



A 4ª Revolução
Industrial e o que isso
significa para a
Indústria Alimentar

A 4ª Revolução Industrial e o que isso significa para a Indústria Alimentar.

A chegada da quarta revolução industrial combina as tecnologias digitais com as tecnologias físicas e biológicas e traz com ela novos desafios e oportunidades para a indústria alimentar. Os processadores e distribuidores de comida, que normalmente operam com margens muito pequenas, terão agora a oportunidade de prever e satisfazer a procura de uma maneira mais precisa, selecionar os fornecedores

económicos, identificar as ineficiências e os riscos da linha de fornecimento, fazer entregas mais rápidas e oferecer um apoio pós-venda mais sólido.

Melhorar as operações e a eficiência será imprescindível para a sobrevivência a longo prazo porque a 4.ª revolução industrial também significa que concorrentes novos, ágeis e interessados em tecnologia estão a chegar para desafiar os líderes da indústria. Além disso, agora os consumidores têm acesso imediato a uma quantidade de informação sem

precedentes, maiores expectativas e mudanças mais rápidas nos gostos.

As empresas que se modernizarem para a nova realidade irão tornar-se líderes da indústria, enquanto as que não o fizerem ver-se-ão vencidas pela concorrência e antiquadas.

O resto deste artigo irá detalhar os desafios enfrentados pela indústria alimentar e apresentar as soluções disponíveis. O presente artigo irá abordar os seguintes temas:

- O Novo Consumidor
- Mudar a Fidelidade à Marca
- Nova Concorrência
- A Esfera Digital
- Desafios de Conformidade
- Soluções de ERP



Desafios da Indústria Alimentar

O Novo Consumidor

Para as empresas, a característica determinante da quarta revolução industrial é que os mercados estão cada vez mais centrados no consumidor. Os consumidores têm mais informações e escolha do que nunca. Com até **70 por cento dos utilizadores de smartphone** a realizarem pesquisas de produtos no seu telefone imediatamente antes de fazerem uma compra na loja, as marcas precisam de tornar o seu valor aparente.

Além disso, os consumidores são mais seletivos quando se trata da frescura dos produtos alimentares perecíveis. Noventa e quatro por cento dos compradores inspecionam as datas de validade antes de fazerem uma compra e apenas 16 por cento estão dispostos a comprar um produto que esteja dentro de um dia de validade. As marcas precisam de distribuir os produtos alimentares bem antes da validade não apenas por causa das preferências do consumidor, mas porque os produtos fora da data representam uma grande fonte de desperdício e são cortados no lucro de uma empresa. A favor da necessidade de reduzir o desperdício, um **relatório** do World Resource Institute e do Programa de Ação Desperdício e Recursos revelou que por cada 1 \$ que as empresas investiam na redução do desperdício alimentar, poupavam 14 \$ ou mais.

Mudar a Fidelidade à Marca

A combinação de informações abundantes e escolhas de marcas alternativas significa que a base para a fidelidade à marca mudou.

O preço certo e os anúncios de TV cativantes já não são suficientes para fazer com que os clientes continuem a voltar. Agora os consumidores querem uma experiência de marca — querem saber se os produtos que consomem são saudáveis e são produzidos em condições humanas e ambientalmente sustentáveis. Além disso, as tendências de saúde e bem-estar estão a mudar mais depressa do que antes. Há apenas alguns anos, os alimentos dietéticos com baixo teor de gordura e açúcares estavam na moda, agora, os consumidores estão mais interessados em produtos saudáveis, naturais, não transgénicos sem adoçantes artificiais.

Para acompanharem as tendências do consumidor, as marcas estão sob pressão para acelerarem os ciclos de inovação e lançamentos de produtos. No entanto, um estudo da Forbes revelou que **90 por cento** das principais marcas de bens domésticos estão a perder quota de mercado nas categorias de baixo crescimento. Este é um indicador claro de que até mesmo as principais empresas de CPG estão a lutar para se posicionarem no novo panorama do consumidor.

Nova Concorrência

À medida que os líderes da indústria vacilam em determinadas categorias, novos concorrentes estão a surgir para preencher o vazio.

