

ALIBETOPÍAS

NUEVOS TERRITORIOS EN ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS

LA GESTION EFICIENTE DE DATOS: BIG DATA Y
DIGITALIZACIÓN NOS HACE SER MÁS RESPONSABLES Y
SOSTENIBLES

Susana Martínez
Responsable Innovación



Twitter @CasaMatachin

<https://twitter.com/casamatachin>

ORGANIZAN

FLAB
ALIMENTAMOS
EL FUTURO

2020



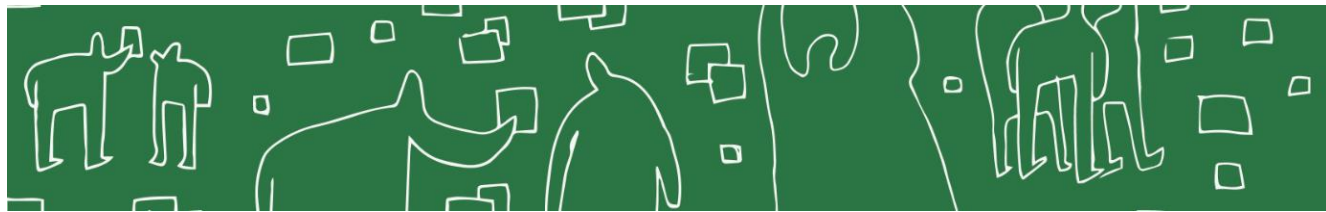
COLABORAN





ÍNDICE

- 1.- NUESTRA EMPRESA
- 2.- ¿POR QUÉ LA DIGITALIZACIÓN Y EL BIG DATA?
- 3.- NUESTRA SITUACIÓN DE PARTIDA
- 4.- LA SOLUCIÓN: PROYECTO AVISAN
- 5.- RESULTADOS OBTENIDOS (BIG DATA)
- 6.- RESULTADOS ESPERADOS
- 7.- ESTRATEGIA AVES NOBLES
- 8.- CONCLUSIONES



1.-NUESTRA EMPRESA



Fundada en 1990.
Líderes en el sector de elaborados
de pollo y pavo.
Trabajamos con nuestras recetas.
Nuestra pasión, la calidad.
430 trabajadores.





1.-NUESTRA EMPRESA- GRUPO PADESA



Fundada en 1975.
Líder en el sector.
325 granjas de cría.
100% de nuestra producción
nacida y criada en España.
850 trabajadores.





1.-NUESTRA EMPRESA- GRUPO PADESA

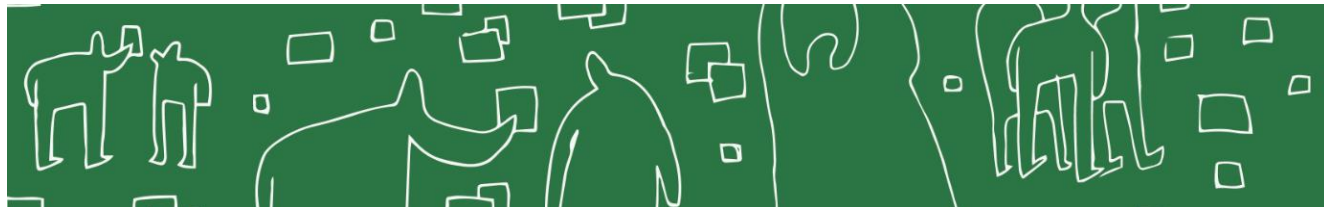




1.-NUESTRA EMPRESA

Nuestros compromisos se fundamentan en 4 Pilares





2.- ¿POR QUÉ LA DIGITALIZACIÓN Y BIG DATA?

**Nuevas estructuras familiares/ Nuevos canales de comunicación:
RRSS-INTERNET-WEB- EMAILING**





2.- ¿POR QUÉ LA DIGITALIZACIÓN Y BIG DATA?

