Consentio cierra su primer año con éxito

Consentio, que tiene como objetivo optimizar el proceso de venta de productos del sector hortofrutícola y agroalimentario, ha detectado entre enero y diciembre un aumento del 713% de las transacciones en su plataforma. La compañía, con sede en Barcelona, espera alcanzar este año un volumen de 450,000 toneladas de frutas y hortalizas procesadas dentro de la plataforma e incorporar a 15.000 empresas adicionales.

La plataforma digital Consentio, que tiene como finalidad agilizar y optimizar el proceso de venta de productos del sector hortofrutícola y agroalimentario, **ha cerrado su primer año de actividad con más de 5.000 empresas registradas y más de 95.000 referencias de productos**. De cara a 2021, Consentio prevé **aumentar un 300% su volumen de negocio y alcanzar las 450,000 toneladas de frutas y hortalizas procesadas dentro de la plataforma.**

La 'start-up', con sede en Barcelona, ha detectado un **aumento del 713% de las transacciones en su plataforma entre enero y diciembre de 2020**, lo que lleva a la compañía a afrontar el 2021 con muy buenas expectativas.

En este sentido, de cara al nuevo ejercicio Consentio **espera incorporar a 15.000 empresas más a su plataforma, entre productores y supermercados, la mitad de ellas en dos mercados en los que se ha introducido recientemente, Reino Unido y Estados Unidos**, según ha explicado el cofundador de Consentio Benoît Vandevivere. “Estamos teniendo una buena acogida y esperamos superar el 35% de nuestro volumen global a finales de 2021 en estos países”, ha añadido.

Consentio ha apostado por expandirse en Reino Unido tras identificarle como uno de los países “más innovadores en la industria de perecederos y más maduro que el resto de los territorios europeos”, según Vandevivere. Además, el contexto “cada vez más complicado para comercializar entre Reino Unido y Europa” supone una oportunidad para la tecnología y, gracias a Consentio, “se podrán minimizar los retos que plantea el Brexit a la hora de exportar e importar alimentos perecederos”.

En el caso de Estados Unidos, el consejero delegado de Consentio ha destacado que, “además de ser un mercado abierto, es uno de los más grandes del planeta, diez veces más grande que el de España” y los agricultores estadounidenses han mostrado “un gran interés por la digitalización para aumentar la eficiencia de su canal de venta y de todo el sector”.

En el marco de su **estrategia de internacionalización**, Benoît Vandevivere ha señalado que **también han recibido peticiones desde México y Perú**, quienes “quieren optimizar sus operaciones con países en los que ya estamos presentes, como Francia y España”.

El primer año de actividad de Consentio ha estado marcado por la pandemia de la Covid-19, que

ha generado “nuevas oportunidades” y “ha contribuido a cambiar la percepción sobre lo digital, que puede en cierta medida hacer frente a situaciones límite y a nuevas necesidades”. Vandevivere ha destacado que el sector de los productos de Km0 y de proximidad ha vivido un auge durante el periodo más crítico de la pandemia, ya que “muchas empresas han optado por ofrecer productos locales a los supermercados y comercios de la misma zona geográfica”. En este sentido, Consentio ha detectado en su plataforma que este tipo de productos “ha crecido cerca del 75% durante el 2020”.

Reducir el desperdicio de alimentos frescos

Consentio también nació con el **objetivo de contribuir a reducir el desperdicio de alimentos frescos** que se produce entre la recolección y el punto de venta, y facilitar a los agricultores y supermercados las herramientas adecuadas para llegar a nuevos mercados y evitar estas pérdidas. El cofundador de Consentio ha destacado que, gracias a la plataforma, los usuarios “han podido reducir entre un 15 y 20% el desperdicio de alimentos”, lo que representaría “una reducción aproximada de 28,75 toneladas de CO2”.

La plataforma digital, que ha incrementado su plantilla en un 25%, ha lanzado recientemente **Consentio Pro**, una versión tecnológica avanzada que permite a los clientes automatizar e incrementar las ventas en un 30%, reducir sus gastos administrativos hasta en un 50% y eliminar casi el 100% de los errores en sus pedidos. “Con esta nueva versión queremos reforzar nuestro posicionamiento como la herramienta digital que facilita el comercio y reduce el desperdicio alimentario, que representa una pérdida de 11 millones de euros para el sector en España”, ha concluido.