As empresas emergentes com diferentes modelos de negócios costumam ser mais capazes de alavancar a tecnologia para preencher nichos e as tendências dos interesses dos consumidores. Estas vendem os seus produtos a nível local, regional ou online. Estas empresas mais pequenas e mais ágeis provaram estar mais sintonizadas com os mercados locais e ser capazes de superar os gigantes da indústria nas prateleiras e conquistar a quota de mercado em primeiro lugar.

Compras Digitais

Embora ainda seja um mercado em florescimento, as compras de produtos alimentares de comércio eletrónico estão a ganhar força na indústria alimentar. De acordo com uma **pesquisa da Statista**, até 2022, só a receita das compras online de comida e produtos de cuidados pessoais irá ultrapassar os 55 biliões de euros na UE. Embora os grandes grupos de retalho, como o Modelo Continente e o Grupo Auchan, estejam a marcar presença no espaço de mercearia online, são as marcas privadas que estão a ter mais sucesso. Na categoria de comidas e bebidas de especialidade, as vendas dos sites dirigidos diretamente ao consumidor e das mercearias de comércio eletrónico representam agora 36 por cento das compras.

O grande volume de dados extraído das redes sociais, motores de busca e lojas online significa que aqueles que se prepararem para o desafio poderão prever melhor a procura do consumidor e oferecer o produto certo com um retorno mais rápido. A venda de produtos online também significa um tempo de comercialização mais rápido, pois não há necessidade de passar pelos procedimentos de stock e merchandising exigidos para os produtos na loja.





Desafios de Conformidade

Nos últimos anos, as normas de segurança alimentar tornaram-se cada vez mais importantes e os consumidores, marcas e Governos estão prontos para punir os fornecedores alimentares que quebrarem a confiança do público. No âmbito da **Iniciativa Farm to Fork** da Comissão Europeia, mais de 100 000 especialistas são contratados para inspecionar a segurança alimentar, higiene e qualidade em todos os pontos da cadeia de abastecimento alimentar. Os controlos são aplicados nas quintas, em trânsito, fábricas de processamento de alimentos, comerciantes por atacado, supermercados, restaurantes e muito mais.

A rastreabilidade e rotulagem estão entre os regulamentos mais importantes aos quais os fornecedores alimentares estão sujeitos. Em 2016, entraram em vigor os **novos regulamentos de rotulagem da UE**, obrigando às seguintes mudanças:

- Apresentação clara de todos os alérgenos para os produtos embalados e não embalados
- Informação nutricional para os produtos processados pré-embalados
- Informação de origem para a carne fresca
- Lista dos nanomateriais de engenharia
- Lista dos ingredientes de imitação

- Indicação de carne e peixe formados
- Indicação de produtos descongelados
- Produtos online sujeitos às mesmas regras de rotulagem
- Regras reforçadas para impedir os rótulos enganosos

No caso de problemas de contaminação de alimentos, a **Lei Geral dos Alimentos** também exige que os fornecedores possam rastrear os ingredientes em todas as fases da produção, processamento e distribuição. Uma preocupação maior para os processadores de alimentos talvez seja a possível perda de parceiros de marca se a sua rastreabilidade não estiver à altura. Agora, muitas marcas exigem que os seus fornecedores executem simulações de recolha para demonstrar a capacidade de proteção da marca.

Soluções de ERP

Para cobrir estas dificuldades e aceitar a quarta revolução industrial, as empresas precisam de reduzir o desperdício ao longo do ciclo de vida do produto. Os fornecedores alimentares terão de melhorar a logística, otimizar a gestão do inventário, gerar previsões de procura mais precisas e manter os clientes. Uma maneira de fazê-lo é com a solução de Planeamento de Recursos Empresariais

(ERP) baseada na nuvem.

Acesso Remoto a Dados em Tempo Real

As soluções ERP baseadas na nuvem para os processadores de alimentos recolhem e reportam dados sobre cada item, em cada lote, desde o nascimento do produto até à sua viagem à prateleira do retalhista. É possível aceder a todas as aplicações de negócios a partir de qualquer dispositivo à distância, o que dá, ao mesmo tempo, aos gestores uma imagem holística das operações e possíveis entraves, enquanto informa os funcionários da produção sobre a gestão do armazém.

Personalizável

Muitas soluções de ERP são altamente personalizáveis com módulos e recursos que podem ser adicionados com base nas necessidades específicas da empresa. Por exemplo, para os produtos como carne, queijo ou fruta, as encomendas podem ser recebidas e cobradas como unidades ou ao peso consoante as preferências do cliente. Os sistemas ERP alojados na nuvem irão atualizar automaticamente os níveis de inventário em ambos os meios.

