

INTERNATIONAL

Food Technology Summit & Expo

México 2011

21 y 22 de Septiembre, Centro Banamex, Ciudad de México

● MESA PANEL

Investigación y desarrollo: desafíos en la creación de nuevos productos

● **Betel Vivar**

Gerente de Formulación
de Aquadrinks de Bonafont

● **Gloria Torres**

Investigadora Engineer II
en Kraft Foods

● **Alberto Roca**

Subdirector de Investigación
y Desarrollo de Productos RICH

● **Jorge Eduardo Sosa Pérez Sandi**

Subdirector de Desarrollo de Producto
de Walmart México y Centroamérica

Nutrición | Innovación | Tendencias en Nuevos Productos | Mercadotecnia | Comunicación | Panorama Económico | Obesidad

INVESTIGACION Y DESARROLLO: DESAFIO EN LA CREACION DE NUEVOS PRODUCTOS.

Tendencias del Mercado



La Innovación como un reto

No todo es desarrollar - el tecnólogo en Alimentos debe ampliar sus fronteras.

Escuchar al mercado:

- Tendencias mundiales vs. globalización.

Lograr un excelente “desempeño”:

- 10% de los lanzamientos permanecen en el mercado en el primer año.

Costo razonable

- Nuevas tecnologías vs. costo de nuevos ingredientes.

Exhibición

- El 81% de las compras de categorías como alimentos preparados y congelados se realizan en los supermercados.

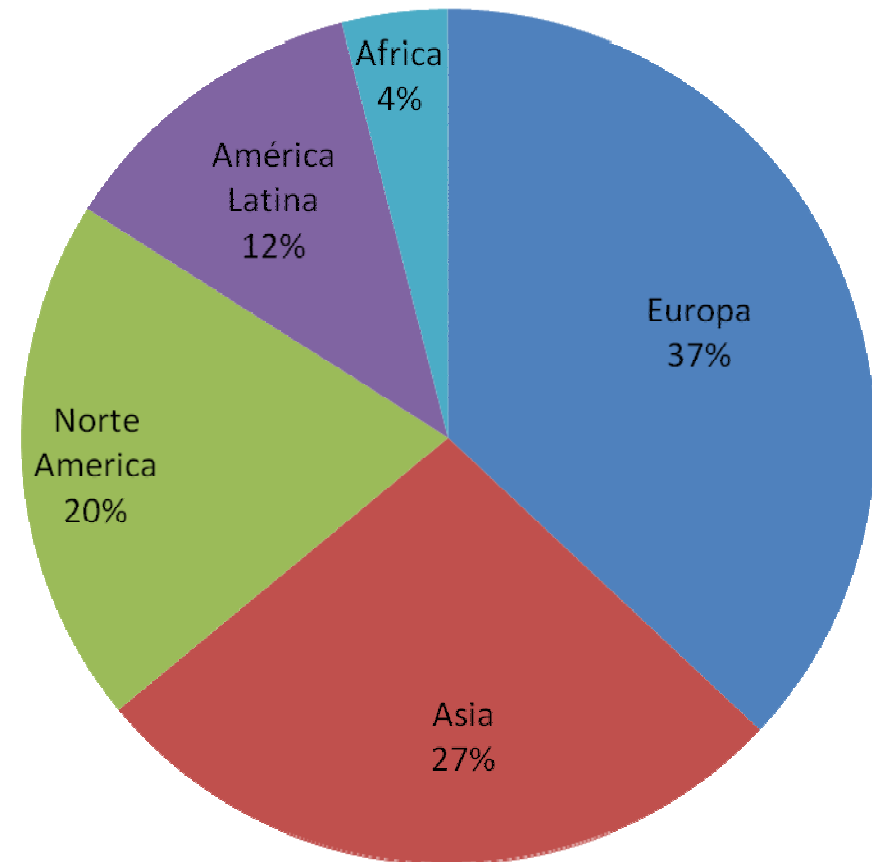


“Si buscas resultados distintos, no hagas siempre lo mismo”. (Albert Einstein)

Panorama de Lanzamientos de Nuevos productos en el 2010

Lanzamientos 2010 por región: alimentos y bebidas

- La mayor cantidad de lanzamientos de Nuevos productos se presentaron en Europa, seguido de Asia y Norteamérica.
- México típicamente es influenciado por estas tendencias en un periodo de 1 a 3 años después de su lanzamiento en Europa o Norteamérica.



