

TENDENCIAS E INNOVACIÓN 4.0 EN EL SECTOR DE LA ALIMENTACIÓN

Observatorio de Tendencias de Negocio

20 Junio_ 2017



complejidad

Evolución de la industria



1.0

Generación de vapor
Primer telar mecánico



2.0

Producción en cadena
Energía eléctrica
Primera cadena de montaje



3.0

Mayor nivel de automatización
Electrónica y TI



4.0

Sistemas Ciber-físicos
Industria y productos inteligentes
Internet of Things and Services
Hiperconectividad
Big data

1800

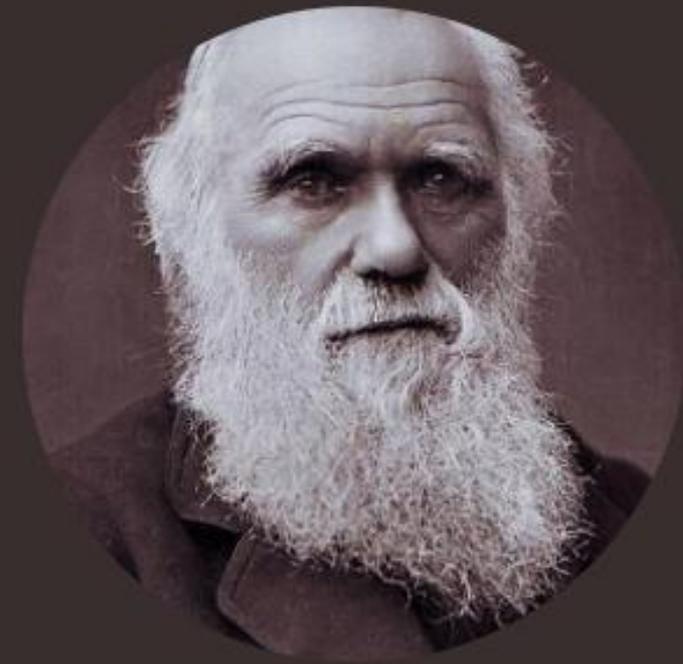
1900

1980

2000