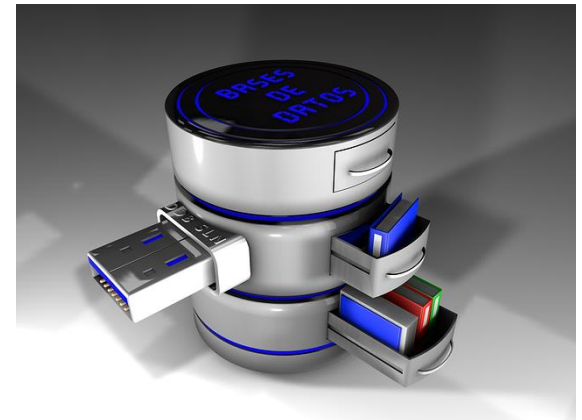
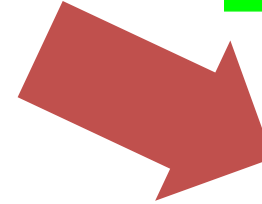
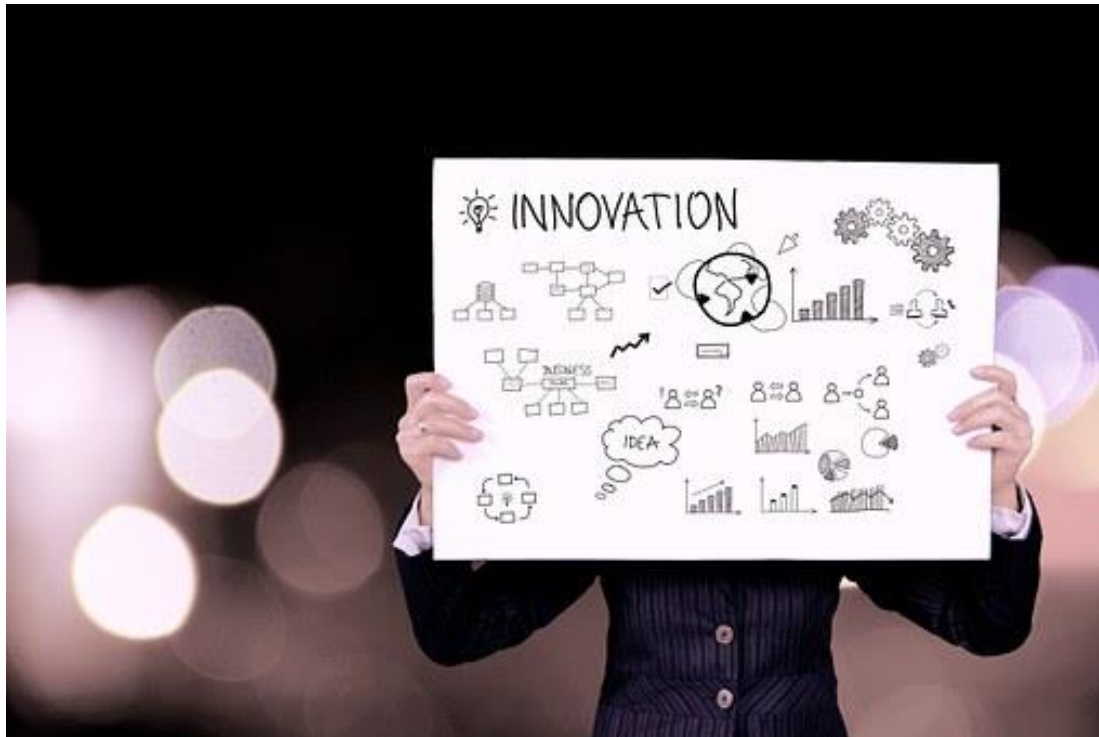
¿Cuáles son las demandas del consumidor? ¿drivers?
¿estrategias?





3.- NUESTRA SITUACIÓN DE PARTIDA

GRANDES CANTIDADES DE DATOS (Estructurados y no estructurados)





4.- LA SOLUCIÓN: PROYECTO AVISAN

SOLICITANTE:



CENTROS INVESTIGACIÓN:



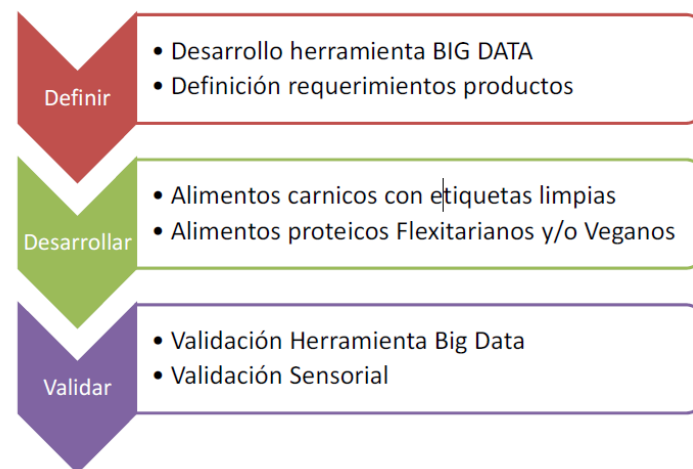
Universidad
Zaragoza

FINANCIACIÓN:



PERIODO: 1/10/17-31/12/19

El *objetivo general del proyecto es definir, desarrollar y validar nuevos alimentos más saludables en base a una matriz proteica*. Para este objetivo se **utilizarán herramientas de Big Data para conocer las necesidades de mercado**, y se abordarán **distintas estrategias de desarrollo de alimentos** como la **reducción de conservantes y otros ingredientes** para lograr **etiquetas limpias** así como la **incorporación de proteína vegetal** para nichos de mercado vegetarianos o flexitarianos.





4.- LA SOLUCIÓN: PROYECTO AVISAN

Definición requerimientos de producto

Determinación demanda del consumidor a través de análisis Big Data

Nuevas estructuras familiares

Cambio hábitos consumo

Redes sociales y Media

Estudio nutricional de los productos Matachín

Análisis productos actuales
Aves Nobles

Evaluación nutricional

Definición posibles
requerimientos nutricionales

Desarrollo Nuevos productos más saludables

Desarrollo Etiquetas
limpias

Reducción conservantes

Eliminación Gluten

Otros (reducción sal..)

Incorporación de proteínas
de origen vegetal

Evaluación proteínas de
leguminosas

Sustitución parcial proteica
(Flexiveggies)

Sustitución total de proteína
animal por vegetal (Veggies)