Influencias del mercado

Origen



Más allá del producto o el sabor; el **donde se produce, es decir el ORIGEN y como fue elaborado**, se ha convertido en algo muy importante en el anaquel debido a la globalización.

Imagen y conveniencia



La selección de un producto en el anaquel se ve influenciada por la primera impresión; por lo que la imagen y conveniencia del empaque impacta en la decisión de compra.

Influencias del mercado

Sustentabilidad



La preocupación por el medio ambiente y el cuidado del planeta, es ahora un factor que no debe ser ignorado, impacta directamente cada aspecto del desarrollo de productos.

Ingredientes y sabores



Nuevas tecnologías de ingredientes que generan sensaciones al consumir un producto, son un factor de decisión en la compra.

Influencias del mercado

Ocasiones de
consumo



Más allá de la costumbre de las 3 comidas rigurosas, el momento de SNACKING se ha convertido en una forma de vida, el tiempo de las comidas es ahora más fluido, los productos listos para comer son un valor agregado y la gente sigue cambiando el cuándo y cómo come y bebe.

Precio y
Posicionamiento



Las recesiones han generado un cambio en las prioridades del consumo, poner más atención al PRECIO y al VALOR es importante.

Actualmente las marcas son forzadas a encontrar cuál es su mercado objetivo, cómo son posicionados sus productos y cómo esto encaja en los tiempos cambiantes continuos.

Influencias del mercado

Innovación



Las nuevas tecnologías en la Innovación son ahora la nueva dirección para crear categorías que no existían. Las reglas de la mercadotecnia, posicionamiento, mercado objetivo y desarrollo están cambiando entre todos los mercados y categorías.

Salud y bienestar



Salud y Bienestar se ha convertido en algo culturalmente intrínseco e impacta a los alimentos y bebidas en muchas formas. Conciencia del consumidor hacia lo que se considera SALUDABLE.

Influencias del mercado

Segmentación de mercados



La segmentación de los consumidores está directamente relacionada con el desarrollo de productos, para las marcas es más significativo poner más atención hacia su principal consumidor objetivo, sin embargo el reto es anticiparse a entender quién puede ser su mercado potencial (edad, raza, sexo, clases socio-económicas).

Calidad



Certificaciones de calidad globales que impactan en el desarrollador, ya que ahora se necesita el cumplimiento de estándares reconocidos en varios países, British Retail Council (BRC), Safe Quality Food (SQF), Food Safety System Certification (FSSC 22000).

En qué pensar como tecnólogo en alimentos

Los nuevos lanzamientos de alimentos y bebidas a nivel mundial se engloban en 4 macro tendencias. Las marcas Propias tienen participación en dichas tendencias.

SALUD

- Reducción de Sodio
- Edulcorantes de alta intensidad
- Balance grasa/calorías

ORGANICOS SUSTENTABLES

- Ingredientes Naturales
- Ingredientes Orgánicos
- Empaques reciclables
- Cuidado del ambiente

CONVENIENCIA

- Porciones reducidas
- Comidas completas preparadas
- Cocinar rápido en casa
- “take me away”
- Snacks nutritivos

