

ESTUDIO SECTORIAL

LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN LA INDUSTRIA DEL PACKAGING

Junio 2023

La opinión de los gestores nacionales del sector del packaging sobre la evolución de la transformación digital en su sector. Alertas, tendencias y recomendaciones.

Tecnología, Proceso, Estrategia y Personas

La transformación digital ha pasado de ser un aspecto diferenciador de las empresas más innovadoras, a un fenómeno imparable en el que toda empresa y sector ha de estar, por su propia supervivencia, ya no futura sino la más inmediata.

La actualidad está poniendo a prueba la resistencia, flexibilidad y resiliencia del sector del packaging que se enfrenta a desafíos como la **sostenibilidad** y una mayor conciencia sobre el uso respetuoso de los materiales, adoptando prácticas más sostenibles y desarrollando soluciones innovadoras; los **cambios en los hábitos de consumo**, lo que conlleva una mayor exigencia y un mayor conocimiento de los clientes para ofrecer la mejor experiencia, la elevada **presión en las cadenas de suministro**, que obligan a una reducción de tiempos de entrega, optimización de niveles de inventario, mejora de la visibilidad de los productos en tránsito,... Apoyarse en la tecnología y la transformación digital para hacer frente a estos retos, será clave para no solo la supervivencia sino para adquirir ventajas competitivas que aporte el valor diferencial.

En este contexto, un 37% de las compañías del sector encuestadas está dedicando recursos significativos, con la expectativa de obtener gran retorno económico (para un 64% de las compañías encuestadas, el ROI debe estar por debajo de 3 años).

Los empresarios reconocen como principal palanca de cambio la optimización de procesos (40% sobre las opciones propuestas), así como una mayor eficiencia de cadena de suministro: compra de materiales y logística (24%) o el aumento de las ventas (14%). Sin embargo, no se debe perder la perspectiva de que nunca debe ser exclusivamente la implementación de la tecnología en sí el driver que lleve a la transformación.

La adopción de nuevas tecnologías puede crear nuevos modelos de negocio y transformar las operaciones de forma disruptiva, un 37% reconoce que su modelo de negocio no ha cambiado, sin embargo, un 23% de las empresas encuestadas está empleando los datos que monitoriza para ofrecer servicios complementarios de mayor valor añadido o está explorando nuevos canales de venta digital (e-commerce, plataformas, etc).

Un 82% de las empresas encuestadas tiene integrada su hoja de ruta en la estrategia de la compañía, siendo habitual que sean departamentos específicos o el propio IT quien desarrolle la iniciativa.

Para que la digitalización sea una realidad, es necesario construir un modelo para el desarrollo de las competencias de la misma, sin embargo, es habitual que las empresas lleven a cabo procesos de formación puntual cada vez que se implanta un nuevo software (27%).

Las compañías reconocen que los problemas en sus proyectos de digitalización se deben a que los proveedores de soluciones no estuvieron a la altura de las expectativas generadas en la propuesta de valor inicial, representando un 18% sobre las opciones propuestas. Pero además, reconocen la dificultad de cuantificar el retorno económico (15%) y la falta de involucración, formación y la resistencia al cambio de las personas (15%).

Sin embargo, sólo un 27% reconoce trabajar con módulos formativos sobre distintas temáticas: sistemas de información, data analytics, business intelligence, automatización de tareas, etc

Más del 77% de las compañías encuestadas reconoce que más de la mitad de sus proyectos de digitalización, llevados a cabo en el último año han sido un éxito, quedando mucho camino por recorrer y mucho por aprender, si de algo tenemos certeza es de la importancia de las personas como verdadera clave del éxito.

FICHA TÉCNICA

Cobertura y Datos del Barómetro

Características de las empresas encuestadas:

- **32%** Grandes Empresas
- **37%** Medianas Empresas
- Inversión Media en Digitalización **1,8 millones de €**

Subsector dentro de la cadena de valor:

- Fabricantes de maquinaria y periféricos (14%)
- Diseñadores, recicladores y economía circular (0%)
- Robótica, automatización e industria 4.0 (9%)
- Materia prima y productos intermediarios (0%)
- Fabricantes de envase y embalaje primario (32%)
- Fabricantes de envase y embalaje secundario (23%)
- Embalaje terciario, envasadores y logística (9%)
- Packaging flexible (4%)
- Impresión y artes gráficas (9%)

Hay varias razones por las que un proyecto de transformación digital puede no funcionar. En primer lugar, la falta de un diagnóstico completo de los puntos críticos y del diseño de una estrategia digital clara puede conducir a la implementación de soluciones digitales en áreas y actividades poco prioritarias y con poco retorno de la inversión. Pasar a una implementación global sin realizar primero un piloto exitoso y definir un plan de despliegue por fases puede ser otra razón que provoque una implementación sin futuro.

Además, avanzar hacia la implementación de soluciones digitales sin comprender el negocio también puede dar lugar a la automatización de los desperdicios en lugar de solucionar las causas raíz de los problemas y simplificar los procesos. Por último, el desprecio por la cultura de la empresa y la capacitación de las personas en las nuevas herramientas contribuye a la falta de motivación en el uso de las nuevas herramientas digitales.

PUNTO DE PARTIDA

La transformación digital se ha convertido en una prioridad en los planes estratégicos de las compañías, ¿En cuál de los siguientes puntos se encuentra su organización?

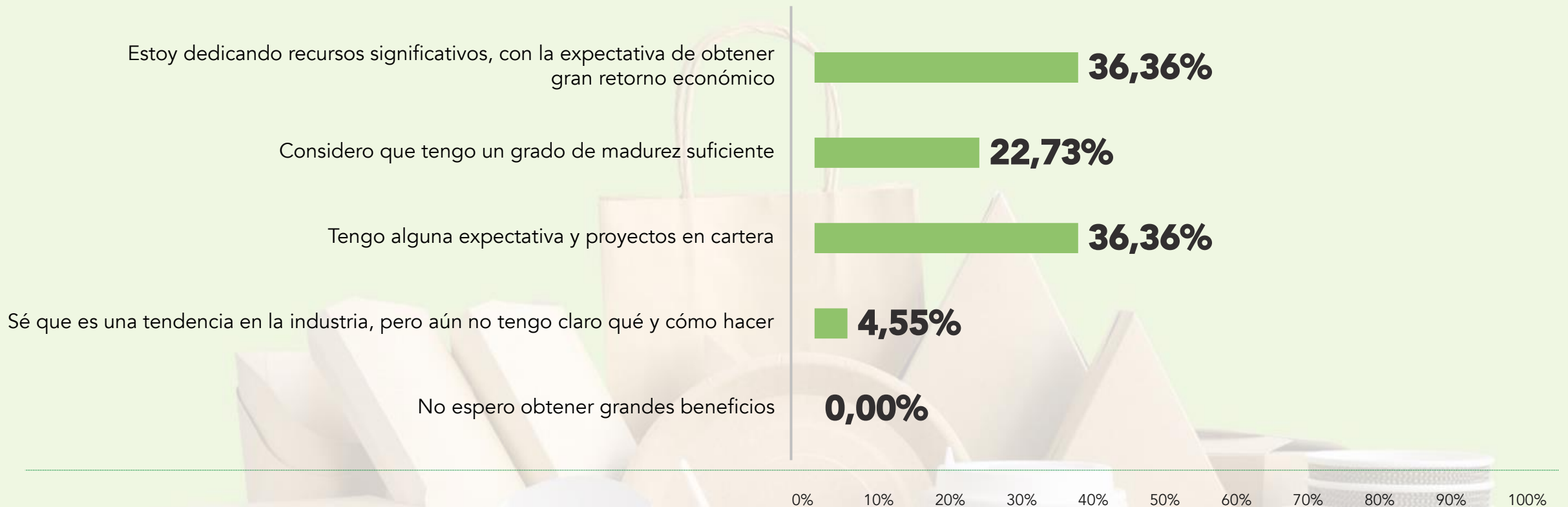
El **37%**
está dedicando **recursos significativos**, con la expectativa de obtener gran **retorno económico**.

