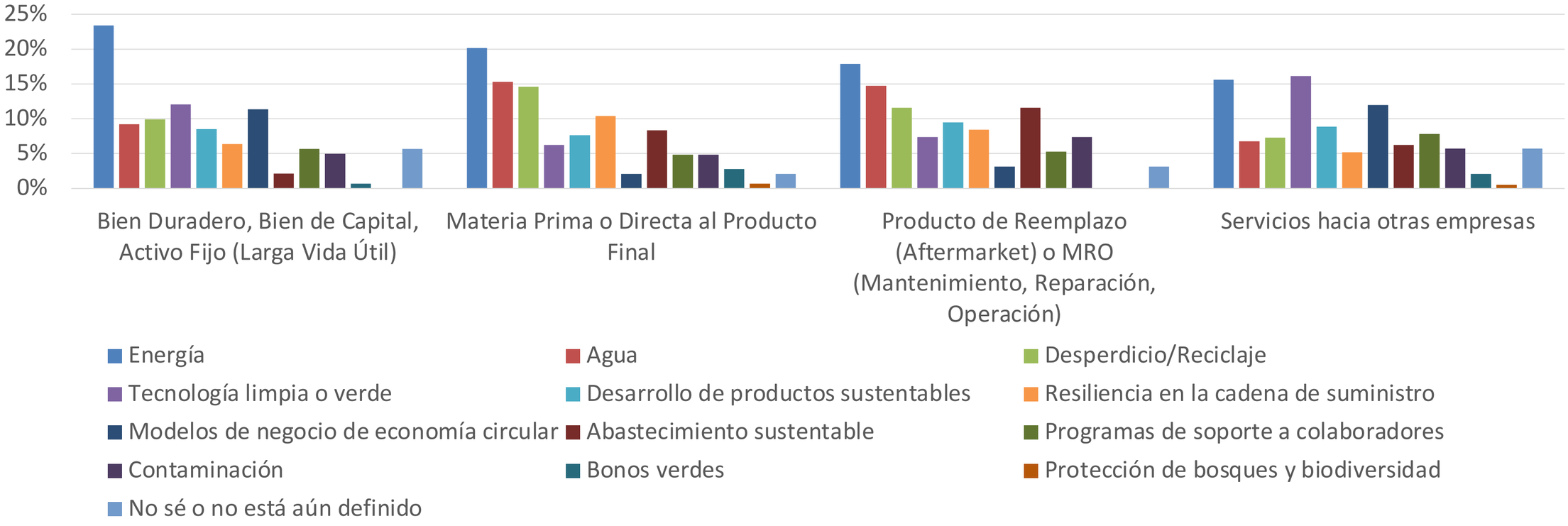
- Industria, innovación e infraestructura
- Trabajo decente y crecimiento económico
- Alianzas para lograr los objetivos
- Igualdad de género
- Energía asequible y no contaminante
- Producción y consumo responsable
- Salud y bienestar
- Agua limpia y saneamiento
- Acción por el clima
- Educación de calidad
- Reducción de las desigualdades
- Paz, justicia e instituciones sólidas
- Ciudades y comunidades sostenibles
- Hambre cero
- Fin de la poberza
- Vida de ecosistemas terrestres
- Vida submarina

10 Years syndesis® B2B

B2B ACADEMY

9º ESTUDIO DE TENDENCIAS B2B EN LATAM
Sustainable Business

Estrategia de sostenibilidad en próximos 3 años

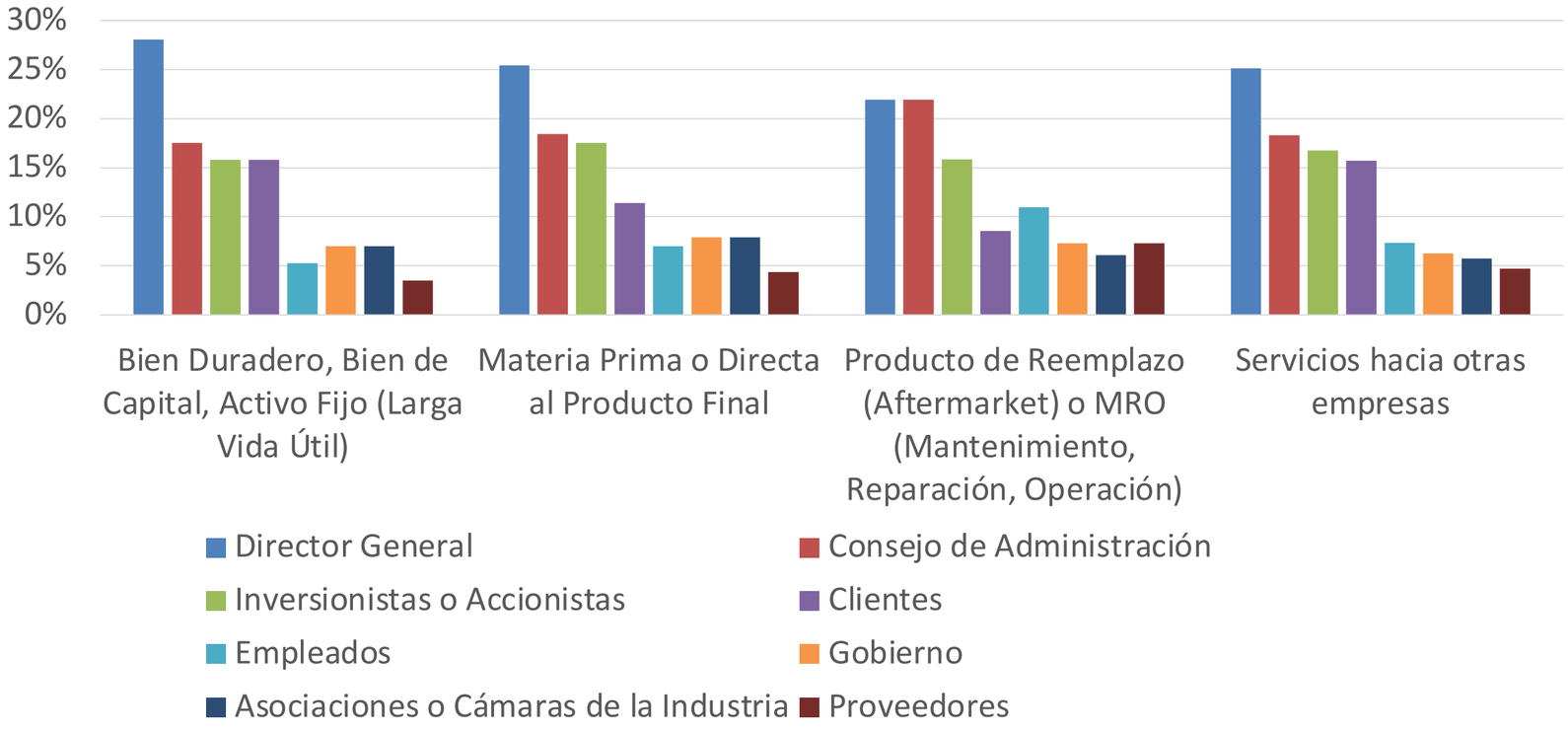


- Empresas de Bien Duradero priorizarán en su estrategia; Energía así como Tecnología limpia o verde.
- Empresas de Materia Prima priorizarán en su estrategia; Energía así como Agua.
- Empresas de Producto de Reemplazo priorizarán en su estrategia; Energía así como Agua.
- Empresas de Servicios B2B priorizarán en su estrategia; Tecnología limpia o verde así como Energía.

10 Years syndesis® B2B

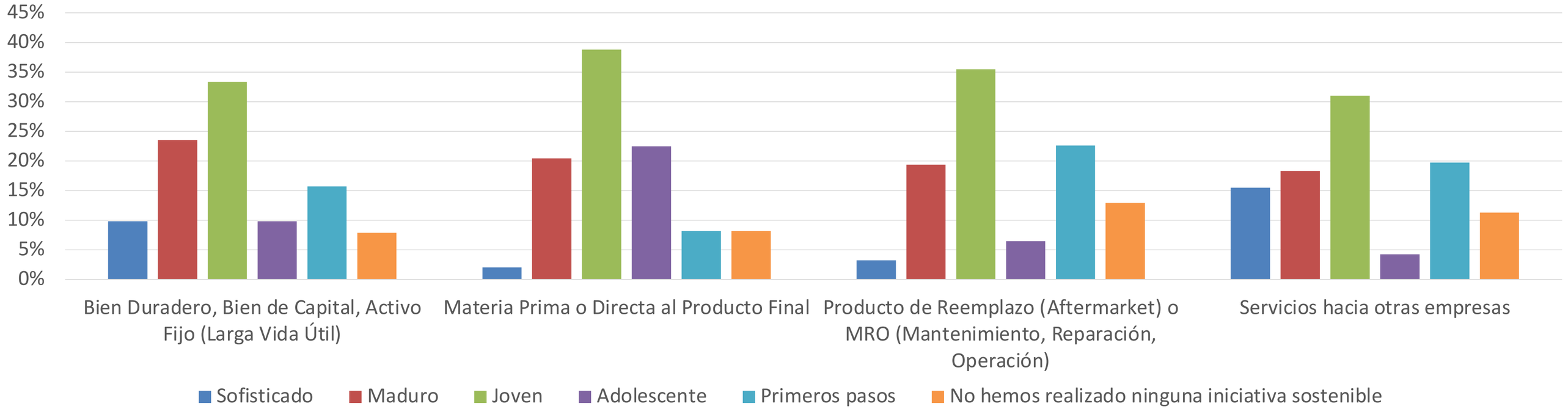
B2B ACADEMY

El Director General es la figura que ejerce mayor presión para desarrollar iniciativas sostenibles



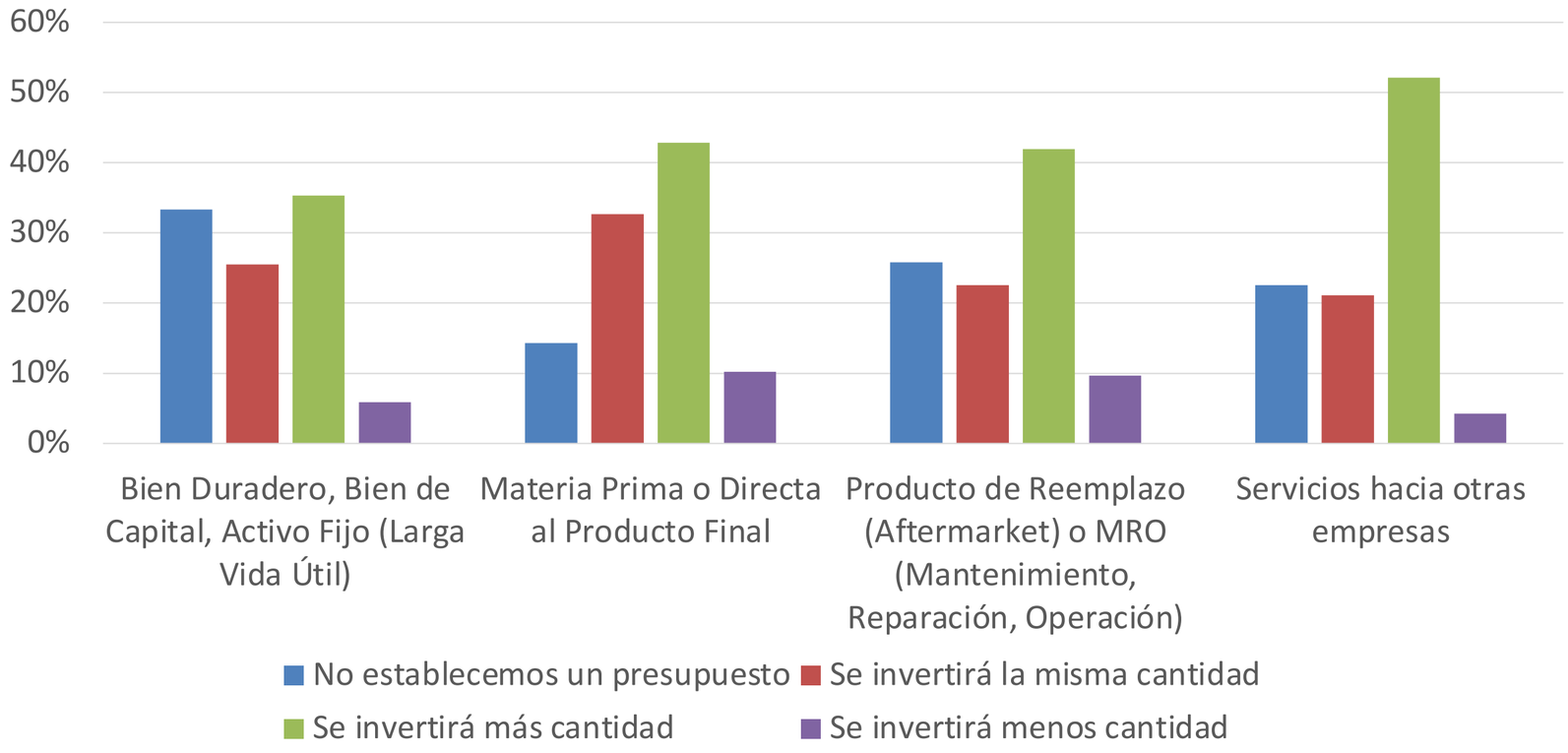
- En Empresas de Bien Duradero, Materia Prima, Producto de Reemplazo y Servicio B2B además del Director General la figura que ejerce más presión es el Consejo de Administración.

Estructura en Desarrollo Sostenible



- En general las empresas B2B consideran que su estructua de Desarrollo Sostenible es Joven, es decir, que han identificado una estructura de colaboradores internos y externos y que se están volviendo más sofisticados en métricas y en entregables puntuales.

Se espera una mayor inversión en iniciativas de Desarrollo Sostenible



- 61% de Empresas de Bien Duradero invertirán más o al menos la misma cantidad en el siguiente año fiscal.
- 76% de Empresas de Materia Prima invertirán más o al menos la misma cantidad en el siguiente año fiscal.
- 65% de Empresas de Producto de Reemplazo invertirán más o al menos la misma cantidad en el siguiente año fiscal.
- 73% de Empresas de Servicios B2B invertirán más o al menos la misma cantidad en el siguiente año fiscal.

Características de un Proveedor Ideal Sostenible

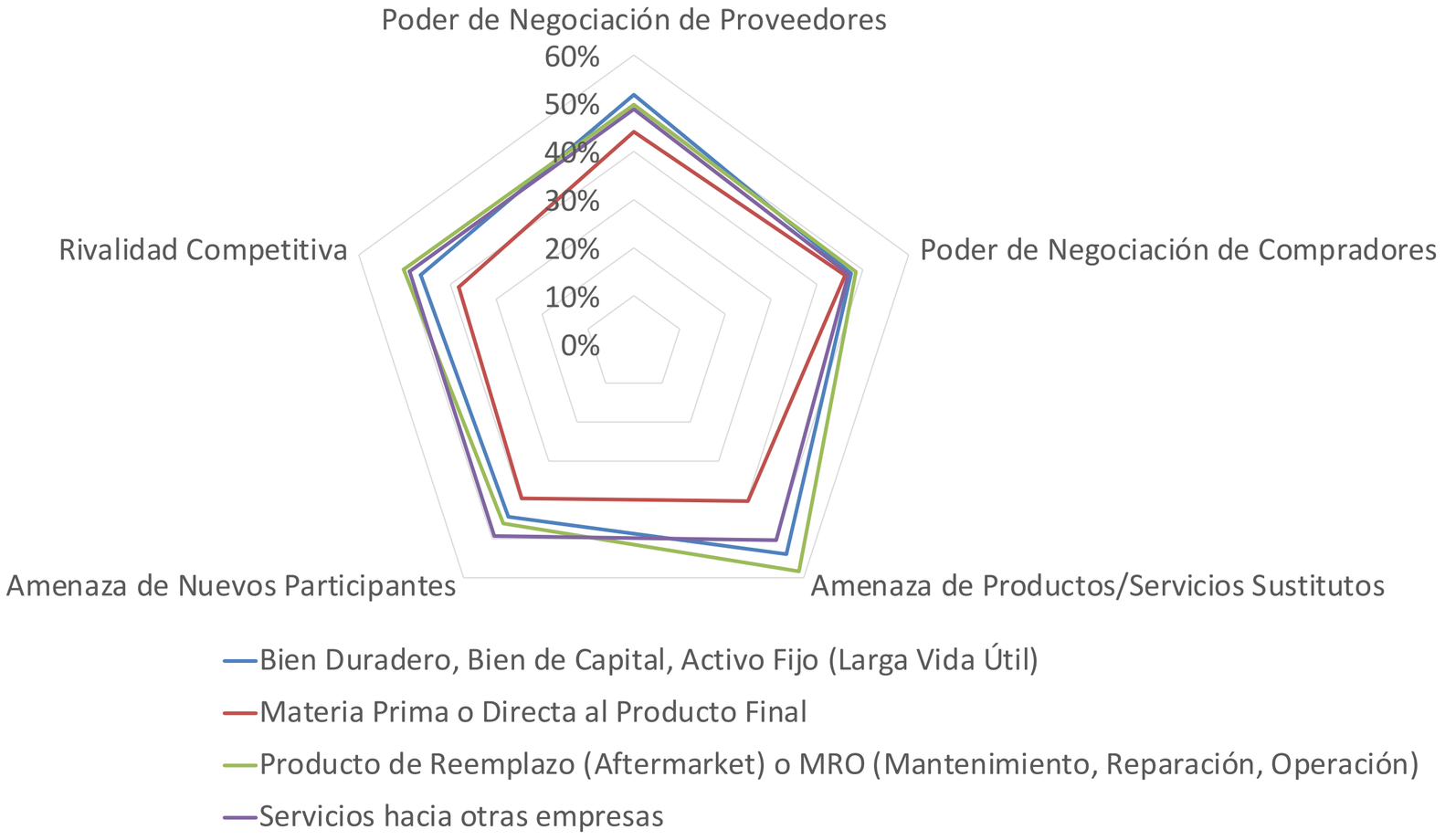
9º ESTUDIO DE TENDENCIAS B2B EN LATAM
Sustainable Business

- Empresas de Bien duradero valoran principalmente de un proveedor ideal la Relación costo - beneficio.
- Empresas de Materia prima valoran principalmente la Relación costo – beneficio.
- Empresas de Producto de reemplazo valoran principalmente la Disponibilidad de producto/servicio.
- Empresas de Servicios hacia otras empresas valoran principalmente el Soporte técnico.