Gestão do Inventário

Como os fornecedores alimentares estão sob pressão para receber os produtos enquanto estiverem frescos, as aplicações ERP de gestão do inventário podem ser calibradas com base no princípio First Expired First Out (FEFO) (O Primeiro que Expira é o Primeiro que Sai). A aplicação irá informar o pessoal da produção sobre como organizar o armazém para os produtos que expirarem primeiro serem enviados primeiro. Além disso, para os produtos da cadeia de frio como a carne e o leite, é possível instalar sensores para monitorizarem constantemente as temperaturas a que os produtos estão expostos e as datas de validade são atualizadas ao longo da distribuição para refletirem



as circunstâncias. Isto protege contra o fornecimento de produtos estragados e aumenta a capacidade de proteção da imagem de marca do fornecedor.

Rastreabilidade e Proteção da Marca

Também a melhorar as credenciais de proteção de marca estão os recursos de rastreabilidade que vêm com o ERP baseado na nuvem. Com a utilização do código de barras, a localização de cada produto é atualizada durante a sua viagem até ao retalhista. Isto pode ser dividido em número de lote ou unidades comerciais (paletes, caixa, caixote). As remessas podem ser rastreadas posteriormente até à data de validade e o fornecedor de ingredientes individuais para cada lote. Se ocorrer uma simulação de recolha ou uma recolha real, a capacidade de isolar os produtos contaminados irá poupar uma fortuna aos fornecedores e proteger os seus parceiros de marca.

ERP alojado na nuvem Vs. ERP no local

Ambas as soluções de ERP baseado

na nuvem e no local estão disponíveis para os operadores da indústria alimentar. Embora o software no local possa funcionar para as empresas menores, este não é tão adequado aos fornecedores alimentares que esperam crescer e competir na quarta revolução industrial por vários motivos.

Em primeiro lugar, as soluções no local **dependem da localização**. Isto significa que os dados de várias instalações não serão automática e universalmente atualizados em todas as aplicações de ERP, o que, possivelmente, resultará em diferentes conjuntos de dados em diferentes locais. Se um parceiro ou cliente ligar, os funcionários de vendas ou os agentes do atendimento ao cliente podem não conseguir fazer referência a informações precisas de imediato.

Além disso, os gestores devem considerar que uma solução no local possa vir com o custo acrescido da compra de mais servidores e contratação de uma equipa de TI para manter o hardware. Com as soluções alojadas na nuvem, os custos de alojamento e manutenção são transferidos para o prestador de serviços.

Finalmente, as soluções no local são **menos escaláveis**. Se a sua empresa crescer e as funcionalidades adicionadas à sua solução de ERP exigirem mais largura de banda, terá

de comprar mais hardware, contratar mais funcionários de TI e voltar a formar a equipa em vários locais para utilizar os novos recursos. Por outro lado, se tiver o ERP na nuvem pode simplesmente atualizar o seu pacote com o fornecedor.

Considerar uma solução de ERP Para Avançar

O software de Planeamento de Recursos Empresariais alojado na Nuvem tem o potencial de ajudar a sua empresa a superar os desafios da quarta revolução industrial e prosperar na indústria alimentar. Os primeiros a adotarem esta nova era tecnológica poderão oferecer uma experiência de maior valor aos seus clientes e colher os benefícios contínuos ao longo do tempo. Não fique para trás!

Está pronto(a) para melhorar as operações comerciais, reduzir os custos e exceder as expectativas dos clientes? Entre em contacto com a myPartner para saber mais sobre a nossa solução de ERP alojada na nuvem e projetada especificamente para a indústria alimentar.

Agende uma conversa e/ou uma demonstração através do email mymarketing@mypartner.pt

myPartner
Consultoria Informática, S.A.

geral@mypartner.pt
www.mypartner.pt

Porto

Tv. Helena Vieira da Silva,
N.º 259 – 1.6
4450-573 Leça da Palmeira

Tel.: +351 22 998 23 10

Lisboa

Edifício Infante
Av. D. João II N.º35, 13.º D
1990-083 Lisboa

Tel.: +351 21 423 98 00