También un **37%**
de las compañías encuestadas tiene alguna **expectativa y proyectos** en cartera en el ámbito de la **digitalización**.

1. PUNTO DE PARTIDA

La transformación digital se ha convertido en una prioridad en los planes estratégicos de las compañías, ¿En cuál de los siguientes puntos se encuentra su organización?

(Selección de 1 respuesta)



PALANCAS DE LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL

¿Qué busca con la digitalización de su empresa?

El **40%**

de los empresarios señalan la **optimización de procesos** como principal palanca de la transformación digital, suponiendo un del total de las iniciativas consultadas.

Mayor eficiencia de cadena de suministro:
compra de materiales y logística

24%

Aumento de ventas

14%

El objetivo de las transformaciones digitales en las empresas nunca debe ser exclusivamente la implementación de la tecnología en sí. Previamente a una implementación, deben estar claros cuales son los objetivos a alcanzar en términos de:

Flexibilidad: Adaptación a los cambios en las necesidades de los clientes, dimensionado reactivo de la capacidad, mayor personalización;

Eficiencia: Mayor productividad, menor necesidad de recursos, optimización logística, optimización de niveles de stock;

Seguridad: Mejora de la ergonomía, menos accidentes;

Servicio: Menor Lead Time, mayor satisfacción del cliente, menor retrabajo;

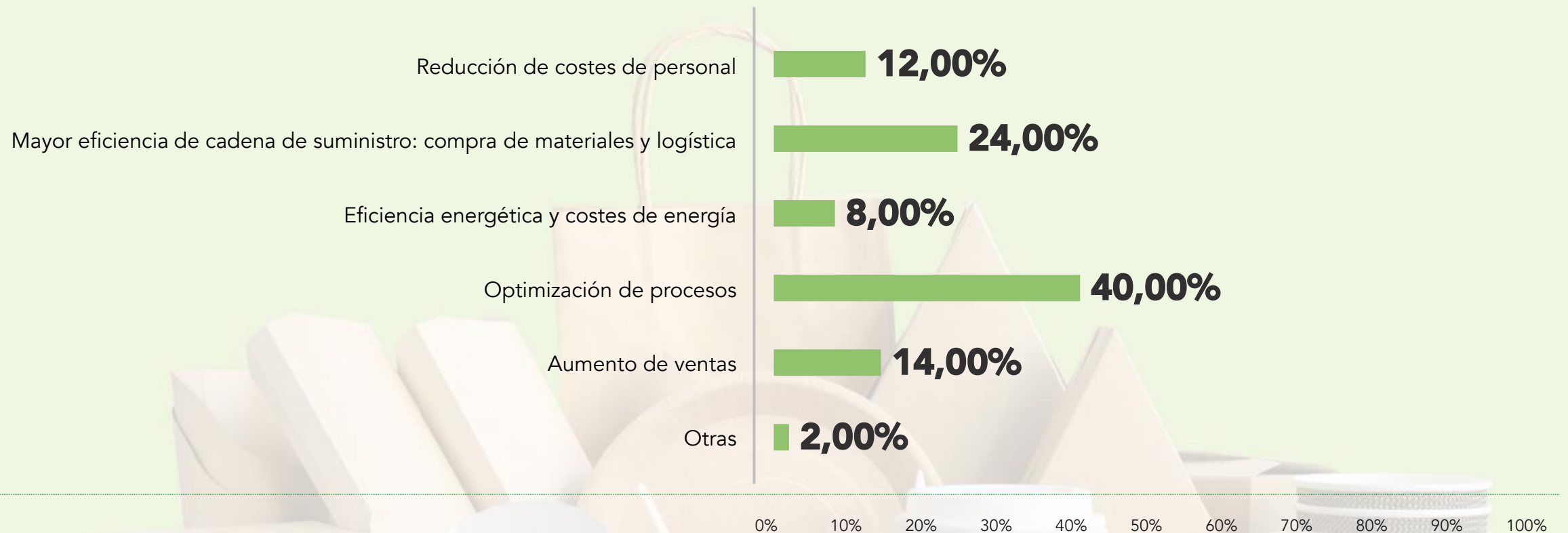
Organización y toma de decisiones: Facilitar la gestión del equipo, datos en tiempo real, capacidad para profundizar en la información, toma de decisiones informada

Como otras alternativas a las propuestas por este estudio, se ha considerado la captación de leads como una palanca más para la transformación digital.

2. PALANCAS DE LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL

¿Qué busca con la digitalización de su empresa?

(Selección hasta 3 opciones)



HOJA DE RUTA

¿Cómo se ha creado la hoja de ruta de transformación digital y cómo se están organizando?

La implementación de proyectos de digitalización aislados en una organización puede dar origen a silos tecnológicos, creados por diferentes herramientas que no se comunican correctamente entre sí. Esto provocará que, aun habiendo implantado las herramientas adecuadas, no se saque el máximo partido de las mismas.

Es importante abordar la transformación digital como un proceso de negocio estratégico, que ocurre a par con las transformaciones de procesos y de cultura. Debe realizarse un diagnóstico a las áreas de la empresa que más se beneficiarían de esta mejora, junto con los procesos críticos que hay que rediseñar y digitalizar. Con el roadmap adecuado, pilotar las soluciones garantiza la estabilidad básica antes de un despliegue para toda la empresa.

En el momento del despliegue, surgirán nuevas mejoras y los líderes podrán estar seguros de sus decisiones mientras escalan este nuevo modelo.

El **82%**

de las empresas integra su hoja de ruta de transformación digital en su estrategia, considerando tanto las **soluciones tecnológicas** como el **cambio cultural y de procesos**.

3. HOJA DE RUTA

¿Cómo se ha creado la hoja de ruta de transformación digital y cómo se están organizando? (Selección de 1 respuesta)

La hoja de ruta liderada por el comité de dirección está integrada y alineada con la estrategia de la empresa y considera tanto las soluciones tecnológicas como el cambio cultural y de procesos

81,82%

Tenemos un plan de soluciones tecnológicas priorizado, que se define en base al presupuesto anual liderado por el área de IT

4,55%

Cada departamento trabaja de forma aislada en las soluciones que quiere implantar alineado con el área de IT

0,00%

No tenemos una hoja de ruta, sólo iniciativas aisladas en cada departamento

13,64%

0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%

MODELO DE GOBIERNO

¿Cómo está preparando su organización interna para la transformación digital?

El **41%**

de las compañías reconoce que la **responsabilidad** (en lo que respecta a digitalización) está **distribuida entre los departamentos**. No existe una figura específica de liderazgo.

Únicamente el **18%** cuenta con una **oficina de transformación digital**.

Para el éxito de una transformación digital resulta básico disponer de un modelo de gobierno sólido que proporcione una estructura organizativa y una guía estratégica para implementar y gestionar la transformación digital en la compañía.

La digitalización debe imprimirse desde la alta dirección con un modelo de liderazgo fuerte y comprometido con una estrategia clara y bien definida, que promueva la iniciativa a todos los niveles, implicando a las personas, asignando recursos y favoreciendo la colaboración y comunicación entre los distintos departamentos.

La transformación digital implica cambios significativos, con lo que será capital implementar estrategias efectivas de gestión del cambio para ayudar a los empleados a adaptarse a los nuevos sistemas, tecnologías y formas de trabajo. Esta formación y aprendizaje debe entenderse como un proceso continuo y en evolución.