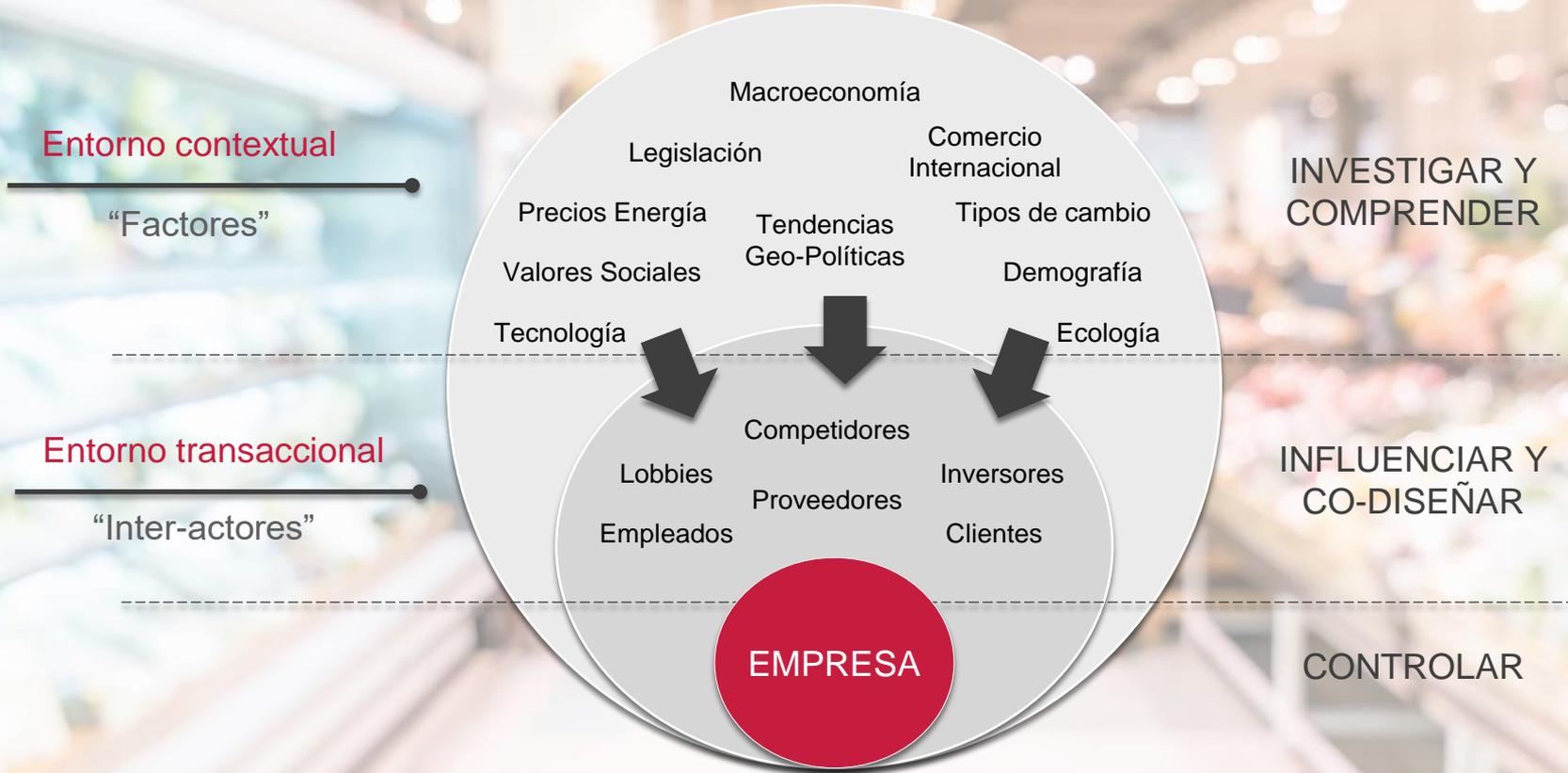
tiempo





“
Las especies que sobreviven no son las
más fuertes, ni las más rápidas, ni las
más inteligentes; sino aquellas que se
adaptan mejor al cambio
— Charles Darwin —

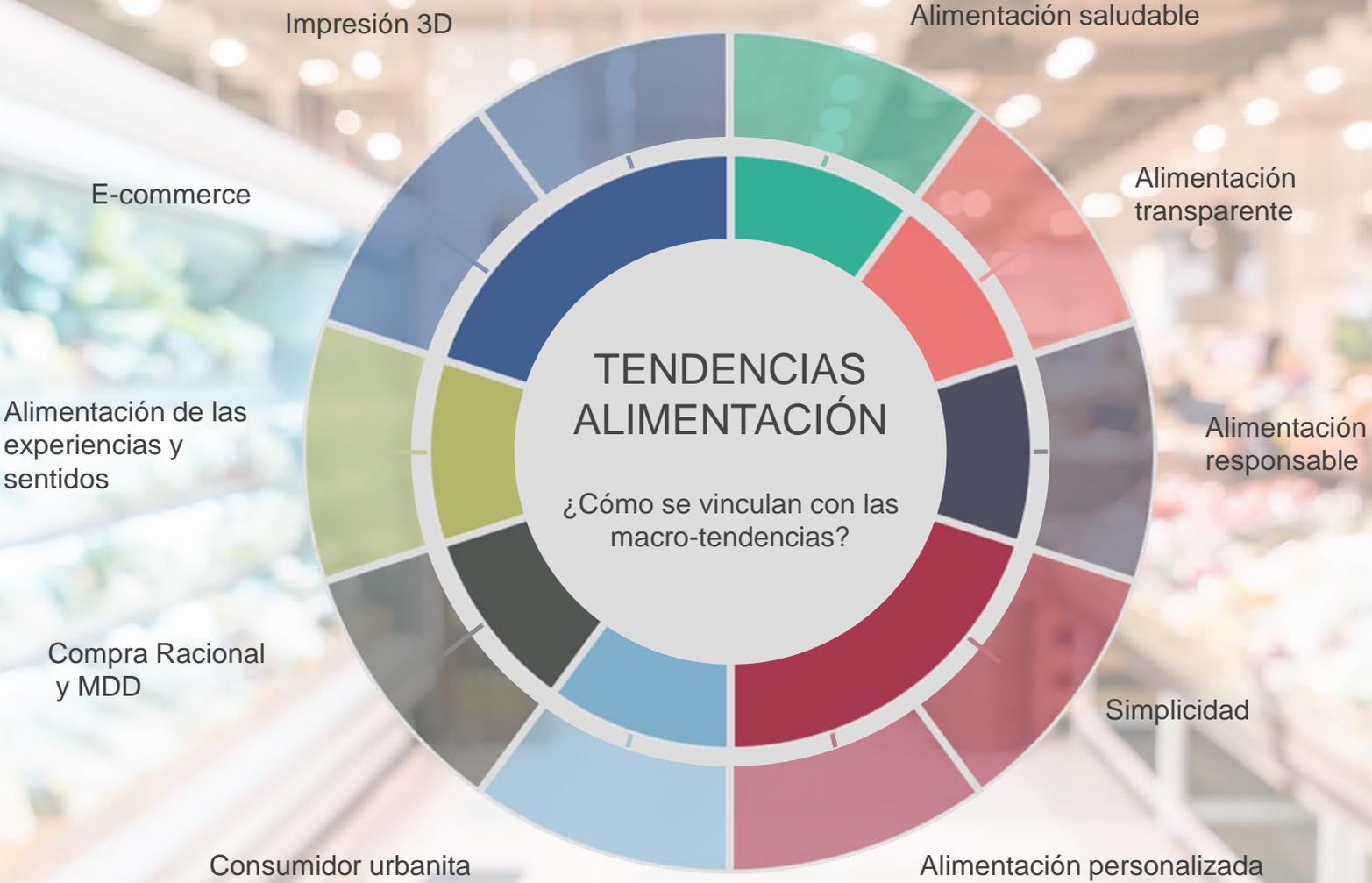
LOS CAMBIOS Y LA EMPRESA



ENTORNO CONTEXTUAL: MACROTENDENCIAS



TENDENCIAS Y TOMA DE DECISIONES



GENERACIÓN MILLENNIALS

Entre 22 y 34 años

MAYOR NIVEL DE EDUCACIÓN

- 41%** Poseen estudios universitarios
- 37%** Declaran un alto nivel de inglés
- 54%** Interesados en iniciar un negocio propio