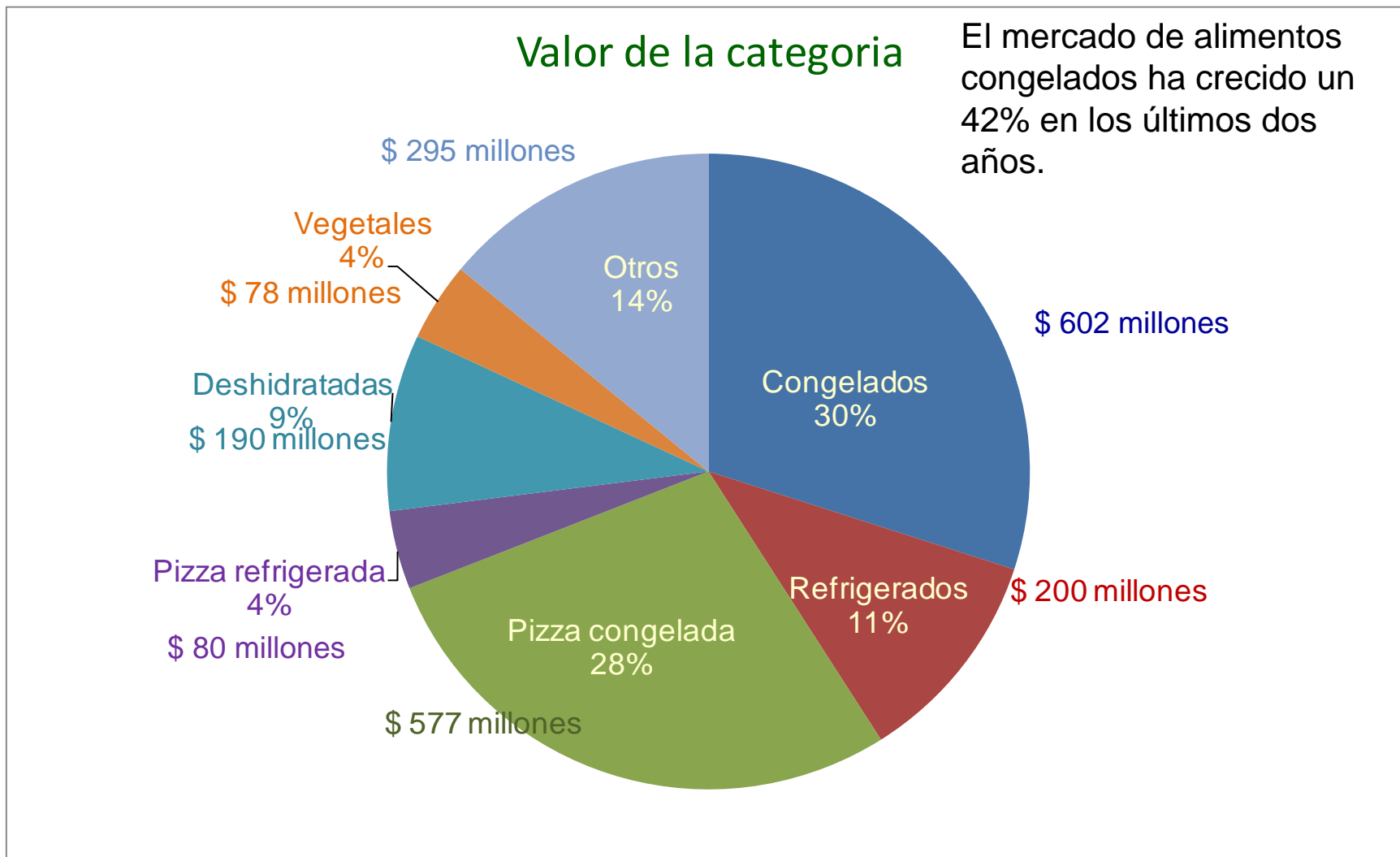
EMOCIONAL INDULGENTE

- Comida étnica
- Sabores del mundo
- “Pampering”



