Agrifood AT participa en el IoT Solutions World Congress

El internet de las cosas, la transformación digital y sus aplicaciones prácticas en la industria fueron protagonistas de la tercera edición de este congreso internacional que tuvo lugar en Barcelona el pasado mes de octubre.

Los pasados 3, 4 y 5 de octubre se celebró en Fira de Barcelona la tercera edición del IoT Solutions World Congress (IoTSWC). Se trata de un congreso internacional centrado en el internet de las cosas –Internet of Things (IoT) –, en el que participan empresas tecnológicas de gran prestigio, pertenecientes a diferentes áreas. Microsoft, Google, Accenturedigital, Huawei, Intel, CISCO, SAP, SAS, Orange, Telefónica, HP y Nokia son algunas de las que estuvieron presentes esta edición.

Agrifood Alternative Technologies (Agrifood AT) también participó, por segundo año consecutivo en este importante evento, como empresa tecnológica centrada en la transformación digital dentro de la industria agroalimentaria de producción animal, y con una importante orientación hacia soluciones de IoT como Feed Delivery, Atlantis Smart Manure, Porphyrio o Dynamics 365, entre otras.

El congreso fue todo un éxito, y así lo avala la participación de 240 empresas y los más de 13.000 visitantes de 114 países diferentes, lo que ha supuesto un crecimiento del 30 % y del 40 % con respecto a las cifras del año anterior, respectivamente.

¿Cómo afectan estas nuevas tecnologías a los negocios y a la toma de decisiones empresariales?

El IoT se basa en la interconexión digital de objetos con internet, de manera que en todo momento y en tiempo real podemos conocer su ubicación física, su estado (encendido, apagado), sus lecturas (valores que genera), su situación de *stock*, etc.

Toda esta información generada se envía a internet, donde se almacena en bases de datos que se pueden consultar desde diferentes dispositivos (ordenadores, *tablets* o *smartphones*) con acceso desde plataformas *cloud* o a través de *apps*.

A partir del dato original, ya registrado en las aplicaciones, se puede trabajar con él a diferentes niveles:

1 Crear alarmas en función de unos valores umbrales establecidos, que interaccionen a través de SMS, *mails* o mensajes dentro de una aplicación para advertir de ciertas acciones que se deberían tomar.

2 Realizar el análisis de los datos obtenidos para obtener datos más complejos resultado de la interacción de la información original con otros datos relacionados con ellos, obtenidos de forma manual o automática, como datos complementarios, registros históricos o con datos esperados o teóricos. El resultado de estos análisis conformará informes más o menos complejos de *business intelligence* (BI).

3 Como parte de ese BI, se pueden crear índices (Key Performance Indicators o KPI) que de forma directa o indirecta proporcionen información clara y precisa sobre el estado de las explotaciones, producción, situación económica (pérdidas/beneficio), etc.

4 Con toda esta información se pueden crear representaciones en forma de tabla o gráficos, o como indicadores unitarios, que de una forma muy rápida y visual aporten información de interés para la toma de decisiones empresariales.

Tenerlo todo implementado y estandarizado va a permitir dar un paso más allá para entrar en una nueva dimensión como el cálculo de previsiones, análisis de tendencias y planificaciones de procesos.

La industria agroalimentaria no puede obviar estas oportunidades que brinda la tecnología. Desde la mejora en la generación, almacenamiento y procesamiento de los datos generados por nuestra actividad, hasta el uso de sensores, pasando por el análisis detallado de toda esta información.

La tecnología actual y la transformación digital permiten dar un salto cualitativo enorme en la gestión de nuestros procesos productivos. Es decisión de cada empresa en función de su situación, recursos y objetivos, el implementarla o no, pero el no hacerlo supone asumir las limitaciones que vamos a tener en nuestro negocio y la desventaja que puede ocasionarnos el que nuestros competidores sí lo hagan.

Las empresas deben posicionarse de la mejor manera posible frente a la transformación digital y la innovación tecnológica, y en caso de creer en ellas y en las ventajas que les van a aportar, iniciar cuanto antes el camino para implementarlas. Para incorporar dicho cambio a su ADN empresarial deben crear estructuras propias o apoyarse en terceros. Las empresas deberán acostumbrarse al hecho de que el cambio y la innovación han llegado para quedarse, y responder con agilidad a los nuevos retos que ello supone. ●

Stand de Agrifood AT en el IoTSWC.

Un momento del desarrollo del congreso.

Texto e imágenes: Jorge Gonzalo
Agrifood Alternative Technologies