

Tribuna

Javier López Sánchez

Director de Elara Ingenieros

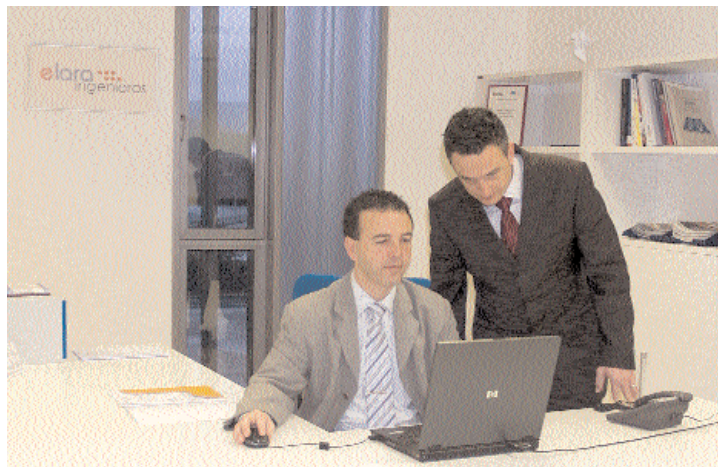
“El sector Agroalimentario necesita aumentar su productividad”

El aumento de la competencia a nivel nacional e internacional del sector agroalimentario requiere de la búsqueda constante de la innovación, de la introducción de nuevas soluciones que permitan aumentar el valor añadido de los productos al tiempo que descienden sus costes productivos.

En este sentido, para no quedarse descolgados del resto del mercado, una de las líneas de innovación cada vez más utilizada por las empresas del sector está consistiendo en hacer uso de metodologías contrastadas de mejora organizativa, que permiten aumentar sustancialmente la Productividad Industrial de las plantas agroalimentarias.

Más concretamente, las metodologías organizativas ayudan a aumentar la rentabilidad del sector agroalimentario, pues permiten optimizar variables como los estándares de calidad, los costes productivos, los stocks y los plazos de entrega.

Existen numerosas metodologías que pueden utilizarse para optimizar estas variables y, con ello, aumentar la productividad de las plantas industriales, siendo fundamental la



puesta en marcha de políticas de mejora continua, que consisten en analizar los procesos de trabajo, diseñar y desarrollar acciones para mejorarlos, revisar sus indicadores para constatar su evolución y replanificar constantemente todos los procesos.

Uso adecuado de las TIC

Si a la introducción de las prácticas de mejora continua reseñadas se une un uso adecuado de las Nuevas Tecnologías (TIC), el aumento

del rendimiento de las plantas productivas es todavía superior.

Esto se debe a que este tipo de tecnologías proporcionan información ágil y fiable de los procesos fabriles, contribuyendo a una utilización más eficiente de todos los recursos productivos. Las TIC también son muy valiosas de cara a efectuar exhaustivos estudios de trazabilidad, de seguimiento de los bienes y de las distintas etapas que conforman la cadena de producción, así como de la posterior mani-

Aumentar la rentabilidad del sector requiere hacer uso de las Metodologías Organizativas y de las Nuevas Tecnologías

pulación y entrega de los productos ya manufacturados. En definitiva, las nuevas tecnologías hacen posible un control completo y eficaz de todo el proceso productivo.

Análisis y puesta en marcha

Sin embargo, es importante destacar que no todas las empresas agroalimentarias necesitan las mismas soluciones, a pesar de trabajar dentro del mismo sector. Toda búsqueda de la mejora del rendimiento en este tipo de industrias debe tener dos etapas: una primera de análisis, que determine y estudie cuáles son los procesos de trabajo característicos de cada planta concreta y realice un diagnóstico de las acciones de mejora que pueden desarrollarse para optimizar estos procesos y hacerlos más eficientes; y una segunda que ponga en mar-

cha las acciones determinadas en el análisis previo, y que pueden concretarse en el desarrollo de metodologías de mejora de organización industrial y/o en la implantación de soluciones tecnológicas (TIC) adaptadas a las necesidades de cada empresa concreta.