Un ejemplo de conveniencia al consumidor

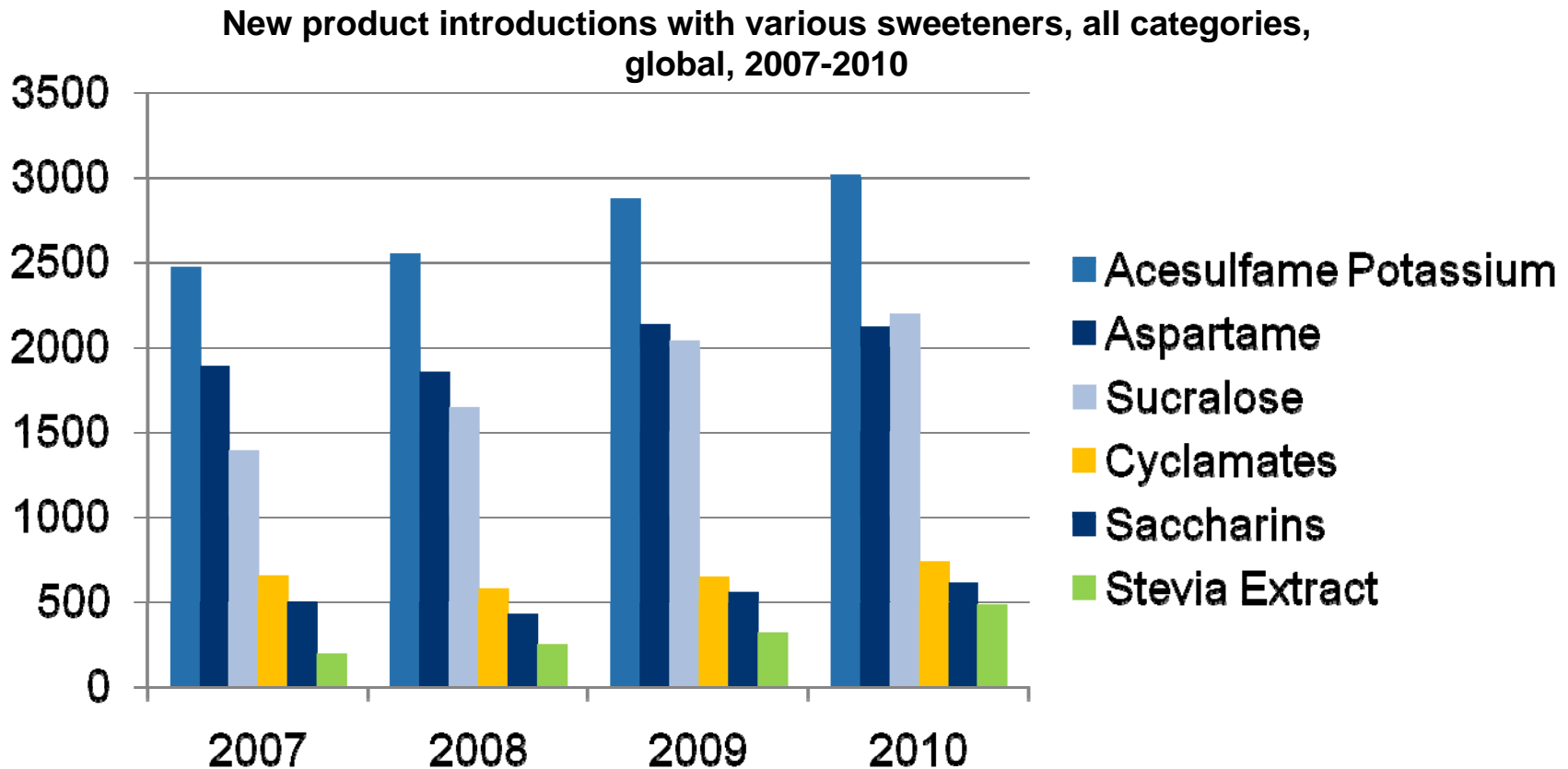
Categoría de alimentos preparados en Latinoamérica



Source: Mintel GNPD

Un ejemplo de influencia de la Tecnología en el Mercado

- En los últimos cuatro años se han desarrollado nuevos productos con edulcorantes de alta intensidad.



Source: Mintel GNPD

Un anaquel muy competido

Reto para desarrollar mejor, más barato, más llamativo, más...más....más.



La Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales, está formada por 27,313 tiendas; 3,906 tiendas son de Autoservicio, 1,576 son Departamentales y 21,831 son tiendas Especializadas, la superficie total de venta suma 20.1 millones de metros cuadrados.

GRACIAS





Desafíos en la creación de nuevos
productos

Retos ante los desarrollos



Nuevos
ingredientes

Salud & Nutrición

Consumidores



Competencia

Retos técnicos

Competencia...



- Entender necesidades de la población (consumidores)
 - Consumidores más conscientes en temas de nutrición
 - Mercados nichos, como consumidores estamos en la búsqueda de cosas nuevas y esto representa estar a la vanguardia
 - Cubrir necesidades de producto & empaque
- Como compañía conocemos la situación de nuestro país
 - Tenemos la responsabilidad de mejorar los perfiles nutrimentales
 - Teniendo en cuenta la diversidad de productos que hay en el mercado
 - Cubriendo los tiempos esperados del consumidor
- Competencia Global
 - Internet, hay conocimiento de diversos productos
 - Búsqueda de estos productos



Retos ante los desarrollos



Nuevos
ingredientes

Salud & Nutrición

Consumidores



Competencia

Retos técnicos

Agrupación de bebidas...