10 Years syndesis® B2B

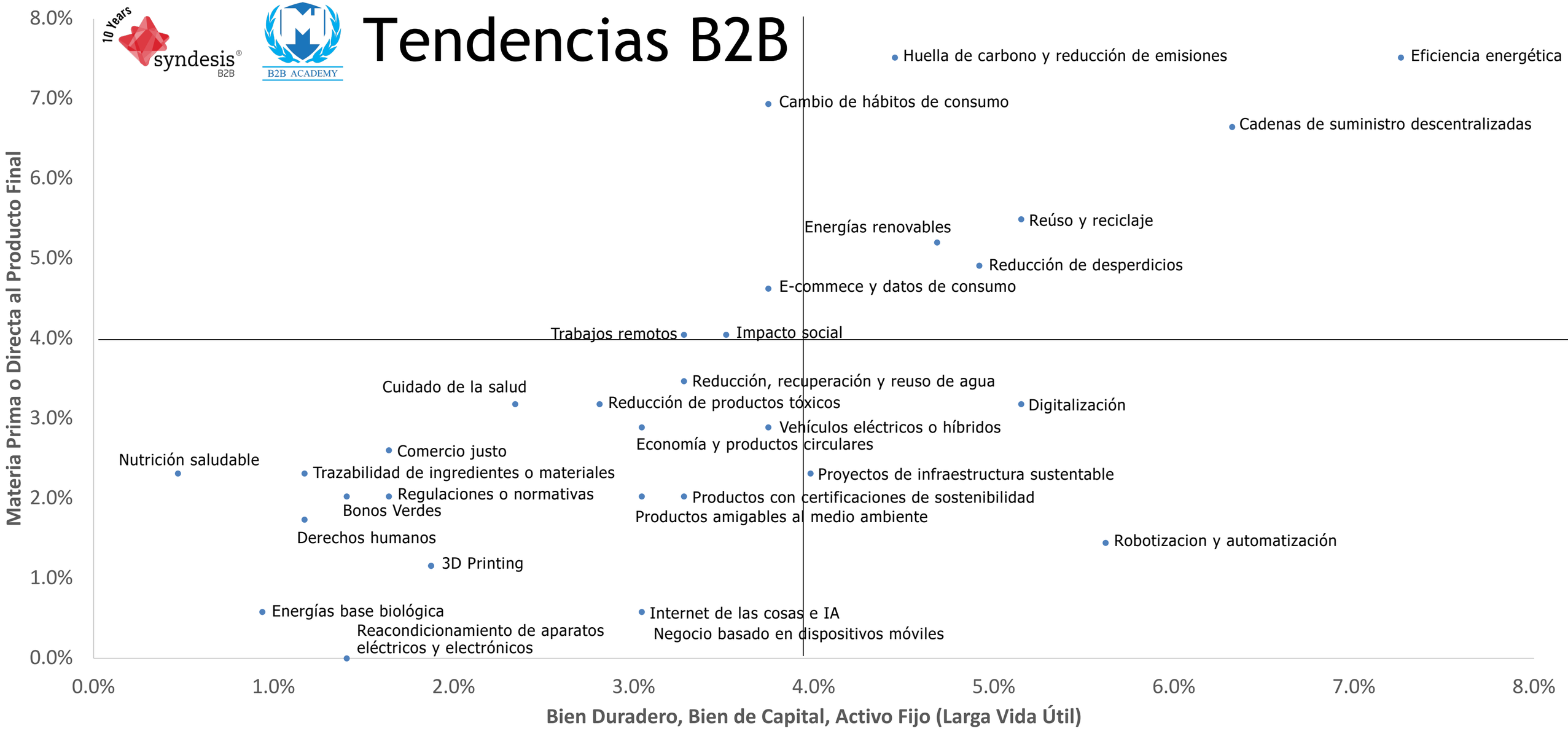
B2B ACADEMY

Análisis de competitividad

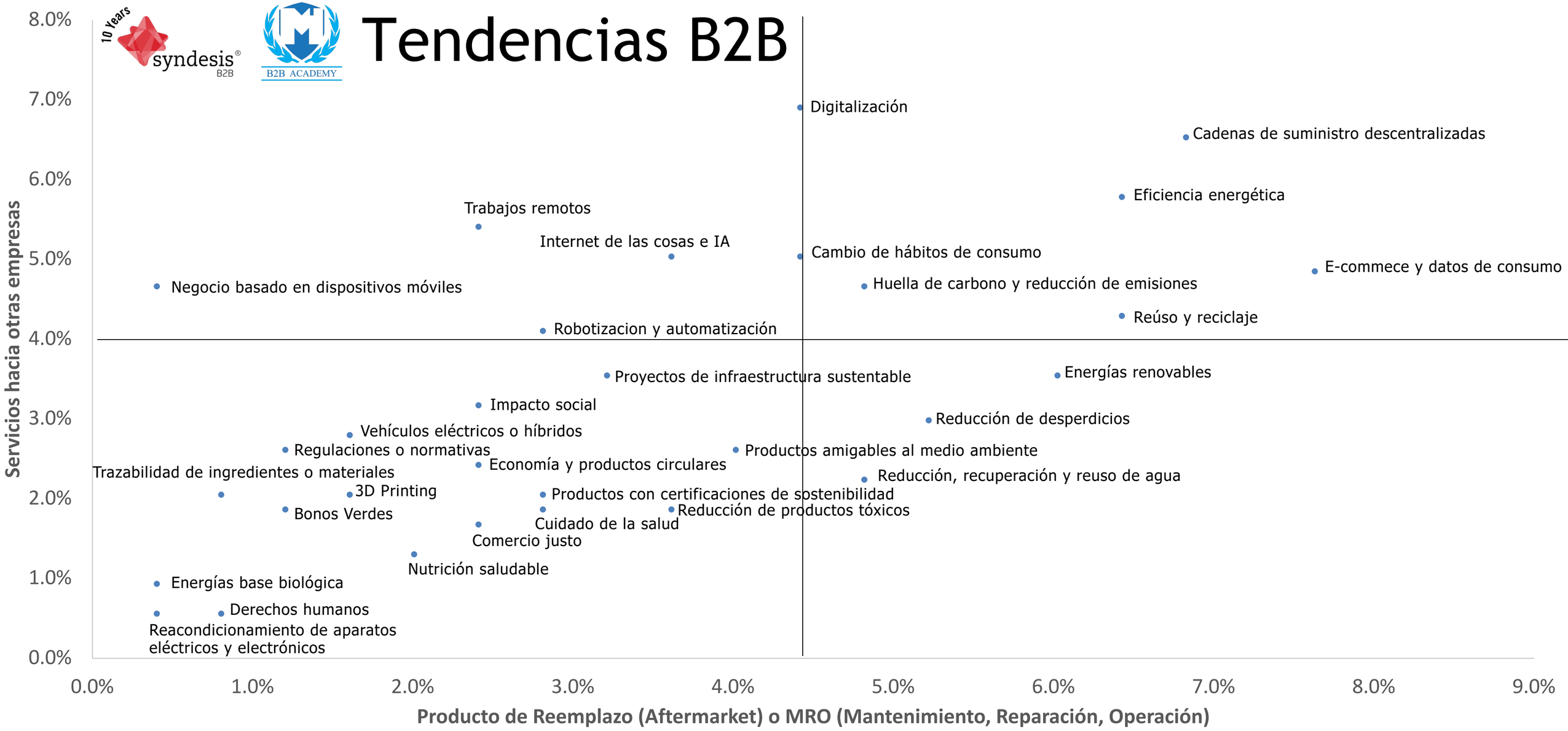


- El poder de negociación de proveedores respecto al poder de compradores, en general es mayor, excepto en Empresas de Materia Prima donde el poder de compradores es ligeramente mayor respecto al de proveedores.
- La amenaza de productos sustitutos es mayor en Empresas de Producto de Reemplazo o MRO.
- La amenaza de nuevos participantes es más latente en Empresas de Serivicios hacia otras empresas.
- La rivalidad competitiva en Empresas de Producto de Reemplazo o MRO y Empresas de Servicios B2B es mayor respecto a otras empresas.

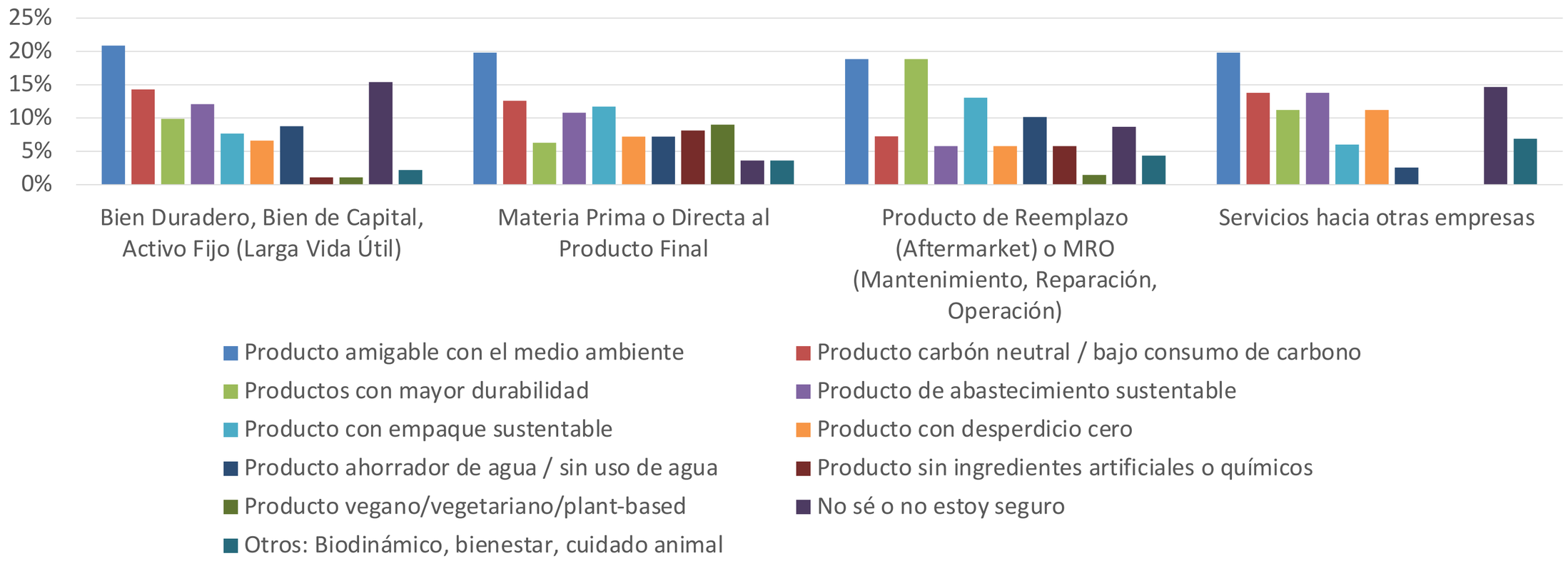
Tendencias B2B



Tendencias B2B



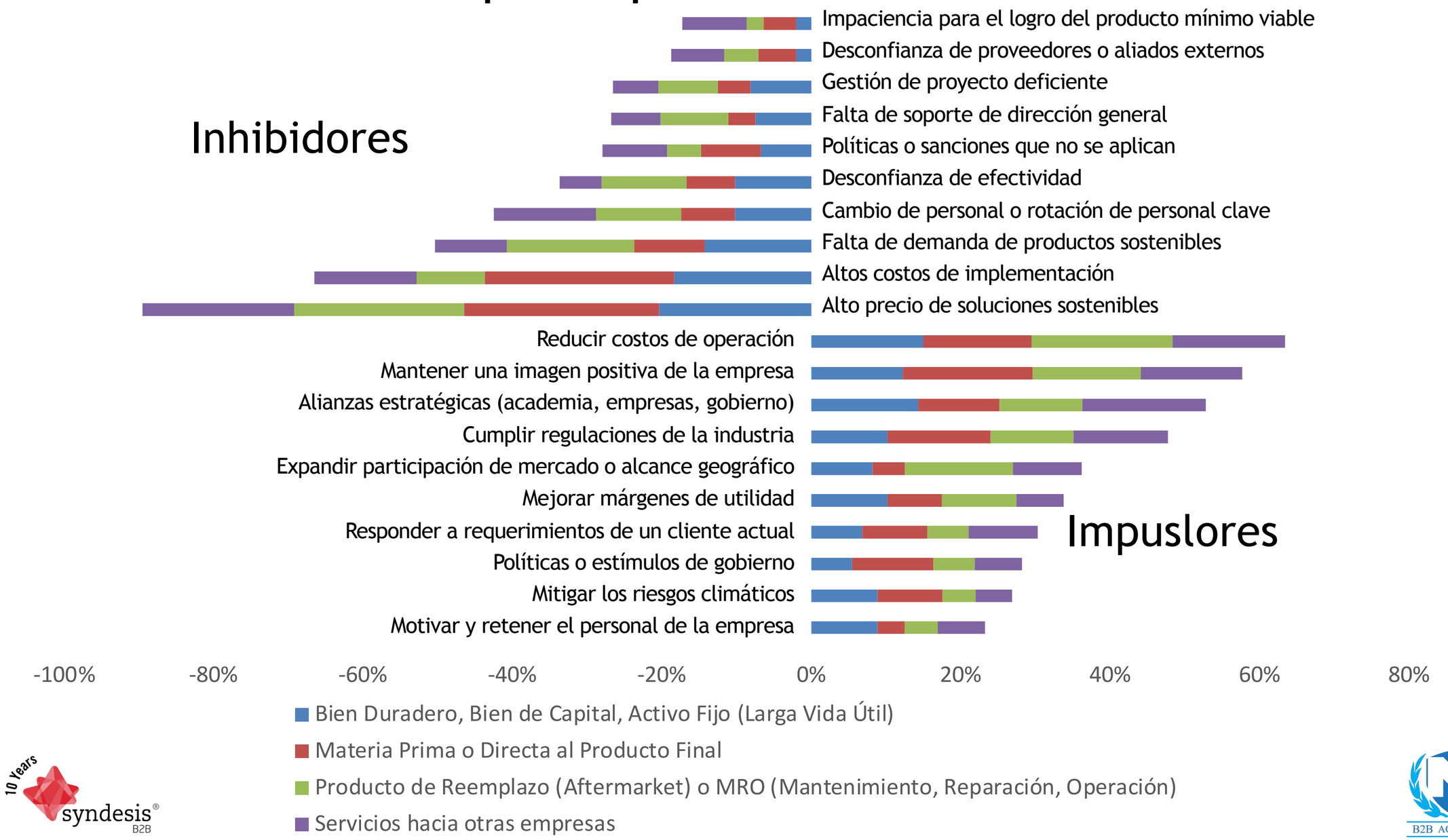
Lanzamiento de Producto



- Empresas de Bien Duradero, Materia Prima y Servicios B2B destacarán su discurso comercial principalmente como Producto amigable con el medio ambiente.
- Empresas de Reemplazo destacarán su discurso comercial como Producto amigable con el medio ambiente así como Producto de mayor durabilidad.

9º ESTUDIO DE TENDENCIAS B2B EN LATAM
Sustainable Business

Alto precio de soluciones vs Reducir costos de operación son los factores que impactan las iniciativas de DS



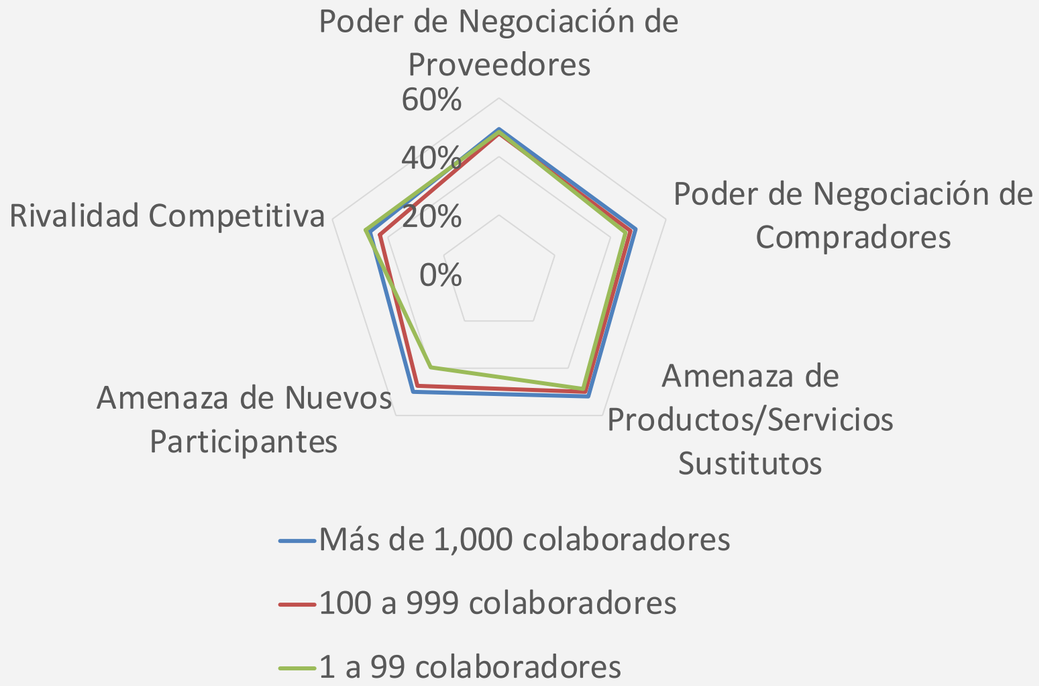
10 Years syndesis® B2B

B2B ACADEMY

SECCIÓN 3

Tamaño de Empresa

En general el poder de negociación de proveedores respecto al poder de compradores es similar, es joven su estructura para lograr los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODSS). El GAP entre adquisición vs promoción de productos sostenibles es 5% para Empresas **Grandes,** 7% para Empresas **Medianas** y -7% para Empresas **Pequeñas**, es decir que existe una ligera demanda y un ligera sobreoferta de productos/servicios, respectivamente.



THE GLOBAL GOALS

Principales ODS

Industria, Innovación e Infraestructura | Trabajo decente y crecimiento económico | Igualdad de género | Alianzas para lograr los objetivos | Salud y bienestar

Presupuesto 2023

79% de las empresas de más de 1,000 colaboradores invertirán más cantidad respecto al 2022. La mayor cifra entre la segmentación de tamaño de empresas.

Tendencias

Cadenas de suministro descentralizadas | Eficiencia energética | Huella de carbono y reducción de emisiones | Cambio de hábitos de consumo | Reúso y reciclaje

Estrategia 3 años

Energía | Tecnología limpia o verde | Agua | Desperdicio/Reciclaje | Modelos de negocio de economía circular.

