

Trazabilidad integral en el sector de alimentación y bebidas: del cumplimiento normativo a la diferenciación competitiva

Marzo 2021



Trazabilidad integral en el sector de alimentación y bebidas: del cumplimiento normativo a la diferenciación competitiva

Sección 1: La importancia de la trazabilidad hoy en día

¿A qué se debe tanta urgencia? En una época de disrupción acelerada impulsada por acontecimientos y desafíos globales como guerras comerciales, cambios medioambientales, epidemias, comercio transfronterizo y una mayor presión normativa en constante cambio, por nombrar solo algunos factores, las cadenas de suministro de fabricación mundiales se enfrentan a presiones sin precedentes. Nadie lo entiende mejor que los fabricantes de alimentación y bebidas que ya deben dominar el cumplimiento de las altas expectativas de los consumidores en términos de calidad de los productos y cumplimiento normativo, al tiempo que mantienen los precios competitivos. Además, se enfrentan a la complejidad que supone la cadena de suministro de principio a fin, y esto incluye el transporte y el almacenamiento de productos perecederos con estrictos parámetros de temperatura, así como los requisitos de información sobre el origen y los ingredientes de los productos.

Según la última encuesta de IDC sobre la cadena de suministro, el 64 % de los fabricantes orientados a la marca admite que la falta de visibilidad y flexibilidad de la cadena de suministro causará problemas importantes en el futuro si no se abordan de forma adecuada. Además, el 46 % de las empresas orientadas a la marca afirmó que la visibilidad de la cadena de suministro es un asunto importante desde el punto de vista de la gestión de riesgos de la cadena de suministro (en comparación con solo el 30 % de 2018). Nuestro estudio también demuestra que la amplia mayoría (96 %) de las empresas de alimentación y bebidas se centra en mejorar su visibilidad, y el 51 % concentra sus esfuerzos en la cadena de suministro de principio a fin.

En esta complicada situación, la trazabilidad no es simplemente una cuestión de cumplimiento normativo, sino que se está convirtiendo gradualmente en un factor para diferenciarse de la competencia. Aunque la industria solía reaccionar simplemente a los acontecimientos, el sector actual de alimentación y bebidas debe demostrar un mayor compromiso con la prevención de problemas antes de que surjan.

DE UN VISTAZO

ESTADÍSTICAS CLAVE

Aunque reconocen los riesgos, el 96 % de las empresas de alimentación y bebidas se centra en mejorar su visibilidad, y el 56 % concentra sus esfuerzos en la cadena de suministro de principio a fin.

El 56 % de los fabricantes todavía aplica procesos manuales de trazabilidad y el 18 % ni siquiera cuenta con procesos formalizados.

PUNTOS CLAVE

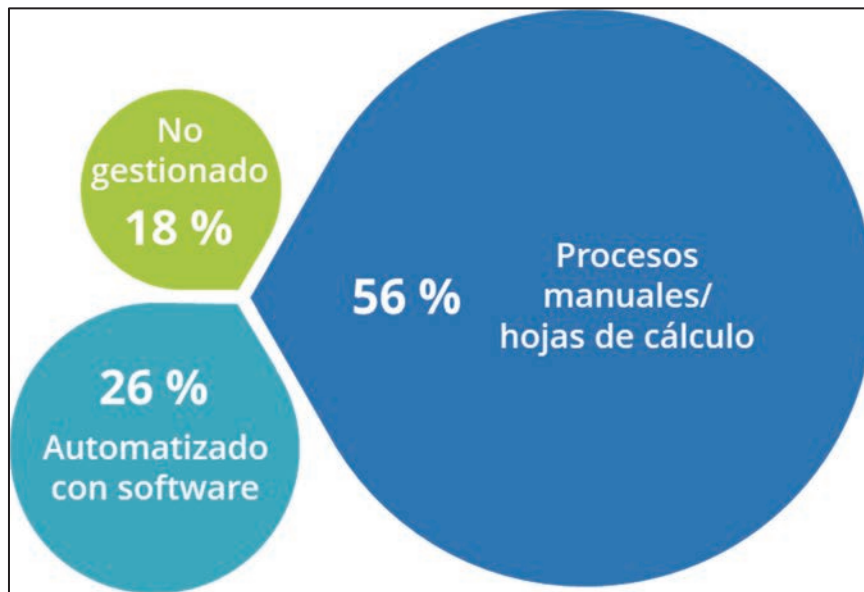
Es necesario plantearse un cambio en el enfoque reactivo (basado en normativas) para pasar a uno proactivo (con valor añadido), y para esto es necesario invertir en la tecnología digital.

Los fabricantes de alimentación y bebidas que tienen un mayor compromiso con la trazabilidad e invierten activamente en ella pueden aprovechar al máximo los beneficios compuestos que puede generar la trazabilidad.

Sin embargo, la realidad es que el 56 % de los fabricantes todavía aplica procesos manuales de trazabilidad y el 18 % ni siquiera cuenta con procesos formalizados. Estas cifras son más altas que en otros sectores, pero, además, el sector de alimentación y bebidas todavía tiene que ponerse al día en lo que respecta al impulso de la trazabilidad. Este estudio de IDC incluye principalmente a organizaciones medianas y grandes, pero también concluye que la mejora de la trazabilidad no está relacionada con el tamaño de la empresa. En otras palabras, las organizaciones más grandes no son necesariamente mejores en cuanto a trazabilidad.