Por último, el modelo de gobierno debe contemplar la identificación de métricas e indicadores que permitan identificar áreas de mejora, medir el impacto de las iniciativas y realizar los ajustes necesarios.

4.

MODELO DE GOBIERNO

¿Cómo está preparando su organización interna para la transformación digital?

(Selección de 1 respuesta)

La responsabilidad está distribuida entre los departamentos.
No existe una figura específica de liderazgo

40,91%

Es el área tradicional de IT/ Sistemas la responsable del despliegue digital
en la compañía

31,82%

Se ha desarrollado una oficina de transformación digital transversal, que diseña y
ejecuta todos los proyectos con poca involucración del resto de áreas. Está liderada
por una persona del Equipo de Dirección

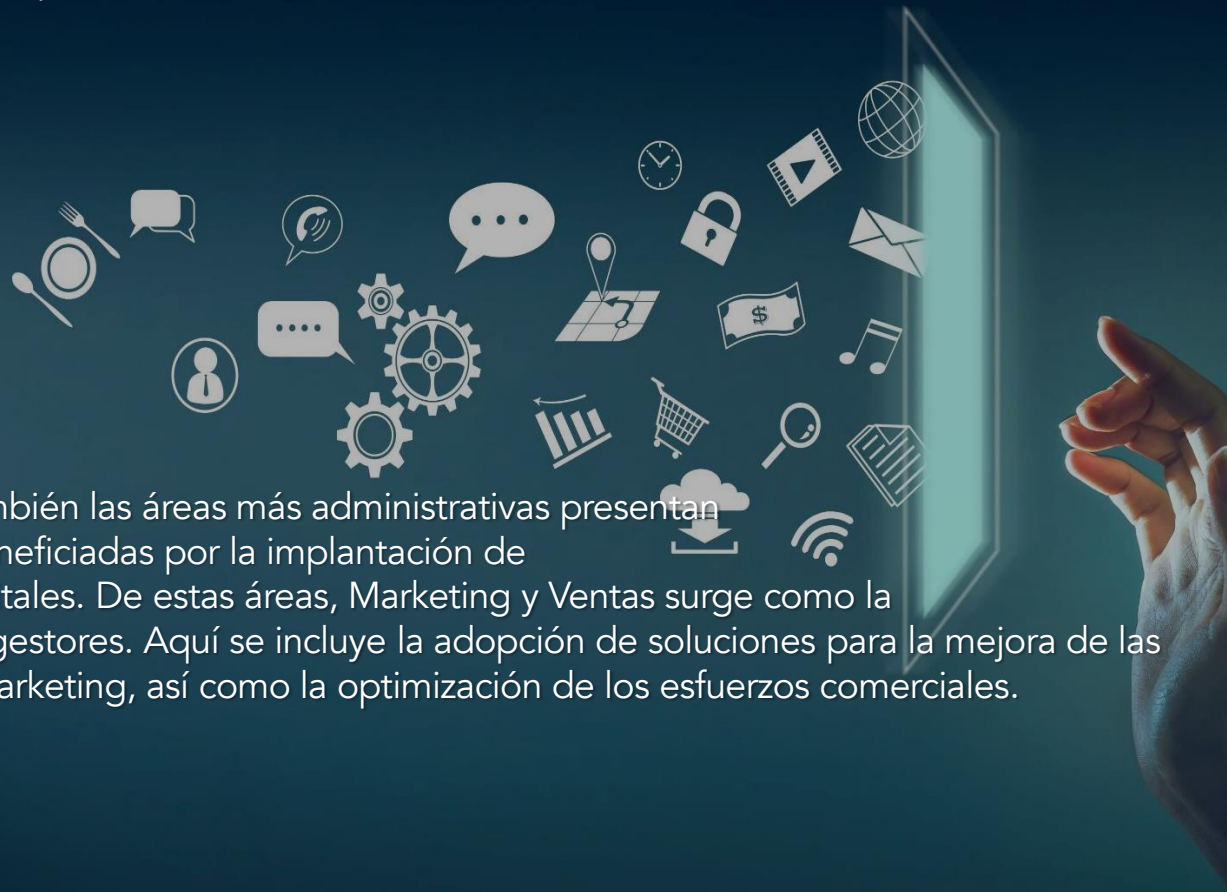
9,09%

Se ha desarrollado una oficina de transformación digital transversal, liderada por una
persona del Equipo de Dirección. La oficina de transformación lidera los proyectos,
implicando a todas las áreas

18,18%

0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%

La transformación digital puede aplicarse en cualquier área de una organización. Sin embargo, en el sector industrial, la aplicación más común es en las operaciones de producción, logística y mantenimiento. Aquí, las soluciones más implementadas son la automatización de procesos, la digitalización de los flujos de información y analítica de datos.



Sin embargo, también las áreas más administrativas presentan pueden verse beneficiadas por la implantación de herramientas digitales. De estas áreas, Marketing y Ventas surge como la prioridad de los gestores. Aquí se incluye la adopción de soluciones para la mejora de las actividades de marketing, así como la optimización de los esfuerzos comerciales.

INVERSIÓN Y AVANCE DE LAS TRANSFORMACIÓN DIGITAL POR ÁREAS DE LA EMPRESA

Áreas de la empresa donde más esfuerzo e inversión se está dedicando a la transformación digital en los últimos 2 años.

(Nota media en una valoración de 1 a 5, siendo 5 el más alto)

El área con más inversión en digitalización es **marketing y ventas** con una **valoración**

2,3 sobre 5

INVERSIÓN EN ÁREA (NOTA MEDIA):

Operaciones (Producción, logística, mantenimiento)

