

Nestlé reconocida por su transformación digital y su apuesta por nuevas tendencias nutricionales

El I Observatorio de Innovación en Gran Consumo en España, elaborado por el Institut Cerdà, ha otorgado un doble reconocimiento a la Compañía por su innovación



De las 20 innovaciones que el Observatorio ha seleccionado de un total de 200 proyectos, Nestlé es la única compañía que ha obtenido dos reconocimientos.

Uno de ellos ha sido para el **“Digital Acceleration Team” (DAT)** por su capacidad de transformar digitalmente a la Compañía. El informe destaca la contribución del Equipo de Aceleración Digital al sector como ejemplo de planificación y ejecución de un proceso de cambio cultural y como muestra de la evolución de una gran organización

hacia una estructura de trabajo en red y más dinámica. Entre sus funciones, el DAT coordina la actividad de los consumidores en los más de 40 perfiles sociales de la Compañía y acelera proyectos digitales de las diferentes marcas de Nestlé España. Además, lleva a cabo diversos programas de formación. Por un lado, forma a especialistas digitales y mandos intermedios con dos intensivos meses de formación teórica y práctica. Por otro lado, también imparte periódicamente diferentes actividades formativas destinadas al resto de empleados. Desde su puesta en marcha, el DAT ha formado a más de 450 empleados incluyendo tanto formación digital genérica como planes más completos de formación específica para colectivos concretos.

GARDEN GOURMET elegido como producto innovador



Por otra parte, la gama GARDEN GOURMET también ha recibido un reconocimiento por haber dado respuesta a las nuevas tendencias nutricionales del consumidor que, cada vez más, prefiere platos sin base de proteína animal.

El 17% de los españoles se identifica con la opción flexitariana*, es decir, que sigue una dieta basada en el consumo de verduras, frutas, legumbres y cereales, con la inclusión de carne y pescado solo de forma ocasional y el 43% reconoce haber reducido el

consumo de carne roja o ni siquiera haberla probado.

En esta línea, el I Observatorio de Innovación de Gran Consumo en España, en el que han participado 14 expertos independientes, pone de relieve que la gama GARDEN GOURMET ha logrado integrar, por primera vez, los platos preparados con base de proteína vegetal en los lineales de las grandes superficies no especializadas en alimentación ecológica o vegetariana.

* Datos del III Observatorio Nestlé sobre Hábitos Nutricionales y Estilo de Vida las Familias.

El I Observatorio de Innovación en Gran Consumo en España ha seleccionado las innovaciones más relevantes que dan respuesta a los diez principales retos que ha identificado en el sector Gran Consumo: Digitalización, Gestión eficiente y responsable de la cadena de suministro, Modelos de distribución *e-commerce*, Compra y distribución omnicanal, Productos para nuevos segmentos o Innovación social, entre otros.

Precisamente entorno al reto de Innovación Social, se plantea la necesidad de que las empresas generen empleo y riqueza, pero también valor social y bienestar en los territorios donde operan. En esta línea, el informe hace mención especial al “**Plan NESCAFÉ**” como ejemplo de iniciativa global para apoyar la agricultura sostenible del café y ayudar a los cultivadores de café a afrontar los problemas del sector. Un plan en el que la Compañía invertirá 500 millones de francos suizos entre 2010 y 2020.

Más información:

- [Sobre el DAT](#)
- [Sobre GARDEN GOURMET](#)
- [Sobre “Plan NESCAFÉ”](#)