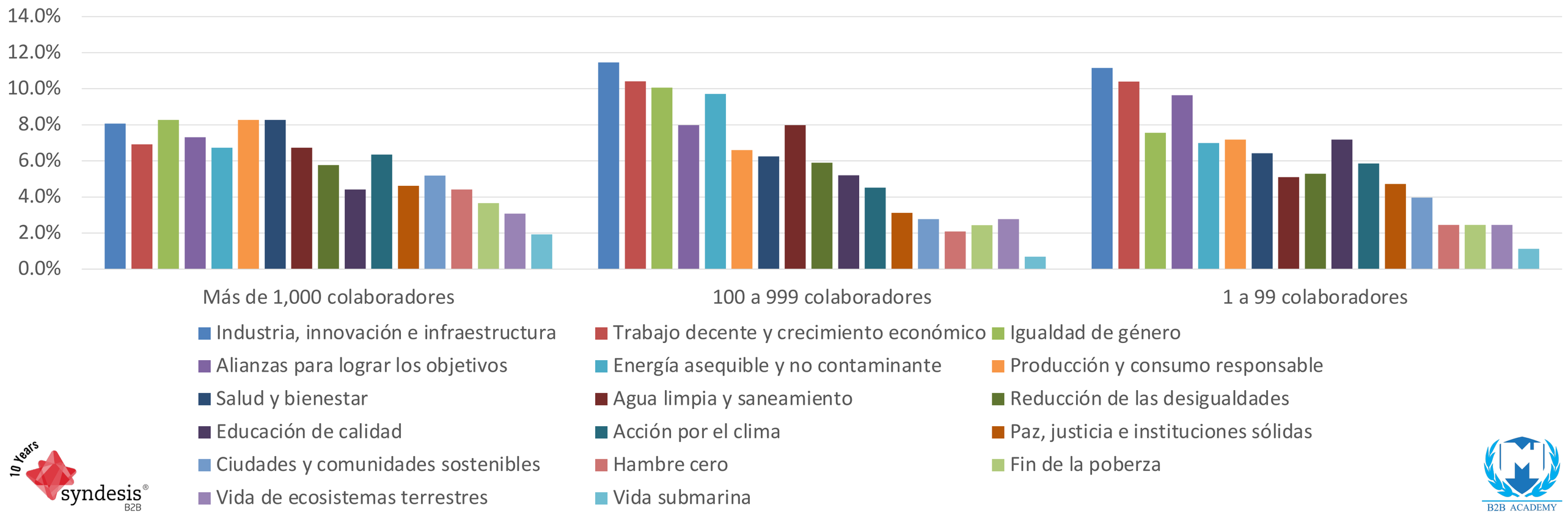
Proveedor Ideal

Soporte técnico | Innovación tecnológica | Relación costo - beneficio

Énfasis en los Objetivos de Desarrollo Sostenible al 2030

9º ESTUDIO DE TENDENCIAS B2B EN LATAM
Sustainable Business

- Empresas B2B de más de 1,000 colaboradores se orientan a Igualdad de género así como Producción y consumo responsable así como Salud y bienestar.
- Empresas B2B de 100 a 999 colaboradores se orientan a Industria, innovación e infraestructura, Trabajo decente y crecimiento económico así como Igualdad de género.
- Empresas B2B de 1 a 99 colaboradores se orientan a Industria, innovación e infraestructura, Trabajo decente y crecimiento económico así como Alianzas para lograr los objetivos.

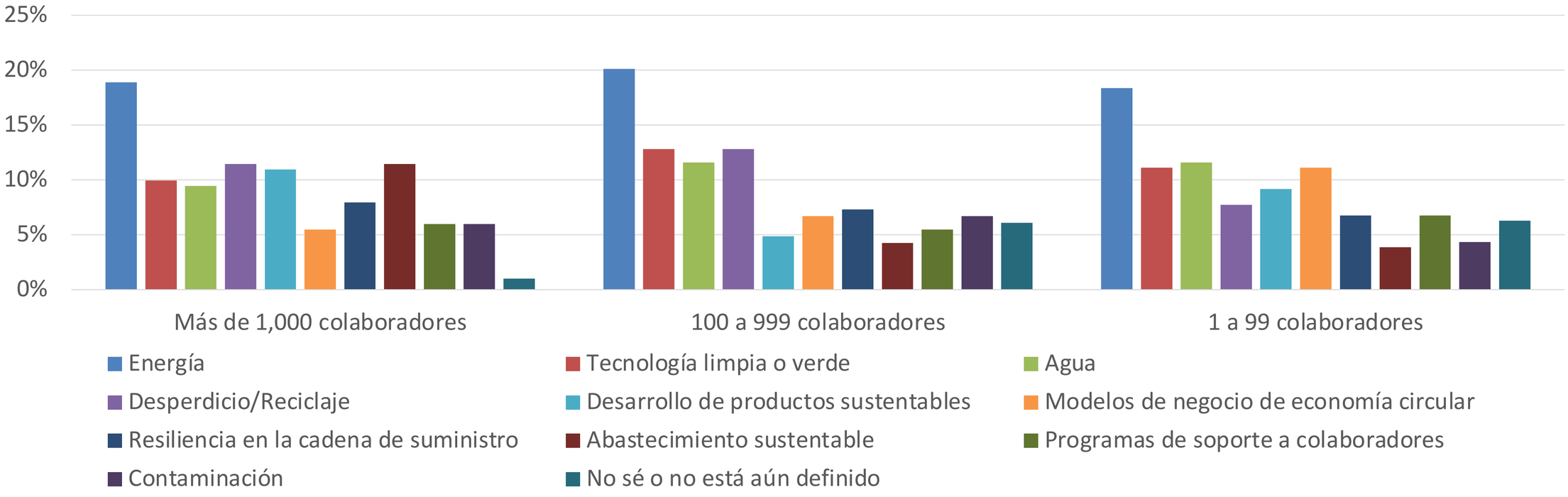


10 Years syndesis® B2B

B2B ACADEMY

9º ESTUDIO DE TENDENCIAS B2B EN LATAM
Sustainable Business

Estrategia de sostenibilidad en próximos 3 años

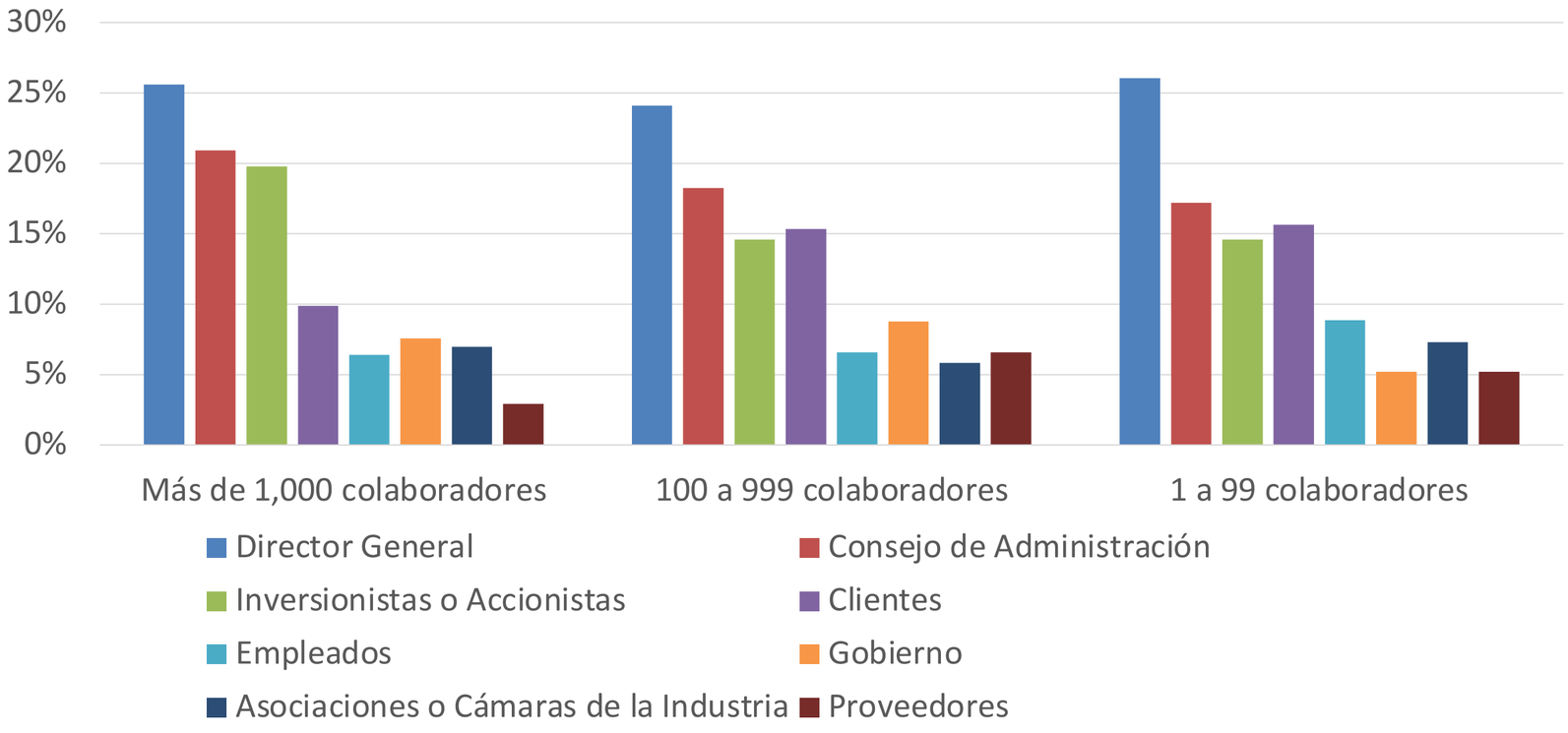


- Empresas B2B de más de 1,000 colaboradores priorizarán en su estrategia; Energía, Desperdicio/Reciclaje así como Abastecimiento sustentable.
- Empresas B2B de 100 a 999 colaboradores priorizarán en su estrategia; Energía, Tecnología limpia o verde así como Desperdicio/Reciclaje.
- Empresas B2B de 1 a 99 colaboradores priorizarán en su estrategia; Energía, Agua, Tecnología limpia o verde así como Modelos de negocio de economía circular.

10 Years syndesis® B2B

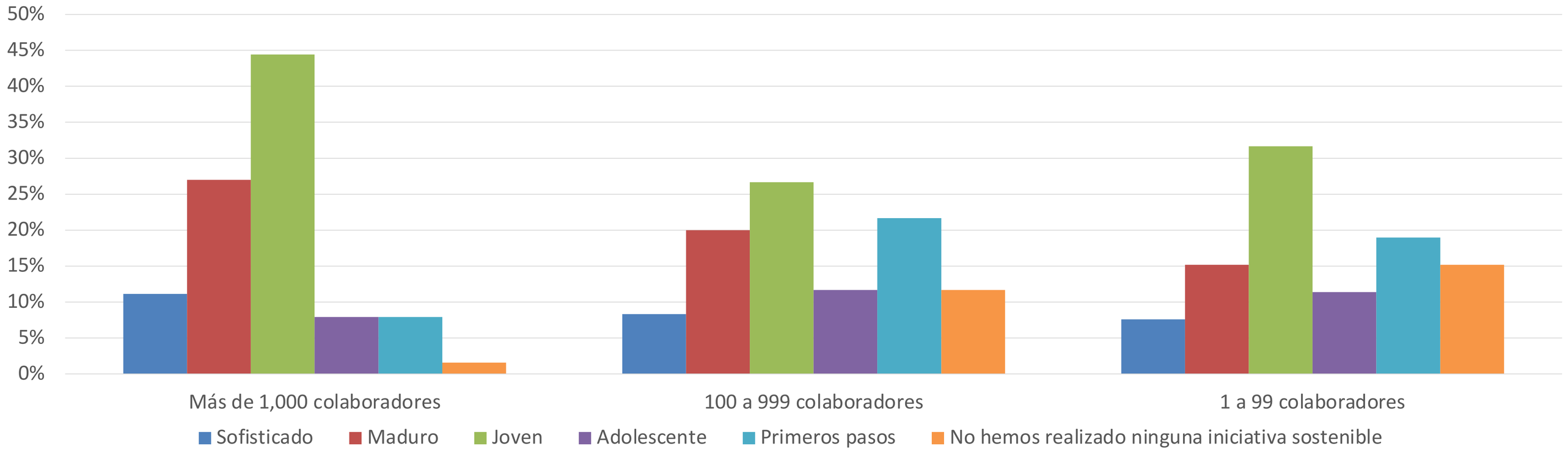
B2B ACADEMY

El Director General es la figura que ejerce mayor presión para desarrollar iniciativas sostenibles



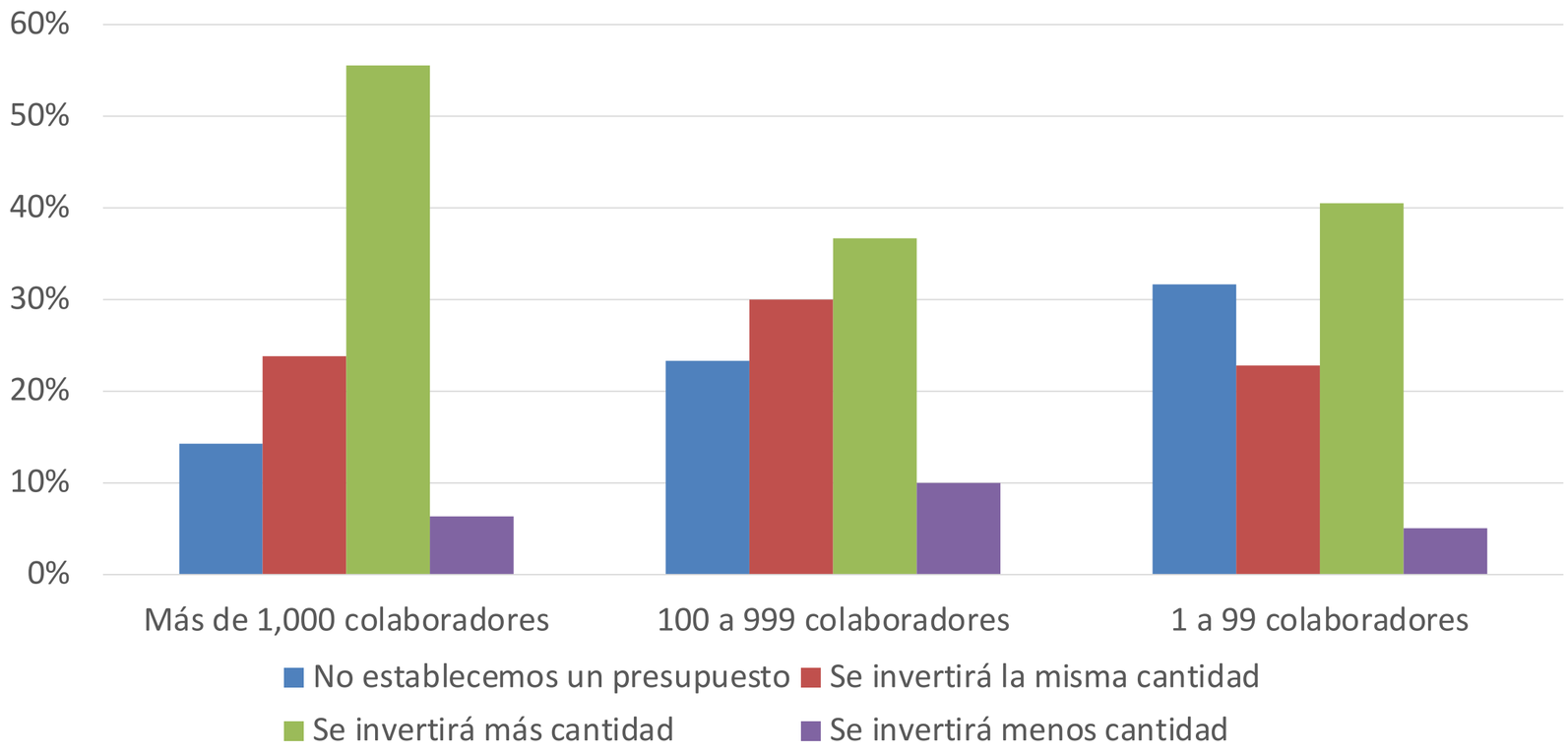
- En Empresas B2B de más de 1,000 colaboradores además del Director General las figuras que ejercen más presión son; Consejo de Administración e Inversionistas o Accionistas.
- En Empresas B2B de 100 a 999 colaboradores así como de 1 a 99 colaboradores además del Director General las figuras que ejercen más presión son; Consejo de Administración y Clientes.

Estructura en Desarrollo Sostenible



- En general las empresas B2B consideran que su estructua de Desarrollo Sostenible es Joven, es decir, que han identificado una estructura de colaboradores internos y externos y que se están volviendo más sofisticados en métricas y en entregables puntuales.

Se espera una mayor inversión en iniciativas de Desarrollo Sostenible

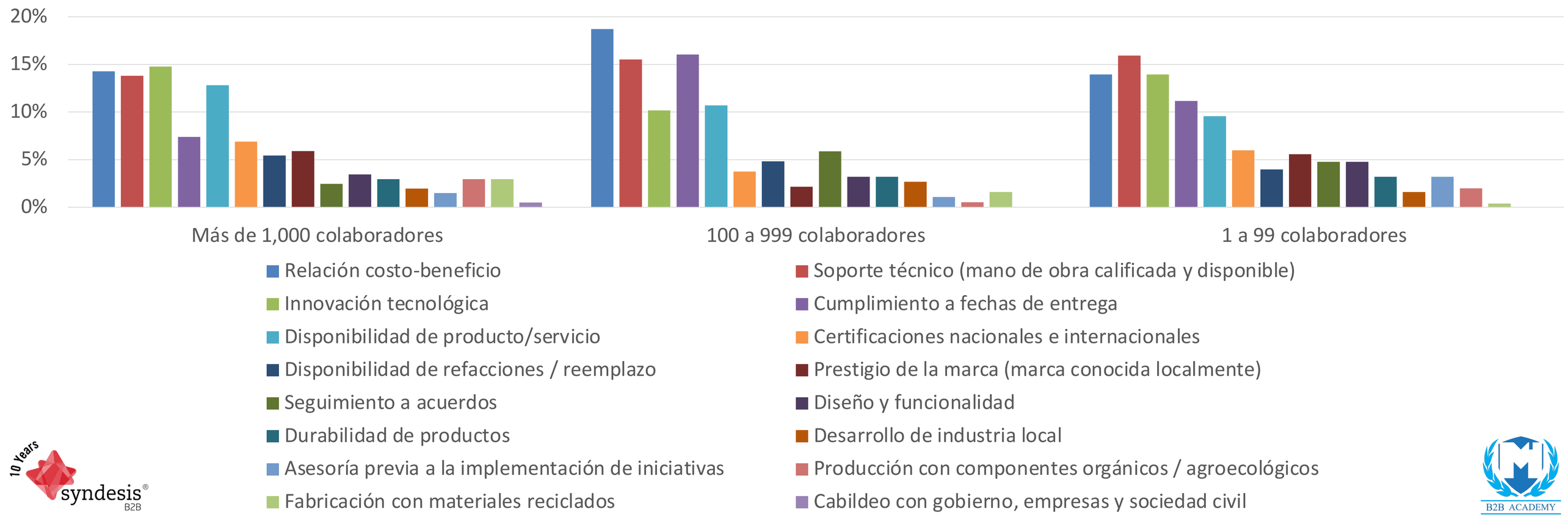


- 79% de Empresas B2B de más de 1,000 colaboradores invertirán más o al menos la misma cantidad en el siguiente año fiscal.
- 67% de Empresas B2B de 100 a 999 colaboradores invertirán más o al menos la misma cantidad en el siguiente año fiscal.
- 63% de Empresas B2B de 1 a 99 colaboradores invertirán más o al menos la misma cantidad en el siguiente año fiscal.

