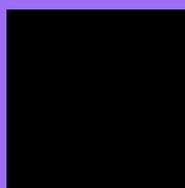
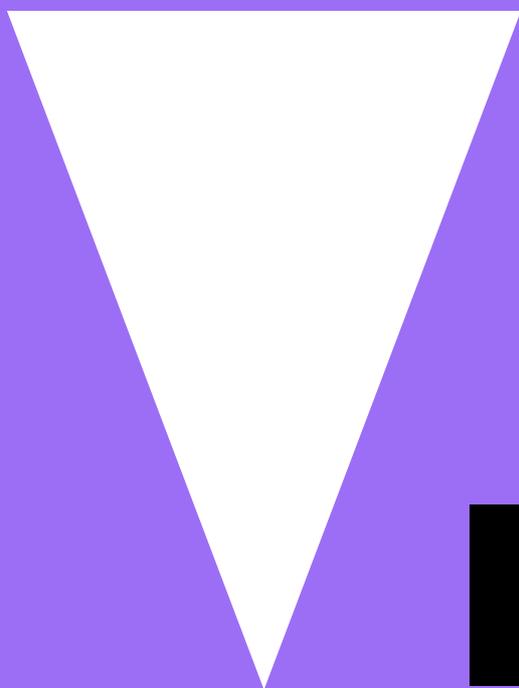


Oportunidades

FOODTURE



7 min de lectura

V.

Oportunidades

Escenarios de oportunidad para la innovación y el negocio alimentario

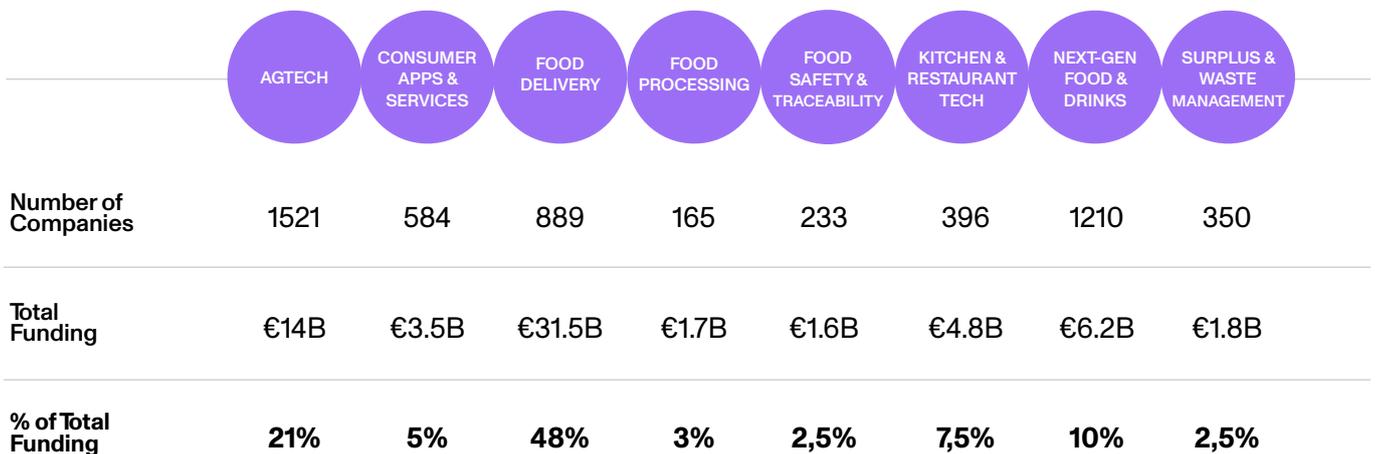


Un contexto de cambios es un mar de oportunidades. Un contexto en el que destaca el papel estratégico del sector en la economía y empleo, un sector donde atraer inversión y talento y aprovechar los cambios profundos que se están produciendo en el comportamiento de la ciudadanía para evolucionar y transformarse.