Suponen el **18,4%** de la población española

93%
Tiene móvil

54%
Tiene perfiles en redes sociales

75%
Antepone sus valores

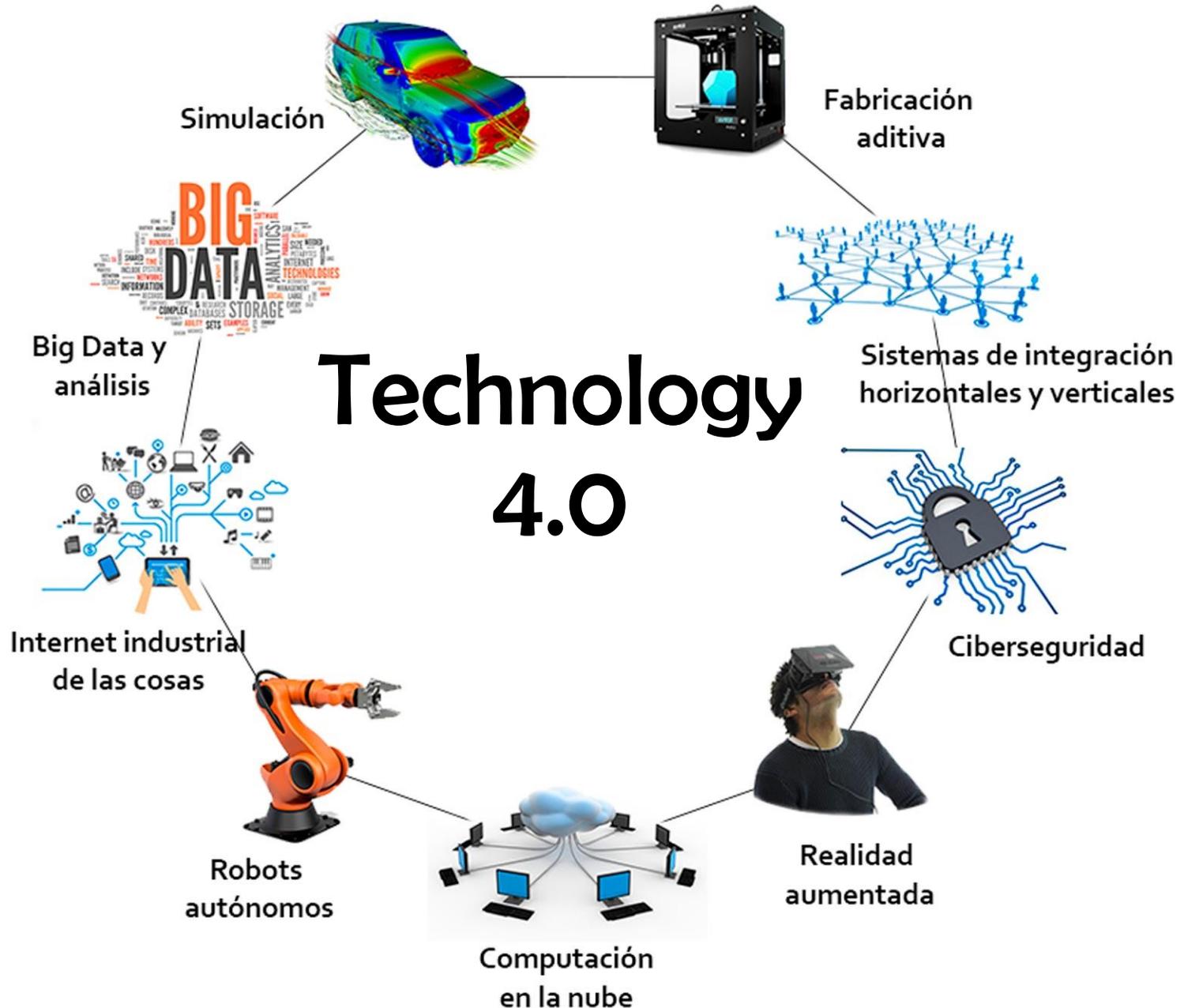
61%
Preocupación por temas medioambientales