Características de un Proveedor Ideal Sostenible

9º ESTUDIO DE TENDENCIAS B2B EN LATAM
Sustainable Business

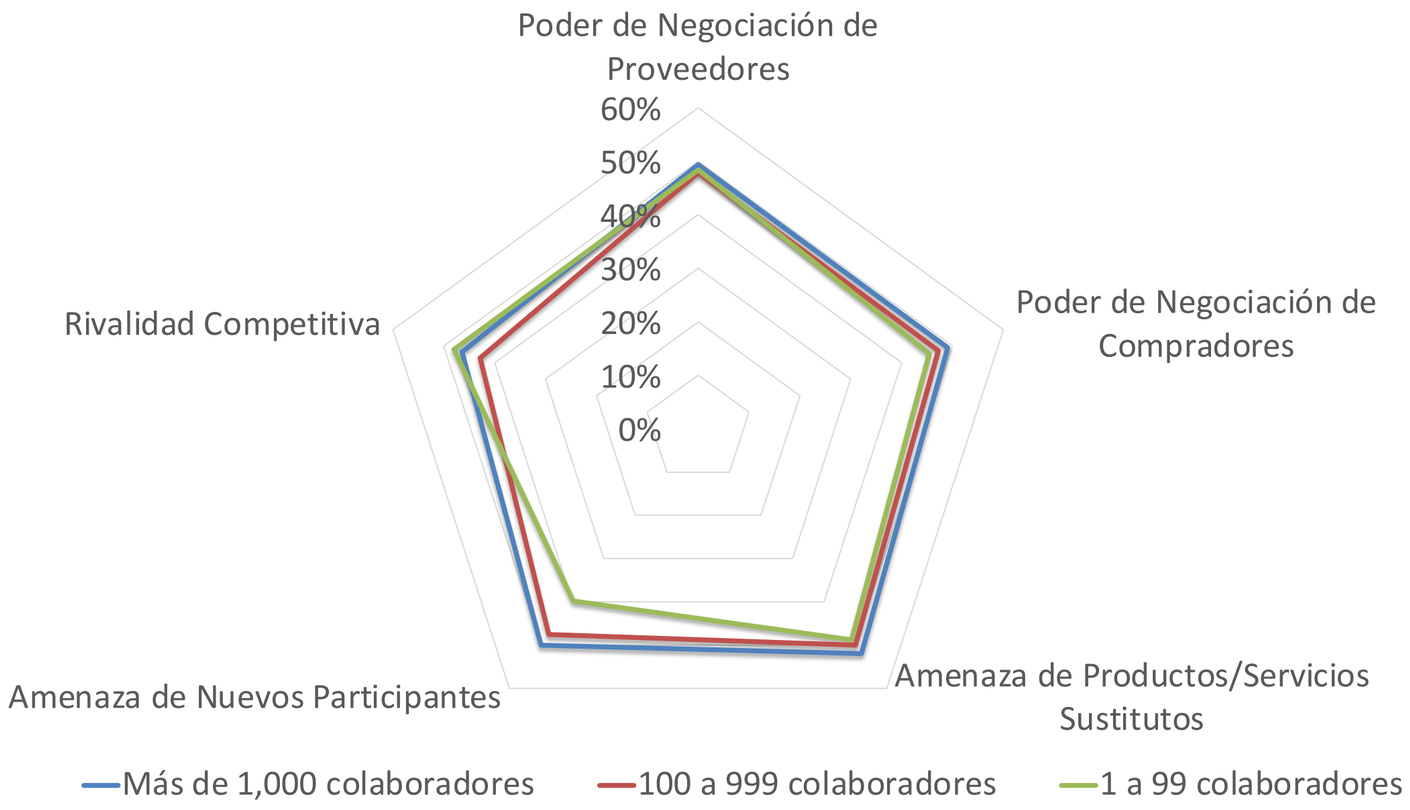
- Empresas B2B de más de 1,000 colaboradores valoran principalmente de un proveedor ideal su Innovación Tecnológica.
- Empresas B2B de 100 a 999 colaboradores valoran principalmente la Relación costo – beneficio.
- Empresas B2B de 1 a 99 colaboradores valoran principalmente el Soporte Técnico (mano de obra calificada y disponible).



10 Years syndesis® B2B

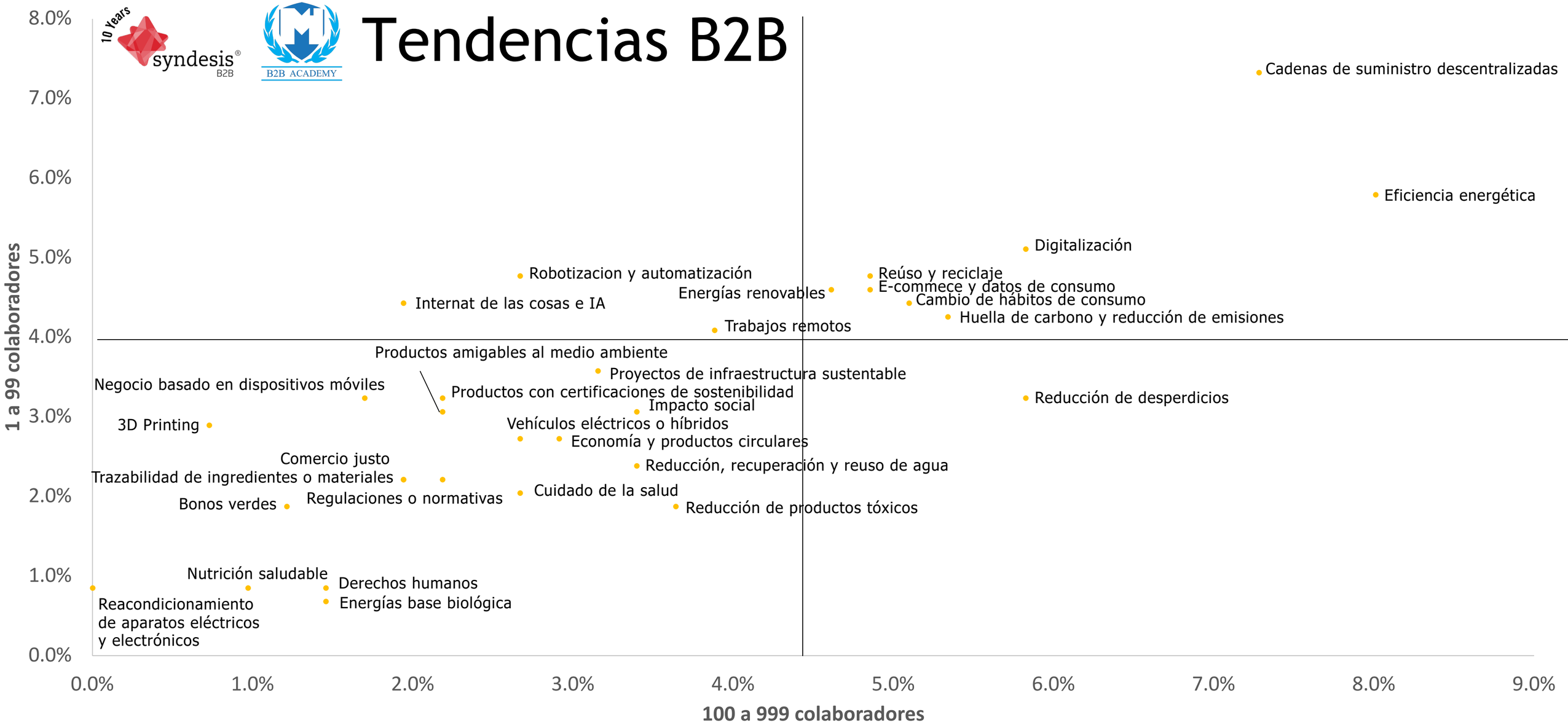
B2B ACADEMY

Análisis de competitividad



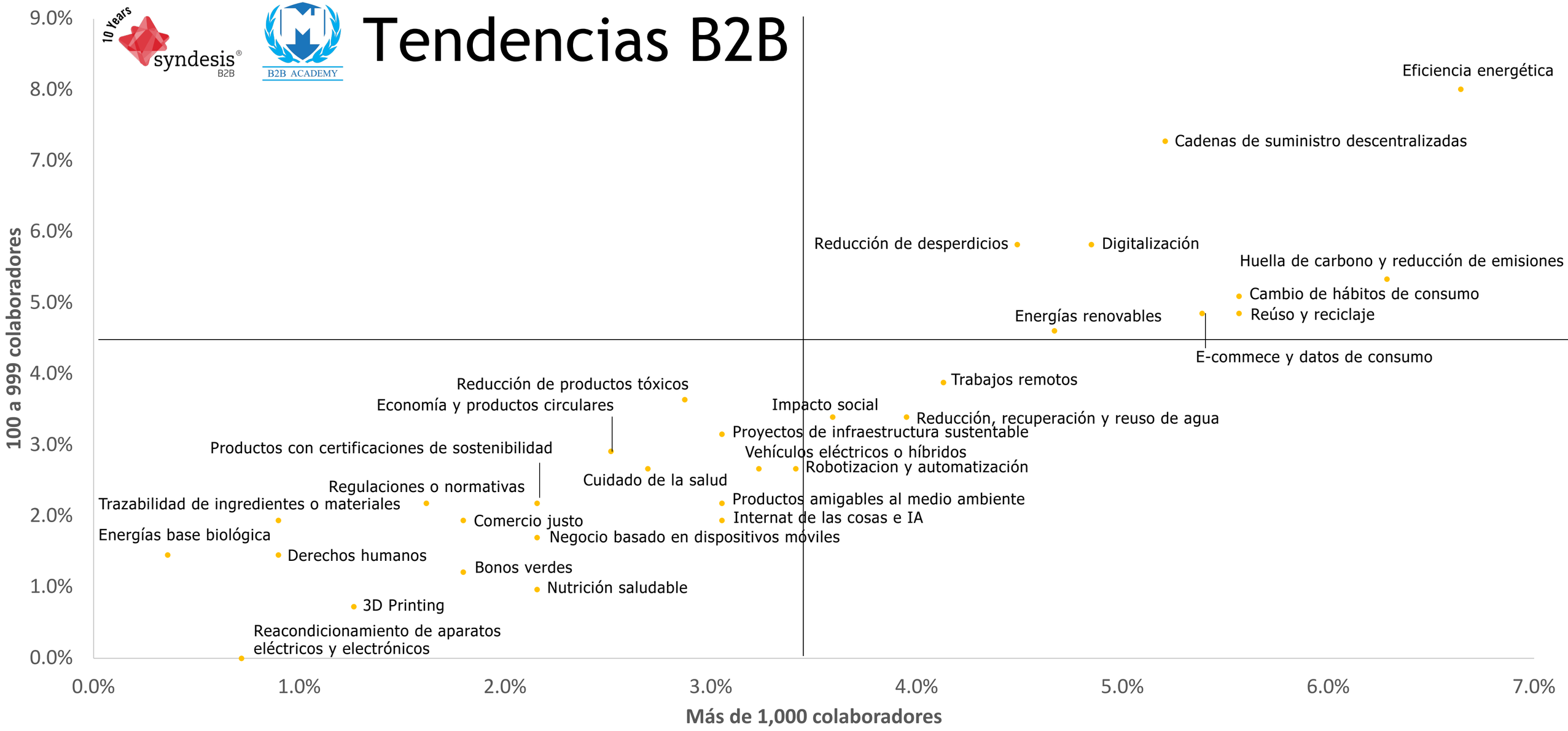
- El poder de negociación de proveedores respecto al poder de compradores, en general está muy similar, excepto en Empresas de 1 a 99 colaboradores donde el poder de compradores es ligeramente inferior.
- La amenaza de productos sustitutos es mayor en Empresas de más de 1,000 colaboradoradores.
- La amenaza de nuevos participantes es más latente en Empresas de más de 1,000 colaboradores.
- La rivalidad competitiva en Empresas de 1 a 99 colaboradores es mayor respecto a otro tamaño de Empresas B2B.

Tendencias B2B

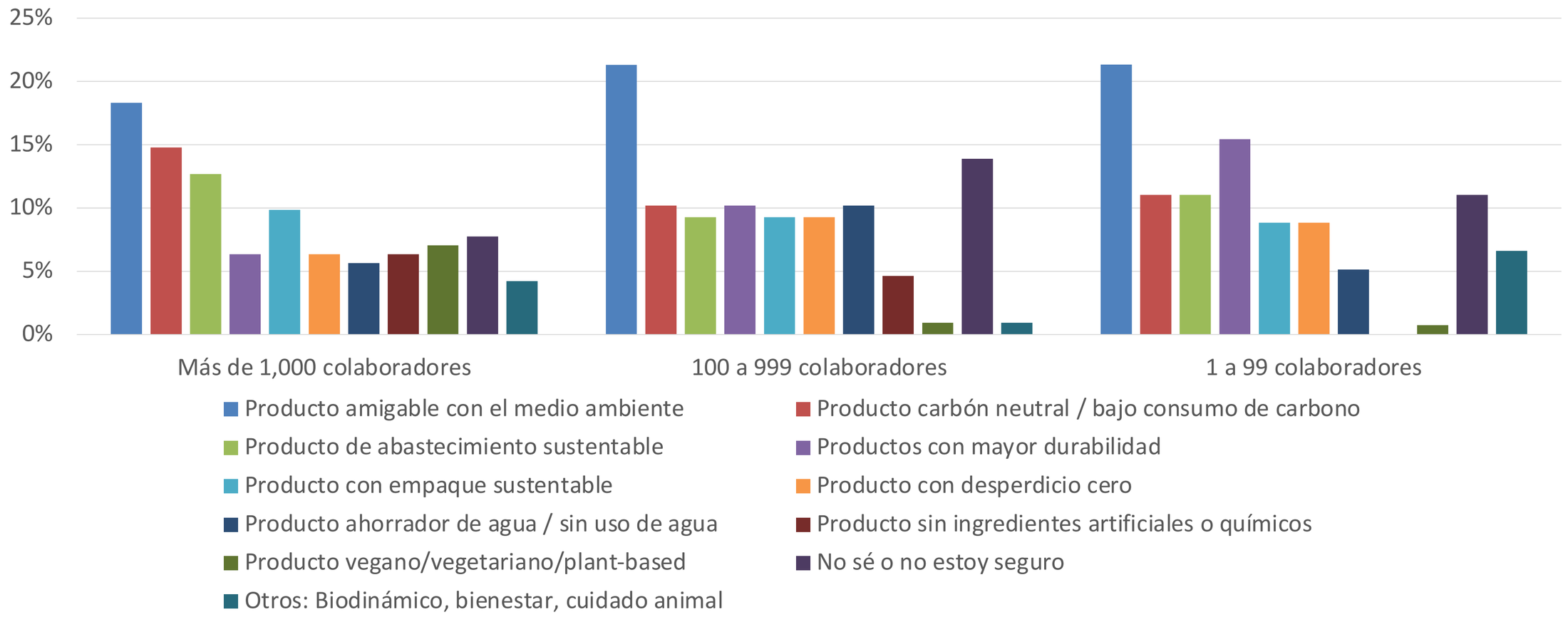


9º ESTUDIO DE TENDENCIAS B2B EN LATAM
Sustainable Business

Tendencias B2B



Lanzamiento de Producto



- Empresas B2B de más de 1,000 colaboradores destacarán su discurso comercial como Producto amigable con el medio ambiente, Carbon neutral / bajo consumo de carbono así como Abastecimiento sustentable.
- Empresas B2B de 100 a 999 colaboradores destacarán su discurso comercial como en Producto amigable con el medio ambiente aunque también reconocen no saber o no estar seguro de cuál sería otro concepto a destacar.
- Empresas B2B de 1 a 99 colaboradores destacarán su discurso comercial como en Producto amigable con el medio ambiente así como Productos con mayor durabilidad.

9º ESTUDIO DE TENDENCIAS B2B EN LATAM
Sustainable Business

Alto precio de soluciones vs Reducir costos de operación son los factores que impactan las iniciativas de DS

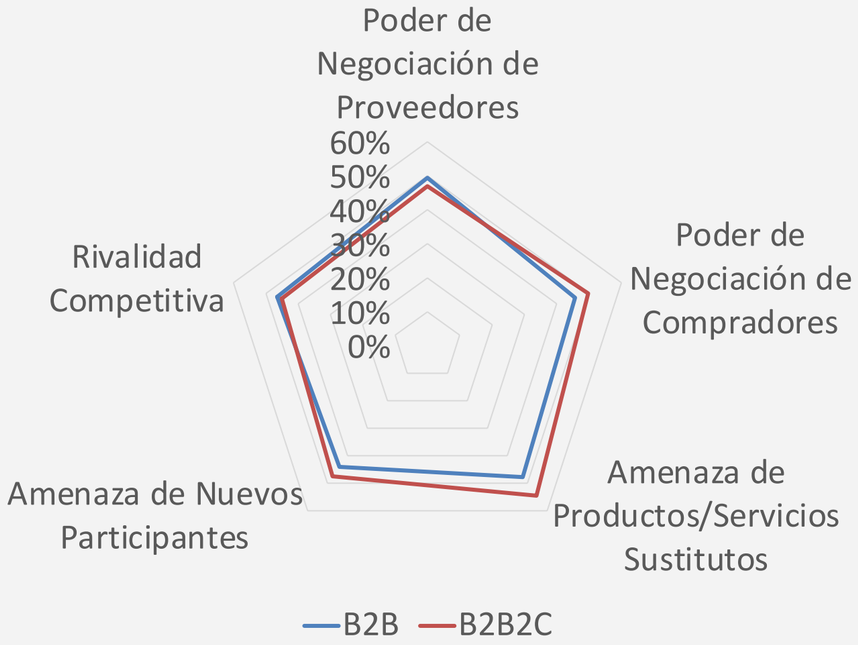
10 Years syndesis® B2B

B2B ACADEMY

SECCIÓN 4

Modelo de Negocio

El poder de negociación de proveedores respecto al poder de compradores es mayor en modelos de negocio **B2B**, es joven su estructura para lograr los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODSS). El GAP entre adquisición vs promoción de productos sostenibles es 1% para modelos de negocio **B2B** y 0% para modelos de negocio **B2B2C**, es decir que existe una ligera demanda y un balance de productos/servicios, respectivamente.