Qué se mueve y hacia dónde van los nuevos negocios en torno a la alimentación

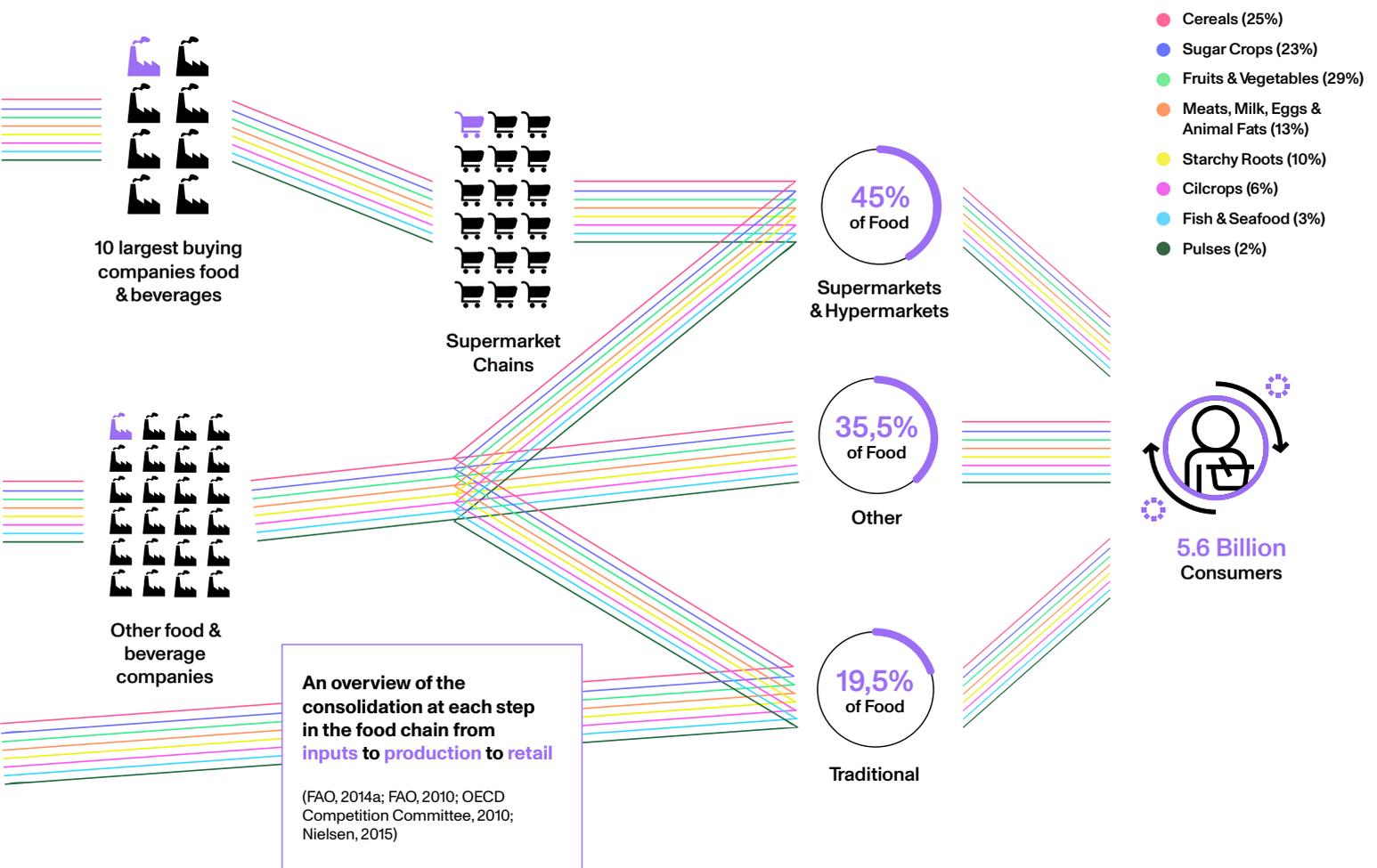
En los últimos años, el 4% de las compañías de semillas y granos ha estado controlando el 90% del comercio. Esto podría llegar a tener un impacto negativo en la seguridad y sostenibilidad, dado que cada vez menores cantidades de variedades de semillas están siendo cultivadas y la biodiversidad se ve afectada. (DW, 2017)

GLOBAL FOODTECH STARTUP AND SCALEUP COMPANIES FUNDING BREAK-DOWN BY CATEGORY



Oportunidades

Por otro lado, el 10% de las compañías de Alimentación y Bebidas controlan el 40% de la cuota de mercado, y siguen persiguiendo aumentar su influencia en el sector. (Clapp 2019). Las decisiones que toman impactan fuertemente en la dirección que la industria agroalimentaria toma, y son capaces de influenciar en las políticas gubernamentales. Las colaboraciones que hacen en materia de innovación con startups benefician a ambas partes, permitiéndoles desarrollar una propuesta de valor más ambiciosa, y continuar creciendo y evolucionando juntos.





