



CIEN

CENTRO DE INVESTIGACIÓN DE
ECONOMÍA Y NEGOCIOS GLOBALES

ADEX: NUEVO MUNDO, NUEVOS NEGOCIOS

CIEN-RT N° 2019-01

REPORTE DE TENDENCIAS



Elaborado por el Centro de Investigación de Economía y
Negocios Globales (CIEN)

Octubre 2019

ADEX
ASOCIACIÓN DE EXPORTADORES

Tendencias Globales en Alimentos y Bebidas 2019¹

1. Consumo Verde

✓ Un cambio de los consumidores en lo que piensan del plástico

Envases y embalajes basados en productos biológicos serán claves. Por ejemplo, el minorista australiano Coles ya está usando un reciclable de base biológica en capas de tereftalato de polietileno, una forma de poliéster que es duradero, reciclable y altamente sostenible, para sus marcas de carnes, aves, pescados y mariscos.



✓ Crece el movimiento para reducir los desperdicio de comida



Gobiernos, empresas y consumidores se unen para reducir los desperdicios. En 2018, Tesco se convirtió en el minorista exclusivo para una gama de jugos de frutas "waste not", elaborados de frutas y verduras que no cumplen las especificaciones del minorista, los cuales se venden como productos frescos, conocidos como lo producto "ugly".

✓ El suelo agrícola en el centro de atención

La importancia de un suelo sano y rico en nutrientes para productos saludables y aún más, con la problemática del agua y el cambio climático. Las empresas tienen un rol importante en ello, para promover una agricultura orgánica y regenerativa, así como aumentar su biodiversidad y empoderar a las comunidades agrícolas. Por ejemplo, la empresa de alimentos para bebés Gerber, proporciona comida para bebés de suelos ricos en nutrientes con la promesa de volver a plantar los mismos cultivos para mantener sus tierras sostenibles.



¹ Síntesis de Estudio de Mintel: Tendencias Globales en Alimentos y Bebidas 2019.

2. A través de las Edades

✓ Alimentos fortificados y con ingredientes funcionales

Más formulaciones de comidas y bebidas para todas las edades, para consumir eficientemente vitaminas, minerales y otros ingredientes que son potencialmente beneficiosos para huesos, articulaciones, sistema inmunológico y salud del cerebro. Además, las marcas también pueden reposicionar sus productos. La salud ocular también crece en importancia en una cultura centrada en la tecnología. Fabricantes de alimentos y bebidas pueden recurrir a la investigación emergente en nutrición y longevidad y a la medicina tradicional, con prácticas como el Ayurveda y la medicina china tradicional. Un ejemplo son los granos *Geovita Nutrición Good Life Mix*, que mezcla bayas de goji y paprika con beneficios anti-envejecimiento.



ITALIAN GRAINS BLEND
WITH LENTILS AND PEAS

✓ Las oportunidades del envejecimiento saludable empieza con los “seniors”



Las personas mayores tienen necesidad inmediata de comidas y bebidas que afronten los efectos de envejecimiento. Existe un desafío en abordar la amplia variedad de estados de salud de los consumidores mayores de 55 años, ya sea con fines médicos o preventivos, que sean nutritivos, sabrosos, y fácil de consumir. En 2018, la empresa láctea polaca Bakoma desplegó una línea de yogurt y bebidas de yogurt para personas mayores, que están libres de lactosa y enriquecidas con calcio y vitamina D, para

ayudar a mantener huesos sanos, soporte muscular y buen funcionamiento del sistema inmunológico.

✓ **Productores de alimentos y bebidas pueden inspirarse en el sector de la belleza y cuidado personal**

Las marcas de alimentos y bebidas pueden seguir el modelo del sector de belleza, diseñando productos proactivos para el envejecimiento saludable que se comercializan con un lenguaje positivo para personas de todas las edades, que quieren preparar sus cuerpos para una más larga vida de calidad. Por ejemplo, Yakult Beauty Plus+ es un yogurt bebible para la piel de Corea del Sur, formulado con 5 ingredientes que contribuyen a la belleza de la piel, incluyendo colágeno y vitamina C. Es parte del segmento *skingestibles*, que apoya la salud y belleza de la piel, de adentro hacia afuera.



3. Conveniencia elevada

✓ **Productos de conveniencia elevada**

Foodies impulsan los productos de conveniencia. Los iGeneration, como Millennials antes de ellos, incluyen a personas apasionadas por la comida, a cuales les puede faltar habilidades, equipo o tiempo para preparar los alimentos que están acostumbrados a ver en shows de cocina o cuando comen fuera. Esto crea una ventana de oportunidad para el diseño de productos envasados premium, para esta generación obsesionada con la comida.



Surgirán productos como el kit de panqueques de pechuga de pato Luv-A-Duck, que contiene 100% de pechuga de pato premium, criada en Australia, junto a 20 panqueques al estilo chino, y salsa hoisin. La caja también da una recomendación para completar la receta con cebolla china y pepino.

✓ **Tiendas de conveniencia automatizadas presentan nuevas opciones de comida rápida**

Tiendas como Amazon Go en los EE. UU. o JD.ID X-mart en Indonesia son tiendas totalmente automatizadas, que usan aplicaciones móviles y cámaras que prácticamente siguen las compras sin la necesidad de hacer cola para pagar, haciendo la venta casi tan rápida y perfecta como la comida rápida, *drive through* o pedidos de *delivery*.

Amazon Go ofrece un stock de *snacks*, bebidas y alimentos envasados *premium*, así como comida preparada fresca y kits de comida. La selección de lujo



hace a la tienda un excelente competidor de los proveedores de alimentos de alta gama, alrededor de sus locales urbanos.

- ✓ Nueva generación de productos de conveniencia que pueden liberar tiempo para dedicarse a otras actividades.



Opciones más diversas de comidas y bebidas de conveniencia mejoradas son importantes en un era cuando los consumidores tienen una gran cantidad de opciones y demandas, en otras áreas de su vida. Así como *streaming media* ha mejorado las opciones de entretenimiento, una abundancia similar de opciones de alimentos y bebidas de conveniencia, frescas y saludables, son esperadas por los consumidores quienes están presionados por el tiempo, pero reacios de sacrificar la calidad.

Kits de comidas, que a menudo son asociados con la cena, pueden resolver problemas de limitaciones de tiempo para los consumidores en cualquier hora del día. En la segunda mitad de 2018, *Quaker* lanzó su *Morning Go-Kit* en EE. UU., para consumidores que buscan conveniencia y nutrición sin perder tiempo en la preparación del desayuno.



CIEN

CENTRO DE INVESTIGACIÓN DE
ECONOMÍA Y NEGOCIOS GLOBALES

ADEX: NUEVO MUNDO, NUEVOS NEGOCIOS

ADEX

ASOCIACIÓN DE EXPORTADORES