GENERACIÓN Z

Con menos de 20 años



Impresión 3D

Alimentación saludable

E-commerce

Alimentación transparente

Alimentación de las experiencias y sentidos

Alimentación responsable

Compra Racional y MDD

Simplicidad

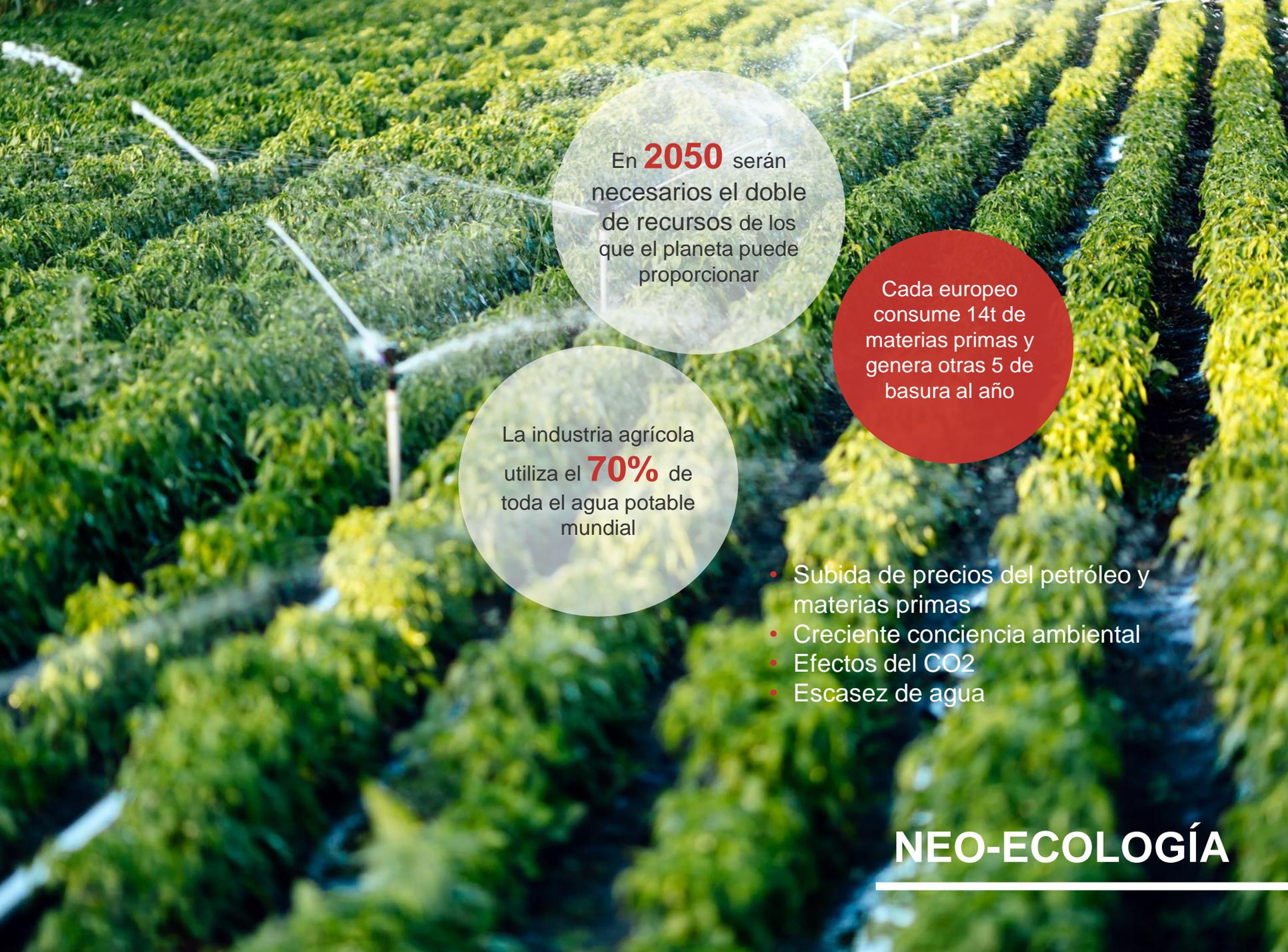
Consumidor urbanita

Alimentación personalizada

TENDENCIAS ALIMENTACIÓN

¿Cómo se vinculan con las macro-tendencias?





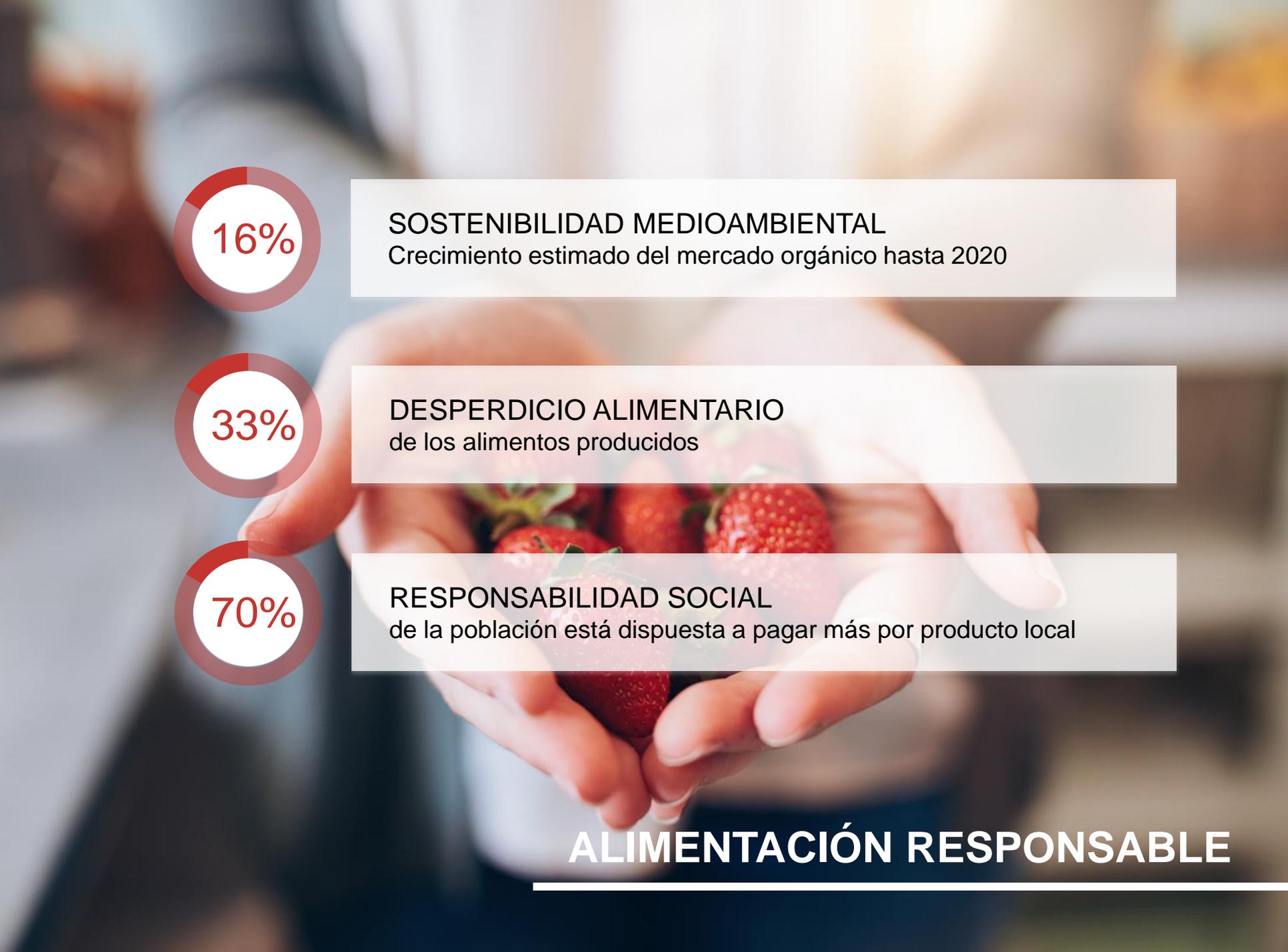
En **2050** serán necesarios el doble de recursos de los que el planeta puede proporcionar

