

LA SOSTENIBILIDAD ESCALA POSICIONES COMO GENERADOR DE VALOR PARA LAS EMPRESAS DEL SECTOR CONSUMO Y RETAIL

- **The Overview Effect presenta un informe sobre los desafíos sociales y medioambientales que afrontan estas compañías**
- **El documento destaca el papel de la innovación en la creación de un sistema alimentario que impulse la regeneración de ecosistemas y ofrezca a los consumidores productos seguros y saludables**
- **La clave radica en pasar de una visión marcada por la gestión de riesgos y el cumplimiento regulatorio a una visión transformadora del modelo de negocio**

Madrid, 10 de octubre de 2022.- The Overview Effect, la compañía de Minsait especializada en impulsar la innovación y el desarrollo sostenible de las empresas, acaba de presentar el informe [Cambio de Perspectiva](#), donde analiza los desafíos que afronta el sector consumo y retail en materia de sostenibilidad vinculados a los ámbitos social y medioambiental. Desafíos que, explica su CEO, Nacho Rivera, “son también grandes oportunidades para la transformación hacia un sistema alimentario que reduzca el daño ambiental, impulse la regeneración de ecosistemas y ofrezca a los consumidores productos seguros y saludables que garanticen su bienestar”.

Entre los retos identificados en el documento cabe mencionar el 26% de emisiones procedentes de alimentos que producimos y consumimos, el 30% de emisiones generadas por cambios en el uso del suelo o el 8,4% de muertes provocadas por la obesidad en todo el mundo. Retos que provocan cambios en los hábitos de consumo y conducen a las empresas del sector a “ofrecer en el lineal productos más sostenibles y saludables”, sostiene desde The Overview Effect, siendo necesario evolucionar no sólo estos artículos, sino también la experiencia de compra en tienda. Para la filial de Minsait, compañía de Indra, es importante pasar de una visión marcada por la gestión de riesgos y el cumplimiento regulatorio a una visión transformadora del modelo de negocio, entendiendo la sostenibilidad como otro elemento generador de valor para las marcas.

Consumo responsable en diez pasos

The Overview Effect identifica en su informe diez pasos para que el sector consumo y retail transite hacia un modelo económico más sostenible:

- Cohesión territorial y empoderamiento del sector primario.
- Producción sostenible y regenerativa.
- Alimentación segura y saludable.
- Empleo y cadena de valor ética.
- Economía circular y desperdicio alimentario.
- Trazabilidad.
- Concienciación al consumidor.
- Descarbonización.
- Pesca sostenible y protección de ecosistemas marinos.
- Biodiversidad y regeneración de ecosistemas.

Alineadas con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y más allá de servir como marco global de actuación común, estas pautas, considera Nacho Rivera, “deben abrir a las empresas la oportunidad de generar valor en las mismas, identificando áreas de innovación muy concretas donde estas puedan ser generadoras de soluciones a retos globales a través de sus modelos de negocio”.

Iniciativas en marcha

“Uno de los grandes cambios necesarios para impulsar la transformación hacia la sostenibilidad consiste en comprender que es posible crecer económicamente y generar impacto positivo. La relación entre crecimiento económico y sostenibilidad es cada vez más clara y las compañías que no integren este principio en su modelo tendrán grandes dificultades para existir en el futuro”, sostiene Nacho Rivera, quien estima que “las grandes soluciones en el sector del consumo y del retail se van a crear en los próximos años y se hará desde una perspectiva innovadora y sistémica”.

El trabajo de The Overview Effect se centra en identificar nuevos modelos de negocio sostenibles que ayuden a las empresas a llegar a una nueva generación de consumidores y a incrementar el valor diferencial del producto final.

Entre sus iniciativas destaca Renatura, la plataforma digital que conecta a las empresas interesadas en hacer proyectos de regeneración con las organizaciones que los ejecutan sobre el terreno con el fin de incentivar la conservación de la biodiversidad y la riqueza socioeconómica de las zonas abordadas.

Otro proyecto de The Overview Effect es Carbon Positive, una herramienta que ayuda a las áreas de negocio a diseñar nuevos productos sostenibles. Entre otras capacidades, permite analizar los procesos de diseño de producto y realizar simulaciones para incentivar la toma de decisiones antes del lanzamiento de nuevos productos y packaging.

Acerca de Minsait

Minsait (www.minsait.com) es la compañía de Indra líder en transformación digital y Tecnologías de la Información. Minsait presenta un alto grado de especialización y conocimiento sectorial, que complementa con su alta capacidad para integrar el mundo *core* con el mundo digital, su liderazgo en innovación y en transformación digital y su flexibilidad. Con ello, enfoca su oferta en propuestas de valor de alto impacto, basadas en soluciones end-to-end, con una notable segmentación, lo que le permite alcanzar impactos tangibles para sus clientes en cada industria bajo un enfoque transformacional. Sus capacidades y su liderazgo se muestran en su oferta de productos, bajo la denominación Onesait, y su oferta transversal de servicios.

Acerca de Indra

Indra (www.indracompany.com) es una de las principales compañías globales de tecnología y consultoría y el socio tecnológico para las operaciones clave de los negocios de sus clientes en todo el mundo. Es un proveedor líder mundial de soluciones propias en segmentos específicos de los mercados de Transporte y Defensa, y una empresa líder en transformación digital y Tecnologías de la Información en España y Latinoamérica a través de su filial Minsait. Su modelo de negocio está basado en una oferta integral de productos propios, con un enfoque end-to-end, de alto valor y con un elevado componente de innovación. A cierre del ejercicio 2021, Indra tuvo unos ingresos de 3.390 millones de euros, más de 52.000 empleados, presencia local en 46 países y operaciones comerciales en más de 140 países.