En este sentido, Elara ya cuenta con la experiencia de haber desarrollado proyectos de mejora en destacadas empresas del sector agroalimentario, diseñando y desplegando proyectos que han aumentado sustancialmente su productividad industrial.

Además, el trabajo de Elara ha demostrado que aquellos proyectos que también incorporan Nuevas Tecnologías en los procesos industriales, han logrado obtener resultados todavía superiores que los que no cuentan con estas tecnologías.

Elara es el aliado perfecto de las empresas agroalimentarias a la hora de poner en marcha estas metodologías y de optimizar la productividad de sus líneas de fabricación, aumentando el rendimiento de la materia prima y la eficiencia de todos los recursos productivos utilizados.

Única empresa en Navarra especializada en análisis sensorial**Sensolab ayuda a que los productos sean “un placer para los sentidos”**

Cuando una empresa agroalimentaria promueve un producto o su adaptación, se enfrenta a un “obstáculo” muy importante resumido en: “¿gustará el resultado final a mis consumidores?”. Sólo hay un medio de averiguarlo y es el que representa Sensolab, la única empresa de Navarra que realiza análisis sensoriales. Como señalaron sus gestores, “ayudamos a las empresas agroalimentarias a que sus productos sean un placer para los sentidos”. ¿Cómo se logra ese objetivo? Mediante el análisis sensorial. Éste consiste en el examen de las propiedades organolépticas de un producto, esto es: de los atributos que son perceptibles por los órganos de los sentidos. Así, según sus promotores, “esta prueba es la única técnica analítica que permite evaluar una mues-

“Nuestros test también se aplican a medicamentos, elaborados de higiene personal, droguería o perfumería, por ejemplo”

tra dentro de un contexto real de consumo”. Por este motivo se aplica, sobre todo, en análisis de productos alimentarios y, también, en otros productos de higiene personal, perfumería, droguería o medicamentos, por citar sólo algunos ejemplos.

En ellos, “al evaluar distintas muestras o productos mediante el análisis sensorial, las estamos describiendo, comparando y estableciendo preferencias entre ellos”, apuntaron desde Sensolab. De ahí que, en función de los resultados que queramos obtener,

“Recientemente nos hemos trasladado para potenciar y mejorar el servicio y la atención que prestamos a nuestros clientes”

la prueba será realizada, básicamente, por tres tipos de jueces: el experto, el catador y el juez no iniciado o consumidor. En este último caso, en la citada empresa navarra de análisis sensorial aseguraron que “nuestros test cuidan hasta el último detalle para que los resultados que obtengan las empresas les sirvan como un complemento a su estudio de mercado”. De ahí que, añadieron, “cuidemos el número de posibles consumidores estableciendo siempre un mínimo de cincuenta personas”. Habitualmente este

tipo de exámenes entre consumidores se suele emplear para el lanzamiento de nuevos productos. Así mismo, en Sensolab quisieron recordar que estos test son muy beneficiosos para que la empresa conozca los puntos fuertes que presentan sus productos o para conocer cuáles son los aspectos que más valoran frente a los de la competencia. estudios del envase, intención de compra.

Por su parte, los análisis con expertos o catadores cualificados aportan información muy valiosa sobre su calidad, determinación de vida útil del producto. Igualmente, mediante estos test se permite detectar la influencia a nivel sensorial de modificaciones en los ingredientes o cambios en las condiciones de procesamiento. Igualmente, permite modificar ingredientes e, incluso, introducir cambios en las condiciones de

procesamiento para mejorar su nivel de percepción.

Nuevas instalaciones

Recientemente, Sensolab se ha cambiado a la calle Abejeras, de Pamplona, “para potenciar y mejorar el servicio y nivel de atención que prestamos a nuestros clientes”, dijeron en esta firma.

DATOS CLAVE

EMPRESA
Sensolab S.L.

DIRECCIÓN
Abejeras 41A, oficina 3
31007 Pamplona. Navarra

TELÉFONO
948 234 246 // 638 553 639

CORREO ELECTRÓNICO
sensolab@sensolab.net

PÁGINA WEB
www.sensolab.net