2,2



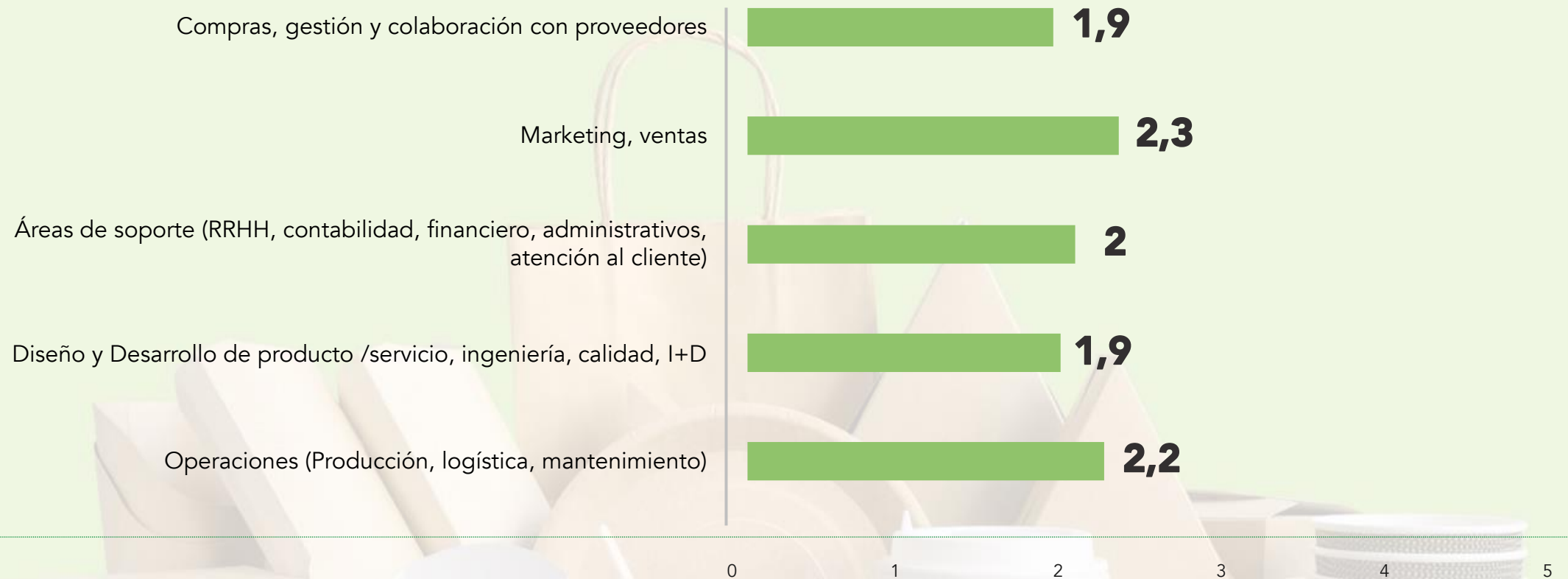
Áreas de Soporte

2



5. INVERSIÓN Y AVANCE DE LAS TRANSFORMACIÓN DIGITAL POR ÁREA DE LA EMPRESA

Valore de 1 a 5 las áreas de la empresa donde más esfuerzo e inversión se está dedicando a la transformación digital en los últimos 2 años. (Nota media en una valoración de 1 a 5, siendo 5 el más alto)



INVERSIÓN Y AVANCE DE LAS TRANSFORMACIÓN DIGITAL POR TECNOLOGÍA

Nivel de esfuerzo y avance en los siguientes grupos de tecnología. (Nota media en una valoración de 1 a 5, siendo 5 el más alto)

3,5 sobre 5

es la valoración que los encuestados dan en cuanto a la **automatización de procesos**

INVERSIÓN EN TECNOLOGÍA (NOTA MEDIA):

Digitalización, eliminación de papel, sistemas de información



3,4

Captura de datos, sensorización, conectividad, 5G, IoT, cloud



3,1

La tecnología más adecuada depende del sector, de la empresa y del área de negocio. Debe haber una fase de evaluación y definición de la mejor tecnología y proveedor en función de las oportunidades identificadas.

La mayoría de los líderes están invirtiendo en las tecnologías para automatización de procesos, que convierten tareas manuales en procesos automatizados, ejecutados por un robot o equipamiento con el mínimo de intervención humana. Se utilizan en su mayoría para crear flujo en las áreas productivas y en los procesos logísticos. Son innumerables las soluciones tecnológicas para este tipo de automatización.

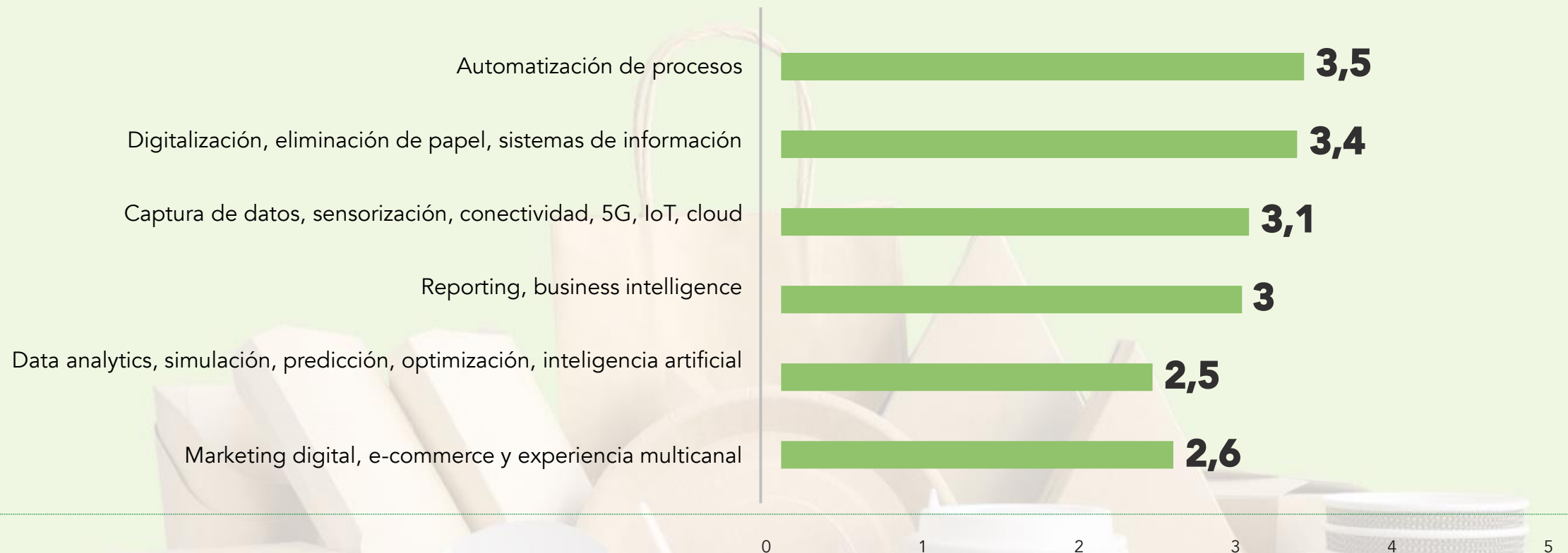
La definición de la tecnología más apropiada para cada flujo requiere el mapeo de las actividades en detalle, para una correcta recogida de requisitos y cálculo de ROI.

*En el caso concreto de la tecnología de **analítica avanzada**, el área en la que más se invierte es la de **personalización de los productos**: Identificar patrones en las preferencias de los clientes, pudiendo personalizar los productos y mejorar la satisfacción del cliente.*

6. INVERSIÓN Y AVANCE DE LAS TRANSFORMACIÓN DIGITAL POR TECNOLOGÍA

Valore de 1 a 5 el nivel de esfuerzo y avance en los siguientes grupos de tecnología.

(Nota media en una valoración de 1 a 5, siendo 5 el más alto)



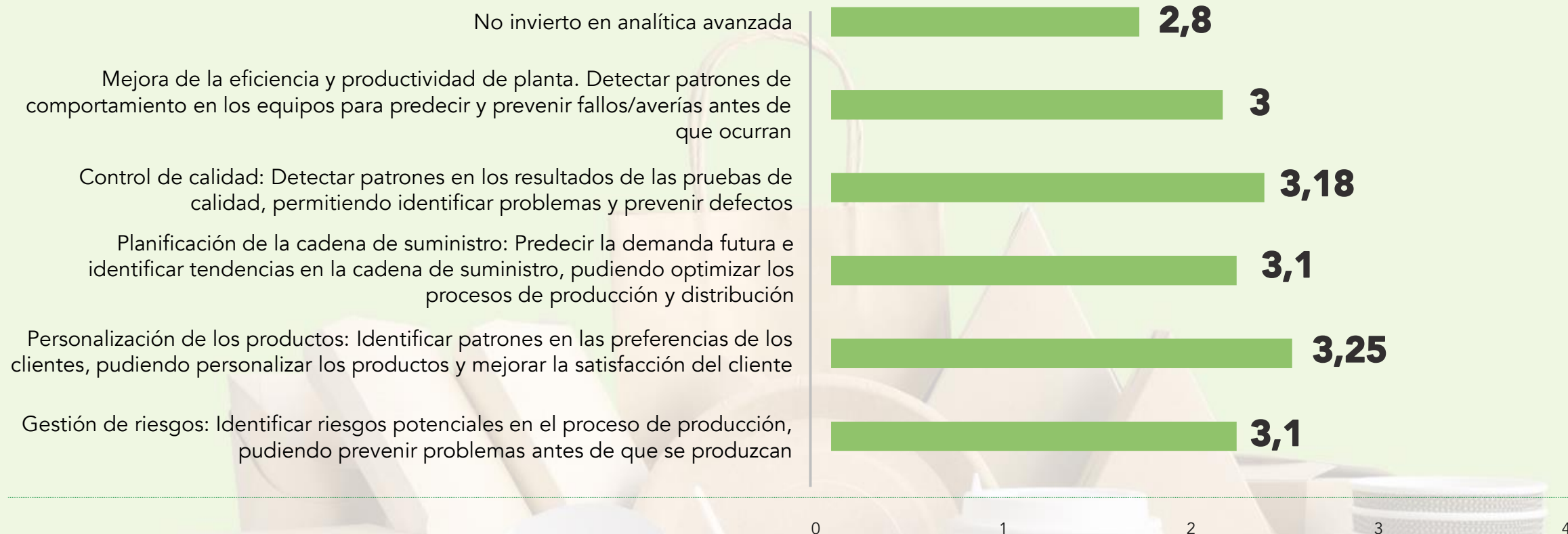
7.