Validación Nuevos Desarrollos

Big Data

Canales internos de venta

Canales externos

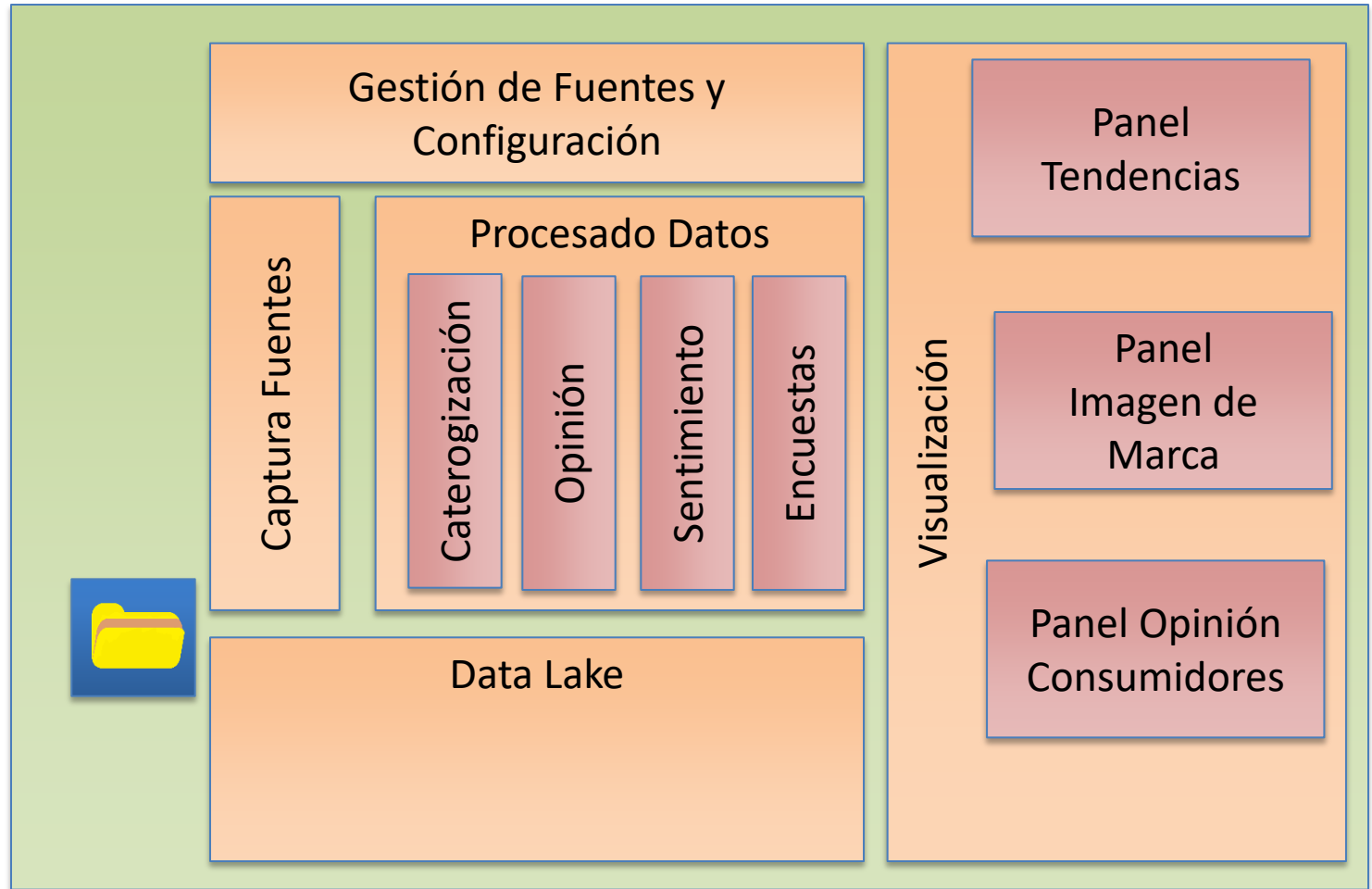
Propiedades sensoriales

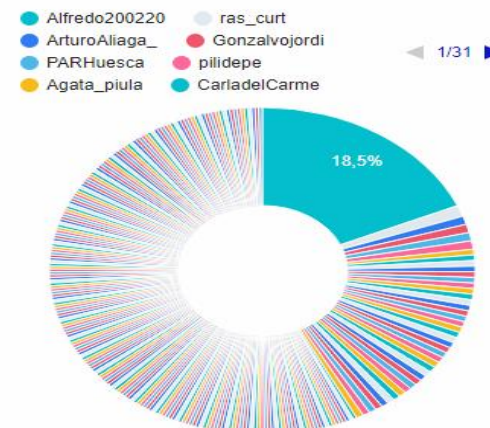
Test de consumidor

Análisis sensorial de expertos



5.- RESULTADOS OBTENIDOS (BIG DATA)







6.- RESULTADOS ESPERADOS

Opinión vertida en las redes sobre mi marca:

- Análisis **del Sentimiento**, clasificar en positivo, negativo o neutro lo que dicen



Clasificación de la opinión vertida



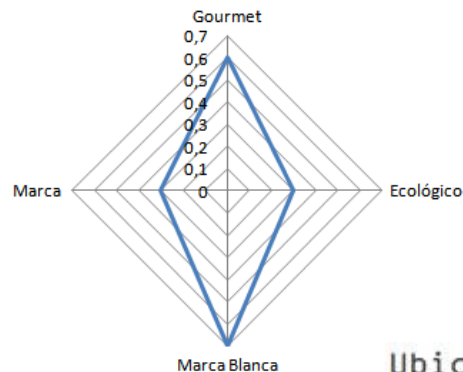
6.- RESULTADOS ESPERADOS

Perfil de Consumidores

...es determinar las características de los distintos tipos de usuarios que hablan de Casa Matachín o sus productos...

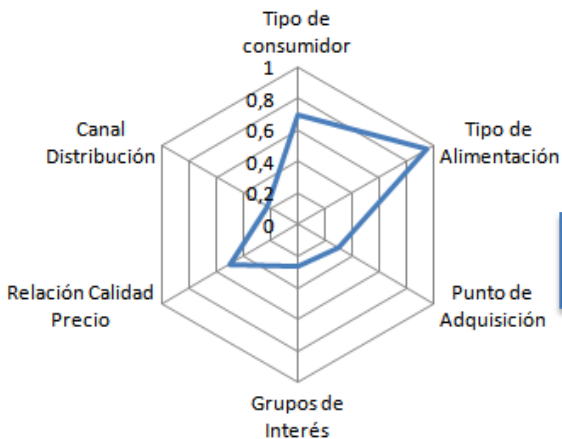
• Dimensiones:

- Tipo de consumidor: milenal, familias, senior, deportista,
- Tipo de Alimentación : Omnivoro, Vegetariano, Vegano,
- Punto de Adquisición: Tienda, Supermercado, On Line,
- Grupos de Interés: alergias, sostenibilidad, momento de la comida,
-