Cada europeo consume 14t de materias primas y genera otras 5 de basura al año

La industria agrícola utiliza el **70%** de toda el agua potable mundial

- Subida de precios del petróleo y materias primas
- Creciente conciencia ambiental
- Efectos del CO2
- Escasez de agua

NEO-ECOLOGÍA



16%

SOSTENIBILIDAD MEDIOAMBIENTAL
Crecimiento estimado del mercado orgánico hasta 2020

33%

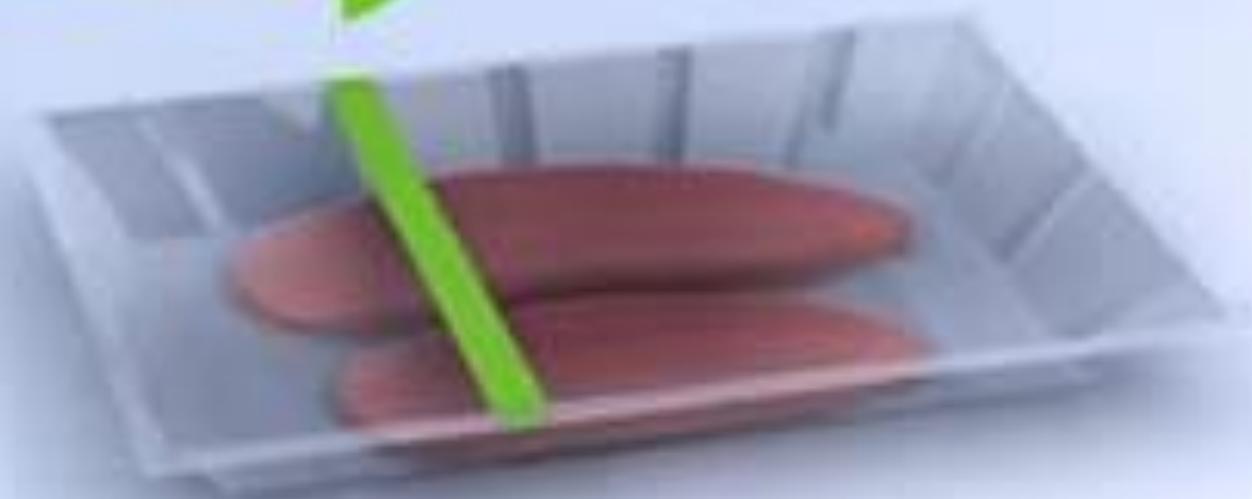
DESPERDICIO ALIMENTARIO
de los alimentos producidos

70%

RESPONSABILIDAD SOCIAL
de la población está dispuesta a pagar más por producto local

ALIMENTACIÓN RESPONSABLE

BACTOALARM



TOAST REAL ALE

The Beer Made From Leftover Bread



FOCO EN SALUD

A person in athletic wear is stretching on a wooden deck. They are wearing a white t-shirt, dark shorts, and black sneakers. They have a blue smartwatch on their left wrist, white earbuds, and a smartphone attached to their right leg. The background is a bright, outdoor setting with a railing.