—Ignacio Muñoz
ANGULAS AGUINAGA

Poner a nuestro consumidor en el centro de todo lo que hacemos va a ser clave para innovar y hacerlo de una manera relevante. Además, que nuestras empresas ganen tamaño es también fundamental para ser competitivos y tener músculo para poder invertir no sólo en lo que toca hoy, sino en construir el futuro a medio largo plazo y dar así respuesta a los cambios tan importantes que se están produciendo en nuestra sociedad.

Salud es el gran negocio: un negocio de más de 2 trillones de dólares. Los crecimientos esperados en los próximos años se centran en el sector de la salud y el bienestar, que en el 2020 atrajo 45 operaciones públicas y más de 100.000m€ de inversión. Un sector que, según datos de El Referente, ya supera las 400 startups. Y donde las grandes compañías siguen invirtiendo con éxito: Unilever ya tiene más de 1 billón anual de ventas de productos con base vegetal. Las compañías de servicios de **food delivery** no dejan de crecer y expandirse. Algunas de las industrias top están adquiriendo otras empresas para expandir su alcance y adquirir nueva infraestructura para servir a nuevos mercados. El otro movimiento que se observa en este tipo de empresas es que entran en el mercado puro de retail y empiezan a pilotar nuevos canales físicos de venta (grocery stores), un ejemplo de la gran adaptabilidad que muestran para entender cómo llegar a su clientela, ya que el valor de transacción es el servicio no tanto el producto. El mercado de las empresas de food delivery es un mercado muy atomizado que ha crecido enormemente, y que está en pleno periodo de consolidación y creciente concentración de players.

Los negocios de e-commerce están soportando a las organizaciones de sus cadenas de suministro que han sido impactadas financieramente por la Covid 19. Este soporte viene de la mano de servicios de pago más avanzados, ofreciendo descuentos y reduciendo los costes de almacenamiento. Muchos de estos negocios de comercio electrónico están experimentando presión para capitalizar la creciente demanda, mientras que aseguran estabilidad financiera de las empresas que sirven a estas plataformas e-commerce. Esta relación beneficia a ambos ya que de lo contrario no podrían seguir siendo actores de venta en los momentos más críticos que ha supuesto para los shoppers las restricciones de movimiento por la COVID 19.

Estos son los principales

territorios de oportunidad para

las empresas alimentarias, que

abren el debate hacia cuáles

serán las principales cuestiones

sobre las que tendrán que pensar.

Y los principales ejes sobre los

que tendrán que actuar.

Concepto innovador

Mitte

Danone Venture

...han desarrollado un dispositivo inteligente para los hogares que purifica y mejora el agua de red, ofreciendo una selección de cartuchos con diferentes niveles de minerales naturales, que permite a las personas personalizar su agua de forma sostenible. A través de una app se pueden monitorizar la calidad, obtener insights de los consumos y comprar cartuchos. A priori un potencial competidor, se ha aliado con Danone contribuyendo así al crecimiento del mercado del agua.

#1 Oportunidad: Sistemas circulares y eficientes

Empresas y soluciones de cero o bajo impacto ambiental

Una industria alimentaria eficiente en el uso de los recursos, que busca retener el mayor valor a la vez que minimizar al máximo el impacto ambiental de la cadena de suministros de alimentos. Empresas sostenibles que generan beneficios económicos y para el planeta.