FIGURA 1
Compromiso con la trazabilidad en la fabricación

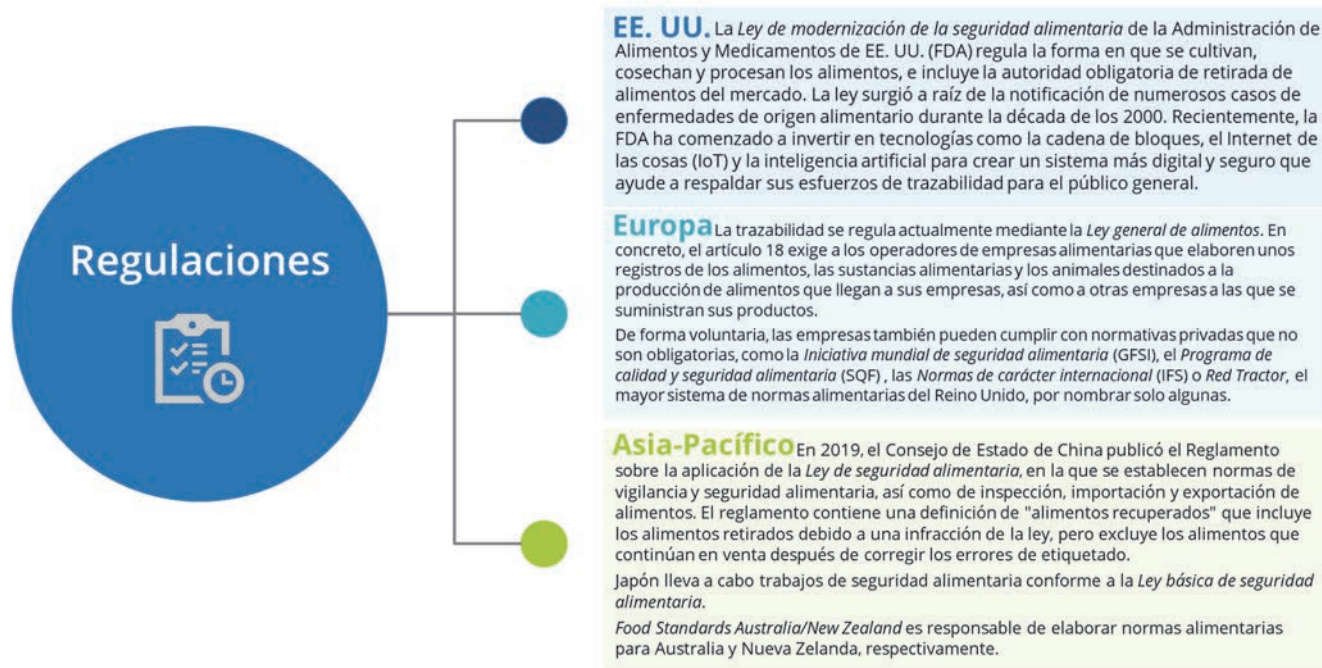
P: ¿Cuál de las siguientes estrategias utiliza o tiene previsto utilizar su organización para mejorar la trazabilidad?



Fuente: Encuesta sobre salud, seguridad y medio ambiente (EH&S) industriales, IDC, junio de 2020, cadenas de valor orientadas a la marca (una gran parte de las cuales incluye fabricantes de alimentación y bebidas), N=44

Regulaciones. No es de extrañar que, como ha destacado repetidamente el estudio de IDC, la aceleración del cumplimiento se encuentra entre las 5 principales iniciativas estratégicas de los fabricantes de alimentación y bebidas de todo el mundo, dadas las diversas normativas de trazabilidad a las que se enfrenta el sector (consulte la figura 2).

FIGURA 2
Normativas de trazabilidad en todo el mundo



Fuente: Análisis de IDC

Aunque el cumplimiento normativo es importante para los fabricantes de alimentación y bebidas para mantener a los directivos "fuera de la cárcel", este enfoque tiene sus limitaciones: no es más que el mínimo indispensable para cumplir con las normativas y no añade ningún valor empresarial *per se*. Pero aún mayor es el temor a los costes asociados a la contaminación alimentaria y la retirada de productos, que en algunos casos pueden ser la mayor amenaza para la rentabilidad hasta la fecha. Un acontecimiento de retirada de productos puede costarle a un fabricante de alimentación y bebidas y a sus minoristas asociados sumas millonarias y un enorme deterioro del valor de su marca. Teniendo en cuenta este aspecto de los costes por sí solo, es suficiente para impulsar una visibilidad milimétrica de los procesos a lo largo de la cadena de valor a fin de limitar la retirada solo a aquellos productos, lotes o tamaños de lote que se vean realmente afectados. De forma alarmante, la Agencia de Normas Alimentarias del Reino Unido (FSA) informó de un aumento del 36 % en las alertas sobre alergias y alimentos en todo el Reino Unido en 2019, una tendencia que es indicativa de un desarrollo global más amplio.

Cumplimiento de las expectativas de los consumidores. La trazabilidad no trata solo de

La trazabilidad no trata solo de controlar la calidad y prepararse para la retirada de productos. También satisface la necesidad de disponer de más información por parte de los consumidores.

controlar la calidad y prepararse para la retirada de productos. También satisface la necesidad de disponer de más información por parte de los consumidores. Los consumidores de hoy en día están mucho mejor informados y tienen más exigencias con respecto a los alimentos que compran. Un informe publicado por el Food Marketing Institute (FMI) y Label Insight en 2018 reveló que los compradores de comestibles muestran lealtad a aquellos productos que crean relaciones más profundas a través del intercambio de información. De hecho, los compradores exigen cada vez más transparencia y una conexión mayor con sus alimentos, por lo que es más probable que el 75 % de los

consumidores se pasen a una marca que proporcione información más detallada sobre los productos, más allá de lo que ya se ofrece en la etiqueta. El estudio más reciente publicado en 2020 destaca que el 81 % de los compradores considera que la transparencia es importante o muy importante tanto en las compras en línea como en la tienda.

