

Transformación digital en la INDUSTRIA ALIMENTARIA

Además de ser un reto para las empresas, hoy la digitalización se transforma en una necesidad y una ventaja competitiva.



La **transformación digital** es una realidad presente en los distintos rubros, integrando mejoras y soluciones ligadas a la tecnología.

La **industria alimentaria** no es una excepción, y evoluciona de la mano de importantes innovaciones.

Estas innovaciones en la **industria alimentaria** las vemos tanto en la producción como en la comercialización de los productos, y llegan para poder enfrentar el desafío de alimentar a una población que crece y que proyecta en 2050 llegar a casi 10 mil millones de personas.

2050
10 MIL
MILLONES

En este contexto, la tecnología propone mejoras que supondrán un ahorro energético de hasta un 40% para la industria con **herramientas digitales** como:

Inteligencia Artificial

Participa directamente en la estrategia de producción y distribución de los alimentos, levantando datos de los procesos, automatizando algunos y acelerando otros. La información que puede entregar la red es fundamental para el diseño de nuevas estrategias basadas en los conocimientos. Se estima, según Business Wire, que el aumento de la IA en la industria hasta el 2021 era de un 42,18%. En ese sentido, por ejemplo, Journeys Foods, una plataforma dedicada a la Inteligencia Artificial, ha participado en la investigación y desarrollo de alimentos derivados de plantas, todo desde el levantamiento de datos.



Internet de las Cosas

Poder conectar todo a la red trae la oportunidad de tener una trazabilidad de los procesos y un levantamiento de datos que permitirá mejoras y automatizaciones. Gracias a esta tecnología, la empresa The Campbell Soup Company eliminó 13 ingredientes de sus tradicionales recetas, todo gracias a la información que pudieron recoger desde sus propios clientes.



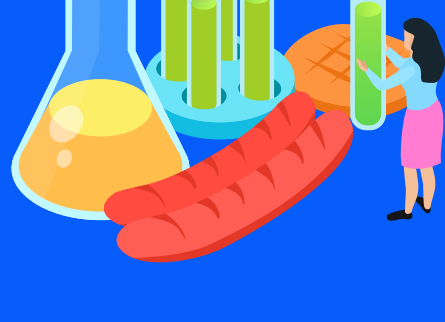
Blockchain

De cara a la mayor demanda que existe hoy de la trazabilidad de la cadena de producción e ingredientes de los alimentos, el blockchain es una herramienta confiable que permite tener información de todo el ciclo de vida de los productos. De esta forma, por ejemplo, los restaurantes utilizan la herramienta para mejorar la calidad de sus alimentos, la seguridad de los mismos, entrega transparencia de su servicio a los clientes, mejora la rapidez y más.



Foodlabs

Un laboratorio para crear alimentos. Por ejemplo, ya se habla de productos que simulan el sabor de la carne utilizando células animales con el concepto de "carne cultivada", pensando también en el problema del aumento de la población.



Upcycling

De la mano de la tendencia del cuidado del medioambiente, la industria alimentaria encuentra en la tecnología una forma de poder paliar su importante protagonismo en el cambio climático, donde por ejemplo, el sector de la ganadería representa casi el 15% de las emisiones de gases de invernadero. Un ejemplo de esto es el caso de una empresa chilena, que crea el proyecto The Imperfect Project, el cual toma frutas y verduras estéticamente imperfectas para crear soluciones perfectas, sustentables y responsables con el medioambiente.



Los cambios de la industria

Gracias a las herramientas e innovaciones que trae la transformación digital a la industria alimentaria, nos encontramos con **cambios relevantes**. Estos son:

Hábitos de consumo

Gracias a la tecnología en la producción de los alimentos, y las exigencias de los consumidores, hoy las personas se preocupan mucho más de lo que están comiendo, cómo se producen, los elementos que lo componen y más; todo en busca de poder tener alimentos más saludables. En ese sentido, y para responder a esta necesidad y exigencia, las herramientas digitales han permitido hoy innovaciones en la producción de los mismos, incluyendo menos químicos y reduciendo así los sellos de la comida.



Compra y demanda

Junto con esas mayores exigencias mencionadas, la forma de comprar comida también ha cambiado, donde el consumo por internet es más protagonista que nunca. En tal contexto, la relación con el cliente se da en distintos canales, con importancia en la experiencia de compra e incluso personalizando productos. Por esto, las nuevas plataformas de comida delivery, como Uber Eats o Rappi, como también las personales de cada supermercado, se han transformado en la forma más común de comprar alimentos y como usuarios vamos recibiendo ofertas y propuestas en base a nuestras necesidades.



Distribución

La venta por internet ha traído, desde el usuario la exigencia de inmediatez, pero sin dejar de lado la calidad y la eficiencia. En ese sentido los negocios no pueden abstraerse de esas necesidades y deben sumarse a las tendencias de despacho y todo lo que tiene relación con la experiencia del cliente. Si no lo hacen simplemente quedan fuera.



Concienciación

Hoy hay más preocupación por la sustentabilidad y eso obliga a la industria alimentaria a sumarse, donde las herramientas digitales son claves para lograrlo. La sustentabilidad en la industria se ha vuelto un requisito, y existe un programa de gobierno llamado Chile Origen Consciente que busca incorporar esta característica como un atributo diferenciador en la producción de alimentos nacionales.



De esta forma, la transformación digital entrega resultados inteligentes,

pero para eso es necesario que la tecnología se integre en cada uno de los procesos y áreas del negocio con agilidad, permitiendo así mejorar la calidad de los productos, administrar, optimizar procesos y logística, reduciendo así tiempos y gastos