THE GLOBAL GOALS

Principales ODS

Industria, Innovación e Infraestructura | Trabajo decente y crecimiento económico | Igualdad de género | Alianzas para lograr los objetivos

Presupuesto 2023

75% de las empresas con modelo de negocio B2B2C invertirán más cantidad respecto al 2022. La mayor cifra entre la segmentación de modelos de negocio.

Tendencias

Eficiencia energética | Cadenas de suministro descentralizada | Digitalización | E-commerce y datos de consumo

Estrategia 3 años

Energía | Tecnología limpia o verde | Agua | Desperdicio/Reciclaje

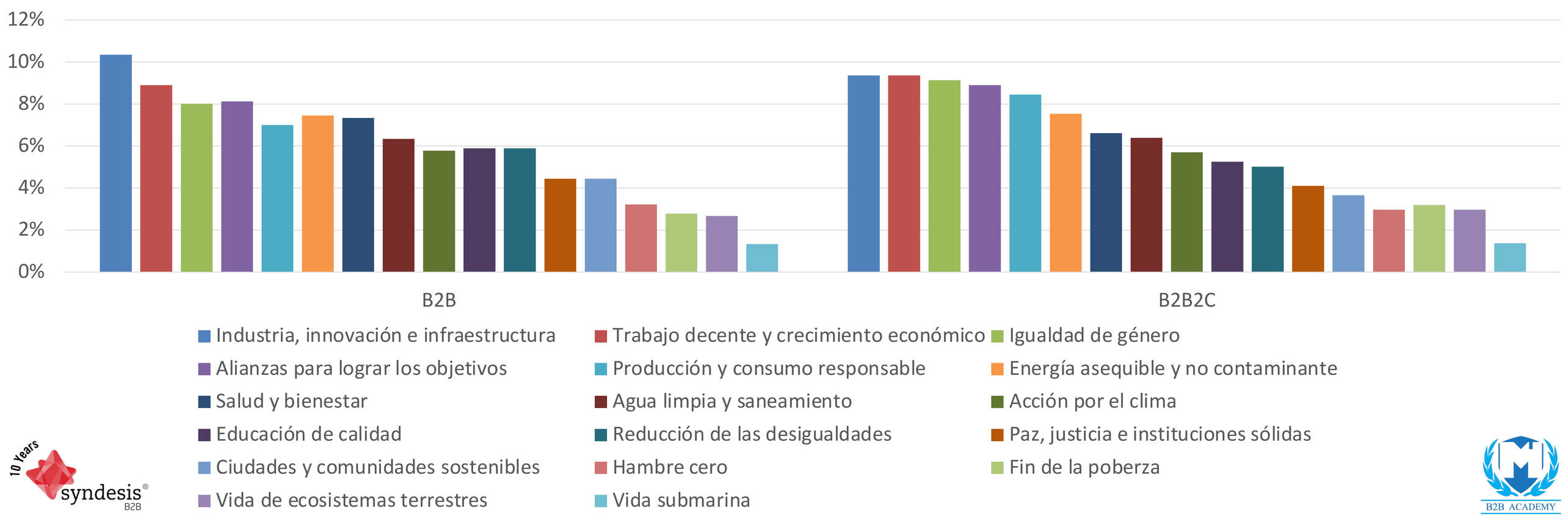
Proveedor Ideal

Soporte técnico | Relación costo - beneficio

Énfasis en los Objetivos de Desarrollo Sostenible al 2030

9º ESTUDIO DE TENDENCIAS B2B EN LATAM
Sustainable Business

- Empresas con modelo de negocio B2B se orientan a Industria, innovación e infraestructura, Trabajo decente y crecimiento económico así como Alianzas para lograr los objetivos.
- Empresas con modelo de negocio B2B2C se orientan a Industria, innovación e infraestructura, Trabajo decente y crecimiento económico así como Igualdad de género.

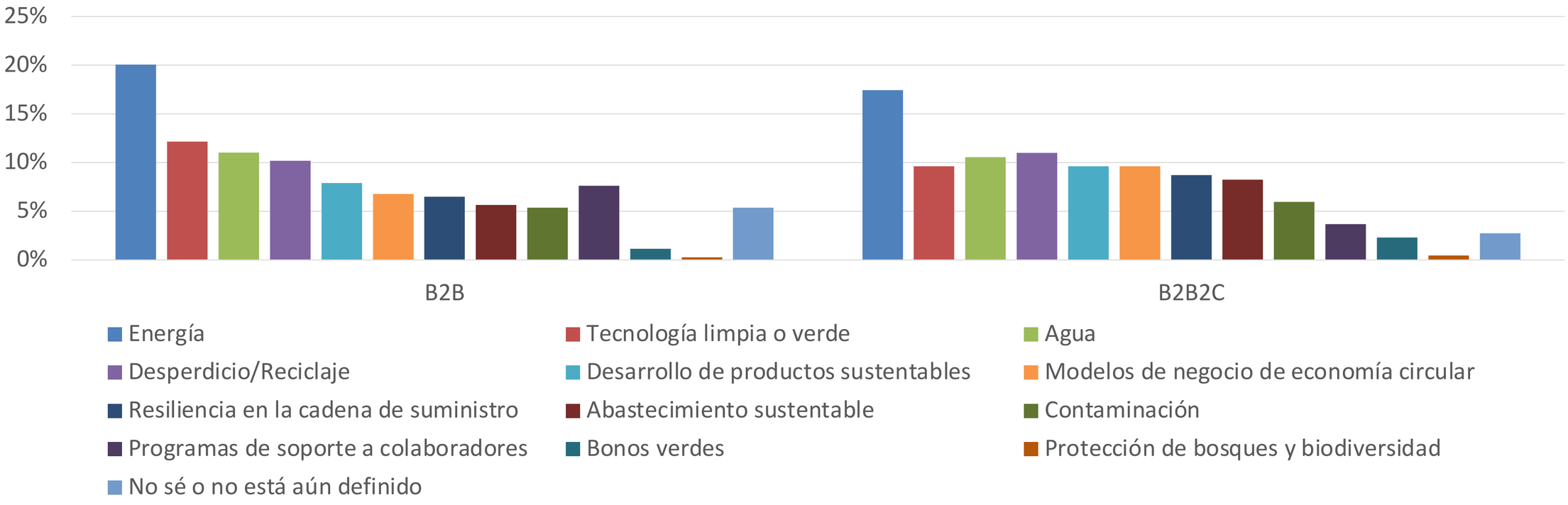


10 Years syndesis® B2B

B2B ACADEMY

9º ESTUDIO DE TENDENCIAS B2B EN LATAM
Sustainable Business

Estrategia de sostenibilidad en próximos 3 años

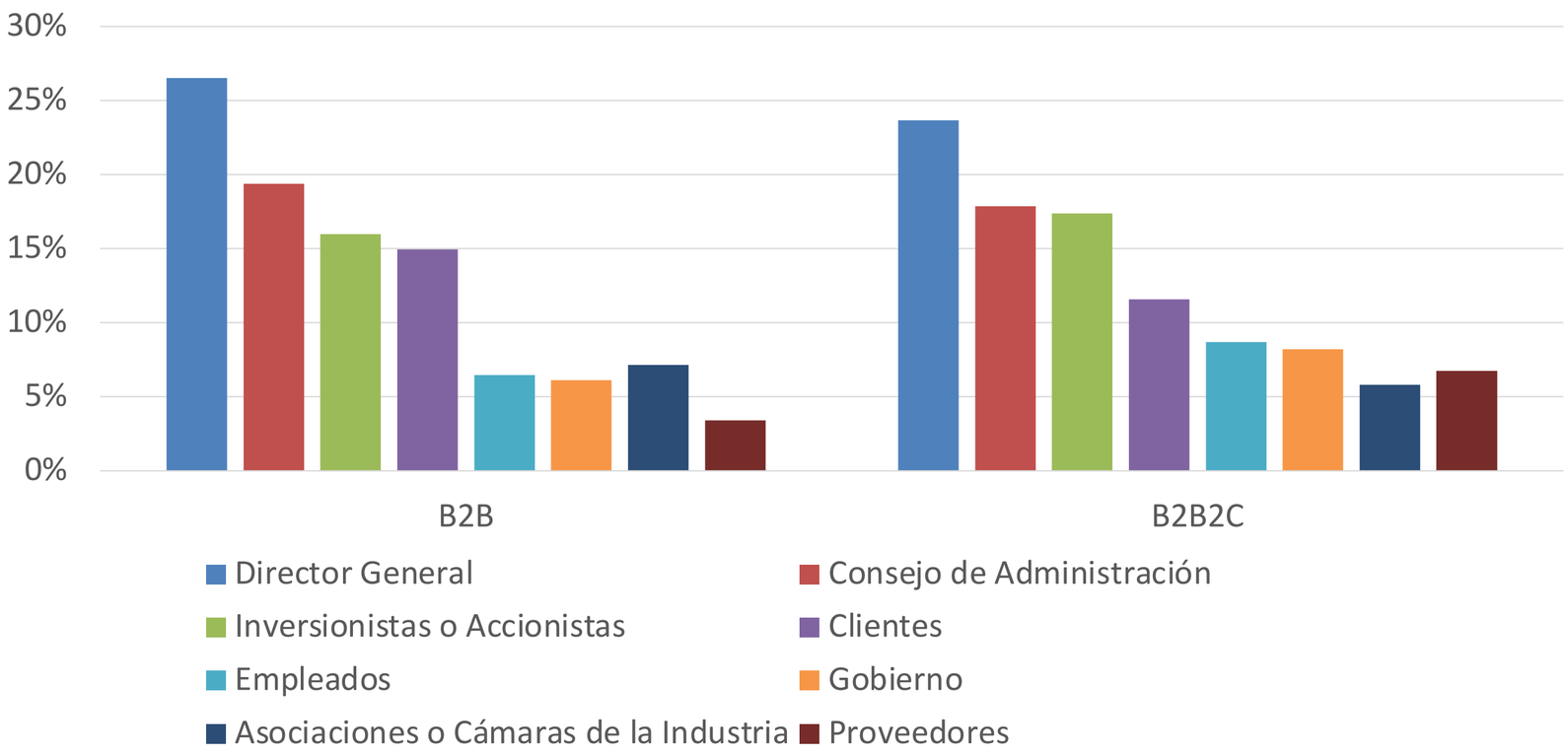


- Empresas con modelo de negocio B2B priorizarán en su estrategia; Energía, Tecnología limpia o verde así como Agua.
- Empresas con modelo de negocio B2B2C priorizarán en su estrategia; Energía, Desperdicio/Reciclaje así como Agua

10 Years syndesis® B2B

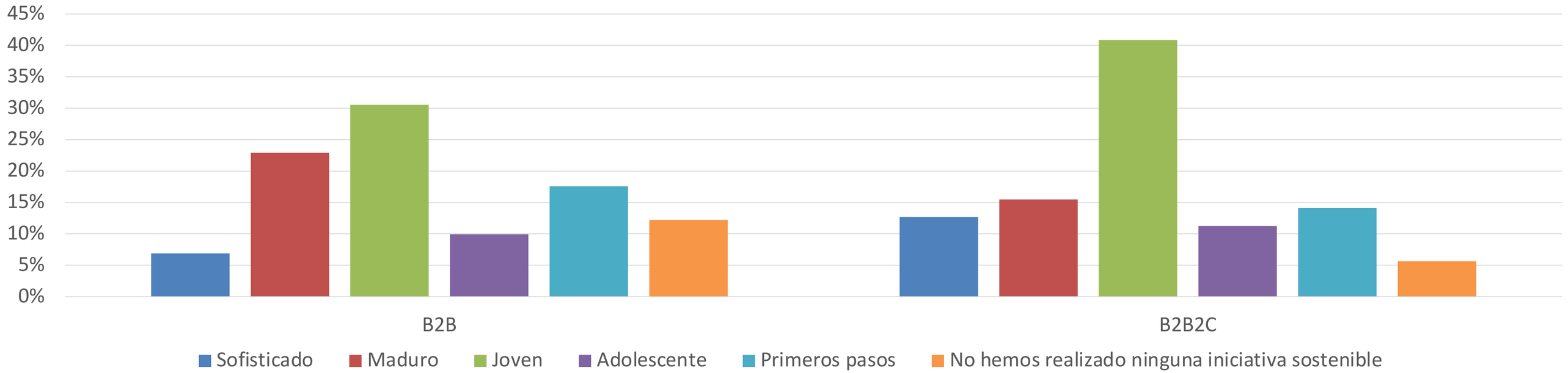
B2B ACADEMY

El Director General es la figura que ejerce mayor presión para desarrollar iniciativas sostenibles



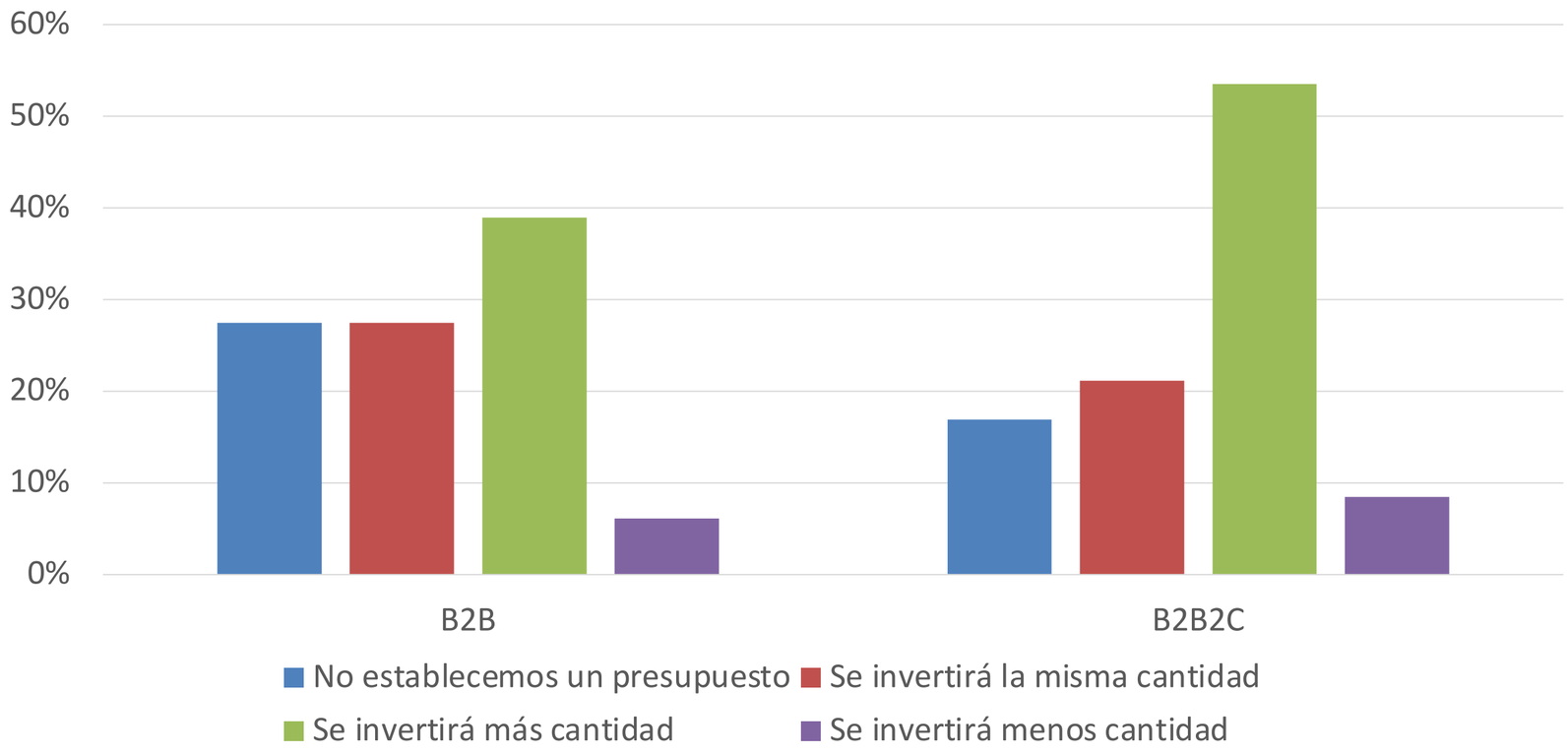
- En modelos de negocio B2B y B2B2C además del Director General la figura que ejerce más presión es el Consejo de Administración.

Estructura en Desarrollo Sostenible



- En general las empresas de ambos modelos de negocio consideran que su estructua de Desarrollo Sostenible es Joven, es decir, que han identificado una estructura de colaboradores internos y externos y que se están volviendo más sofisticados en métricas y en entregables puntuales.