Este mayor interés en la seguridad alimentaria y la concienciación de los consumidores exige que los productores rastreen hacia atrás en la cadena de suministro para informarles del origen de una materia prima (en qué granja se crío un pollo, en qué campo se cultivó una lechuga, etc.). La naturaleza cambiante de lo que quieren los consumidores, incluida la transparencia total o la capacidad de poner a su disposición el historial completo de un producto, puede ser la peor de las pesadillas para algunas empresas de alimentación y bebidas, pero para otras puede suponer una enorme oportunidad. Los fabricantes de alimentación y bebidas de éxito deben estar preparados para detectar con antelación y satisfacer estos requisitos en constante cambio con respecto a la demanda.

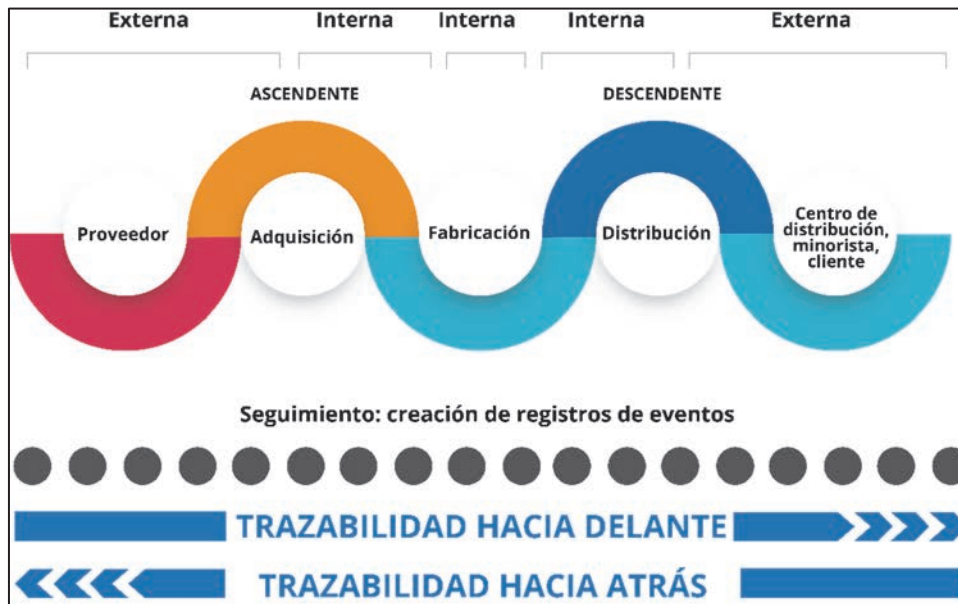
Implicaciones de la trazabilidad. La trazabilidad es el proceso que permite identificar todos los datos relevantes (y las relaciones de datos) sobre los materiales utilizados en la fabricación y distribución de productos acabados. La trazabilidad consta de dos pasos esenciales: el seguimiento y el rastreo.

- Seguimiento: creación/registro de eventos con un gran nivel de detalle
- Rastreo: recuperación de información a través del registro de seguimiento

Solo es posible realizar una buena trazabilidad si 1) hay suficiente información de seguimiento disponible y 2) los sistemas que cubren los diferentes pasos del proceso están conectados e integrados ("se comunican entre sí").

La trazabilidad se puede aplicar a toda la cadena de suministro de una empresa, desde la sección ascendente, que se centra en el seguimiento de la recepción y la entrada de materias primas o los procesos de fabricación, hasta la parte descendente, cuando los productos acabados se distribuyen a sus destinos finales (figura 3).

FIGURA 3
Explicación de la trazabilidad



Fuente: IDC Manufacturing Insights

IDC también distingue entre trazabilidad externa e interna:

- **Cadena de suministro o trazabilidad externa:** esto implica la interacción de las empresas con sus socios, incluidos los proveedores de materias primas, transportistas y minoristas. El tipo de datos que se recopilan en cada punto de la cadena y cómo se comparten los datos son aspectos fundamentales de la trazabilidad externa.
- **Planta de fabricación y almacén o trazabilidad interna:** esto se refiere a los sistemas de seguimiento y registro de los movimientos de las materias primas a través de los diversos procesos con los que se elaboran los productos acabados y los procedimientos que las empresas tienen en marcha para rastrear su genealogía en caso de que surja dicha necesidad.

Es muy importante que los fabricantes de alimentación y bebidas lleven a cabo procesos de trazabilidad externa e interna, aunque las normativas actuales suelen centrarse principalmente en la trazabilidad externa para aislar rápidamente cualquier producto sospechoso.

Es muy importante que los fabricantes de alimentación y bebidas lleven a cabo procesos de trazabilidad externa e interna.

Trazabilidad hacia delante y hacia atrás: la trazabilidad hacia delante es la capacidad del fabricante de identificar por lote o número de serie todos los productos acabados elaborados a partir de un lote o lote de materia prima. Esto incluye la definición de qué cliente final tiene estos lotes individuales. La trazabilidad hacia atrás se refiere a la capacidad del fabricante para rastrear los ingredientes o las materias primas que se utilizaron para elaborar un producto concreto y establecer el propósito para el que se utilizaron el resto de dichos ingredientes.

Calidad y trazabilidad: aunque la calidad y la trazabilidad son dos ámbitos distintos, tienen una relación bilateral. Por un lado, la trazabilidad mejora directamente la calidad general. Por el otro, las prácticas avanzadas de gestión de calidad proporcionan el nivel de detalle de la información que una empresa puede emplear para mejorar sus prácticas de trazabilidad.

Excelencia operativa: como consecuencia de la mayoría de proyectos de trazabilidad interna, las empresas logran un mejor conocimiento de sus procesos, lo que abre nuevas oportunidades de optimización. En realidad, la trazabilidad, las buenas prácticas de fabricación y la excelencia operativa están conectadas entre sí. Un proceso de producción disciplinado y bien organizado facilita la implementación de la trazabilidad. Y también a la inversa: un modelo claro del flujo de materiales y de las actividades operativas, es decir, la trazabilidad, es la base de un entorno de fabricación bien gestionado.

