

ALIBETOPÍAS

NUEVOS TERRITORIOS EN ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS

**SENSACIÓN DE VIVIR. Un viaje de los
sentidos en cualquier momento y a
cualquier lugar**

Vanesa Martínez y Sonia Guri

@Grupo_CARINSA @Carbueros

18 de octubre de 2018

FIAB
ALIMENTAMOS
EL FUTURO
2020



ORGANIZAN



COLABORAN



ICEX España
Exportación
e Inversiones



Cleanity®



SENSACIÓN DE VIVIR. Un viaje a los sentidos en cualquier momento y a cualquier lugar

- Fundada en 1897 (más de 120 años de historia).
 - 650 empleados, 400 contratistas y 160 agentes.
 - Más de 100.000 clientes.
 - 13 plantas de producción, 12 de envasado, 2 laboratorios.
 - Centro I+D ubicado en Barcelona, centrado en procesos sostenibles en agroalimentación, tratamiento de aguas y aplicaciones de CO₂.
 - Forma parte del Grupo Air Products desde 1995.
- 25 años innovando para los sentidos: creación y fabricación de aromas para alimentación humana y animal, y fragancias para perfumería y cosmética.
 - Más de 150 empleados, filiales nacionales e internacionales.
 - Comercialización de productos en más de 50 países, en 4 de los 5 continentes.
 - 20 % de los beneficios anuales invertidos en I+D+i. El 40 % de la plantilla trabaja en Innovación.





Carbueros Metálicos y Grupo Carinsa aúnan conocimientos y *expertise* para trabajar los cinco sentidos en los alimentos



**UNA ALIANZA ESTRATÉGICA QUE
REVOLUCIONA EL PACKAGING ALIMENTARIO**





El envasado de alimentos en atmósfera protectora: EAP

- EAP consiste en envasar los alimentos en un envase en el que se ha modificado la composición de los gases presentes en la atmósfera, para mejorar su conservación y alargar su vida útil
- Gases que se emplean en EAP: nitrógeno (N_2) oxígeno (O_2) y dióxido de carbono (CO_2), en proporciones diferentes dependiendo del tipo de alimento
- Son aditivos alimentarios: Etiqueta “Envasado en atmósfera protectora”





El envasado de alimentos en atmósfera protectora: EAP

Familia productos	Alteración	Mezclas
Café, Snacks, Frutos Secos	Oxidación	N_2 $N_2 + CO_2$
Embutidos, Precocinados, Lácteos, Panadería	Oxidación Mohos (bacterias)	$N_2 + CO_2$
Carne fresca, Pescado fresco, Vegetales	Pérdidas de color Bacterias	$N_2 + CO_2 + O_2$



42





Marketing Sensorial

- **Se considera al olfato el sentido más poderoso de todos:**
 - Activando el 75% de nuestras emociones (feromonas ...)
 - Profundamente vinculado con nuestros recuerdos
 - Un estudio realizado por la Universidad Rockefeller demostró que recordamos más lo que olemos (35%) que cualquier cosa que tocamos (1%), escuchamos (2%), vemos (5%) o saboreamos (15%)
- **Las empresas utilizan cada vez más el marketing sensorial para marcar la diferencia y crear una experiencia con y para el consumidor**

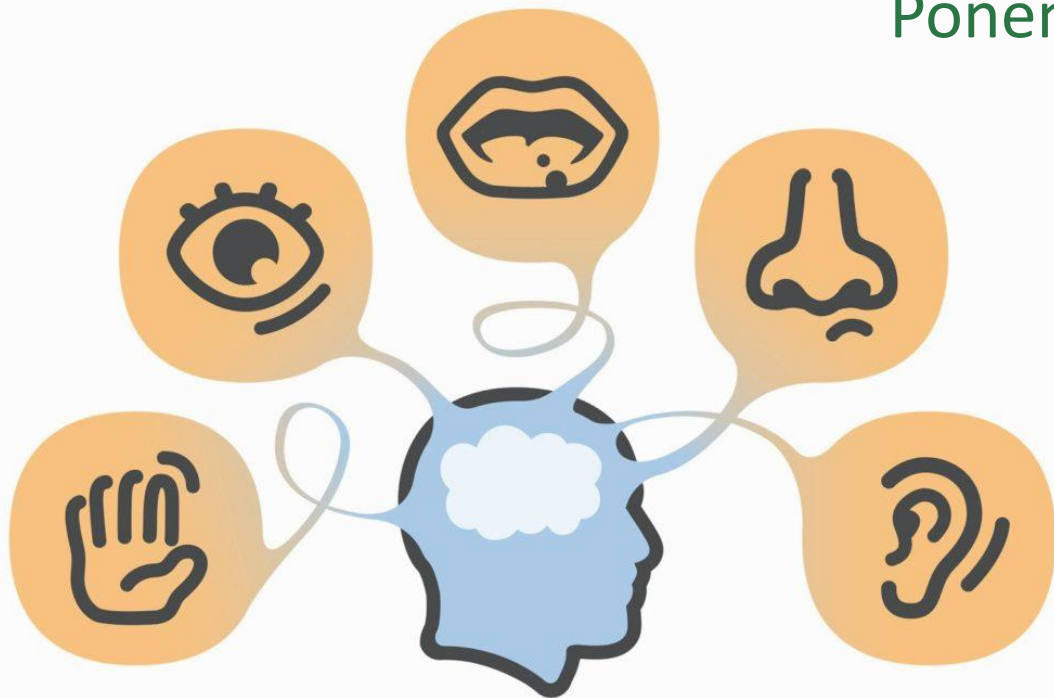
Ejemplos de marketing olfativo: Abercrombie & Fitch, Sainsbury's, Panaderías...