INVERSIÓN Y AVANCE DE LAS TRANSFORMACIÓN DIGITAL POR TECNOLOGÍA

En caso de estar invirtiendo en analítica avanzada.

Valore de 1 a 5 las áreas donde mayor esfuerzo se está realizando.

(Nota media en una valoración de 1 a 5, siendo 5 el más alto)



PROCESOS, COMUNICACIÓN Y FLUJOS DE INFORMACIÓN

Avance en la digitalización de los flujos de información

Tan solo el **9%**

de las compañías cuenta con **procesos digitales bien estructurados y explota los datos** generados de una manera adecuada para sacarles el máximo partido

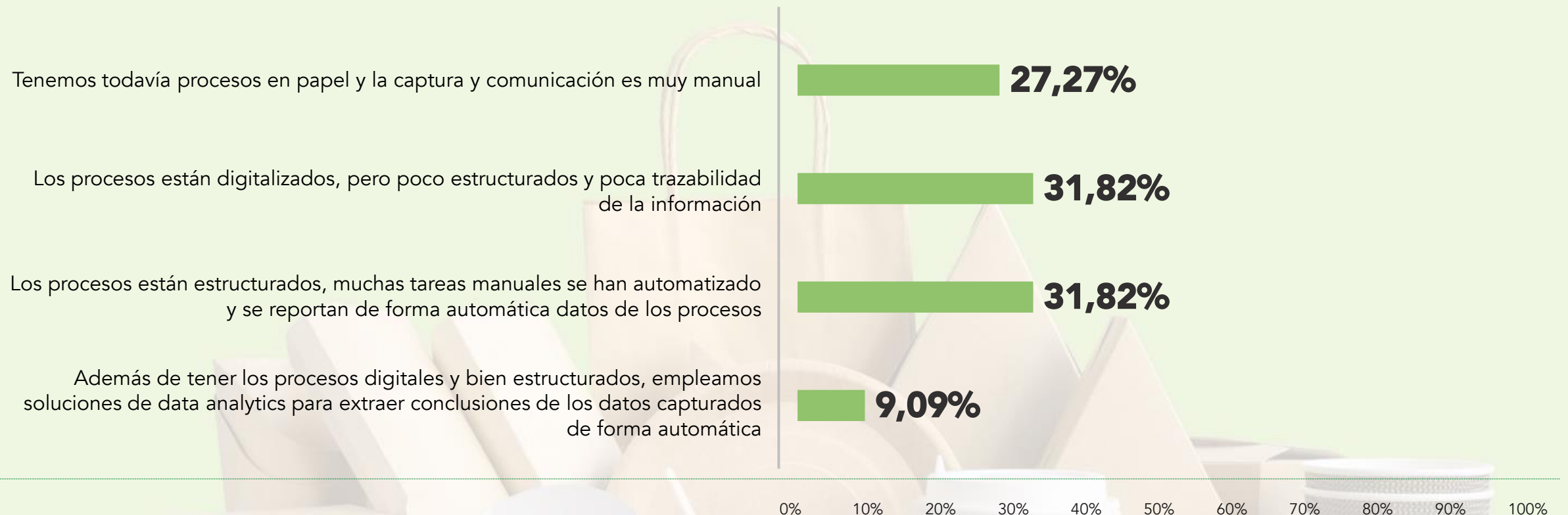
La digitalización de flujos de información conlleva la conversión de datos y documentos del formato físico al digital. Esta transición facilitará el acceso a la información de una forma más ágil, ahorro de espacio y coste de almacenamiento, una mayor seguridad y protección de la información, una mayor facilidad para compartir, así como la integración con otros sistemas y automatizaciones. De este modo, los procesos se volverán más eficientes y seguros.

8.

PROCESOS, COMUNICACIÓN Y FLUJOS DE INFORMACIÓN

¿Cuál es el avance en la digitalización de los flujos de información?

(Selección de 1 respuesta)



COMPETENCIAS DIGITALES DE LAS PERSONAS Y GESTIÓN DEL CAMBIO

¿Cuál es la situación actual en la gestión de las competencias digitales y gestión del cambio en su empresa?

Las compañías reconocen que **no se buscan conocimientos específicos** de herramientas **digitales en la contratación**, sino que se forma en interno, **29%** representando un de las opciones propuestas.

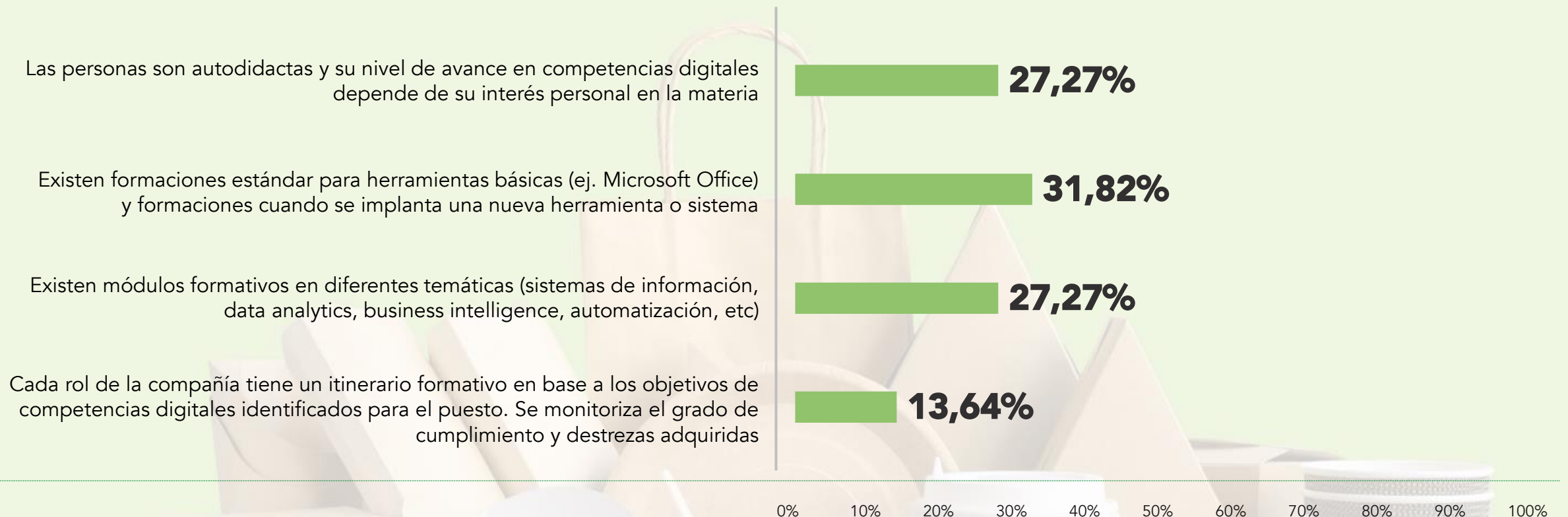
Sin embargo, el **27%** reconoce que su **formación** se basa en **programar módulos formativos** en diferentes temáticas (sist. de información, data analytics, business intelligence, automatización de tareas, etc.).