Minoristas en la primera línea de impacto. La importancia de la trazabilidad también está aumentando para los minoristas y, en algunos casos, incluso se está convirtiendo en un requisito. Según la encuesta internacional de IDC sobre innovación en el sector minorista, el 55 % de las tiendas de alimentación de todo el mundo afirma que el aumento de la confianza de los clientes (incluida la transparencia de la cadena de suministro y la calidad de los productos) es ahora uno de los principales impulsores de su estrategia de sostenibilidad. Los minoristas de alimentación y bebidas deben demostrar altos niveles de compromiso con la trazabilidad de los productos acabados, dada su conexión directa con los consumidores finales, y asignar claramente responsabilidades a lo largo de toda la cadena de suministro en caso de retirada. De hecho, son la puerta de acceso a los consumidores. Por lo tanto, tienen el poder de expulsar a los proveedores poco fiables de la cadena de valor y sustituirlos por sus propios productos de marca privada.

Sección 2: Beneficios y mayores oportunidades: la transición de una trazabilidad reactiva a una proactiva

Existen varias formas de enfocar la trazabilidad. Las iniciativas de trazabilidad varían entre los fabricantes de alimentación y bebidas desde un enfoque reactivo hasta uno más proactivo que

Un enfoque más proactivo de la trazabilidad ofrece a cambio más ventajas de valor añadido.

ofrezca a cambio más ventajas de valor añadido. A continuación, clasificamos estas estrategias con sus ventajas asociadas en orden ascendente de valor añadido.

1. Cumplimiento normativo: en este nivel básico, los fabricantes de alimentación y bebidas se aseguran de cumplir los requisitos mínimos indispensables de trazabilidad en cada país/región con el objetivo de demostrar que son legalmente viables para tener una

presencia en el mercado con la que empezar. El incumplimiento de los requisitos normativos daría lugar a costosas sanciones y otras consecuencias legales ("penas de cárcel"), así como a la posible expulsión de un mercado determinado.

2. Velocidad de retirada: en caso necesario, la capacidad de retirar los productos afectados de las tiendas de forma eficiente y a tiempo es fundamental para corregir los daños, proteger a la marca y, lo que es más importante, garantizar la salud pública. Sin embargo, como se mencionó anteriormente, la realidad es que la visibilidad y el control de toda la cadena de suministro ampliada aún necesitan mejorar. Si se superan estas cuestiones, la gestión y la ejecución de la retirada serán más eficaces.

3. Mayor eficiencia (y como resultado, menor coste) en el procesamiento de las retiradas: ser capaz de identificar el origen exacto de la posible contaminación de forma rápida y precisa presenta las siguientes ventajas:

- Retirada más específica (es decir, retirada de lotes o tamaños de lote menores o más pequeños)
- Menor coste en el tiempo de inactividad de la fábrica asociado a las investigaciones
- Reducción de los costes administrativos asociados al procesamiento de retiradas/investigaciones, las notificaciones a los medios de comunicación, la compensación de daños a los minoristas y a los clientes finales, y la recuperación de existencias

Hasta este momento, las iniciativas de trazabilidad se consideran más bien reactivas y se centran estrictamente en las actividades comerciales habituales con un nivel mínimo de cambios. Sin embargo, existen otras ventajas que están directamente relacionadas con un rendimiento empresarial superior.

Un enfoque más sofisticado de la trazabilidad permite a los fabricantes y minoristas de alimentación y bebidas comprender mejor todo el proceso (de la huerta a la mesa) que han experimentado los productos y sus ingredientes asociados. Esto requiere un conocimiento detallado de toda la información, desde la adquisición hasta la distribución de forma extendida, a ser posible multicentro, multiempresa y multilegislativo. Tener acceso a estos datos en toda la cadena de valor del producto proporciona información detallada como quién suministró las materias primas, quién las validó, qué pasos se dieron en los procesos, quién gestionó y autorizó el producto final, quién lo envió y lo distribuyó, y quién lo validó del lado del cliente. El control de procesos que permite la trazabilidad es un trampolín que impulsa el valor empresarial con la creación de otras oportunidades de negocio.

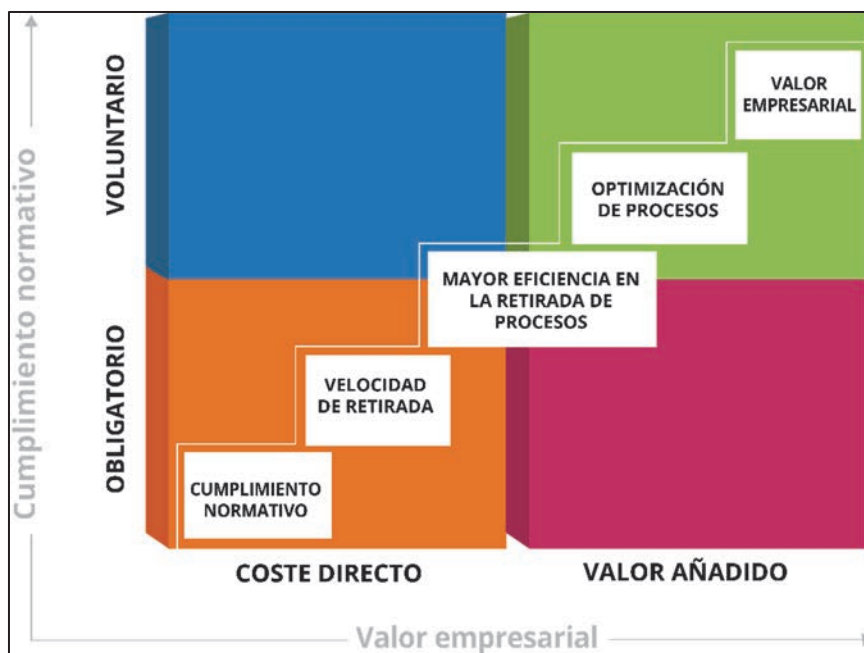
4. Optimización de procesos: gracias al acceso a datos que abarcan todo el proceso, los fabricantes de alimentación y bebidas están ahora en condiciones de analizar la cadena de suministro para obtener información y mejorar. Esto incluye el control de calidad, la planificación y la programación, la capacidad de cumplir con otras normativas (por ejemplo, las normas de origen o sostenibilidad de la UE) y la capacidad de ajustar adecuadamente todas las iniciativas de calidad y sostenibilidad a las necesidades reales de cada mercado.