CAMBIOS DEMOGRÁFICOS

Envejecimiento
de la población

CAMBIOS CULTURALES

- Importancia de la imagen
- Ecología

NUEVOS HABITOS DE VIDA

- Prevención frente a cura
- Inversión en salud

34%

sufre intolerancias
alimentarias

El **11%** de la
población infantil
tiene problemas
de obesidad

Sólo el **34%**
considera que tiene
una dieta
saludable

De los productos lanzados
al mercado:

8% *gluten free*
7% *sin lactosa*

ALIMENTACIÓN SALUDABLE



Suggestions from your photo

Eggs

Bacon



Fried Eggs

2 Each

180 cals



Bacon

2 Pieces

89 cals



Entre **2015-2050** la población urbana mundial crecerá un

62%

A mayor población, más tiempo de viaje al trabajo

Más del **80%** de la población vivirá en ciudades en 2050

La jornada laboral media es de 39,5 horas semanales

CAMBIOS DEMOGRÁFICOS



2007-2012

Incremento

17%

consumo platos
preparados

6/10

comen fuera de
casa

Se cocina menos:

17%

Plato único

CONSUMIDOR URBANITA



NIWA

Connected to the Cloud



Connected to the Phone



Hydroponic System



Water level Control



Heater System



Smart Lighting System



Ventilation System



Humidity Control



CONOCIMIENTO

Entre **2000** y **2015** el **Banco Mundial** invirtió **40.000 millones \$** en educación

Los dispositivos móviles han aumentado el **acceso a la información** y el **conocimiento**

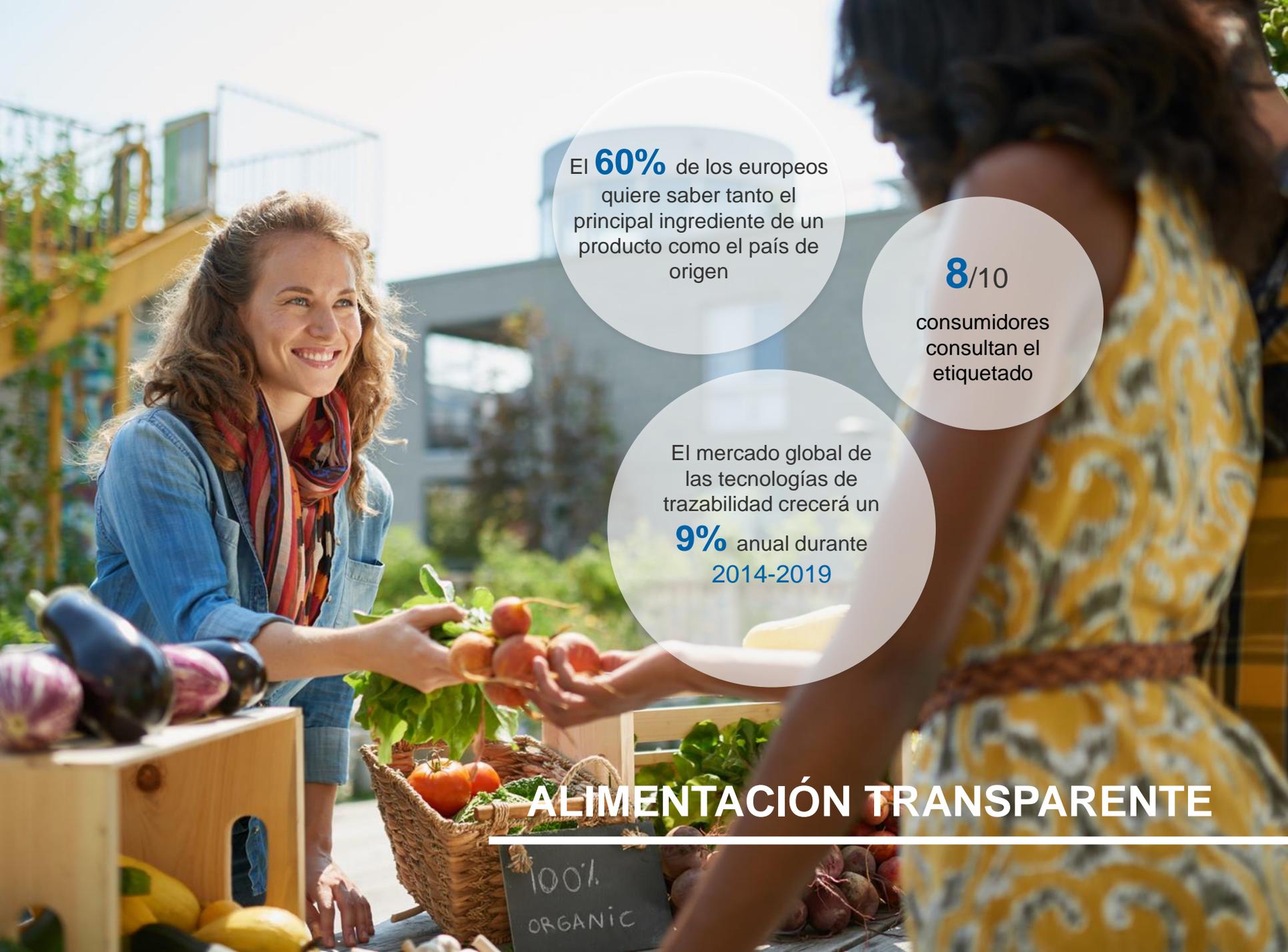
Nuevas formas de colaboración:

- **Inteligencia acumulada**
- **Intercambio de conocimientos**

Suben los niveles educativos a nivel mundial:

En **2015** la tasa de matriculación alcanzó el

93%



El **60%** de los europeos quiere saber tanto el principal ingrediente de un producto como el país de origen

8/10

consumidores consultan el etiquetado

El mercado global de las tecnologías de trazabilidad crecerá un **9%** anual durante 2014-2019

ALIMENTACIÓN TRANSPARENTE

DNA Trax

Códigos de barras unívocos a partir de ADN

Evita la pérdida de la información una vez que se haya destruido el envase.