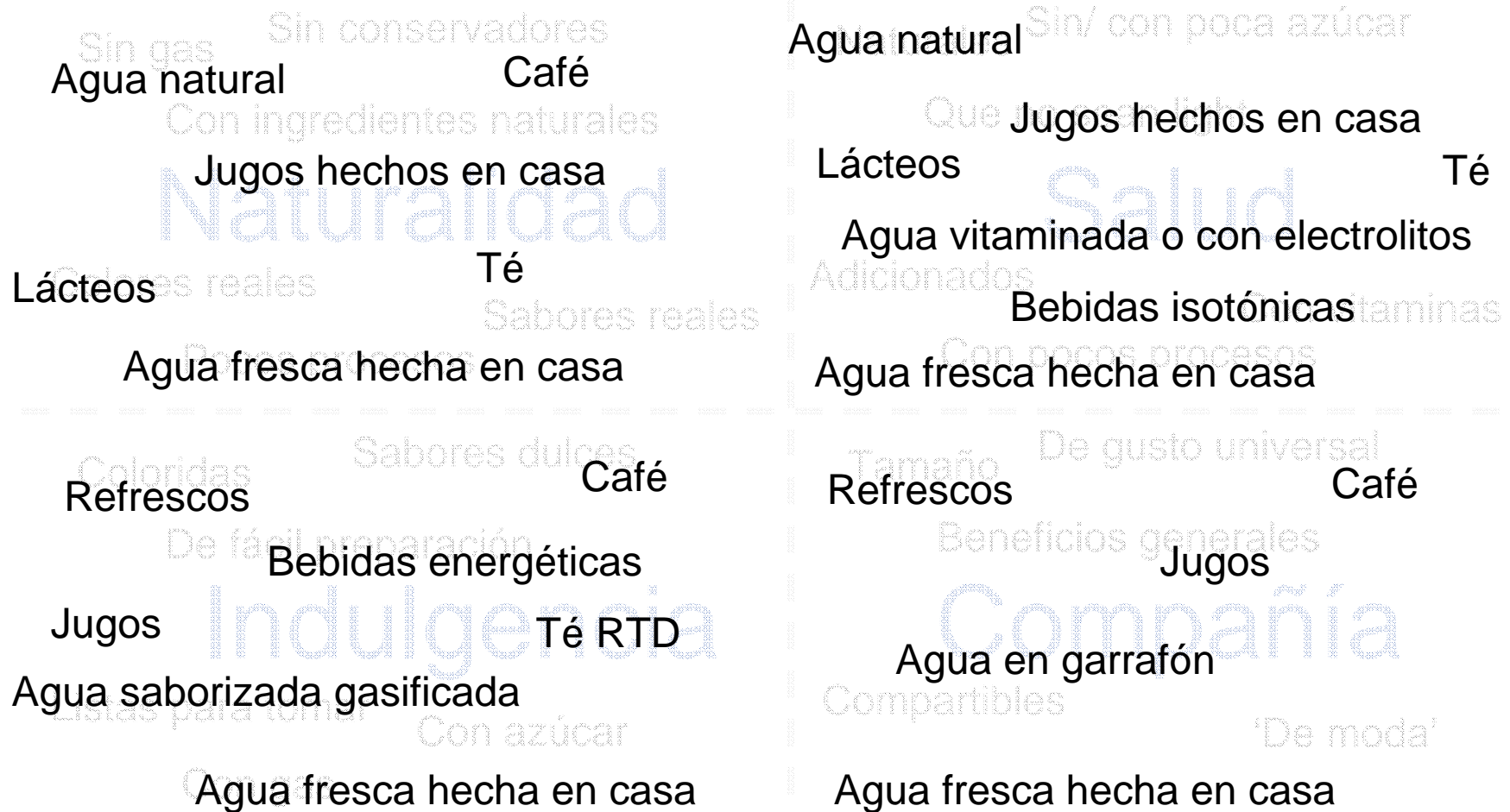
1st Aprendizaje de la oferta

Identifican claramente grupos o 'tipos' de bebidas.