5. Valor empresarial mediante una mejor relación con el cliente:

en el momento en que los fabricantes de alimentación y bebidas logran una trazabilidad integral de la cadena de valor, pueden aprovechar esta capacidad para diferenciarse de la competencia demostrando que son un proveedor viable y de confianza para minoristas, y una marca respetable para clientes que necesitan cada vez más información. En ambos casos, esto mejora el valor de marca y a veces también lo crea. Un ejemplo notable es la fábrica de alimentos orgánicos para bebés Ella's Kitchen, con sede en el Reino Unido, que gracias a sus credenciales de "trazabilidad total, del terreno al cultivo, de la fábrica a la familia", se ha convertido en una de las marcas de alimentos de mayor confianza del país. Desde la fundación de la empresa en 2006, ha logrado un crecimiento interanual de doble dígito o más. Las empresas de alimentación y bebidas pueden utilizar su diferenciación de marca en niveles más altos si crean una relación directa con los consumidores finales a través de canales directos al consumidor (D2C).

Cuando los fabricantes de alimentación y bebidas logran una trazabilidad integral de la cadena de valor, pueden aprovechar esta capacidad para diferenciarse de la competencia.

FIGURA 4
Modelo de madurez de trazabilidad



Fuente: IDC Manufacturing Insights

Sección 3: El papel de la tecnología

La oportunidad de los datos en todas partes. Así es como IDC ve los datos que repercuten en la cadena de suministro moderna. IDC considera que las cadenas de suministro de fabricación modernas se ocupan de los datos en tres dimensiones:

- **RECEPCIÓN:** los datos se capturan en cualquier punto de actividad y están disponibles en tiempo real. Los fabricantes de productos de consumo envasados (CPG) dependen cada vez más de los proveedores y los datos descendentes, los puntos de venta (POS), los inventarios de proveedores/clientes, las previsiones de socios de la cadena de suministro y los datos de los sensores (IoT, RFID, códigos de barras y cámaras e inspecciones con tecnología de IA).
- **DISTRIBUCIÓN:** los datos fluyen de forma natural a través de departamentos, plantas, organizaciones, laboratorios y socios dentro de la misma red de valor. El uso combinado de máquina a máquina (M2M), dispositivos móviles, Internet y ERP permite que la información fluya de forma natural a través de departamentos, fábricas, proveedores y socios, lo que permite acelerar la respuesta y la coordinación.
- **ANÁLISIS:** los datos se analizan y correlacionan en tiempo real, lo que permite tomar decisiones a su debido tiempo, captar nuevas oportunidades e iniciar y gestionar medidas correctivas.

La capacidad de acceder fácilmente a información precisa y en tiempo real es clave para la trazabilidad: existen conjuntos de datos almacenados en silos de aplicaciones en toda la organización. Todo esto se puede aprovechar con fines de trazabilidad, pero debe capturarse, publicarse y compartirse en toda la organización a través de un hilo digital.

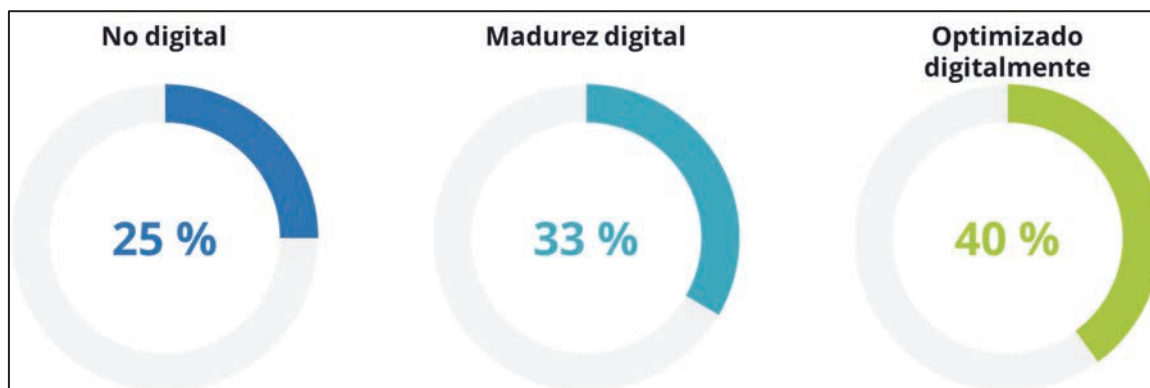
El enfoque de la trazabilidad va de la mano de la madurez digital. El estudio de IDC muestra que la trazabilidad como agente de cambio aumenta con la madurez digital en todas las empresas que IDC ha analizado. Esto implica que las empresas con madurez digital tienen un mejor control de la trazabilidad como resultado directo de haber digitalizado sus datos y procesos. Otra forma de ver esto es que, al iniciar la transición a la trazabilidad integral, el programa de transformación digital de una empresa recibe un impulso, básicamente ayudando a sentar las bases de las iniciativas digitales.

La figura 5 muestra que las empresas optimizadas digitalmente, con iniciativas digitales más avanzadas que sus competidores, se centran mucho más en la trazabilidad como forma de mejorar su cadena de suministro.

La trazabilidad aumenta con la madurez digital en todas las empresas que IDC ha analizado.