Principales líneas de oportunidad

- 1.1. Materia prima: nuevas fuentes, nuevos ingredientes, nuevos alimentos...a precio competitivo.
- 1.2. Revalorización de biorresiduos: conversión en bioplásticos, ingredientes, etc.
- 1.3. Materiales de envasado: gestión circular (reutilización, reciclado, compostaje), materiales alternativos al plástico, envases comestibles.
- 1.4. Reducción de desperdicio: gestión de materia prima, automatización de procesos, generación y gestión de datos.
- 1.5. Circuitos cortos de abastecimiento de materia prima, comercialización y logística de la última milla.

Insight: claves para la acción

- Nuevas fórmulas para dar respuesta a la demanda de conocer el “verdadero coste” de la producción de alimentos: evidencias de credenciales ambientales.
- Formación e información: ilustrar conceptos abstractos como “huella de carbono” para que las personas entiendan el impacto de sus acciones e influir en su comportamiento.

Concepto innovador

Nestle Mindful Chef

Nestle ha adquirido el productor de kits de comida Mindful Chef en noviembre 2020 para mejorar sus propuestas D2C, ofreciendo un rango de comidas a través de un servicio de suscripción. La experiencia y el soporte de Nestle les ha dado así la oportunidad de construir sobre un éxito existente, para hacer de la alimentación saludable algo fácil y accesible a más personas. En definitiva, promoviendo la disponibilidad y la conveniencia de productos de alimentación saludables.

#2 Oportunidad: Alimentación de precisión “Foodomics”

Nuevo enfoque integral de la alimentación y la nutrición

Un sector capaz de ofrecer productos y servicios adecuados y cada vez más a medida de las necesidades de salud y bienestar de los individuos, a través de la generación y de compartir datos. Con el objetivo de promover el cambio y la optimización de un comportamiento dietético beneficioso para la salud y la calidad de vida de las personas, y actuar de forma preventiva ante enfermedades. La alimentación como un servicio holístico para la salud física y mental.

Principales líneas de oportunidad

- 2.1. Servicios de monitorización y captura de datos sobre el estado de salud de las personas.
- 2.2. Nutrición de precisión para grupos poblacionales con requerimientos específicos.
- 2.3. Formulaciones funcionales para abordar los nuevos riesgos derivados del estilo de vida.
- 2.4. Soporte, capacitación e incentivación de un estilo de vida saludable.
- 2.5 Democratización de productos con funcionalidad y premium.

Insight: claves para la acción

- Las empresas que incorporan características excepcionales de seguridad e higiene en sus productos y servicios, y comunican sus beneficios, construirán una imagen de marca segura y de confianza. Un activo intangible clave para el éxito en el mercado actual.
- Identificar atributos por los que los consumidores están dispuestos a pagar, que puedan justificar y dar más valor a los productos premium.
- La Inteligencia Artificial y el análisis de datos para una nutrición personalizada que se adapta a estilos de vida individuales.

#3 Oportunidad: Industria resiliente e inteligente

Inteligencia de negocio dirigida por datos

La crisis ha servido para medir la digitalización de las empresas y su capacidad para afrontar parones de producción, demoras, suministros fluctuantes... La digitalización es una apuesta por una industria más eficiente, inteligente y segura.

Concepto innovador

FoodLogiQ

Ripe.io

IBM Food Trust

...han desarrollado un sistema enfocado a conectar los datos de monitorización de producto a lo largo de cadena de suministro alimentario a través de diferentes proveedores de tecnología. En concreto, se ha testado el cumplimiento de una serie de estándares normativos para la cadena de suministro de productos pesqueros, para posibilitar unas retiradas de producto más rápidas y eficientes. Una solución de trazabilidad basada en datos con interoperabilidad de tecnologías para crear una cadena de suministro más robusta, transparente y resiliente.

Principales líneas de oportunidad

- 3.1. Seguridad alimentaria y salud. Prevención y gestión eficiente de potenciales riesgos y riesgos emergentes. Seguridad y salud laboral de la plantilla.
- 3.2. Automatización: procesos y cadena de suministro "de bajo contacto" humano.
- 3.3. Fabricación avanzada: eficiencia de operaciones y procesos de la industria alimentaria.
- 3.4. Sistemas de trazabilidad integrales como elemento crítico en la gestión de la cadena de suministro.
- 3.5. Generación y gestión de datos a lo largo de toda la cadena de suministro, que faciliten la toma de decisiones y conecten a todos los agentes relevantes, desde el productor a la clientela final.