Agua	Agua saborizada	Jugo	Refresco
<ul style="list-style-type: none"> • Agua natural embotellada. • Agua mineral. • Agua fresca hecha en casa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Agua fresca hecha en casa. • Agua saborizada regular y light. • Bebidas sin gas con sabor a frutas. • Agua con sabor ligeramente gasificadas. • Polvos y concentrados para preparar agua de sabor. 	<ul style="list-style-type: none"> • Jugos naturales. • Jugos y néctares de fruta y verdura envasados (regulares y light). • Naranjadas envasadas. • Bebidas sin gas con sabor a frutas. • Bebidas de soya. 	<ul style="list-style-type: none"> • Refrescos de cola (regulares y light). • Refrescos de sabor (regulares y light). • Agua mineral. • Agua mineral saborizada. • Agua con sabor ligeramente gasificadas.
Té	Lácteos	Energéticas	Café
<ul style="list-style-type: none"> • Té listo para tomar (regular y light). • Té de hoja natural. • Té en polvo. • Infusiones. 	<ul style="list-style-type: none"> • Leche. • Yogurt bebible. • Lácteos fermentados con lactobacilos. • Bebidas de soya. • Chocolate caliente o frío. • Café. 	<ul style="list-style-type: none"> • Bebidas energéticas. • Bebidas isotónicas RTD. • Bebidas isotónicas en polvo. • Café. • Aguas con electrolitos. • Aguas vitaminadas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Café. • Café soluble. • Café listo para beber. • Café de máquina.



2nd surge de “convenciones” en tornos a la categoría



Fuente; Estudios con consumidores de BONAFONT

Retos ante los desarrollos



Nuevos
ingredientes

Salud & Nutrición

Consumidores



Competencia

Retos técnicos

Nuevos ingredientes...



- Nuevos ingredientes aprobados
 - Aprobación para su uso (FDA, JECFA, Cofepris)



- Evaluación de desempeño para el alimento & bebida
- Estabilidades de los productos
- Comunicación ante los consumidores

Retos ante los desarrollos



Nuevos
ingredientes

Salud & Nutrición

Consumidores



Competencia

Retos técnicos

Retos técnicos...



- Extensiones de vida de anaquel
 - Parámetros fisicoquímicos que debe de cumplir las bebidas
 - Control microbiológico
- Validación de producto & empaque
 - Vidas de anaquel
 - Interacción de producto con el empaque
- Estabilidades de productos
 - Interacción de ingredientes
 - Degradación de perfiles de sabor
- Consideraciones industriales

Retos ante los desarrollos



Nuevos
ingredientes

Salud & Nutrición

Consumidores



Competencia

Retos técnicos

Salud & Nutrición...



- El interés entre la salud & nutrición ha incrementado
- Prioridad a nivel global son la obesidad y sobrepeso
 - Causando otras enfermedad
- México tiene el 2nd lugar en obesidad en adultos y niños. Búsqueda de alimentos & bebidas mas saludables
- Programas internos para evaluar y mejorar perfiles nutrimentales sin sacrificar la preferencia del consumidor
- Densidad energético menor
- Informar responsablemente al consumidor sobre el uso de los productos

Retos ante los desarrollos





GRACIAS...

Betel Vivar
betel.vivar@danone.com

Desafíos en el desarrollo de nuevos productos



Gloria Gysel Torres Oviedo
Investigador- Engineer II
Candies- R&D

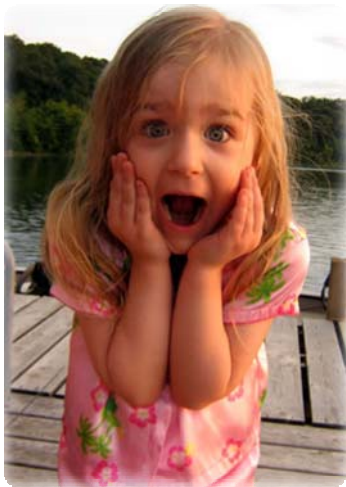
Septiembre 2011



Qué tan complejo es la elaboración
de un nuevo producto?



Sorprender al consumidor



- Lograr que la fórmula **cumpla con las necesidades** del consumidor en el presente.
- Hacer posible lo que el consumidor visualiza como muy lejano de **volverse realidad**.
- Tener un equipo de expertos en cada área, por ejemplo:





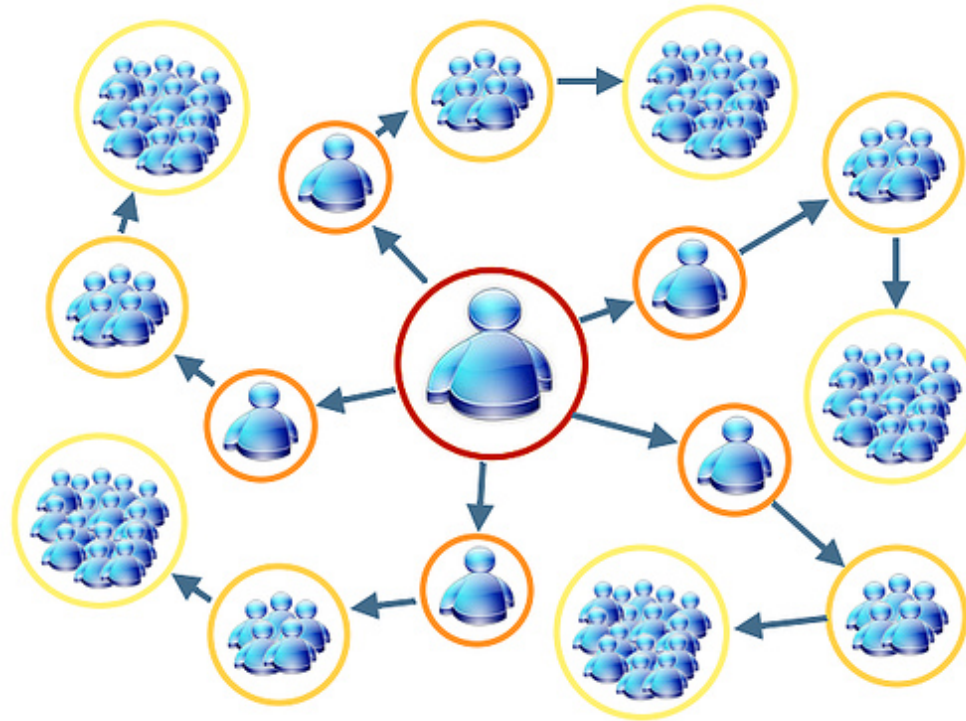
Mantener el producto en el mercado

Trident

HALLS



OREO



- Cumplir con las expectativas del consumidor
- Conservar calidad del producto
- Innovación del producto
- Mejorar lo existente
- Mantener costos



GRACIAS!!