FIGURA 5
 Importancia de la trazabilidad según la madurez digital

P: ¿En qué medida impulsa la trazabilidad el cambio en la cadena de suministro?



Fuente: Encuesta mundial sobre la cadena de suministro, IDC, Abril de 2020. Fabricación N=613

No todas las aplicaciones de TI para la trazabilidad tienen el mismo impacto en la organización.

Según IDC, para la trazabilidad se utilizan varias clases de aplicaciones de TI, pero no todas tienen el mismo impacto. A continuación, presentamos una serie de elementos, de más a menos viables, con el fin de aplicar prácticas de trazabilidad completa y moderna de principio a fin:

ERP "inteligente"

La planificación de recursos empresariales inteligente (iERP) es una nueva generación de ERP compatible con la nube que unifica datos y procesos de diferentes fuentes en un único hilo digital. La inteligencia proviene de más información/datos, aprendizajes en contexto y la aplicación del conocimiento para ofrecer mejores resultados empresariales. De hecho, la iERP puede procesar, analizar y actuar sobre grandes volúmenes de datos generados por el Internet de las cosas (IoT) en tiempo real. Esto hace que el ERP no solo sea una herramienta de toma de decisiones estratégica, sino también una tecnología adecuada para permitir una trazabilidad completa. De hecho, muchas iERP incluyen funciones avanzadas relevantes para la empresa, como gestión integrada de control de calidad, trazabilidad completa y funciones de gestión de proyectos.

Con una solución iERP, las empresas de alimentación y bebidas también pueden simular o incluso llevar a cabo la retirada de prácticas sabiendo que pueden extraer los datos necesarios para hacer frente a una retirada real de forma rápida y eficaz minimizando cualquier riesgo potencial para la seguridad de los consumidores.

Cadena de bloques

Las tecnologías de cadena de bloques o Distributed Ledger parecen ser una solución prometedora para hacer frente al reto de la transparencia y la trazabilidad en el sector de la alimentación y las bebidas. La cadena de bloques puede rastrear y registrar transacciones a lo

largo de la cadena de suministro. Esto refuerza la seguridad y la calidad de la gestión de los alimentos y reduce el tiempo necesario para obtener información completa sobre los proveedores (y para comunicarla a los clientes finales). Aunque los estudios de IDC demuestran que la trazabilidad es uno de los casos de uso de más rápido crecimiento para la cadena de bloques, está limitada por la propia tecnología y esto representa un desafío debido a su relativa inmadurez y a la limitación inherente de que todos los participantes de la cadena de suministro deben cumplir con ella para que sea eficaz.

ERP "tradicional"

El ERP es omnipresente y es el sistema elegido por innumerables empresas. Como tal, muchos sistemas ERP han traspasado los límites de los procesos internos tradicionales y han ampliado su cobertura directa a muchos aspectos de los procesos de producción, incluida la trazabilidad. La mayoría de los fabricantes que adoptan aplicaciones ERP para la trazabilidad interna lo encuentran conveniente, ya que esto no requiere la adquisición de nuevas licencias y porque la ERP es el sistema de registro de muchos datos que es necesario para implementar la trazabilidad. Sin embargo, aunque el ERP tradicional puede gestionar la trazabilidad hasta cierto punto, no tiene la capacidad para gestionar datos en tiempo real ni de conectarse con sistemas de control. En la mayoría de los procesos actuales de producción de alimentación y bebidas, los sistemas de trazabilidad tienen que hacer frente a varios pedidos con diferentes materiales procesados en la misma línea, fases de mezcla paralelas y adición de materiales premezclados, entre otros. Por lo general, el ERP tradicional no puede gestionar esta complejidad lo suficientemente bien y está limitada por su capacidad transaccional.

Aplicaciones específicas de fabricación

Las aplicaciones relacionadas con la fabricación, como los sistemas de ejecución de gestión (MES), la gestión de almacenes y la planificación de ventas y operaciones (S&OP), entre otros, son adecuados para la recopilación de información interna. Los MES, por ejemplo, son la columna vertebral en tiempo real de la planta de fabricación. Pueden capturar datos automáticamente, modelar procesos complejos y almacenar información sobre la producción en tiempo real. Por lo tanto, la trazabilidad de la planta es una de las funciones nativas de MES diseñadas para cumplir incluso las normativas más estrictas y específicas. Sin embargo, el inconveniente de estas aplicaciones es que, aunque pueden actuar como herramienta de diagnóstico, no proporcionan una visión integral de las fases por las que ha pasado un producto.

Hojas de cálculo y herramientas de productividad personal de uso general

Las herramientas de productividad personal se usan de forma generalizada en el sector para gestionar procesos empresariales complejos, incluida la trazabilidad. Están muy al alcance de la mano y son lo suficientemente fáciles de usar por las organizaciones que intentan abordar cualquier problema con rapidez y sin necesidad de inversiones adicionales. Sin embargo, estas herramientas tienen serias limitaciones en cuanto a la trazabilidad. Son de producción propia y solo pueden abordar requisitos muy específicos y dedicados. Mantener o ampliar estas hojas de cálculo se convierte en misión imposible a lo largo del tiempo. Compartir la información también es muy difícil y, bastante a menudo, las empresas que adoptan esta tecnología se ven obligados

a trabajar en silos organizativos. Son incapaces de implementar procedimientos ni de gestionar flujos de trabajo complejos. Dan demasiada libertad para modificar estructuras de datos y formularios de entrada. Y apenas se pueden ampliar en términos de volumen de datos y número de usuarios.

Aunque todas estas tecnologías permiten aplicar la trazabilidad en el sector de la alimentación y las bebidas, ninguna de ellas es la "aplicación definitiva" en lo que se refiere a la trazabilidad multiempresa de principio a fin, con la excepción de el "ERP inteligente". Esto se debe a que el ERP moderno proporciona una visibilidad completa de toda la cadena de valor mediante la organización de los datos de forma coherente y homogénea en los distintos procesos empresariales, lo que permite a los fabricantes dismantelar los silos y poner en marcha procesos de colaboración.