A top-down view of a white ceramic plate, a clear glass, and a silver fork with a yellow handle, all resting on a light-colored wooden table. The plate is the central focus, with a circular callout in the middle. To the left, another circular callout is positioned over the glass. A third circular callout is located in the bottom right corner, partially overlapping the plate and the table. The background is a light-colored wooden surface with visible grain and some wear.

Priorización de la **autorrealización** en las sociedades occidentales

Los hogares **unipersonales** españoles se han cuadruplicado hasta alcanzar los 4,4 millones

Necesidad de **expresión individual**

INDIVIDUALIZACIÓN



La **personalización de las recomendaciones online** genera:

- **100%** más en frecuencia de compra
- **25%** más en valor de compra
- **25%** más en conversión a compras

La **personalización de los productos online en tiempo real** genera:

- **80%** de aumento en ventas
- **20%** de aumento medio de la cesta de compra
- **33%** en reducción de devoluciones

ALIMENTACIÓN PERSONALIZADA



TOASTEROID





FRESH & EASY

picked and mixed for only €3.5



FRUITS & VEGGIES

to drink, to sip, to enjoy!



1 MAKE A SELECTION FOR ENJOY!



2 SEE THE NASTY
SMILE THE NASTY!



3 ENJOY YOUR
SMOOTHIE!



4 ENJOY YOUR
SMOOTHIE!
NASTY!



Coca-Cola freestyle.



SIMPLICIDAD

El **80%** de consumidores considera la “**simplicidad**” con el primer criterio a la hora de comprar

Un **63%** pagarían más por una experiencia más simple

Las reducciones de SKUs se traducen en un **aumento de ingresos**

MANIFESTACIONES Y EJEMPLOS



REDUCCIÓN DEL Nº DE REFERENCIAS

- Reducción en el número de referencias que ayudan en la decisión de compra

Super Trader Joe's
Coca-Cola (Zero, Light)
Häagen-Dazs (Five)



SIMPLIFICACIÓN DEL PROCESO DE COMPRA

- Comprar pulsando un botón en base a tus hábitos de compra
- Dispositivos para reducir tiempo de localización de producto

Red Tomato Pizza
Evian (smart drop)
Amazon Dash Button
Phillips & Carrefour



PRODUCTOS DE FÁCIL PREPARACIÓN

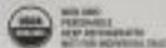
- Soluciones fáciles y sencillas para elaborar una comida

Pots (Knorr)
Cóctel en cápsulas (SmartDrink)
Juicero (Organic Avenue)

JUICERO

CHOPPED
Sweet Greens

apple
baby spinach
pineapple
kale
lemon



100% PURE
100% ORGANIC
100% NON-GMO

FRESH CHOPPED PRODUCE
FOR MAKING COLD-PRESSED JUICE



NET WEIGHT 10 OZ (283 g)





Jeudi 24 Mai
14h > 15h

valider




evian
evianchinois.com



Alcanzará los
2.000 millones
de personas en
2030

Surge la **clase
media** en los
países BRICS

**GLOBALIZACIÓN Y CRECIMIENTO
ECONÓMICO**

La **MDD** se posiciona como marca propia

50% cuota de mercado en España

Mayor presencia **MDD**

0,1% cuota de mercado de la MDD en los países occidentales

Incremento promociones **MDF**

Reducción **GAP PRECIOS** entre **MDD/MDF**

COMPRA RACIONAL Y MDD

Un produit vous manque ?
On vous le livre en 1h*

LIVRAISON

Adresse de livraison



Vos produits préférés

Carrefour a sélectionné pour vous les meilleurs produits : boissons, épicerie, fruits & légumes, produits frais, tout y est !



Livrés où vous voulez

De 9h à 22h* à Paris et Lyon

* Sous réserve des créneaux disponibles.



Quand vous voulez

Dans 1 heure ? Pour le dîner ? Choisissez un créneau de livraison de 30 minutes et suivez votre livraison en temps réel.

*à compter de la fin de la préparation de la commande (effectuée en 30 mn maximum) et sous réserve du créneau disponible.

Livraison réalisée pendant les horaires d'ouverture du magasin (qui prépare la commande)



Kräuter

ECONOMÍA DEL COMPARTIR Y EXPERIENCIAL

La experiencia del
cliente será el
diferenciador clave
de toda marca

86%
consumidores
pagarían más por una
mejor experiencia

La economía del
compartir puede
alcanzar los
110.000
millones \$

53%
españoles está
dispuesto a
compartir

Una buena
**Customer
Experience:**

- Mayores ingresos
- Mayor lealtad
- Mejor publicidad
"Word of mouth"

23%

usuarios de
Instagram sube
fotos de
comida

El boom de las
redes sociales
permite **compartir
experiencias**

ALIMENTACIÓN DE LAS EXPERIENCIAS Y LOS SENTIDOS

Selfie Bottle



TASTE THE FEELING

HELLMANN'S

RECIPE RECEIPT

Hellmann's turns your receipt into a personalized recipe combining the products you just bought

CHALLENGE Most people still think mayonnaise is only good for sandwiches. And even though Hellmann's has been successfully teaching new uses to consumers, one challenge still remained: the point of sale.

