

La digitalización permitirá al sector CPG avanzar en eficiencia, sostenibilidad y resiliencia

Schneider Electric ha organizado una nueva Innovation Talk en la que se ha analizado el impacto de la pandemia y los avances en transformación digital en el sector Agroalimentario y Bienes de Consumo (CPG). La mesa redonda, la primera promovida por la comunidad We Mean Tech, contó con la presencia de directivas y profesionales técnicas de empresas tan destacadas en el sector CPG como Coca Cola European Partners, Gea, SAICA y Schneider Electric

Schneider Electric, líder en la transformación digital de la gestión de la energía y la automatización, organizó una nueva Innovation Talk el pasado jueves 26 de noviembre. Un panel formado por directivas y profesionales técnicos del sector Agroalimentario y de Bienes de Consumo (CPG) analizó cuál ha sido el impacto de la pandemia en la industria y cómo han reaccionado sus empresas para adaptarse y ser competitivas.

Considerado durante la pandemia de la COVID-19 como un sector esencial, el CPG afronta un nuevo paradigma. El mercado cada vez es más imprevisible y exigente, con tres claros imperativos: continuidad, trazabilidad de la granja al plato y sostenibilidad. Innovación, transformación digital y energética, ahora más que nunca, van de la mano y serán los pilares que sostendrán la resiliencia de la industria. Estos y otros temas fueron los que se abordaron durante la mesa redonda titulada “Transformación Digital y Resiliencia en el sector CPG”.

El panel, moderado por María Serrano, Responsable Global de Marketing para el segmento agroalimentario y de bienes de consumo de Schneider Electric, contó con la participación de Susana Alejandro, Directora de Estrategia y Desarrollo Corporativo de SAICA; Isabela Pérez, Vicepresidenta legal de Coca Cola European Partners; Andrea Sánchez, Ingeniera de Automatización de Gea y Elma Andrés, Responsable de la División de Software de Schneider Electric Iberia.

Sostenibilidad, trazabilidad y resiliencia

Durante la primera parte de la mesa redonda, las ponentes contextualizaron el mercado y analizaron cómo la pandemia lo ha impactado. En este sentido, se destacó el despegue que ha experimentado el canal online durante estos meses, acelerando tendencias ya presentes como la sostenibilidad y el consumo responsable. Este hecho añade presión a una industria que, además de ser competitiva, debe actuar de forma responsable y fiable, midiendo resultados para poder gestionar de forma unificada el producto y el proceso a lo largo de toda la cadena de valor.

Otro de los grandes retos a los que se enfrenta el sector es el de la trazabilidad. El fabricante es el responsable de garantizar que el producto que pone en el mercado sea totalmente fiable, seguro, orgánico, entre otros valores. Elma Andrés ha afirmado durante la charla que ya hay en el mercado soluciones que permiten a las empresas hacer un seguimiento de los productos a lo largo de toda la cadena de valor. “Este tipo de tecnologías nos ayudan a tener mayor credibilidad, trazabilidad e integración, desde la materia prima hasta el producto final acabado”. La sofisticación ha llegado a tal

punto que el propio consumidor final puede conocer la información del producto a través de una aplicación, hasta el nivel de detalle de saber cuántas emisiones de CO2 ha generado su fabricación.

Nuevas prioridades para las empresas del sector

La segunda parte de la mesa redonda se dedicó a exponer ejemplos reales de cómo las empresas del sector se adaptaron de forma rápida y eficaz a la nueva situación, para garantizar la seguridad de sus trabajadores, pero también la continuidad del negocio. Y cómo muchas de ellas han tenido que reinventarse para ajustarse a las nuevas necesidades del mercado, con las decisiones, inversiones, recursos, innovación y esfuerzos que esto requiere.

En el caso de Schneider Electric, el trabajo hecho en los últimos años supuso una auténtica ventaja, tal como explica Elma Andrés: “cuando llegó la pandemia vimos que empresas de nuestro sector sufrían, pero no fue nuestro caso, ya que con el objetivo de dar una mejor respuesta a nuestros clientes, ser más ágiles de cara a los organismos reguladores y para cumplir con nuestra misión core, la sostenibilidad, desde hace tiempo habíamos impulsado varias iniciativas que nos permitían ser más flexibles.” Por ejemplo, la personalización de la cadena de suministro mediante códigos QR y tecnología de serialización o la integración de conectividad en toda la cadena con la plataforma EcoStruxure for Industry.

Durante la pandemia, las prioridades de la industria también han cambiado, apostando por la digitalización, por ejemplo, aplicada al canal de distribución del cliente o en la gestión de los datos.

“Estamos en una época de retos globales muy importantes y que nos impactarán durante varios años,” dijo Elma Andrés. “Estos retos nos obligan a avanzar de un modo distinto. A avanzar en eficiencia, sostenibilidad y resiliencia. Sin duda, el medio para ello es la digitalización. No hay más que ver el potencial que tiene la capa de aplicaciones, software y analítica, pero sin olvidar tampoco los productos conectados. En Schneider Electric creemos que esos últimos son fundamentales, igual que trabajar su control y la analítica de datos. Así es como hemos ayudado a nuestros clientes a mejorar su eficiencia y reducir costes de energía.”

“Es un buen momento para evaluarnos, para entender en qué punto de su transformación digital se encuentran nuestras empresas y qué acciones son necesarias para asegurar su competitividad,” concluyó la moderadora de la mesa, María Serrano. “Hemos visto que soluciones hay, soluciones que facilitarán la gestión unificada, que nos permitirán tener resultados de rentabilidad, transparencia y sostenibilidad. Pruebas de concepto, partners adecuados, prioridades claras, todo eso es lo que contribuirá a acelerar la transformación y nos permitirá ser más fuertes y competitivos en poco tiempo.”

La mesa redonda “Transformación Digital y Resiliencia en el sector CPG” ha sido la primera que ha promovido WomenTech, la comunidad de Schneider Electric creada por mujeres de las carreras STEM que busca conectar, apoyar y empoderar a este perfil de mujeres impulsando su desarrollo profesional y su visibilidad.

Datos de contacto:

Noelia Iglesias
935228612

Nota de prensa publicada en: [Barcelona](#)

Categorías: [Nacional](#) [Ecología](#) [E-Commerce](#) [Otras Industrias](#) [Digital](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>