Se espera una mayor inversión en iniciativas de Desarrollo Sostenible

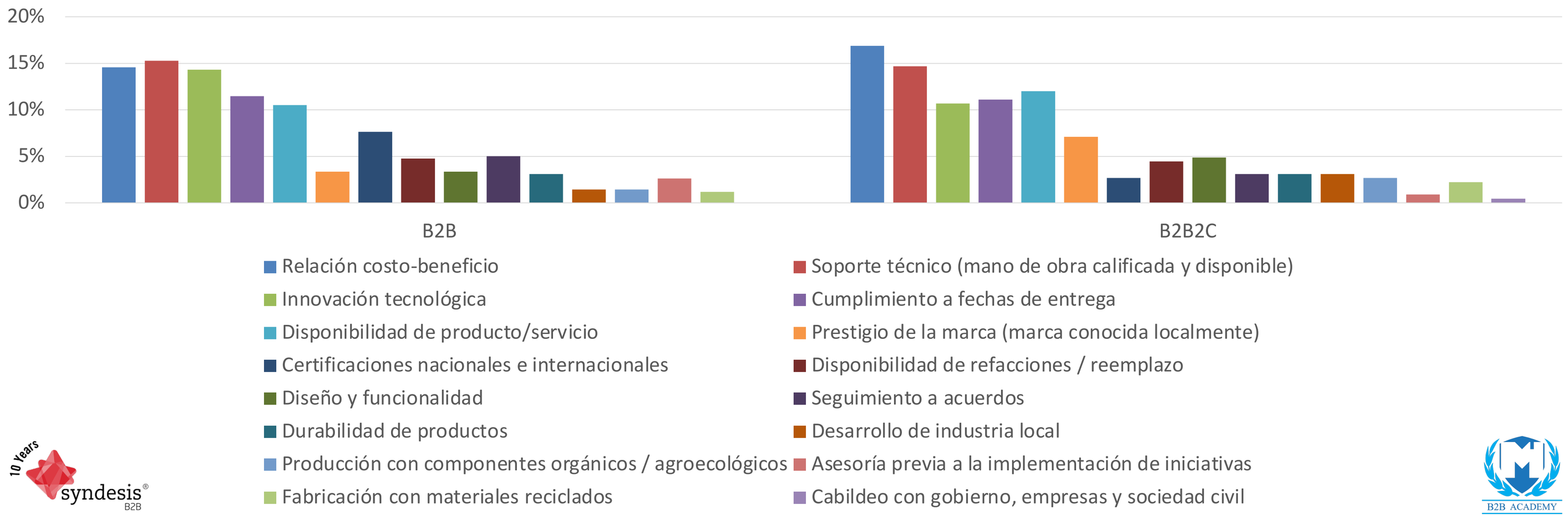


- 66% de empresas con modelos de negocio B2B invertirán más o al menos la misma cantidad en el siguiente año fiscal.
- 75% de empresas con modelos de negocio B2B2C invertirán más o al menos la misma cantidad en el siguiente año fiscal.

Características de un Proveedor Ideal Sostenible

9º ESTUDIO DE TENDENCIAS B2B EN LATAM
Sustainable Business

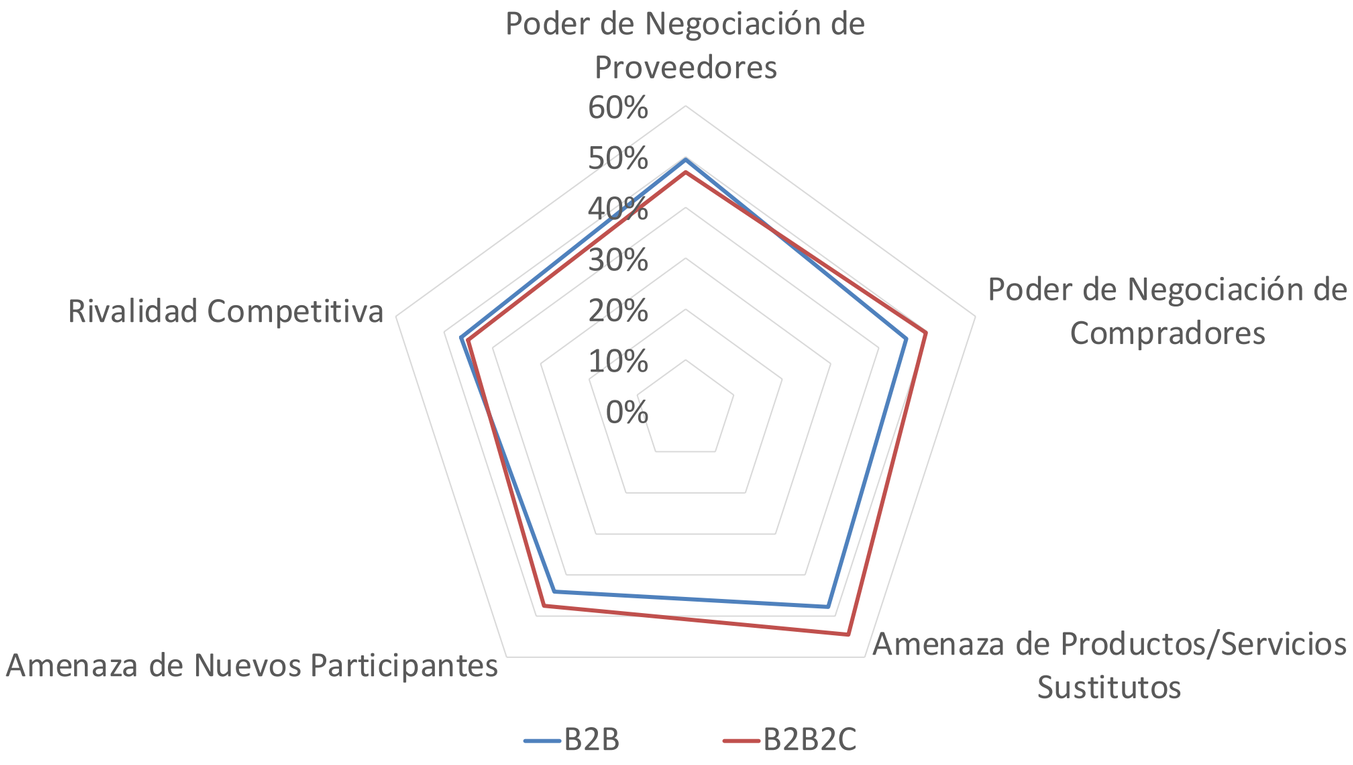
- Empresas con modelo de negocio B2B valoran principalmente de un proveedor ideal su Soporte técnico.
- Empresas con modelo de negocio B2B2C valoran principalmente la Relación costo – beneficio.



10 Years syndesis® B2B

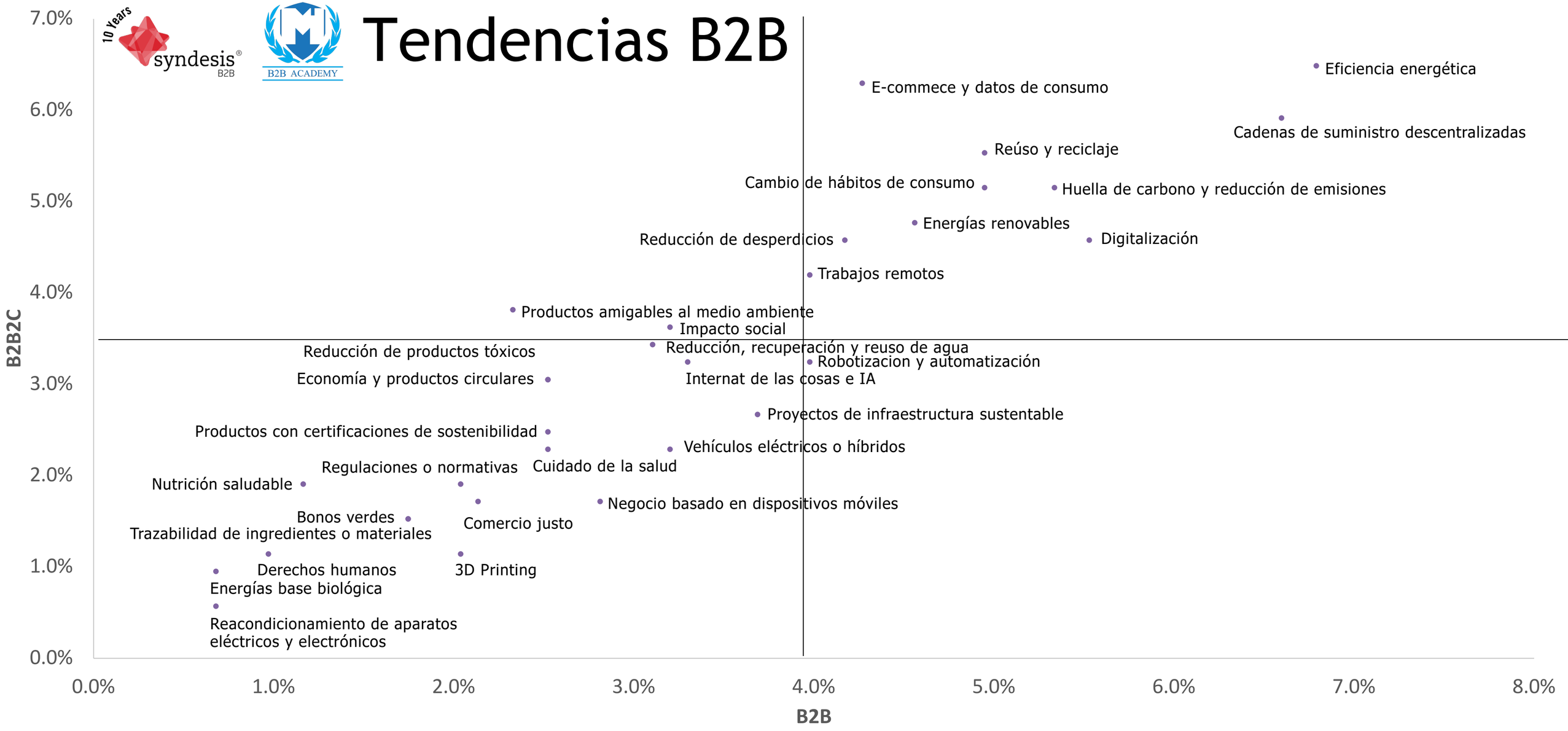
B2B ACADEMY

Análisis de competitividad

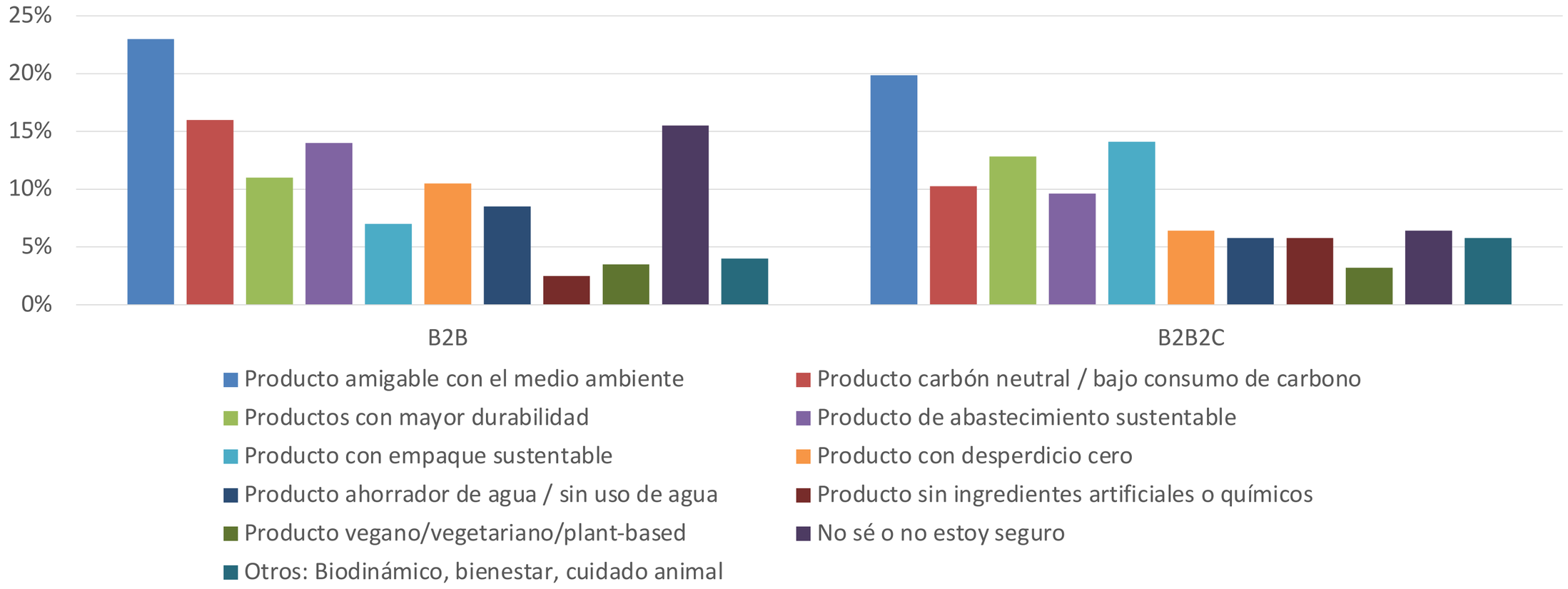


- El poder de negociación de proveedores respecto al poder de compradores, es mayor en modelos de negocio B2B, es decir donde no se requiere un punto de venta para desplazar el producto/servicio.
- La amenaza de productos sustitutos es mayor en modelos de negocio B2B2C.
- La amenaza de nuevos participantes es más latente en modelos de negocio B2B2C.
- La rivalidad competitiva es similar en ambos modelos de negocio.

Tendencias B2B



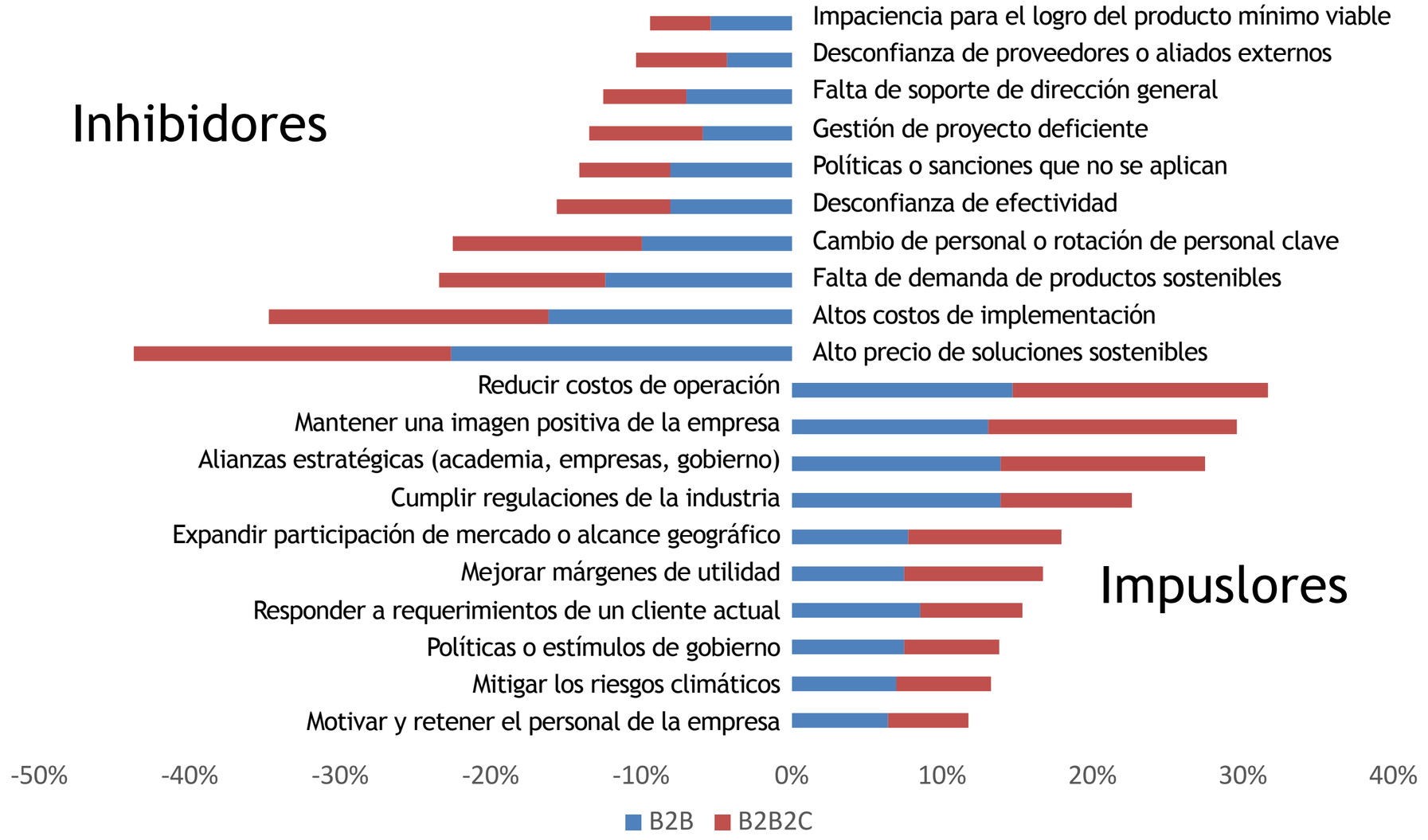
Lanzamiento de Producto



- Empresas con modelo de negocio B2B destacarán su discurso comercial como Producto amigable con el medio ambiente, Carbon neutral / bajo consumo de carbono aunque también reconocen no saber o no estar seguro de cuál sería otro concepto a destacar.
- Empresas con modelo de negocio B2B2C destacarán su discurso comercial como Producto amigable con el medio, Producto con empaque sustentable así como Producto con mayor durabilidad.

9º ESTUDIO DE TENDENCIAS B2B EN LATAM
Sustainable Business

Alto precio de soluciones vs Reducir costos de operación son los factores que impactan las iniciativas de DS



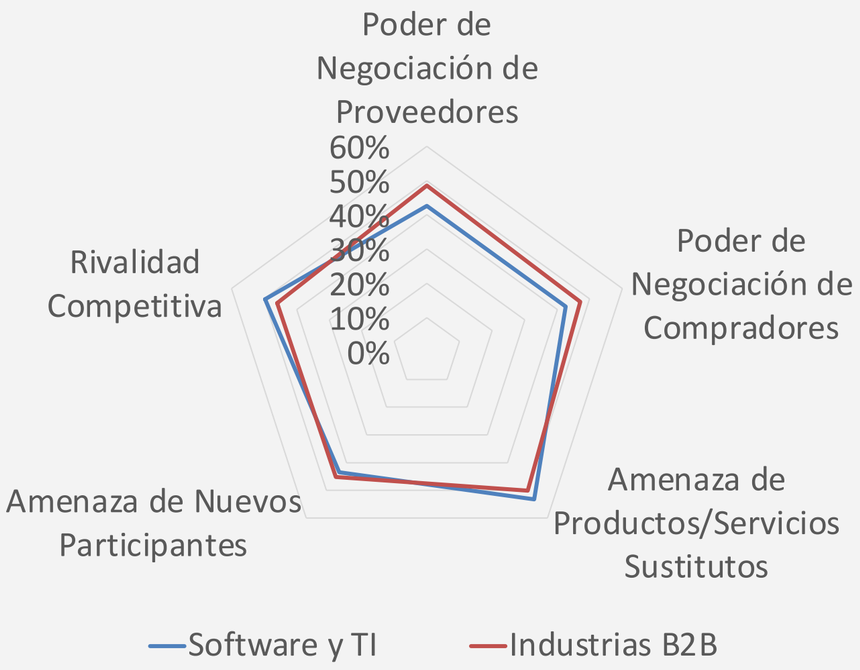
10 Years syndesis® B2B

B2B ACADEMY

SECCIÓN 5

Industrias Verticales

La industria de **Software y TI** destaca por su alta rivalidad competitiva y la amenaza de productos/servicios sustitutos, es joven en su estructura para lograr los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). El GAP entre adquisición vs promoción de productos sostenibles es -17%, es decir que existe sobreoferta de productos/servicios.



