

Cerveza Digital

Autor: Bienve Fajardo

En un mundo lleno de tecnología, hemos aprendido a que todos y cada uno de nosotros tenemos que adaptarnos, evolucionar, si así se prefiere decir. Poco a poco, nos vamos acostumbrando con nuevos sistemas tecnológicos y dispositivos electrónicos que nos ayudan en nuestra vida del día a día. Ya sea con un Smartphone, una aplicación para hacer ejercicio o un dispositivo del hogar inteligente que nos recuerde las tareas que tenemos por preparar. Las inteligencias artificiales, el mundo online, hiperconectado y actualizado al segundo es una realidad muy presente.

La industria de la cerveza, tal y como la conocemos, se encuentra en un momento de crecimiento tecnológico en el que las grandes marcas tienen mucha presencia sobre el mercado. La mayor parte de ellas tienen el control absoluto de los procesos internos que llevan a cabo dentro de las fábricas y la distribución a nivel general.

Este tipo de información parece algo esencial al hablar del sector comercial, pero ¿Y si pudiéramos ir más allá?

Si pudiéramos, por ejemplo, no solo saber qué cantidad de elementos se encuentran en cada etapa de la producción, en cada transporte, en cada punto de venta, si no también poder identificar de manera única y sin error alguno cada uno de estos mismos elementos y conocer su localización en todo momento.

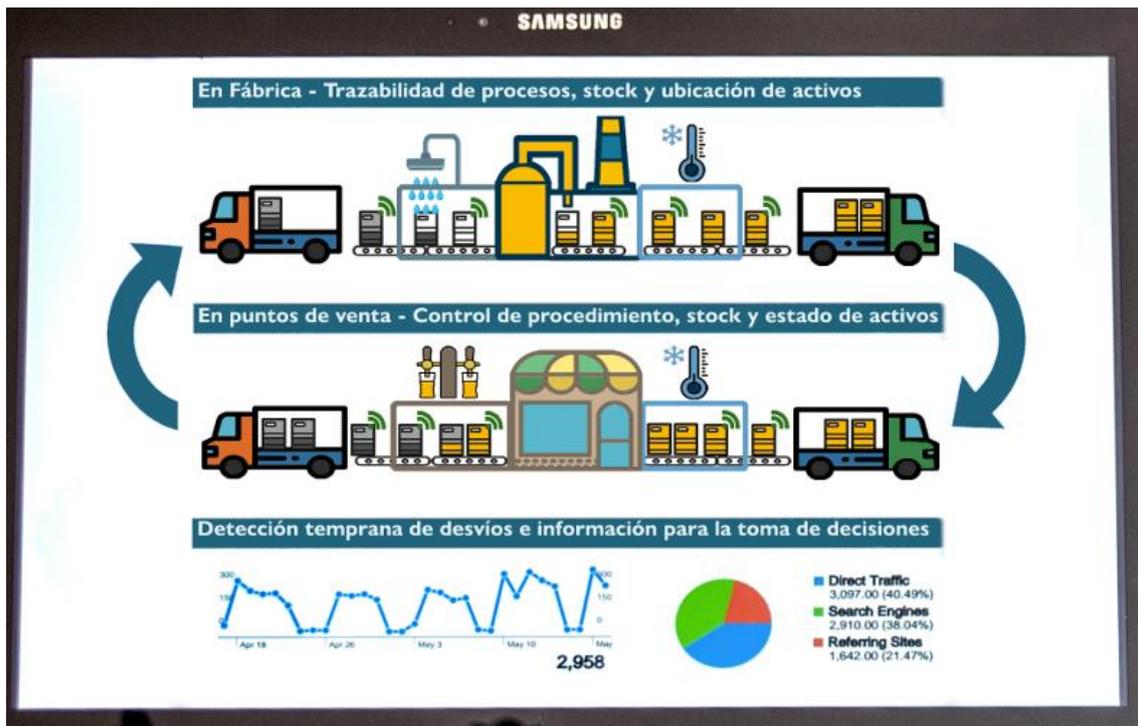
O también, cuáles de los barriles que tiene el punto de venta se encuentran llenos, vacíos o pinchados en los grifos, qué producto les queda en stock, cuál debe reponerse de inmediato, cuál es el vencimiento...