Caso práctico

Heredad de Monteagudo



La transición a una planta centralizada e integrada hizo posible el control en tiempo real de los procesos, los costes y la trazabilidad totalmente gestionada

Heredad de Monteagudo, con sede en España, es una empresa familiar dedicada a la producción, el envasado y la comercialización de aceite de oliva que opera en más de 10 países de todo el mundo.

Los principales requisitos de la empresa eran trabajar en tiempo real, supervisar los datos de la planta de producción y controlar los costes generados por los diferentes procesos, incluidos la producción, el marketing y la gestión diaria de la empresa. También era necesario integrar los datos de diferentes SCADA (sistema de supervisión, control y adquisición de datos, del inglés "Supervisory Control And Data Acquisition") ubicados en la planta, cuyos datos se recopilaban periódicamente a través de dispositivos USB. Sin embargo, la empresa carecía de la capacidad para acceder a la información desde un único repositorio que estuviese siempre actualizado.

Unos meses después de implementar Sage 200, Monteagudo pudo procesar cualquier dato con fines de trazabilidad y control económico de unidades, tiempos, producción, costes, márgenes y mucho más.

Monteagudo opera de acuerdo con las normas IFS Food e ISO9001, protegiendo todos los registros de mantenimiento preventivo, limpieza y no conformidad. Con Sage 200 ya implementado, el registro se ha digitalizado con ISOGESONLINE, una herramienta que automatiza la gestión de la calidad en todos los procesos. Para ello, recopila directamente la información de la base de datos de Sage (proveedores, clientes, salidas, compras, órdenes de trabajo, etc.) y la almacena en un sistema de gestión de documentos. Además, la gestión de documentos almacena todo lo que acompaña a cada expedición para que todo esté centralizado por el envío y el cliente.

De acuerdo con Monteagudo: "Gracias a Sage, tenemos un control total de la trazabilidad. Esto no solo es esencial para la seguridad alimentaria, sino que también reduce los gastos y nos da control sobre los costes".

Conclusión: ¿en qué lugar quiere estar?

Los consumidores y los gobiernos, respectivamente, son cada vez más exigentes en términos de seguridad alimentaria, salud y suministro de información detallada sobre los productos. La retirada de alimentos y los escándalos han demostrado el impacto devastador que los problemas de seguridad alimentaria pueden tener en las ventas y, lo que es peor, en el valor de la marca. Estos riesgos se pueden mitigar mediante una política de trazabilidad detallada y, lo que es más importante, existen muchas oportunidades que se pueden obtener al superar las presiones normativas y adoptar la trazabilidad de principio a fin como factor diferenciador de la empresa.

Sin embargo, los fabricantes de alimentación y bebidas deben decidir en qué lugar quieren estar dentro del espectro de la trazabilidad. A continuación, se indican algunas acciones que se deben tener en cuenta:

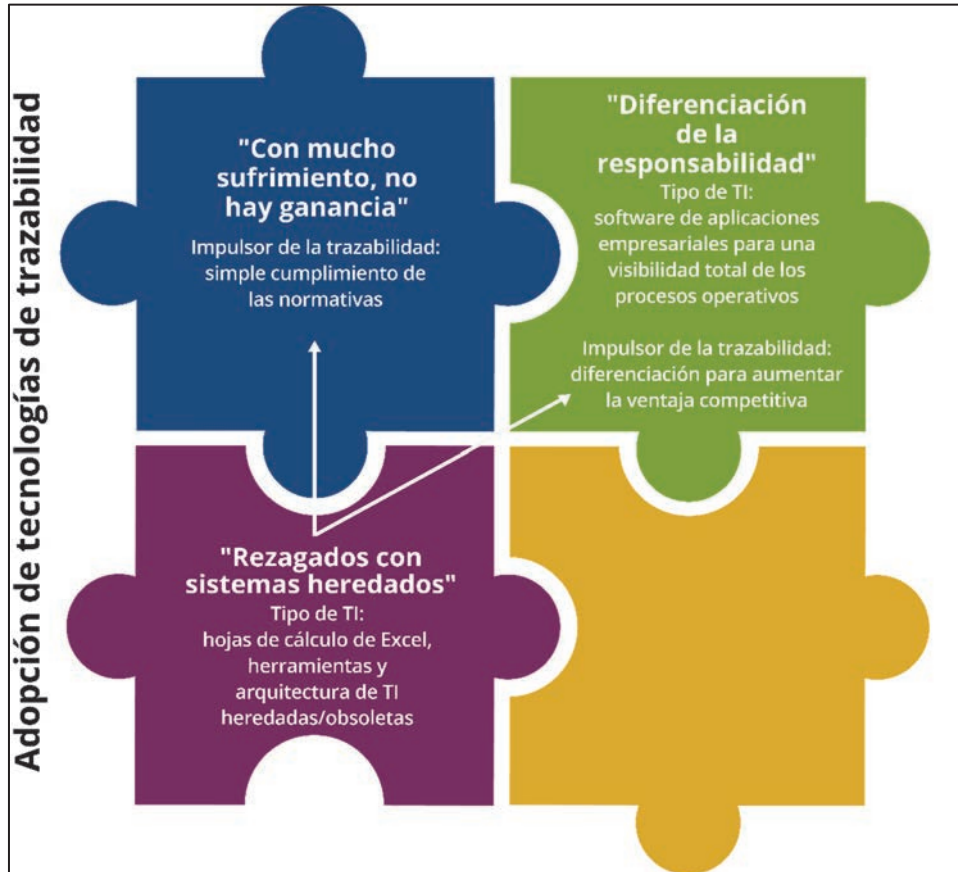
Los fabricantes de alimentación y bebidas deben decidir en qué lugar quieren estar dentro del espectro de la trazabilidad.