THE GLOBAL GOALS

Principales ODS

Industria, Innovación e Infraestructura | Trabajo decente y crecimiento económico | Igualdad de género

Presupuesto 2023

52% de las empresas invertirán más cantidad respecto al 2022

Tendencias

Digitalización | E-commerce y datos de consumo | Internet de la cosas e Inteligencia Artificial

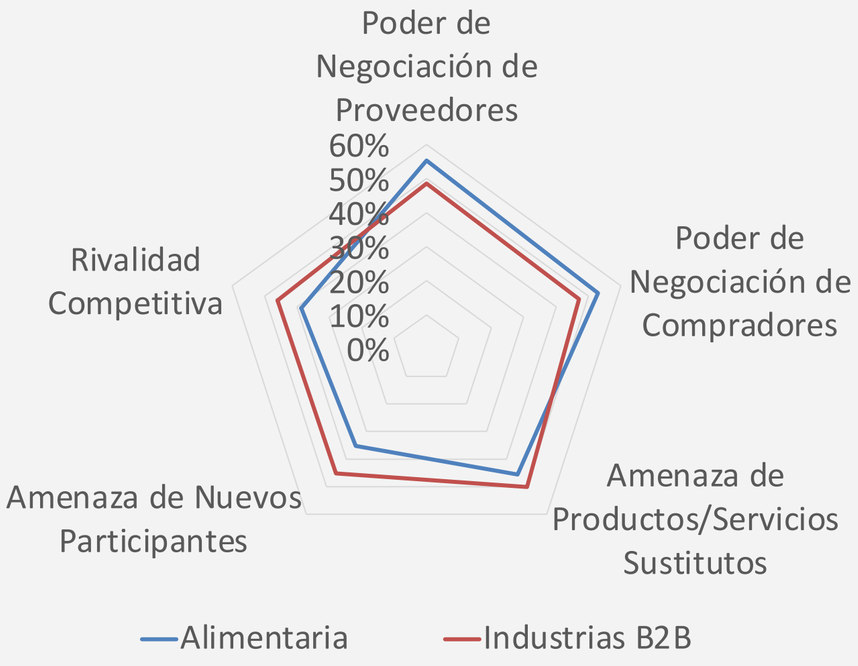
Estrategia 3 años

Tecnología limpia o verde | Energía | Desarrollo de producto sostenible

Proveedor Ideal

Innovación tecnológica | Soporte técnico | Relación costo - beneficio

La industria **Alimentaria** destaca por el alto poder de negociación de proveedores sobre compradores, es madura su estructura para lograr los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). El GAP entre adquisición vs promoción de productos sostenibles es 0%, es decir que existe un balance entre oferta y demanda de productos/servicios.



THE GLOBAL GOALS

Principales ODS

Industria, Innovación e Infraestructura | Producción y consumo responsable | Agua limpia y saneamiento

Presupuesto 2023

76% de las empresas invertirán más cantidad respecto al 2022

Tendencias

Cambio de hábitos de consumo | Eficiencia energética | Huella de carbono y reducción de emisiones

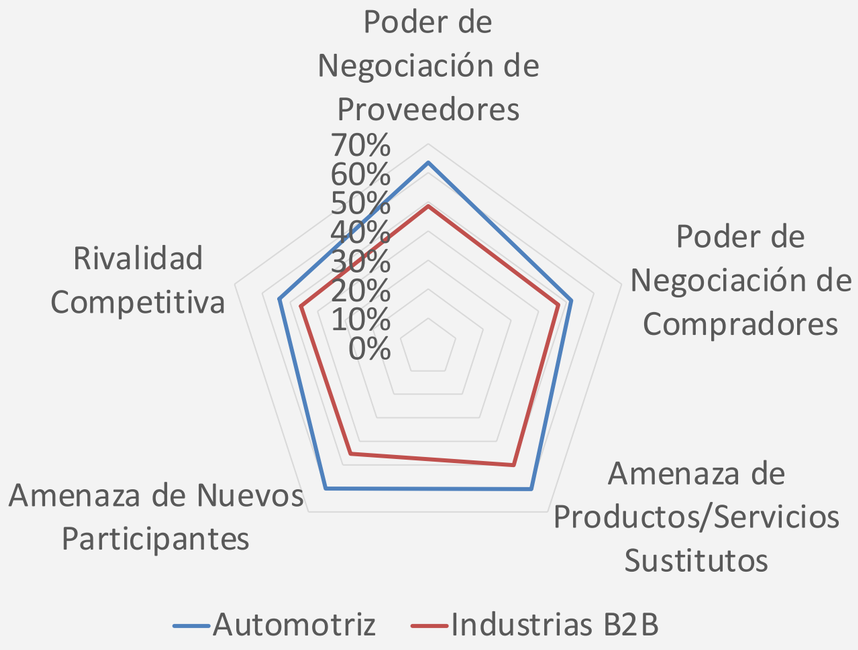
Estrategia 3 años

Abastecimiento sustentable | Agua | Energía

Proveedor Ideal

Cumplimiento a fechas de entrega | Relación costo - beneficio | Soporte técnico

La industria **Automotriz** destaca por el alto poder de negociación de proveedores sobre compradores, es sofisticada su estructura para lograr los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). El GAP entre adquisición vs promoción de productos sostenibles es 6%, es decir que existe una ligera demanda no atendida de productos/servicios.



THE GLOBAL GOALS

Principales ODS

Trabajo decente y crecimiento económico | Igualdad de género | Alianzas para lograr los objetivos

Presupuesto 2023

76% de las empresas invertirán más cantidad respecto al 2022

Tendencias

Cadenas de suministro descentralizadas | Eficiencia energética | Reducción de desperdicios

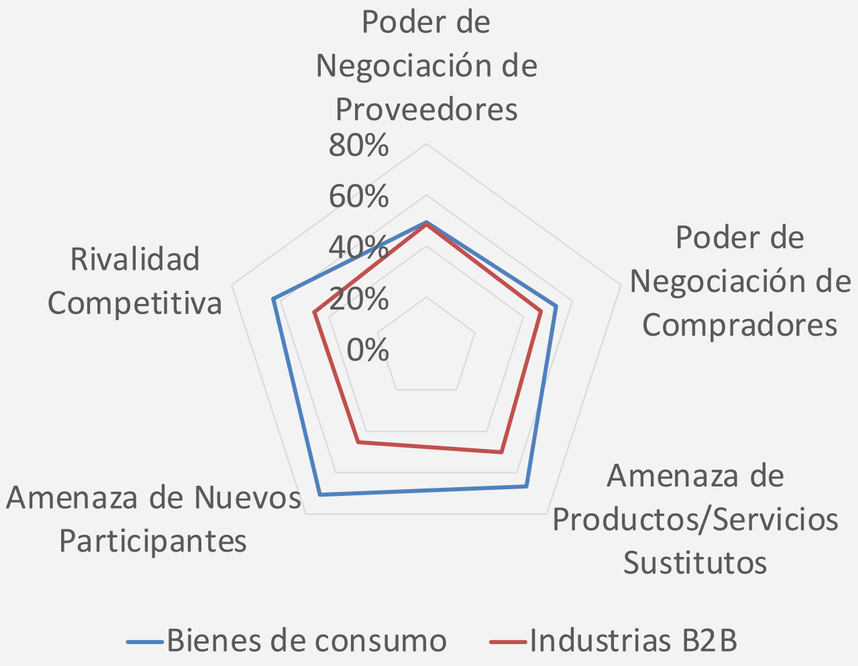
Estrategia 3 años

Energía | Agua | Tecnología limpia o verde

Proveedor Ideal

Relación costo - beneficio | Innovación tecnológica | Disponibilidad de productos/servicios

La industria de **Bienes de Consumo** destaca por la amenaza de nuevos participantes, es joven su estructura para lograr los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). El GAP entre adquisición vs promoción de productos sostenibles es 7%, es decir que existe una ligera demanda no atendida de productos/servicios.



THE GLOBAL GOALS

Principales ODS

Producción y consumo responsable | Acción por el clima | Alianzas para lograr los objetivos

Presupuesto 2023

87% de las empresas invertirán más cantidad respecto al 2022

Tendencias

Reuso y reciclaje | Cambios de hábitos de consumo | Cadenas de suministro descentralizadas | E-commerce y datos de consumo

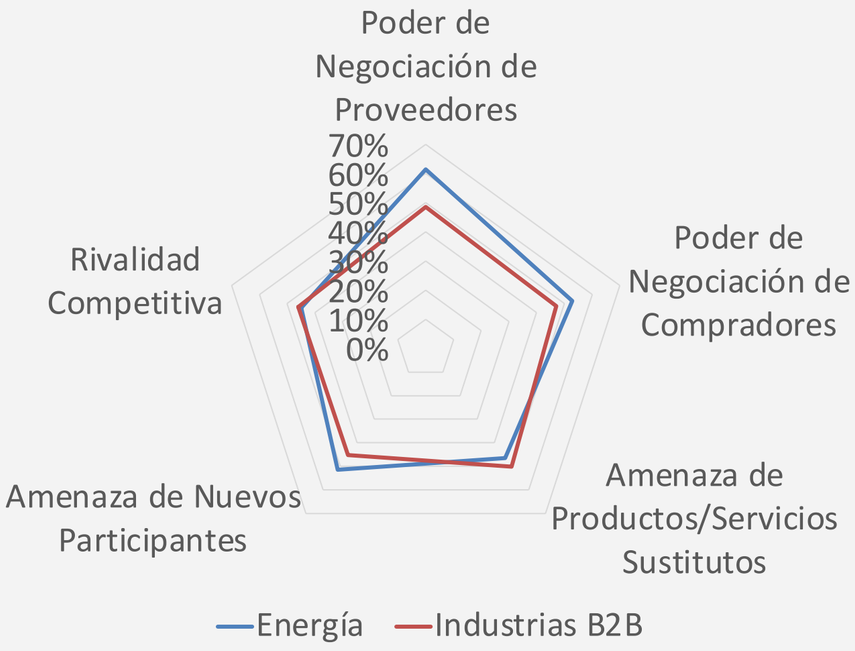
Estrategia 3 años

Energía | Desperdicio/Reciclaje | Agua

Proveedor Ideal

Soporte técnico | Relación costo - beneficio | Innovación tecnológica

La industria de **Energía** destaca por el alto poder de negociación de proveedores sobre compradores, es madura su estructura para lograr los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). El GAP entre adquisición vs promoción de productos sostenibles es 0%, es decir que existe un balance entre oferta y demanda de productos/servicios.



THE GLOBAL GOALS

Principales ODS

Industria, Innovación e Infraestructura | Igualdad de género | Acción por el clima | Alianzas para lograr los objetivos

Presupuesto 2023

71% de las empresas invertirán más cantidad respecto al 2022

Tendencias

Energías renovables | Eficiencia energética | Huella de carbono y reducción de emisiones

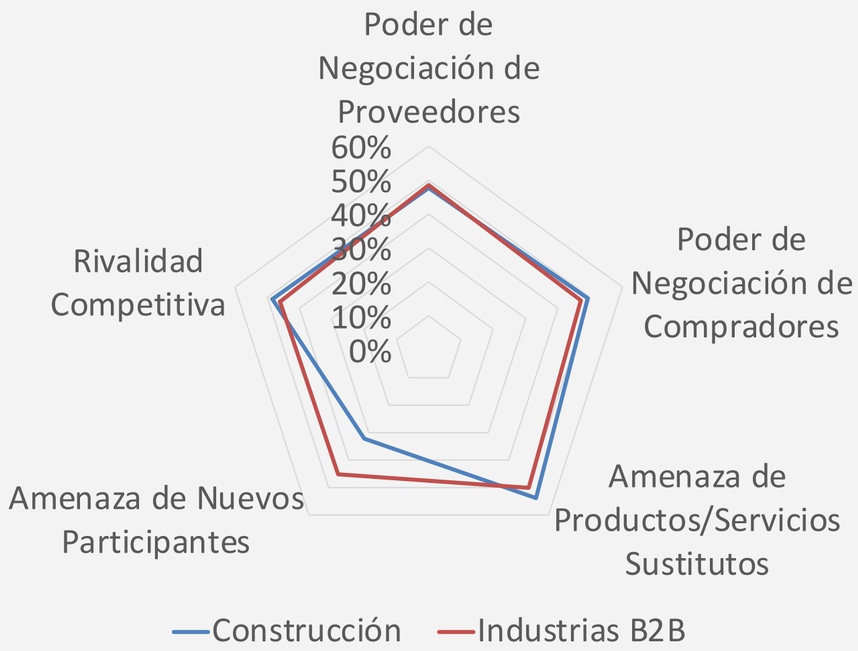
Estrategia 3 años

Energía | Tecnología limpia o verde | Agua

Proveedor Ideal

Soporte técnico | Relación costo - beneficio | Disponibilidad de producto/servicio

La industria de **Construcción** destaca por la amenaza de productos/servicios sustitutos, es joven su estructura para lograr los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). El GAP entre adquisición vs promoción de productos sostenibles es -8%, es decir que existe una ligera sobreoferta de productos/servicios.



THE GLOBAL GOALS

Principales ODS

Trabajo decente y crecimiento económico | Industria, Innovación e Infraestructura | Igualdad de género

Presupuesto 2023

62% de las empresas invertirán más cantidad respecto al 2022

Tendencias

Cadenas de suministro descentralizadas | Eficiencia energética | Productos amigables con el medio ambiente | Reúso y reciclaje | Proyectos de infraestructura sustentable

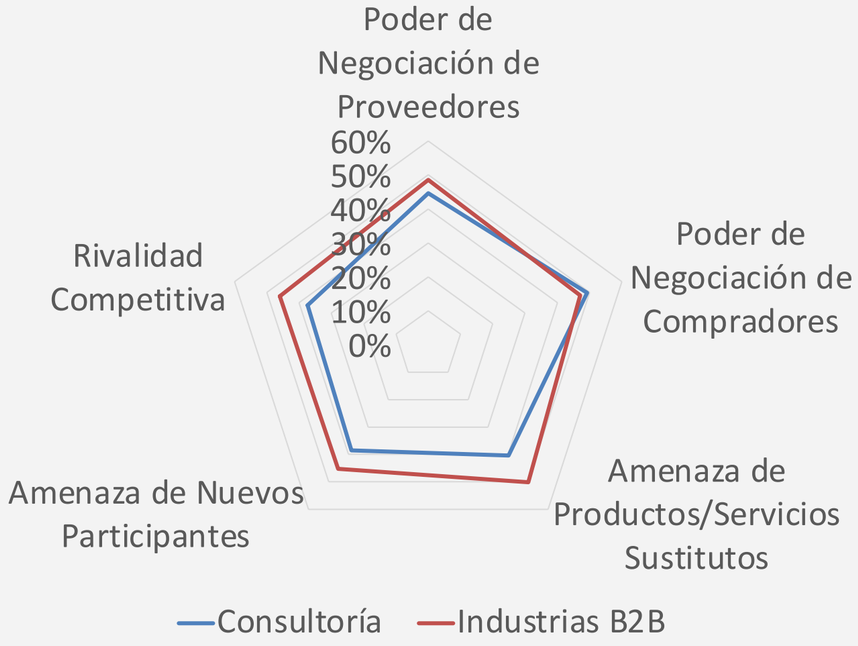
Estrategia 3 años

Energía | Desperdicio/Reciclaje | Desarrollo de productos sustentables

Proveedor Ideal

Relación costo - beneficio | Disponibilidad de producto/servicio | Soporte técnico

La industria de **Consultoría** destaca por el alto poder de negociación de compradores sobre proveedores, están dando los primeros pasos para lograr los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). El GAP entre adquisición vs promoción de productos sostenibles es -8%, es decir que existe una ligera sobreoferta de productos/servicios.



THE GLOBAL GOALS

Principales ODS

Salud y bienestar | Educación de calidad | Trabajo decente y crecimiento económico

Presupuesto 2023

69% de las empresas invertirán más cantidad respecto al 2022

Tendencias

Cambio de hábitos de consumo | Cadenas de suministro descentralizadas | Trabajos remotos

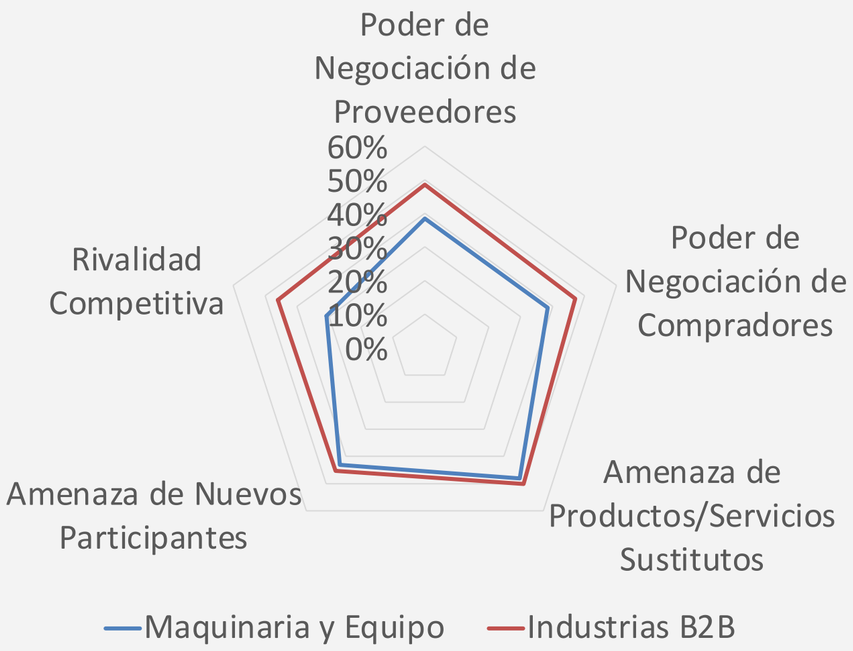
Estrategia 3 años

Tecnología limpia o verde | Energía | Modelos de negocio de economía circular

Proveedor Ideal

Relación costo - beneficio | Innovación tecnológica | Disponibilidad de producto/servicio

La industria de **Maquinaria y Equipo** destaca por la amenaza de productos/servicios sustitutos, es joven su estructura para lograr los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). El GAP entre adquisición vs promoción de productos sostenibles es 8%, es decir que existe una ligera demanda no atendida de productos/servicios.