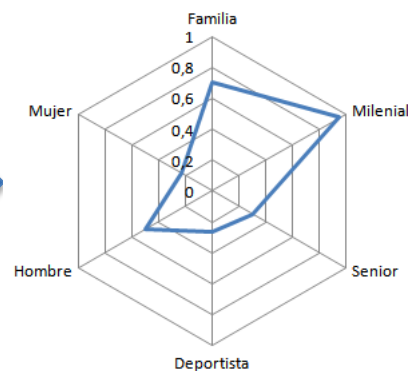


Ubicación

Origen:



Para cada dimensión





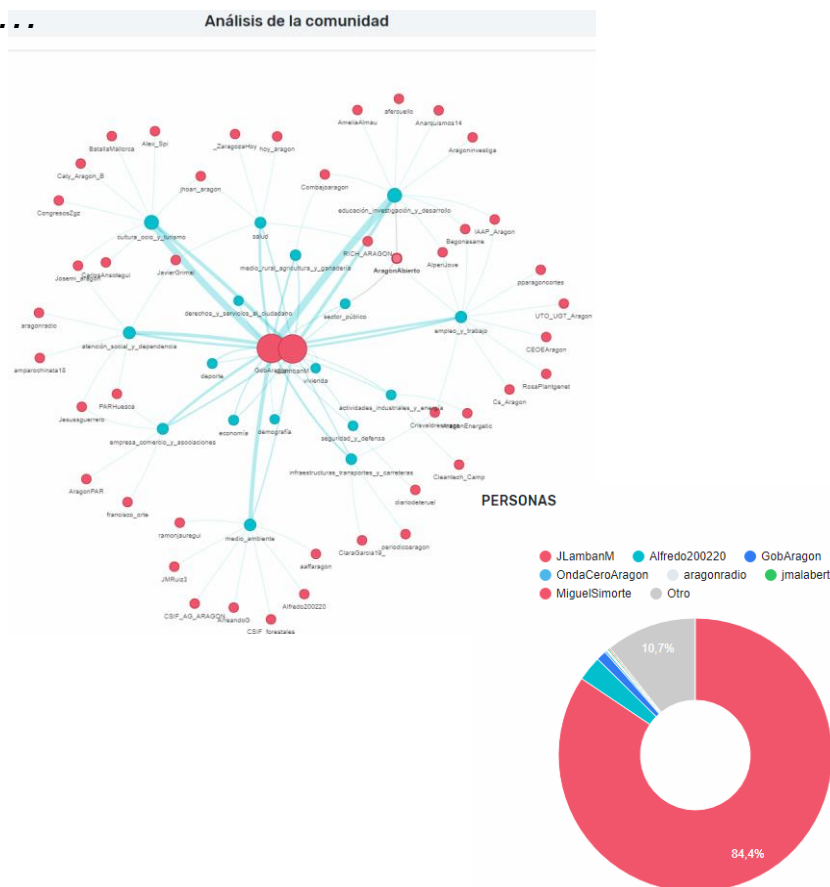
Panel de Tendencias

...determinar qué se está diciendo, por quién y cómo sobre productos y productores del sector de Casa Matachín al objeto de que se puedan detectar nuevas tendencias y cómo han evolucionan...

Análisis de la comunidad



- Entidades con más presencia
- Términos con más ocurrencias
- Nubes de palabras (por encima de un umbral).
- Detectar Influencers





7.- ESTRATEGIA AVES NOBLES

AVISAN es parte de nuestra estrategia de sostenibilidad





8.- CONCLUSIONES

1. Lo artesanal no está reñido con lo digital
2. La incorporación de tecnologías disruptivas nos hace ser más eficientes, más competitivos y más sostenibles
3. Reducción de la incertidumbre en nuestros procesos de innovación
4. Podemos darle a nuestro consumidor y cliente lo que realmente quiere y necesita
5. La tecnología conlleva un riesgo (desarrollo de proyectos de I+D+i con buenos compañeros de viaje)

ALIBETOPÍAS⁴

Nuevos territorios en Alimentación y Bebidas



Susana Martínez

susanamartinez@casamatachin.com

www.casamatachin.es

ORGANIZAN

FLAB
ALIMENTAMOS
EL FUTURO

2020



COLABORAN



ICEX España
Exportación
e Inversiones

EY Building a better
working world



Cleanity®