La transformación digital afectará, inevitablemente, a la forma en que tus empleados trabajan a diario. Con este cambio surgen fricciones, desconfianza e incertidumbre. Los líderes no pueden ignorar la importancia de involucrar a los equipos desde el principio del diseño de la solución. Esto garantizará que cuando sea el momento del despliegue, los equipos ya se sientan seguros con la solución y estén preparados para sostener el crecimiento de la misma.

Con la implementación de nuevas tecnologías surgen nuevas competencias que deben ser desarrolladas por los equipos de operaciones. Ellos serán los principales responsables del éxito del despliegue de la transformación, siendo por eso indispensable su formación continua. El plan formativo debe desarrollarse junto al diseño de requisitos de solución, y ser desplegado antes de la implementación de la tecnología.

9. COMPETENCIAS DIGITALES DE LAS PERSONAS Y GESTIÓN DEL CAMBIO

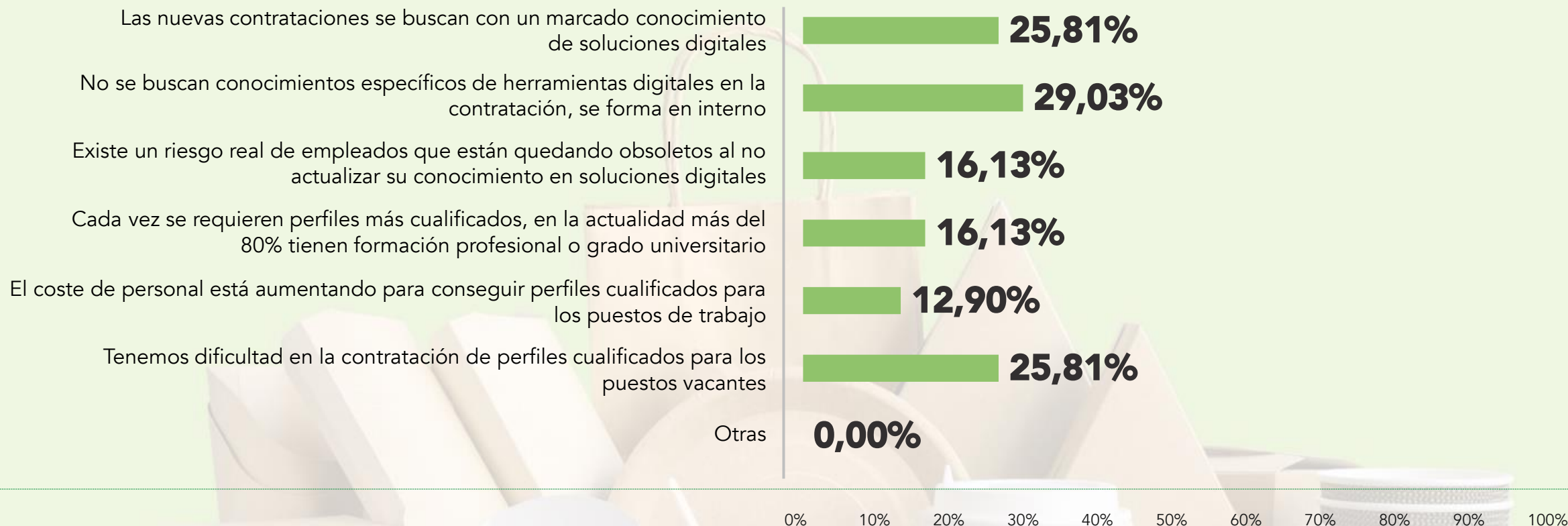
¿Cuál es la situación actual en la gestión de las competencias digitales y gestión del cambio en su empresa? (Selección de 1 respuesta)



10. IMPACTO EN LAS PERSONAS

¿Qué impacto está teniendo la digitalización en el perfil de los empleados?

(Selección hasta 3 opciones)





Como otras alternativas a las propuestas por este estudio, se ha considerado el tamaño de la compañía lo que dificulta dedicar todo el tiempo necesario, priorizando lo que requiera el mercado o la falta de formación sobre la aplicación de nuevas tecnologías, por ejemplo, en el área de producción.

DIFICULTAD DE IMPLANTACIÓN

Principales problemas en los proyectos de transformación digital

Las compañías reconocen que los problemas en sus proyectos de digitalización se deben a que los **proveedores de soluciones no estuvieron a la altura de las expectativas** generadas en la propuesta de valor inicial, representando un

18%

sobre el total de opciones propuestas.

11. DIFICULTAD DE IMPLANTACIÓN

Seleccione los 3 principales problemas en sus proyectos de transformación digital:

(Selección hasta 3 opciones)



ENTORNO DE INNOVACIÓN Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

¿Colabora con el sector y la cadena de valor para impulsar la transformación digital?

El **59%**

reconoce colaborar de forma activa con el sector bien a través de:

- El entorno de innovación y transformación digital del sector, como **Clusters, Hubs de Innovación** (27%);
- Con **proveedores y clientes** (21%);
- La **integración de proveedores** en la cadena de suministro (9%).

Plantear la transformación digital de forma integrada y colaborativa a lo largo de toda la cadena de valor permite la generación de sinergias: compartir conocimiento, recursos y mejores prácticas acelerando el impulso y éxito de la transición.

Establecer alianzas estratégicas con otras empresas, proveedores, clientes y socios potenciales en el sector. Pero además es de relevancia participar de Agrupaciones, Clusters, Ecosistemas Digitales, Hubs de Innovación, etc que garantice el I+D+i.

Una vez más, las personas serán la clave del éxito de la iniciativa, con lo que apostar por la capacitación y desarrollo será la base, es por esto habitual la labor de investigación y formación que llevan a cabo Universidades y Escuelas de Negocio.

No olvidemos que cualquier negocio vive y crece por y para sus clientes, no se debe subestimar el papel de los clientes en este proceso. Escucharles e implicarles mejorará su experiencia y comprender mejor las demandas del mercado.

12.

ENTORNO DE INNOVACIÓN Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

¿Colabora con el sector y la cadena de valor para impulsar la transformación digital?

(Selección de 1 respuesta)

Participamos de forma activa en el entorno de innovación y transformación digital del sector, como Clusters, Hubs de Innovación con proveedores, clientes, partners tecnológicos

27,27%

Colaboramos de manera frecuente con proveedores y clientes para impulsar la transformación digital en nuestra cadena de valor

22,73%

Integramos a proveedores de la cadena de suministro en proyectos de transformación digital de forma esporádica

9,09%

Solo hemos realizado proyectos de transformación digital de forma interna

40,91%

0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%

PORCENTAJE DE ÉXITO DE LOS PROYECTOS DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL

¿Qué porcentaje de éxito han tenido los proyectos de transformación digital de los últimos 2 años?

El éxito de los proyectos de transformación digital se asienta en cuatro factores:

Un correcto alineamiento de la estrategia de transformación digital con la estrategia de crecimiento de la organización. Esto asegura que la visión de digitalización es aplicada en las áreas más críticas para el negocio;

La involucración de los equipos desde el día uno. Todo el proceso de transformación debe involucrar a los diseñadores de la solución, pero también a los usuarios. El entrenamiento de los equipos en las nuevas competencias es clave para el éxito;

Optimizar antes de digitalizar. Así se garantiza que los procesos digitalizados están libres de burocracia, redundancia e desperdicio;

Confirmar la solución con un piloto y desplegar posteriormente. El piloto es una implementación en área controlada, que sirve para ajuste e confirmación de beneficios, tornando el despliegue más ágil.