LA APLICACIÓN DEL NEUROMARKETING EN LOS PRODUCTOS DE CARINSA

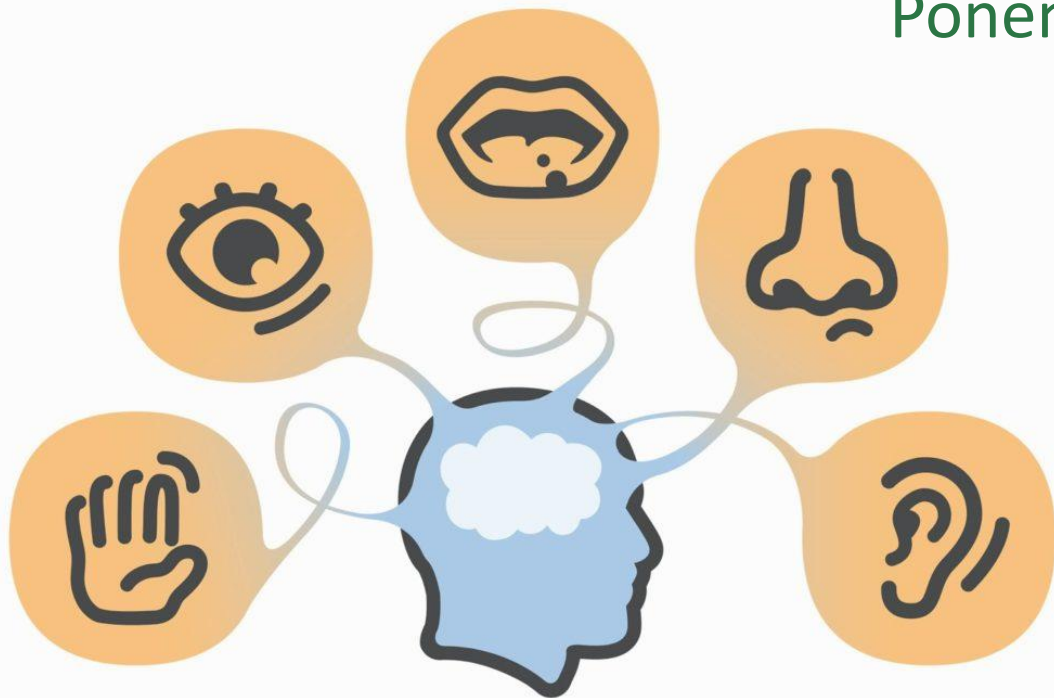
Ponemos los cinco sentidos





LA APLICACIÓN DEL NEUROMARKETING EN LOS PRODUCTOS DE CARINSA

Ponemos los cinco sentidos



Para una experiencia
de degustación
INOLVIDABLE





LA APLICACIÓN DEL NEUROMARKETING EN LOS PRODUCTOS DE CARINSA



Utilizamos las señales visuales para identificar y juzgar de antemano la calidad y el sabor de lo que vamos a consumir:

COLOR: ciertos tonos se identifican con determinados sabores / determinamos el nivel de madurez de frutas y verduras antes de consumirlas.

PRESENTACIÓN: El atractivo estético de cada producto puede condicionar la experiencia global de la comida.



LA APLICACIÓN DEL NEUROMARKETING EN LOS PRODUCTOS DE CARINSA



VISTA

Utilizamos las señales visuales para identificar y juzgar de antemano la calidad y el sabor de lo que vamos a consumir:

COLOR: ciertos tonos se identifican con determinados sabores / determinamos el nivel de madurez de frutas y verduras antes de consumirlas.

PRESENTACIÓN: El atractivo estético de cada producto puede condicionar la experiencia global de la comida.

Aunque modifiquemos el perfil nutricional del alimento, conseguimos mantener su imagen original para que no cambie la percepción del consumidor. Esto lo hacemos a través de soluciones tecnológicas adaptadas a la legislación de cada mercado y cultura de cada país.
Ejemplo: Colorante E120 (carmin cochinilla) considerado producto haram.





