



Pick&Pack cierra su primera edición en Barcelona superando sus expectativas de asistencia

El evento reunió en tres días a 7.094 congresistas y profesionales que han podido descubrir las tendencias e innovaciones en packaging e intralogística

La sostenibilidad, sinergias entre robots y trabajadores, optimización de procesos gracias a la tecnología y talento han sido los temas centrales de Pick&Pack 2020

El Congreso Nacional de Packaging 4.0 y el European Intralogistics Summit 2020 han marcado la hoja para la industria a través de casos de éxito e innovaciones

Barcelona, a 17 de febrero de 2020 – Pick&Pack, el evento de innovación en packaging e intralogística que reunió a más de 7.000 congresistas y visitantes profesionales durante tres días de toda la península ibérica, y que dejó un impacto económico de 11 millones de euros para la ciudad de Barcelona, cerró el pasado viernes sus puertas dejando como deberes a la industria el foco en la sostenibilidad, el talento y las nuevas tecnologías para mejorar su competitividad. El evento sirvió de escaparate para las más de 150 firmas expositoras que presentaron sus soluciones en procesos, fabricación, nuevos materiales, impresión y toda la cadena de suministro, además de a más de 180 expertos en el Congreso Nacional de Packaging 4.0, coorganizado con el Packaging Clúster, y el European Intralogistics Summit 2020. Ambos congresos presentaron las tendencias e innovaciones en packaging e intralogística que deben empezar a tener en cuenta industrias como la de la alimentación, farmacéutica y cosmética, automoción, moda o gran consumo, entre muchas otras.

“Estamos muy satisfechos de esta primera edición. Hemos convertido Barcelona en el centro neurálgico del packaging y la intralogística y gracias a todos los asistentes y ponentes hemos empezado a dibujar el mapa del sector para los próximos años, donde la innovación, la tecnología y la sostenibilidad van a jugar un papel trascendental”, ha señalado **Marina Uceda**, Event Manager de Pick&Pack.

La evolución tecnológica, la exigencia de la sostenibilidad y el crecimiento de la economía han llevado a que hablemos de la industria del packaging como un gigante a nivel mundial inmerso en continuos cambios y con numerosas oportunidades de negocio desde el punto de vista estratégico. Así pues, el evento reunió a marcas líderes como Viastore, Universal Robots, Kuka, Control Pack, DS Smith, Enplater Group, Hinojosa Packaging Solutions, JHernando, J2Servid, Jungheinrich, Macsa Id, Modula, Murrelektronik, NC Solutions, Trébol Group, UBS en un espacio

en el que pudieron presentar sus novedades para transformar la industria con soluciones disruptivas. Además, un espacio interactivo coorganizado con Global Lean, mostró en vivo y en directo cómo la tecnología se aplica en toda la cadena de suministro con una recreación de diferentes soluciones tecnológicas aplicables en Supply Chain.

La industria pide a la administración una mejor regulación del reciclaje

La sostenibilidad ha sido uno de los grandes protagonistas de estos tres días de celebración de Pick&Pack, dadas las nuevas regulaciones que tendrá que empezar a poner en práctica la industria, así como la alta demanda por parte del consumidor final, fenómeno que ha sido un imperativo a tener en cuenta en cuanto a producción para cualquier industria. Mientras la visión de la UE es que *“a partir del 2030 absolutamente todos los envases sean reciclables o reutilizables, pero sobre todo que sean reciclados”*, según compartió en el congreso Ferran Tarradellas, representante de la **Comisión Europea** en Barcelona. Además, apuntó que *“vamos a desarrollar sistemas de responsabilidad extendida para que las empresas sean las propias responsables de que el material de sus productos sea reciclado y/o reutilizado”*. Por su lado, la industria reclamó que no hay una comunicación suficiente sobre el reciclaje al alcance de la industria y del consumidor final, y que se recicla mal en la mayoría de los casos, instando a la administración pública a regular mejor las políticas en materia de reciclaje para que iniciativas que ya se están llevando a cabo por parte de la industria, se hagan extensibles a otras y se favorezca a las que apuestan por impulsar una industria sostenible. En este sentido, **Pere Coll**, director de I+D+i en Enplater, afirmó que *“estamos yendo muy deprisa, en este círculo nuestros clientes buscan soluciones, la ley está allí, nosotros buscamos soluciones, hacemos presiones a los recicladores para que los puedan reciclar, pero no hay nada concreto. Hace falta que las administraciones se muevan y conocer el futuro del reciclaje”*. El debate sirvió para presentar estrategias como la de **Nestlé**, enfocada en mejorar la calidad de vida y contribuir a un futuro más saludable con estrategias industriales con el propósito de impulsar una gestión responsable de los recursos naturales en sus procesos industriales.