Más del **77%**

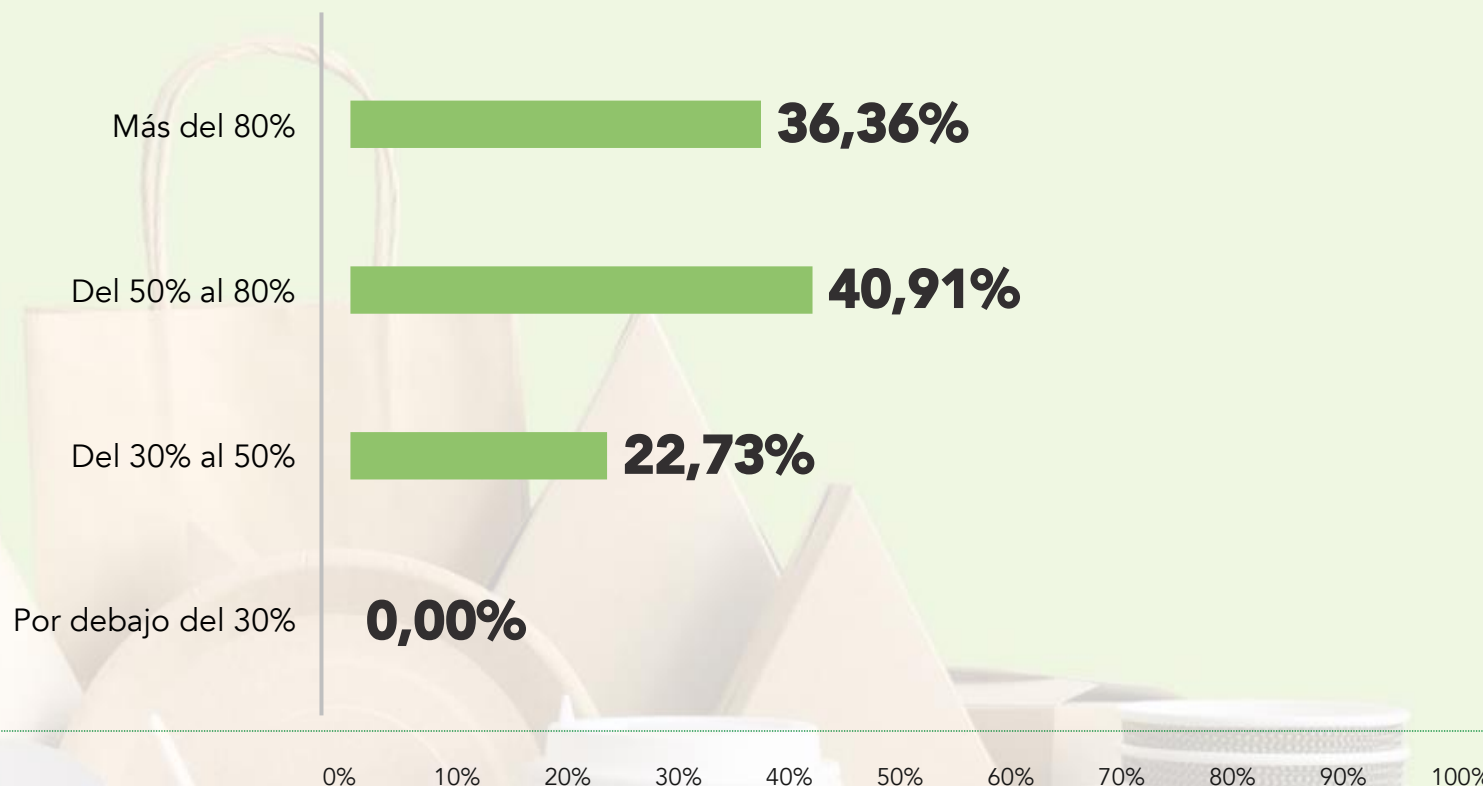
de las compañías encuestadas reconoce que **más del 50% de los proyectos de transformación digital, llevados a cabo en el último año han sido un éxito***.

** Entendiendo por éxito aquellos proyectos implantados en el plazo definido, dentro del presupuesto establecido y con los resultados esperados*

13. PORCENTAJE DE ÉXITO DE LOS PROYECTOS DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL

¿Qué porcentaje de éxito han tenido los proyectos de transformación digital de los últimos 2 años?

(Definimos como éxito aquellos proyectos implantados en el plazo definido, dentro del presupuesto establecido y con los resultados esperados)



IMPACTO EN EL MODELO DE NEGOCIO

¿Se ha transformado el modelo de negocio incorporando las oportunidades derivadas de la transformación digital?

El **37%**

de las empresas encuestadas reconoce que su **modelo de negocio no ha cambiado**

Un **23%**

emplea los **datos monitorizados** para **ofrecer mayor valor añadido** o está explorando **nuevos canales de venta digital** (e-commerce, etc)

La adopción de nuevas tecnologías puede crear nuevos modelos de negocio y transformar las operaciones de forma disruptiva. En un entorno global competitivo, no acompañar la transformación puede además significar perder oportunidades de negocio frente a la competencia.

La actual facilidad de acceso a tecnologías de venta online incentiva a los productores a invertir en un canal de mayor proximidad con los clientes, que permite reducir los costes de venta, simplificar los procesos comerciales y entregar más valor al cliente. La venta online pasa de ser una herramienta de retailers para ser una constante en cualquier industria.

Como otras alternativas a las propuestas por este estudio, las compañías consultadas han propuesto la mayor eficiencia en sus procesos internos como una oportunidad derivada de la transformación digital.



14.

IMPACTO EN EL MODELO DE NEGOCIO

¿Se ha transformado el modelo de negocio incorporando las oportunidades derivadas de la transformación digital? (Selección de 1 respuesta)



La elaboración de una estrategia de transformación digital empieza con los objetivos estratégicos de la empresa. Los objetivos a medio y largo plazo de la empresa que establecen las áreas de la organización necesitarán una mejora estratégica, ya sea para reducir costes, mejorar el servicio o impulsar la calidad. Una vez definidos los flujos de valor a mejorar, es el momento de hacer un análisis profundo que señale las oportunidades que deben ser abordadas en términos de mejora de procesos, digitalización y desviaciones de conocimiento o recursos.

Con las áreas prioritarias definidas, el diseño de la visión futura de los flujos de valor de la empresa aportará el roadmap de transformación para que los equipos lo ejecuten. Este es el momento en el que debe medirse claramente el impacto de las iniciativas que se van a implementar, así como el beneficio que supondrán. Esto impedirá que se realicen actividades con bajo ROI.