- Es necesario plantearse un cambio en el enfoque reactivo (basado en normativas y motivado por los costes) para pasar a uno proactivo (con valor añadido), y para esto es necesario invertir en la tecnología digital.
- Si le preocupa diferenciarse para lograr una ventaja competitiva, considere la posibilidad de incorporar software de aplicaciones empresariales para obtener una visibilidad total de los procesos operativos en toda la cadena de valor, que le permita descargar todo el historial de productos como y cuando lo necesite, desde los ingredientes utilizados hasta los productos acabados.
- Utilice la trazabilidad como justificación empresarial para la transformación digital si aún no lo ha hecho. La madurez digital no solo le sitúa en una buena posición para cumplir los requisitos relacionados con la calidad, la documentación y la trazabilidad, sino que,

gracias a la visibilidad de principio a fin que ofrece el hilo digital, puede optimizar la cadena de suministro y mejorar la experiencia del cliente.

FIGURA 6

Tecnología para obtener una ventaja competitiva: ¿en qué lugar quiere estar?



Source: IDC Manufacturing Insights

Existe una cuestión todavía más importante: si bien la adopción de la tecnología de trazabilidad con el mero propósito de cumplir las normativas es un comienzo, no ofrece valor empresarial per se, aunque fomenta la reducción de costes.

Muchas empresas de alimentación y bebidas que se centran principalmente en la trazabilidad desde un punto de vista reactivo terminan teniendo una costosa solución tecnológica para cumplir con los requisitos empresariales y normativos. Sin embargo, no consiguen extraer el valor que esta generación de tecnología puede ofrecer porque no ven la trazabilidad como un factor impulsor de la inteligencia competitiva.

Por otro lado, los fabricantes de alimentación y bebidas que tienen un mayor compromiso con la trazabilidad e invierten activamente en ella pueden aprovechar al máximo los beneficios compuestos que puede generar la trazabilidad y, por tanto, pueden obtener una mayor rentabilidad de sus inversiones tecnológicas.

MENSAJE DEL PATROCINADOR

Acerca de Sage:

Sage es el líder del mercado global de tecnología que proporciona a las pequeñas y medianas empresas la visibilidad, la flexibilidad y la eficiencia necesarias para gestionar las finanzas, las operaciones y las personas. Junto a nuestros socios, Sage cuenta con la confianza de millones de clientes de todo el mundo para ofrecer la mejor tecnología y asistencia en la nube. Gracias a nuestros años de experiencia, nuestros compañeros y socios entienden cómo se debe atender a nuestros clientes y a nuestras comunidades en las épocas más o menos complicadas. Estamos aquí para ayudarle y ofrecerle consejos prácticos, soluciones, conocimientos e información.

Sage apoya específicamente a los fabricantes de alimentación y bebidas con todo lo que necesitan para gestionar su negocio: gestión financiera, almacenamiento, producción, RR. HH., creación de nóminas, pagos, elaboración de informes, análisis, impuestos y cumplimiento normativo.

www.sage.com/es-es/

Acerca de los analistas



[Maggie Slowik](#), directora de investigación de IDC Manufacturing Insights EMEA

Maggie dirige el programa de estrategias de transformación digital de fabricación en Europa, que apoya a los proveedores de tecnología y a las organizaciones de fabricación respectivamente con sus estrategias digitales y de innovación que se centran en gran medida en la sostenibilidad.



[Lorenzo Veronesi](#), director de investigación de IDC Manufacturing Insights EMEA

Lorenzo dirige los servicios de asesoría "Worldwide Smart Manufacturing" de IDC Manufacturing Insights. Su enfoque de investigación abarca las principales tecnologías de las operaciones de fabricación, la cadena de suministro, el ciclo de vida del producto y las estrategias de TI.

Acerca de IDC

International Data Corporation (IDC) es el principal proveedor mundial de inteligencia de mercado, servicios de asesoría y eventos para mercados de tecnología de información, telecomunicaciones y tecnología de consumo. IDC ayuda a profesionales de TI, ejecutivos de empresas y a la comunidad de inversores a tomar decisiones sobre compra de tecnología y estrategia empresarial. Más de 1100 analistas de IDC proporcionan sus conocimientos especializados a nivel global, regional y local sobre tecnología u oportunidades del sector, así como sobre tendencias en más de 110 países de todo el mundo. Durante 50 años, IDC ha proporcionado conocimientos estratégicos para ayudar a nuestros clientes a alcanzar sus objetivos de negocio clave. IDC es una subsidiaria de IDG, la compañía líder mundial en medios de comunicación, investigación y eventos sobre tecnología de la información.

IDC UK

5th Floor, Ealing Cross,
85 Uxbridge Road
Londres
W5 5TH (Reino Unido)
44.208.987.7100
Twitter: @IDC
idc-community.com
www.idc.com

Sede global

5 Speen Street Framingham, MA
01701 EE. UU.
P.508.872.8200
F.508.935.4015
www.idc.com

Derechos de autor y restricciones

La publicación externa de información y datos de IDC, que incluye cualquier información de IDC que se vaya a utilizar con fines publicitarios, en notas de prensa u otro tipo de publicación, requiere la aprobación previa por escrito de IDC. Para solicitar un permiso, puede ponerse en contacto con la línea de información de Custom Solutions en el número 508-988-7610 o en la dirección permissions@idc.com. La traducción y/o localización de este documento requiere una licencia adicional de IDC. Para obtener más información sobre IDC, visite www.idc.com. Para obtener más información sobre IDC Custom Solutions, visite http://www.idc.com/prodserv/custom_solutions/index.jsp.

Derechos de autor: IDC, 2020. Queda prohibida la reproducción de esta publicación sin una autorización. Todos los derechos reservados.