Insight: claves para la acción

- Utilizar la potencia de los datos para promover una inteligencia de negocio que revierta en valor económico para la empresa y valor añadido para el cliente (personalización de productos, mejora de experiencia de cliente, etc.)
- Comunicación creativa y transparente para generar confianza en una cadena alimentaria segura e íntegra.

Concepto innovador

Wonderflow

Lavazza

Wonderflow está especializada en el análisis de feedback de cliente utilizando Inteligencia Artificial para convertir los insights del consumidor en insights accionables. Junto a Lavazza, Wonderflow analizó los comentarios de la clientela con los que generó insights para 6 departamentos de Lavazza, a la vez que se hizo un análisis de competidores para entender la posición de la empresa en el mercado. El objetivo era ofrecer la mejor experiencia a la clientela de Lavazza, optimizando su estrategia de desarrollo de producto, la comunicación externa y el servicio al cliente, a través de la rapidez y simplicidad de la plataforma y la generación de insights.

#4 Oportunidad: Experiencia de cliente multicanal

Una experiencia on-offline sin fisuras y de valor

La economía de la experiencia ha entrado en una nueva dimensión donde será clave diseñar un servicio integral y de conveniencia para la compra y el ocio en el ámbito alimentario. Donde la clientela se mueva cómodamente, tenga la inmediatez que demanda, y obtenga un valor añadido y una experiencia que le fidelice y que va más allá de la mera adquisición de productos y servicios.

Principales líneas de oportunidad

- 4.1. Nuevos momentos de consumo experienciales en el hogar.
- 4.2. Inteligencia de cliente: espacios off-online para recopilar datos que ayuden a mejorar la experiencia y a la personalización de productos/servicios.
- 4.3. Nuevos modelos de negocio Business2Consumers.
- 4.4. Experiencias que promueven la interacción entre marca y consumidor en mundos virtuales (fidelización, posicionamiento...)

Insight: claves para la acción

- Una nueva conveniencia basada en soluciones y servicios más que en productos, teniendo en cuenta qué consideran como conveniencia tus diferentes perfiles de clientela.
- Cultura de “24 horas”, un nuevo nivel de flexibilidad para adaptar los productos y servicios actuales y ofrecer nuevas soluciones para los diferentes horarios que maneja tus clientela.

Concepto innovador

Flying SpArk

Ikea

Flying Spark descubrió una proteína natural extraída de la mosca de la fruta mediterránea, ofreciendo un ingrediente sostenible rico en proteína, calcio, hierro y potasio. El cultivo de esta mosca utiliza mínimos recursos tanto de agua y tierra como de intervención humana. Su misión era crear una proteína de alta calidad, cultivada bajo principios sostenibles, como solución para combatir el hambre en el mundo. Soportada por el primer "IKEA Bootcamp" de aceleración de startups, se alinea con la estrategia de IKEA de apoyar a startups que hacen frente a problemas globales, a la vez que esta alianza permite llevar el producto a un nuevo nivel para incorporar este ingrediente en productos que se sirvan en los restaurantes de Ikea.

#5 Oportunidad: Empresas con propósito Comprometidas y conectadas con la sociedad

El momento ha llegado: la sociedad clama y reivindica acción, y las empresas tienen amplias oportunidades de mejorar la conexión con sus clientes, afianzar sus compromisos con ellos e incitarles a la acción yendo de la mano.

Principales líneas de oportunidad

- 5.1. Comunidades de marca para fidelización y posicionamiento, así como para retar a la ciudadanía a la acción.
- 5.2. Reinención del marketing: más honesto, sencillo transparente y creíble.
- 5.3. Muestra evidencias y tangibiliza tus acciones.
- 5.4. Mide el impacto no sólo en el negocio, sino en la sociedad.

Insight: claves para la acción

- Asegurar y hacer accesible la información precisa y relevante para tu clientela, para afianzar su confianza y credibilidad.
- Invertir en crear una verdadera comunidad y vínculo con los fans de tu marca: conectar a tus seguidores más apasionados en lugar de venderles, y crear la estructura y disponer los recursos para promover las conversaciones entre ellos.