Estas características nos hacen pensar en su destino final: **El Consumidor.**

¿Y si, además, pudiéramos centrar la calidad con la que el producto llega a este consumidor? Es decir, la cantidad de días que lleva pinchado un barril al grifo o la temperatura con la que se está sirviendo la cerveza. Incluso saber cuál ha sido su estado durante toda la etapa del transporte, desde que salió de la fábrica, hasta la propia jarra.

Si se pudiera utilizar este tipo de tecnología para acercarnos directamente al consumidor final, le brindaríamos una serie de detalles e informaciones en tiempo real del producto con el fin de obtener un *feedback* sobre la propia degustación de la cerveza. Todo en tiempo real y al alcance de un dispositivo electrónico.

Lo más curioso de todo, es que esta tecnología ya existe. Una evolución de la producción que nos permite contar con cada uno de estos beneficios en todo momento y en cualquier lugar del mundo.



Hoy en día, existe una solución tecnológica que utiliza elementos de hardware y software de última generación que permiten recolectar una inmensa cantidad de información y datos que ayudan a las empresas cerveceras en la transformación digital de sus procesos. Esta evolución implica un alto valor agregado en la producción y distribución, como así también, en su imagen de cara al consumidor final.

Mediante una potente plataforma en la nube, se centralizan, gestionan y procesan todos los datos de los distintos puntos de control, proporcionando la información precisa y en tiempo real sobre la ubicación, estados, alertas y alarmas de desvío, fecha y hora de cada etapa, entre otros muchos elementos.

Ahora mismo, vivimos en una época en la que la tecnología ayuda enormemente a la industria, logrando así, curiosamente, volver a una época artesanal en cuanto al cuidado y dedicación de elementos tan importantes como el control de calidad, seguimiento y feedback del producto.

Este tipo de tecnología nos hace tener el dominio total sobre nuestro producto. Un ejemplo de esta tecnología la hemos podido ver gracias a **BeerWay**, una plataforma de trazabilidad y control de procesos creada por la empresa *Software Madrid*.

En este proyecto, hablamos con **Leonardo Leiva**, director de IT en *Software Madrid* para que nos contara de primera mano su funcionamiento:

“Gracias a la identificación por radio frecuencia, las etiquetas inteligentes con registro de temperatura incorporado y también a los dispositivos IoT, o Internet de las cosas, podemos localizar en todo momento el producto, su estado y actuar en consecuencia al contar con una detección temprana de desvíos si ocurre algo inesperado. Hasta el propio consumidor final podrá leer a través de su teléfono móvil, cada una de las características de la cerveza que se está tomando, algunos datos reales sobre su elaboración y distribución y dar así un valioso feedback para todos los que forman parte de la cadena de venta.”

Todo esto, es el resultado de la mezcla antes mencionada entre Hardware + Software que hacen de esta tecnología algo único para controlar en todo momento el producto que se quiere vender.

Si queremos hablar del “Artesano tecnológico” no podemos dejarnos sin mencionar a las aplicaciones. Son un elemento cotidiano de nuestro día a día, queramos o no, los teléfonos móviles forman parte de nosotros. Vivimos en una sociedad conectada,

multimedia y en constante uso de tecnología. Nosotros mismos damos feedback sobre restaurantes, marcas, lugares y productos que compramos o probamos para que los demás sepan más sobre ello. Aunque la parte más importante, es la propia información que se transmite al creador del producto.