RETORNO DE LA INVERSIÓN (ROI)

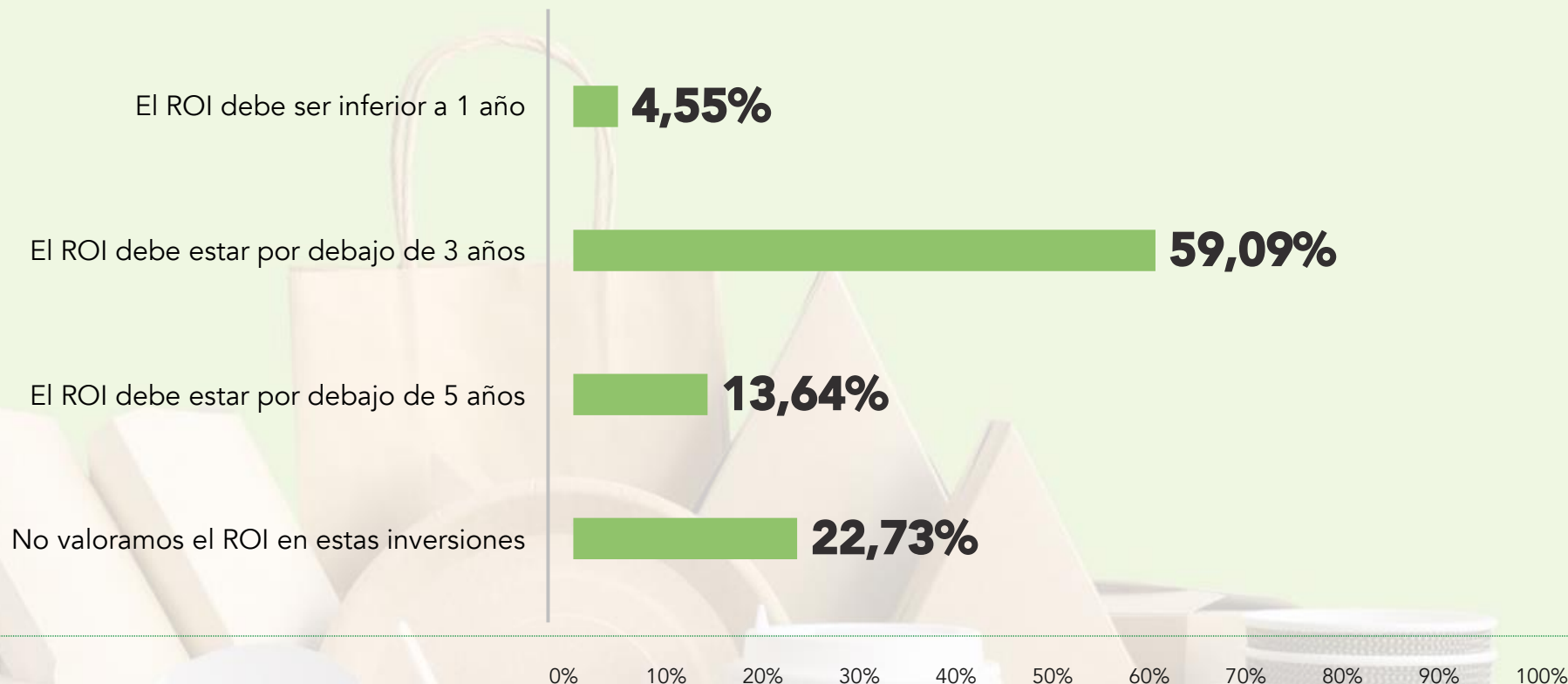
¿Qué retorno de la inversión se considera aceptable en su empresa para proyectos de transformación digital?

Para el **64%**
de las compañías encuestadas, el **ROI**
debe estar por debajo de 3 años.

15.

RETORNO DE LA INVERSIÓN (ROI)

¿Qué retorno de la inversión se considera aceptable en su empresa para proyectos de transformación digital? (Selección de 1 respuesta)



CONCLUSIONES DEL BARÓMETRO DIGITAL EN LA INDUSTRIA DEL PACKAGING:

El barómetro digital de la industria del packaging ha revelado valiosos hallazgos sobre el estado de la transformación digital en el sector, destacando el compromiso de las empresas con la implementación de soluciones tecnológicas y el cambio cultural necesario para aprovechar al máximo las oportunidades digitales.

Uno de los principales resultados del barómetro es el notable porcentaje de participantes que cuenta con un plan de transformación digital alineado con la dirección de la empresa. Esto indica una clara conciencia de la importancia estratégica de la digitalización y la disposición para llevar a cabo los cambios necesarios en todos los niveles de la organización. La combinación de soluciones tecnológicas y un cambio cultural adecuado es fundamental para garantizar una transformación digital exitosa y sostenible.

Además, se observó un alto grado de automatización de los procesos físicos. Esto refleja el compromiso de las empresas por mejorar la eficiencia, reducir costes y minimizar al mínimo los problemas de calidad.

Dicho esto, también se identifican retos importantes para el sector en su camino hacia la digitalización completa.

Uno de ellos es la eliminación del uso del papel y la implementación de procesos completamente digitales en todos los ámbitos de la cadena de valor incluyendo el flujo de información. Para posteriormente poder realizar una utilización efectiva de los datos generados. Aunque las empresas han avanzado en la recopilación de datos, se requiere de herramientas digitales y analíticas que permitan su explotación y análisis en tiempo real. La capacidad de aprovechar los datos para obtener insights valiosos y tomar decisiones informadas es fundamental para mejorar la mejora de la compañía.

Además, se identifica que aun habiendo empresas que han replanteado sus modelos de negocio aprovechando el uso las nuevas tecnologías, todavía queda margen para seguir trabajando en esta línea y ofrecer un mayor valor añadido al cliente. La capacidad de adaptarse y aprovechar las tendencias digitales será clave para mantener la competitividad en un mercado en constante evolución.

Superar estos retos permitirá a las empresas del sector aprovechar al máximo las oportunidades digitales y ofrecer un valor diferencial a sus clientes.

El **Barómetro KAIZEN™ sobre la Transformación Digital en la Industria Packaging** es promovido por **Kaizen Institute**, en colaboración con el **Packaging Cluster** y está compuesto por las principales grandes empresas del sector del packaging español, conformando el panel de este estudio. El objetivo de esta iniciativa radica en tener una perspectiva sobre el **nivel de madurez del sector en lo que a transformación digital** se refiere, así como evaluar los desafíos y limitaciones a los que se enfrentan los gestores en este ámbito.

La información se recoge a través de una breve encuesta de 15 preguntas sobre temas de actualidad en lo que a digitalización respecta.

En esta edición, es importante destacar que la transformación digital y la Industria 4.0. son ya una realidad para el tejido empresarial, sin embargo, en el sector sólo un 82 % de las compañías encuestadas reconoce que la hoja de ruta liderada por el comité de dirección esté integrada y alineada con la estrategia de la empresa.

La transformación digital ha traído consigo la democratización del acceso a datos masivos sin embargo, son muchas las empresas que no hacen un uso eficiente de los mismos.

Es habitual que las compañías se centren en la solución tecnológica, cuál es el mejor software o la mejor automatización del mercado, sin embargo, no se plantea cómo desarrollar las competencias digitales de las personas que van a utilizar esas herramientas o soluciones digitales y cómo conseguir monitorizar y actualizar con el tiempo ese desarrollo, de manera que no sea algo puntual.

En cualquier proceso de definición e implantación de sistemas de información y gestión de datos será primordial tener una estrategia del uso del dato, así como el conocimiento para explotar los mismos, que permita sacar información útil. Tan importante es conocer el algoritmo como el detalle de los procesos que generan los datos. Por eso, la transformación digital pone, una vez más, a las personas en el centro, a través de un modelo de gestión que involucre a las personas en mejorar cada día.

La involucración y colaboración de los miembros del panel determinan el éxito de esta iniciativa.

Borja Iglesias

Partner y Director General, Kaizen Institute España

Más Información

PACKAGING
X CLUSTER

KAIZEN™
INSTITUTE

KAIZEN INSTITUTE (ES)

es.kaizen.com

¡Síguenos @ LinkedIn!

KAIZEN AWARD SPAIN

<https://awards.kaizen.com/local-kaizen-awards/kaizen-award-spain/>

KAIZEN LAB

www.thekaizenlab.com

NEWSLETTER KAIZEN (Bajo suscripción)

<https://es.kaizen.com/blog.html>

ESTUDIO SECTORIAL

LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN LA INDUSTRIA DEL PACKAGING

Junio 2023

La opinión de los gestores nacionales del sector del packaging sobre la evolución de la transformación digital en su sector. Alertas, tendencias y recomendaciones.