IDEA If the consumer buys Hellmann's at the supermarket, the software in the cash register detects it and starts matching it with other purchased products, printing a personalized recipe itself.

Chicken with vegetables

Spaghetti with tuna cream sauce

Beef steaks with cheese

RESULTS

The software was installed in around 100 cash registers at the St Marche supermarket chain, for over three months. In the first month alone, the sales increased 44% and thousands of recipes were printed, teaching people how to use Hellmann's to prepare salads, meats, sauces, pastas and even sandwiches.



WATCH THE VIDEO: SHAKELIKEASCROLL.COM/RECIPE RECEIPT



TECNOLOGÍA Y CONECTIVIDAD



En **2030** la penetración de internet en Europa y USA será del **95%** (68% en 2013)

25% de los españoles tiene móvil

65% utiliza el Smartphone para comprar

IMPRESIÓN 3D



Mercado mundial
de impresión 3D en
2018

13.000
millones \$

14%

del mercado 3D
es de productos
de consumo





SINGULAR
bread



ALIMENTOS GELATINIZADOS

Se convierten en menús completos individualizados



100%
Aumentará la compra online de alimentos entre en **2017** y **2021**

Entre un **52%** y un **63%** de los millennials planea comprar algún producto online

Los usuarios que paguen mediante móviles aumentarán de **16** a **70** millones hasta **2019**

E-COMMERCE

MANIFESTACIONES Y EJEMPLOS



PLATAFORMAS E-COMMERCE

- Minimizar intermediación

Portal Hermeneus Alimentación
Google Express



APP'S

- Para mejorar la salud
- Para combatir alergias e intolerancias
- Para facilitar el proceso de compra

Grocery IQ
Intolerapp
Shopping Leeks
Instacart
Delivery Hero



NUEVAS TECNOLOGÍAS EN EL MARKETING

- Tecnología watermarking en sus campañas

Mahou



DISPOSITIVOS TECNOLÓGICOS

- Para mejorar la salud
- Para facilitar el proceso de compra
- Para conciliar gastro ocio y salud

NutriRay3D
Tesco's Interactive Virtual Grocery Store
Goceries (MasterCard & Samsung)
ProjectNourished



CAMBIOS EN LOS FORMATOS DE DISTRIBUCIÓN

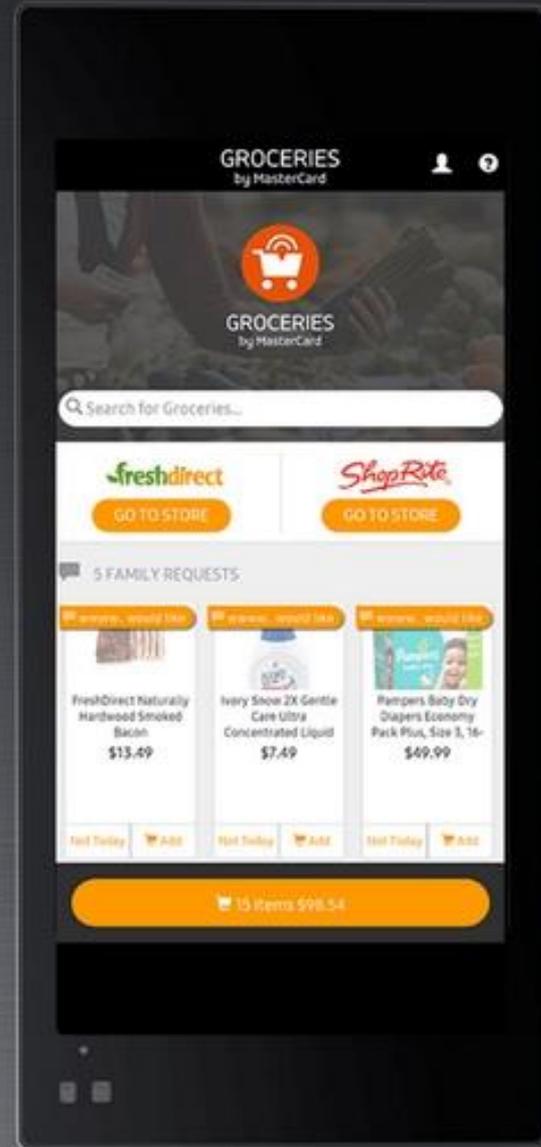
- Reparto de comida con geolocalización
- Nuevos canales para llegar al cliente

Uber Eats
Kirei (Pescanova + Kabuki)

SAMSUNG



GROCERIES
by MasterCard





*Les MEILLEURS
COMMERÇANTS et artisans de
PARIS livrés CHEZ VOUS
en moins d'une heure*

Saisissez votre adresse

[voir les épiciers](#)



INTRODUCING
amazon go



Gracia Cicuéndez

gcicuendez@camaravalencia.com



Cámara
Valencia