Este feedback logra recoger todo lo que ocurre en la cadena de venta, desde su llegada a la tienda y las condiciones en las que se conserva, hasta la opinión final de la persona que decide tomar el producto (en este caso, la cerveza).

Con esta tecnología, se logra dar toda la información al consumidor final, creando en él una sensación de transparencia total sobre el producto que está consumiendo. Esto implica que la tecnología se ve como un valor añadido para la empresa.

¿El fin de todo ello? Volver a una época más artesanal por así decirlo. Tener todo bajo control desde el primer proceso, una vez sale de la fábrica y acaba en las manos del consumidor final.

Las primeras dudas que pueden surgir son las de las ventajas, coste y rentabilidad de un cambio tecnológico de estas medidas.

¿Las ventajas de esta tecnología?

Leonardo nos contaba: “Es como vender tu cerveza a 20 clientes gracias al control absoluto que tienes sobre el producto. Todo se hace más sencillo a la hora de localizar lotes individuales, barriles específicos y las características de cada uno. Es básicamente, ser un artesano tecnológico de la cerveza”.

¿El coste de implementar todo ello?

Gracias al enorme crecimiento y evolución constante de la tecnología estamos en un momento en el que la relación coste-beneficio es tan favorable que nos permite ofrecer un servicio de calidad a un precio asequible para cualquiera. La masificación tecnológica ayuda a que un sistema como el propuesto por BeerWay sea accesible y rentable a corto y largo plazo.

“Además, muchos cerveceros con los que hablamos nos preguntan siempre por el sistema que usamos. Les preocupa si tendremos que cambiar todo su sistema para introducir la plataforma de trazabilidad y control de procesos. Y no, una de las características principales de esta plataforma es que se integra con cualquier sistema que la empresa ya disponga. Lo que nos permite esta tecnología es que no existan barreras y creemos que es algo que lo hace único en el mercado.” – Nos comentaba Leonardo al hablar sobre la forma en la que se implanta el sistema en las empresas. Además de nutrir la Plataforma con información de varias fuentes, pueden configurarse alertas y alarmas tanto por fallos en el procedimiento como por tiempos máximos permitidos en cada etapa del proceso. Este sistema de avisos y alarmas permite una intercomunicación entre creador-comerciante-vendedor que otorga muchas ventajas comerciales e incluso de competencia en el mercado. Se puede avisar al puesto de venta de que al barril solamente le queda un día más para seguir pinchado al grifo, o que uno de los lotes de cervezas que han podido dejarse olvidados están a punto de caducar y deben devolverse a la fábrica.

La información, en vivo y directo, es clave para estar al tanto en un mercado lleno de competencia y empresas a la última en tecnología. Cada uno se diferencia a su manera, ya sea con marcas “Premium”, un tipo de botella diferente, sabores o incluso su marca como tal. Pero en un mundo hiperconectado como este, es la tecnología la que marca la diferencia. Estar modernizado significa estar en lo más alto, estar en boca de todos.



Hablamos también con Eliana Marioli, Sales Manager en Software Madrid:

“Esta herramienta, tiene mucho valor para una marca, ya sea lanzando una nueva línea de producto, un estudio de mercado o, como mencionamos antes, una línea Premium.

Esto se debe a que el consumidor final, cuando lea la etiqueta de la botella o simplemente seleccione en una web o app la cerveza que está tomando, podrá obtener toda la información del producto e interactuar con ella en las redes sociales.

Esta herramienta permite conocer información muy valiosa sobre hábitos de consumo, pudiendo saber en tiempo real, no solo el producto que se consume y que aceptación tiene, sino también, preferencia por zonas, perfil de usuario, calidad de servicio en los distintos comercios, entre otras. Esto no solo ayuda a la masificación y publicidad directa del producto por parte propia del consumidor, sino que además ayuda a las empresas a crear o redireccionar campañas de Marketing con información cien por ciento actualizada. Nosotros les damos la tecnología y ellos, la disfrutan.”