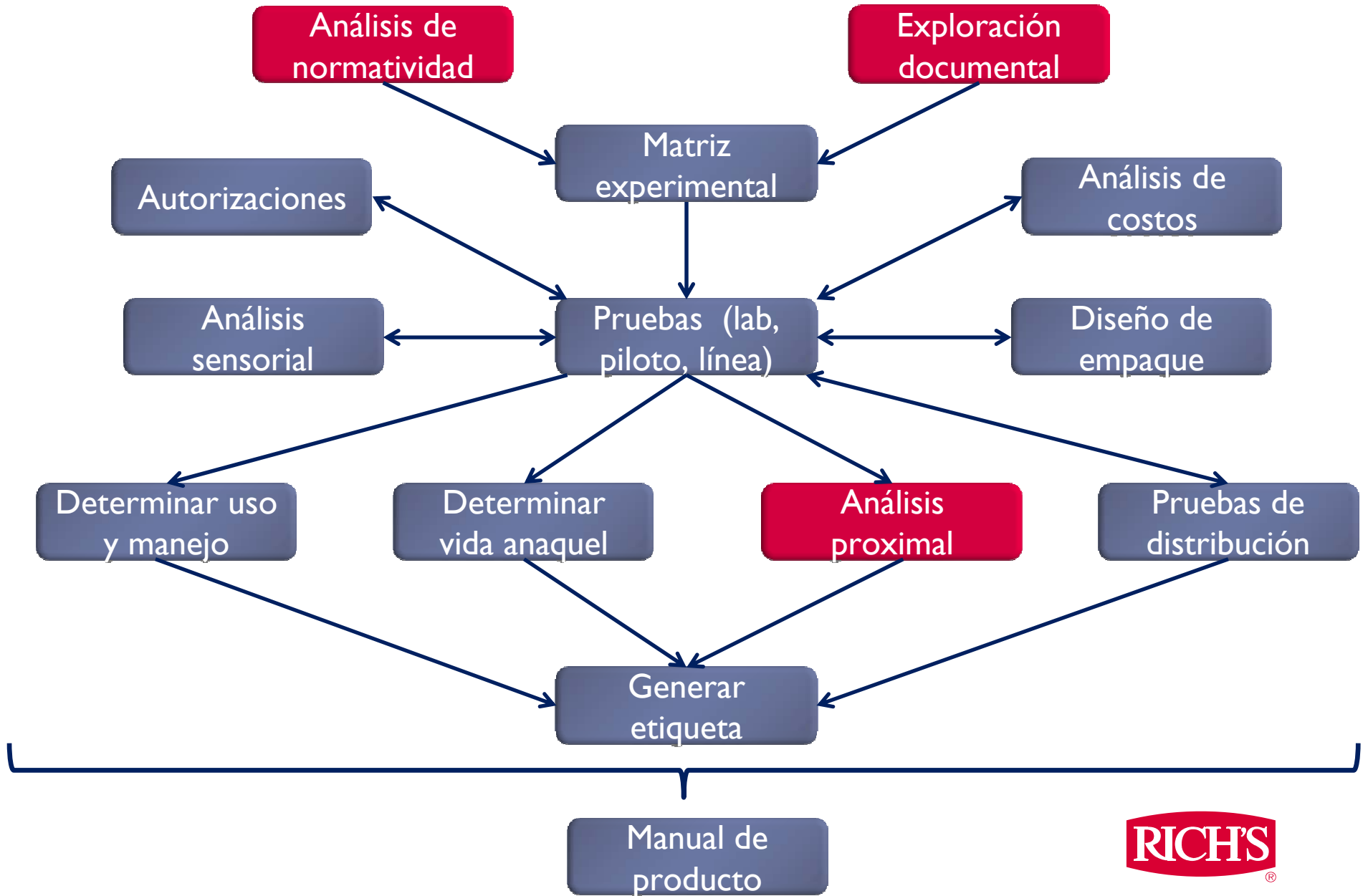


Desafíos en el desarrollo de nuevos productos en alimentos

Alberto Roca, 2011



Tareas básicas en el desarrollo de productos más saludables



Las tareas de valor agregado

- **C**rear el caso de Negocio
- **C**onformar un diseño congruente
- **C**onfirmar el desempeño / funcionalidad
- **C**ontrolar la propiedad intelectual
- **C**recer el negocio a partir del producto original



Crear el caso de negocio

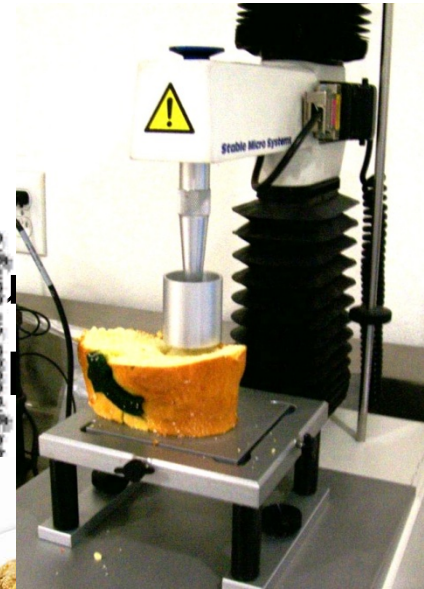
- Análisis de tendencias y nuevos aprendizajes en alimentos
- Generar ideas
- Determinar factibilidad
- Alinear con la estrategia de la empresa
- Proponer el match entre el concepto y el(los) cliente(s)

“La mejor forma de tener buenas ideas es generar muchas ideas”



Conformar un diseño congruente

- Analizar a la competencia
- Diseñar con la visión “saludable”
- Enlazar al producto con el empaque y etiqueta
- Asegurar sinergia/compatibilidad con las características de la Empresa



Rich 'n Healthy

Pastel de Yogurt con Fresas

Recomendado por:
Centro Antidiabético México
Cambiando Vidas

Te aporta menos de 5 gr de sacarosa por porción (sin edulcorantes artificiales). Adicionado con fibra, reducido en grasas, calorías y decorado con amaranto, nuez y avoña.

Nuevo
Pastel ideal para dietas bajas en azúcar

porque tú también te lo mereces

Cont. Net. 950 g

HACCP

SO GOOD, YOU'LL BECOME A MORNING PERSON.
THE CURE FOR THE COMMON BREAKFAST.

ÜBR
ULTIMATE BREAKFAST ROUND

WHOLE GRAIN
50% or more per serving
EAT 48g OR MORE OF WHOLE GRAIN DAILY

GOOD SOURCE OF FIBER

BKUBR03

Confirmar el desempeño / funcionalidad

- Pruebas de uso
- Pruebas con consumidores



Controlar la propiedad intelectual

- Patentes y marcas
- Secreto industrial

Confidencial

Crece el negocio a partir del producto original

- Prepararlo para nuevos mercados
- Habilitarlo para nuevas aplicaciones
- Venta de tecnología



Desafíos en el desarrollo de nuevos productos

Gracias!!