LA APLICACIÓN DEL NEUROMARKETING EN LOS PRODUCTOS DE CARINSA

OLOR



El 75 % de lo que consideramos sabores, en realidad, olor.





LA APLICACIÓN DEL NEUROMARKETING EN LOS PRODUCTOS DE CARINSA

OLOR



El 75 % de lo que consideramos sabor es, en realidad, olor (fuente: Vinetur)

Carinsa trabaja con sus clientes en desarrollar “ODOTIPOS”, olores que generan sentimientos y emociones que se asocian a una marca y la distinguen.

Gracias a la alianza Carinsa – Carbueros Metálicos conseguimos desarrollar “ANUNCIOS EN EL AIRE” que aportan sensaciones agradables hacia los productos, mejoran las tasas positivas de notoriedad y recuerdo y se asocian con la exclusividad de productos y empresa







LA APLICACIÓN DEL NEUROMARKETING EN LOS PRODUCTOS DE CARINSA

TEXTURA



Cremosa, jugosa, granulosa, melosa, fibrosa, etc.
Un complemento al sabor que puede hacernos repetir... o no.





LA APLICACIÓN DEL NEUROMARKETING EN LOS PRODUCTOS DE CARINSA

TEXTURA



Cremosa, jugosa, granulosa, melosa, fibrosa, etc. Un complemento al sabor que puede hacernos repetir... o no.

Amplia experiencia de Carinsa con centros tecnológicos en numerosos proyectos de I+D+i relacionados con las texturas de los alimentos:

- **PROGRESO** – Aguas gelificadas / gelatinas
- **METASIN** – Reducción grasas y sustitución fibras
- **NATURDEV** – Sustitución de fibras
- **FOOD-SANTÉ** – Sustitución grasas productos marroquíes







LA APLICACIÓN DEL NEUROMARKETING EN LOS PRODUCTOS DE CARINSA

SONIDO

Patatas fritas, chocolate, bebidas con gas, una manzana en su punto exacto de maduración...

El sonido que se produce al morder un determinado alimento juega un papel fundamental a la hora de que lo aceptemos.





LA APLICACIÓN DEL NEUROMARKETING EN LOS PRODUCTOS DE CARINSA

SONIDO



Patatas fritas, chocolate, bebidas con gas, una manzana en su punto exacto de maduración...

El sonido que se produce al morder un determinado alimento juega un papel fundamental a la hora de que lo aceptemos.

Por ello, en Carinsa encontramos el sonido ideal para cada producto, con el objetivo de que el consumidor « ESCUCHE » y no solo « OIGA ».







LA APLICACIÓN DEL NEUROMARKETING EN LOS PRODUCTOS DE CARINSA

SABOR



Es el FACTOR decisivo que nos hace decantarnos por un producto u otro.



LA APLICACIÓN DEL NEUROMARKETING EN LOS PRODUCTOS DE CARINSA

SABOR



Es el FACTOR decisivo que nos hace decantarnos por un producto u otro.

Neuroaromas[®] para evocar el mismo sabor en alimentos en los que se han reducido nutrientes críticos pero sin que el consumidor perciba diferencias.

Notas de salida:

Notas de cuerpo:
Frutales y florales

Notas de base:
Dulces y lactónicas







LA APLICACIÓN DEL NEUROMARKETING EN LOS PRODUCTOS DE CARINSA

REPRODUCIMOS LA NATURALEZA





VENTAJAS COMPETITIVAS DE LA ALIANZA



- ✓ Potencia el atractivo del producto resaltando una de sus propiedades más importantes: OLOR.
- ✓ Mismos costes industriales y una gran ventaja: diferenciar el producto de entre toda la competencia.
- ✓ Seguridad alimentaria garantizada.
- ✓ Capacidad de crear aromas únicos y exclusivos para cada marca.



Aceite esencial o aroma



Introducción precisa
del aroma específico

Freshline® Aroma MAP™
System



Producto único y
diferenciado



Gas habitual para EAP



A vibrant orchard scene featuring several apple trees heavily laden with bright red apples. In the foreground, two wooden barrels are filled to the brim with harvested red apples, with a wooden ladder leaning against them. The background shows more trees and a clear blue sky with some light clouds. The entire scene is bathed in bright sunlight, creating a warm and inviting atmosphere.

A través de los sentidos, trasladamos al consumidor a cualquier parte, en cualquier lugar, para enriquecer su experiencia de degustación.



Os invitamos a pecar...

ALIBETOPÍAS⁴

Nuevos territorios en Alimentación y Bebidas



Vanesa Martínez

Grupo Carinsa www.carinsa.com
carinsa@carinsa.com

Sonia Guri

S. E. Carburos Metálicos S. A.
www.carbueros.com
guibas@carbueros.com



ORGANIZAN



COLABORAN