En línea con la innovación y la investigación, Pick&Pack ha puesto sobre la mesa el valor estratégico del packaging y el reto de la sostenibilidad. **Álvaro Quintanilla**, partner en Loop, ha señalado que *“cada semana se anuncia un nuevo material para sustituir el plástico nunca se había investigado tanto en el mundo industrial y del packaging como ahora”*. Por su parte, **Victoria Ferrer**, directora general en Gremi de Recuperació de Catalunya, ha querido poner nombre al problema: la *‘circularidad’*. Ferrer, señaló que *“en España, la bolsa biodegradable ha evolucionado bastante. Ahora tenemos dos tipos de compostables: el normal y el anaeróbico. Lo que para unos es una solución y un avance, para otros -los que estamos al final de la cadena y que tenemos que reinsertar eso en la economía circular-, es más complicado. Básicamente tenemos un problema: la circularidad. La solución pasa por envases monomateriales, de fácil solución y con un sistema de recogida actual que premie más la calidad que la cantidad”*.

Por su parte, **Amaya Prat**, directora de I+D+i & Sostenibilidad del Grupo Ametller insistió en *“trabajar conjuntamente para que los materiales sustitutos del plástico sean realmente la solución”*.

La oportunidad de la robótica y las nuevas tecnologías para la industria y para las personas

El otro gran debate que se dio del 12 al 14 de febrero en Barcelona durante la celebración de Pick&Pack fue cómo la robótica y la automatización de procesos están influyendo en los puestos de trabajo de la industria, con datos como los del estudio del Foro Económico Mundial, en el que se prevé la creación de 58 millones de empleos para 2022 gracias a la robótica y la inteligencia artificial. Así, la formación de los trabajadores y el talento han sido protagonistas en los congresos, con visiones como la de **Iago Rodicio**, de Parsec Automation, quien ha señalado que *“allá donde llegan las personas no llega la inteligencia artificial. Y allí donde llega la inteligencia artificial no llegan las personas.”* En este sentido, se recalcó en la formación como elemento clave para el desarrollo de la industria, ya sea formando a los propios trabajadores o a través de talento más capacitado que se incorpore en las organizaciones. **Genís Roca**, fundador de RocaSalvatella, insistió en la necesidad de introducir cuanto antes cambios en nuestros equipos, estrategias y procesos, dado que solamente con tecnología “no lo conseguiremos”.

Un ejemplo de la evolución y las nuevas exigencias es el sector de la moda. El modelo de negocio del mundo de la moda está cambiando a un ritmo imparable. Las principales empresas textiles ya están dedicando sus esfuerzos en lograr un sistema logístico integrado que asegure la coordinación y optimización de todos los procesos que afectan a su cadena de suministro. **Dora Casal**, directora ejecutiva en Roberto Verino, ha querido mostrar el caso de esta reconocida firma y remarcar que hay que creer en la digitalización, *“pero sin olvidar el trato humano por encima de todo. Hemos trabajado la microcolección basándonos en la experiencia del cliente. Hacemos un seguimiento diario de todas las tiendas, cada 15 minutos somos capaces de ver el número de ventas de cada tienda. Aunque nuestra producción es más cercana, todos debemos tomar medidas para que toda la producción vuelva a ser de proximidad”*.

Una de las grandes preguntas que han sido punto de debate en Pick&Pack es ¿pueden ser los robots los mejores aliados para los trabajadores? La robótica colaborativa, a través de los ‘cobots’, será clave en el mercado laboral del futuro para la optimización de procesos. **Javier Represas**, CEO de Kala Investments, no cree sin embargo que estemos preparados para esta robotización. *“La realidad aumentada nos hará vivir, sentir, etc de otra manera totalmente distinta a la actualidad. Esto significará un gran cambio en la industria. Viviremos con los robots, pero estamos muy poco preparados.”* Por su parte, **Engelbert Rodríguez**, de TGW Logistics Systems, cree que *“la tecnología y la automatización nos han cambiado. Han ido quitando trabajos repetitivos, peligrosos... Se puede pensar que se eliminan puestos de trabajo, pero a la vez, se crean de nuevos más especializados y más formados”*.

Por otro lado, **Mila Chávez**, de AE Spain, ha señalado que *“cuando se digitalizan y conectan cada pieza de las operaciones de entrega, la automatización y la optimización se convierten en juego de datos o lo que es lo mismo, la orquestación de procesos. De ahí la importancia de desarrollar apps que permitan entender qué está pasando en cada punto de la cadena logística de una manera rápida y ágil”*.



Tres días de smart packaging, intralogística e innovación

El Congreso Nacional de Packaging 4.0 y el European Intralogistics Summit 2020 han puesto en valor durante tres días cómo la industria del packaging quiere liderar un cambio de modelo para dar respuesta a los retos actuales en el marco de la sostenibilidad. Además de cómo incorporar a los proveedores y a los clientes en la estrategia de creación de valor compartido en packaging. Unas jornadas que han dejado claro que la gestión del e-commerce con soluciones de packaging e intralogística siguen siendo un reto al que la industria está buscando la fórmula del éxito para poder dar respuestas con valor a sus clientes.