THE GLOBAL GOALS

Principales ODS

Industria, Innovación e Infraestructura | Alianzas para lograr los objetivos | Energía asequible y no contaminante

Presupuesto 2023

54% de las empresas invertirán más cantidad respecto al 2022

Tendencias

Eficiencia energética | Cadenas de suministro descentralizadas | Digitalización | Productos con certificaciones de sostenibilidad | Robotización y automatización

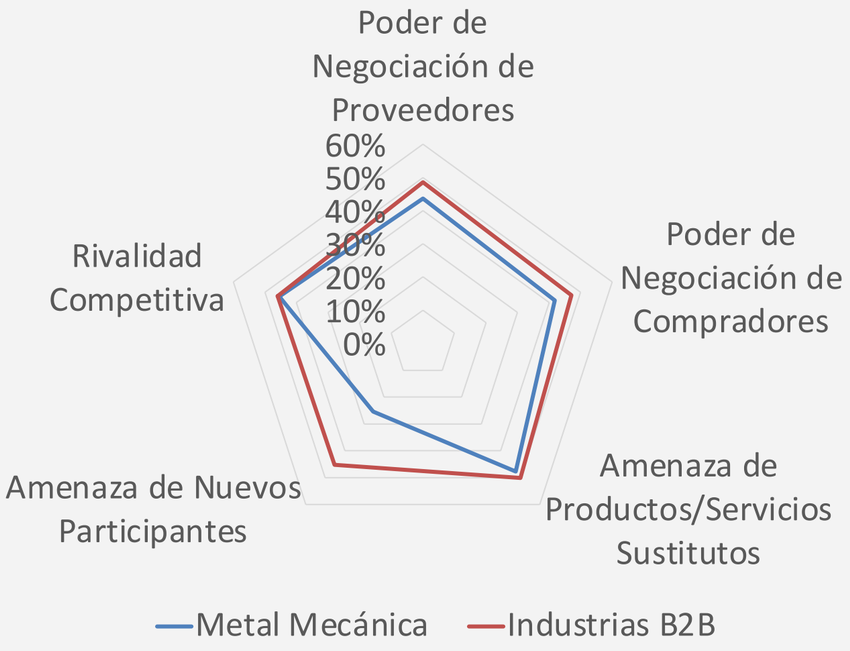
Estrategia 3 años

Energía | Agua | Contaminación | Tecnología limpia o verde

Proveedor Ideal

Cumplimiento a fechas de entrega | Relación costo - beneficio | Innovación tecnológica | Soporte técnico | Certificaciones

La industria de **Metal Mecánica** destaca por la amenaza de productos/servicios sustitutos, es joven su estructura para lograr los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). El GAP entre adquisición vs promoción de productos sostenibles es 9%, es decir que existe una ligera demanda no atendida de productos/servicios.



THE GLOBAL GOALS

Principales ODS

Industria, Innovación e Infraestructura | Energía asequible y no contaminante | Agua limpia y saneamiento | Salud y bienestar

Presupuesto 2023

64% de las empresas invertirán más cantidad respecto al 2022

Tendencias

Reducción de desperdicios | Cadenas de suministro descentralizadas | Robotización y automatización | Eficiencia energética

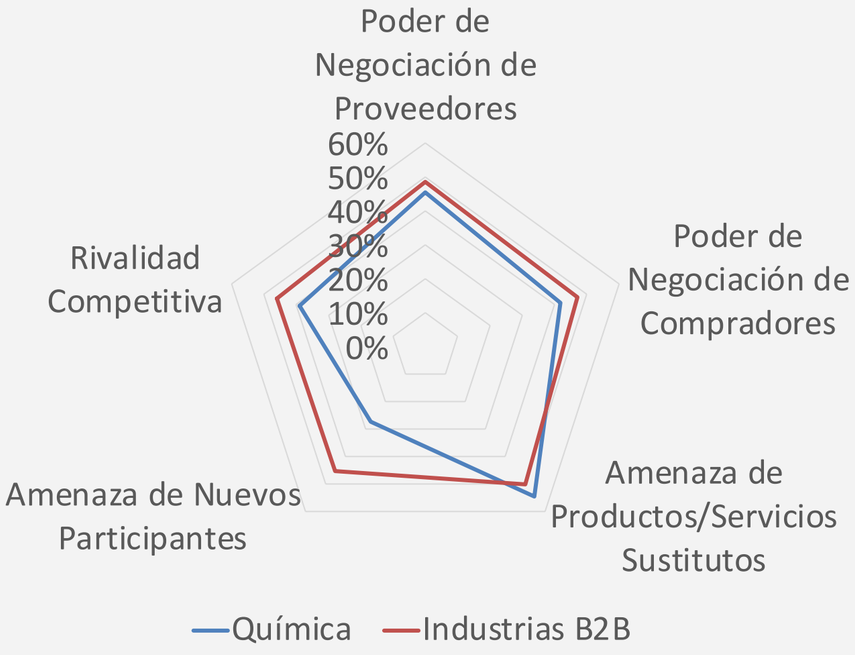
Estrategia 3 años

Energía | Agua | Desperdicio/Reciclaje

Proveedor Ideal

Relación costo - beneficio | Cumplimiento a fechas de entrega | Soporte técnico

La industria **Química** destaca por la amenaza de productos/servicios sustitutos, es joven su estructura para lograr los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). El GAP entre adquisición vs promoción de productos sostenibles es 36%, es decir que existe una demanda no atendida de productos/servicios.



THE GLOBAL GOALS

Principales ODS

Igualdad de género | Agua limpia y saneamiento | Trabajo decente y crecimiento económico

Presupuesto 2023

73% de las empresas invertirán más cantidad respecto al 2022

Tendencias

Huella de carbono y reducción de emisiones | Reducción de desperdicios | Reúso y reciclaje

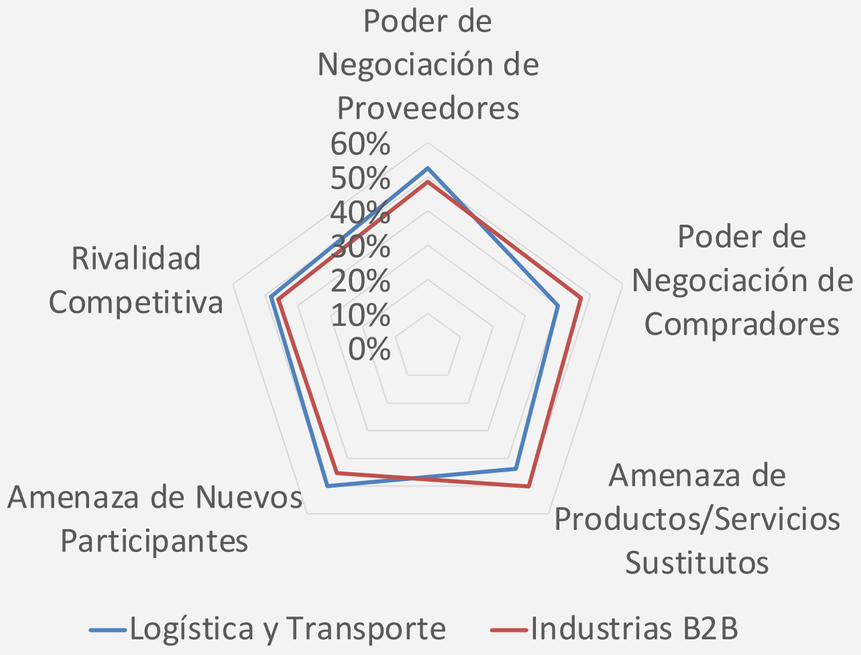
Estrategia 3 años

Energía | Desperdicio/Reciclaje | Agua

Proveedor Ideal

Relación costo - beneficio | Soporte técnico | Disponibilidad de producto/servicio

La industria de **Logística y Transporte** destaca por el alto poder de negociación de proveedores sobre compradores y la amenaza de nuevos participantes, están dando los primeros pasos para lograr los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). El GAP entre adquisición vs promoción de productos sostenibles es -13%, es decir que existe sobreoferta de productos/servicios.



THE GLOBAL GOALS

Principales ODS

Igualdad de género | Industria, Innovación e Infraestructura | Trabajo decente y crecimiento económico | Energía asequible y no contaminante

Presupuesto 2023

63% de las empresas invertirán más cantidad respecto al 2022

Tendencias

Cadenas de suministro descentralizadas | Huella de carbono y reducción de emisiones | Digitalización | Eficiencia energética | Vehículos eléctricos o híbridos

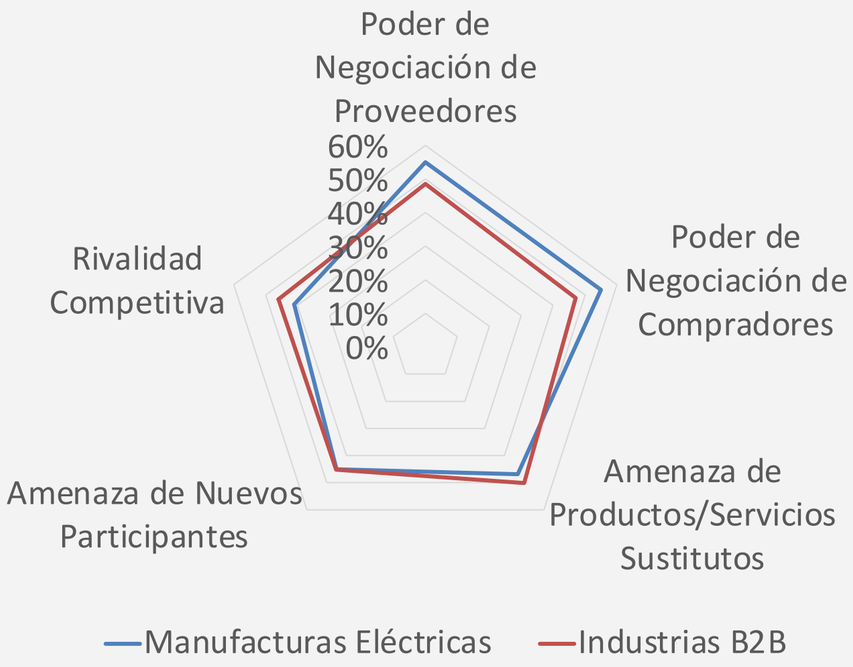
Estrategia 3 años

Contaminación | Tecnología limpia o verde | Resiliencia en la cadena de suministro

Proveedor Ideal

Relación costo - beneficio | Cumplimiento a fechas de entrega | Innovación Tecnológica

La industria de **Manufacturas Eléctricas** destaca por el poder de negociación de compradores sobre proveedores, es madura su estructura para lograr los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). El GAP entre adquisición vs promoción de productos sostenibles es 25%, es decir que existe una demanda no atendida de productos/servicios.



THE GLOBAL GOALS

Principales ODS

Energía asequible y no contaminante | Industria, Innovación e Infraestructura | Producción y consumo responsable

Presupuesto 2023

63% de las empresas invertirán más cantidad respecto al 2022

Tendencias

Reúso y reciclaje | Robotización y automatización | Eficiencia energética | Digitalización

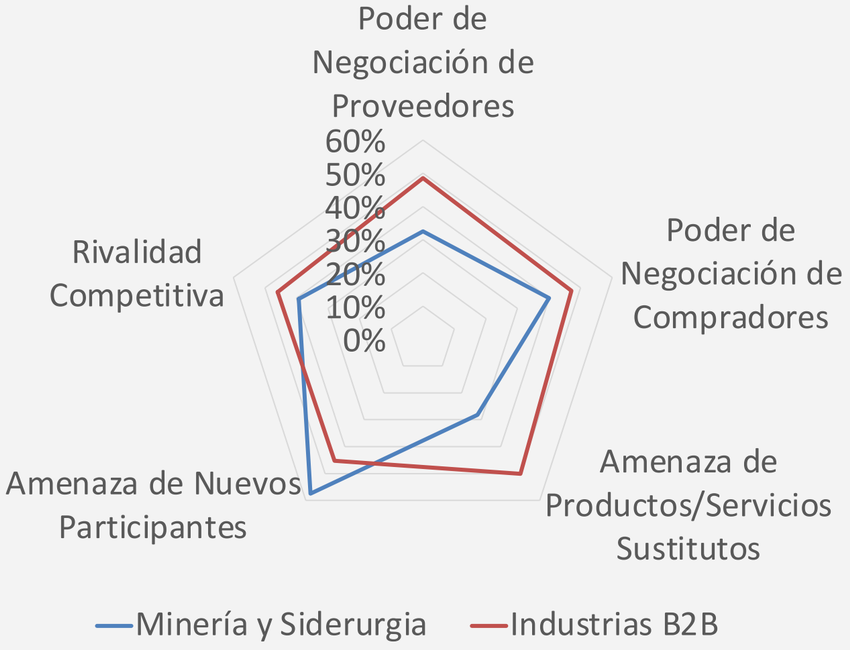
Estrategia 3 años

Contaminación | Tecnología limpia o verde | Resiliencia en la cadena de suministro

Proveedor Ideal

Relación costo - beneficio | Innovación tecnológica | Disponibilidad de producto/servicio | Soporte técnico

La industria de **Minería y Siderurgia** destaca por la amenaza de nuevos participantes, es joven su estructura para lograr los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). El GAP entre adquisición vs promoción de productos sostenibles es -13%, es decir que existe sobreoferta de productos/servicios.



THE GLOBAL GOALS

Principales ODS

Energía asequible y no contaminante | Alianzas para lograr los objetivos | Producción y consumo responsable | Agua limpia y saneamiento | Salud y bienestar

Presupuesto 2023

75% de las empresas invertirán más cantidad respecto al 2022

Tendencias

Cadenas de suministro descentralizadas | Energías renovables | Eficiencia energética | Reducción de desperdicios

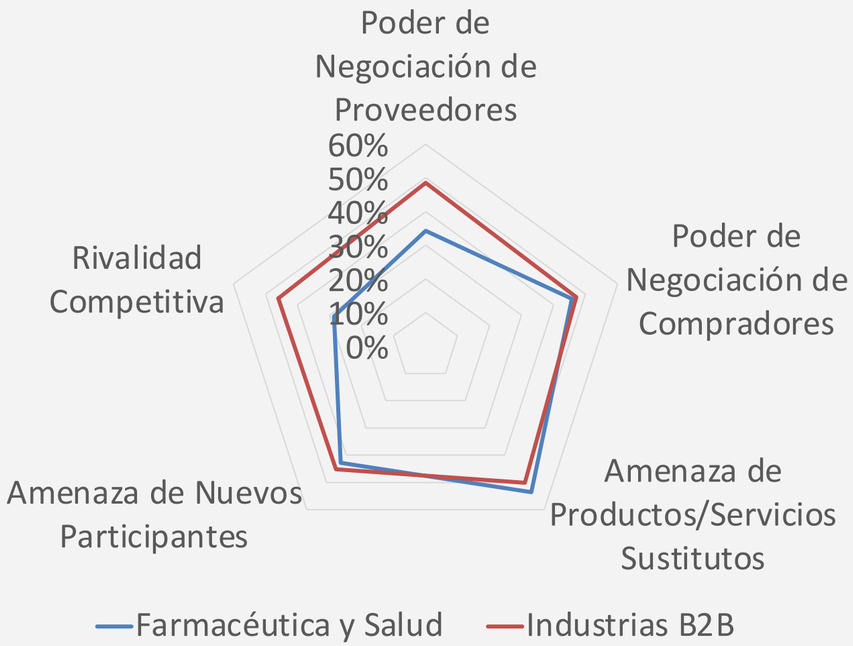
Estrategia 3 años

Energía | Agua | Resiliencia en la cadena de suministro

Proveedor Ideal

Certificaciones nacionales e internacionales | Soporte técnico | Innovación tecnológica

La industria **Farmacéutica y Salud** destaca por la amenaza de productos/servicios sustitutos, es joven su estructura para lograr los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). El GAP entre adquisición vs promoción de productos sostenibles es 0%, es decir que existe un balance entre oferta y demanda de productos/servicios.



THE GLOBAL GOALS

Principales ODS

Salud y bienestar | Industria, Innovación e Infraestructura | Producción y consumo responsable

Presupuesto 2023

57% de las empresas invertirán más cantidad respecto al 2022

Tendencias

Cuidado de la salud | Digitalización | E-commerce y datos de consumo | Impacto social

Estrategia 3 años

Energía | Agua | Resiliencia en la cadena de suministro

Proveedor Ideal

Disponibilidad de producto/servicio | Cumplimiento a fechas de entrega | Soporte técnico | Relación costo - beneficio

Nuestro propósito

Ayudamos a profesionales y a organizaciones a acelerar su crecimiento, en ambientes de negocio B2B.

Syndesis B2B

Contenido relacional Comunidad B2B

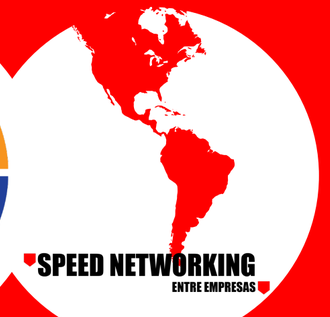
9º ESTUDIO DE TENDENCIAS B2B EN LATAM
Sustainable Business

2014

B2B ACADEMY

B2B SALES & MARKETING FORUM
B2B PROCUREMENT & SOURCING FORUM
B2B INFORMATION TECHNOLOGIES FORUM
B2B HUMAN CAPITAL FORUM

2016



2017

2020

60 LÍDERES EN MÉXICO Y LATAM

B2B INSIGHTS

Alimentaria	Software y TI	Automotriz
Construcción	Maquinaria y Equipo	Minera
Logística y Transporte	Química	Manufacturas Eléctricas
Petróleo y Energía	Hospitalidad	Farmacéutica y Salud

Numeralia:

• 12 años • 9 estudios anuales • 9 foros • 4 temporadas de B2B Insights
• 57 casos de estudio • +600 profesionales entrenados • +17,000 contactos calificados en los principales sectores industriales en LatAm.

10 Years syndesis® B2B

Making **GROWTH** happen!

Conócenos: www.syndesis.mx
Escríbenos: contacto@syndesis.mx