

Sostenible, tech y personalizado, así será el futuro de la alimentación y la restauración, según The Valley

El informe "Rethink: Food&Restaurants" detalla las 4 macro tendencias que están transformando el mercado: innovación en la producción de alimentos, productos y servicios personalizados y conectados, más customer experience y modelos de negocio inspirados en la economía circular

¿Cómo será la producción de alimentos? ¿Cómo cambiará la experiencia de comprar productos en un supermercado? o ¿Cómo consumiremos en los hogares conectados y los restaurantes en un futuro no tan lejano? Las respuestas a estas y otras preguntas se han divulgado esta mañana en The Place, el espacio de innovación de The Valley en el que se ha celebrado la jornada Rethink: Food&Restaurants en colaboración con Willis Towers Watson. Un encuentro que ha servido de escaparate para las nuevas tendencias tecnológicas del sector del gran consumo, la alimentación, la restauración y la distribución, que se encuentra en plena metamorfosis.

La revolución del sector tiene su base en 3 factores principales: la irrupción de tecnologías disruptivas como los asistentes de voz, los robots, la impresión 3D o la realidad mixta; los nuevos hábitos y motivaciones de los consumidores, que buscan vivir de manera saludable y demandan productos y servicios on-the-go, on-demand y de fácil consumo, así como experiencias innovadoras relevantes y sorprendentes; y, por último, la preocupación medioambiental, que ha hecho que las empresas tengan que ser más sociales, responsables y transparentes en un planeta con crisis climática.

Durante la jornada, Juan Luis Moreno, socio y director de Innovación de The Valley, ha presentado el informe "Rethink: Food&Restaurants" que detalla las 4 macro tendencias que están transformando el sector:

Tecnología al servicio de la alimentación

La investigación y la innovación se aplican al diseño y la producción de alimentos más sanos y sostenibles. Entre las tendencias emergentes destacan:

La proteína vegetal llega al mainstream y, con ello, cada vez más marcas ofrecen opciones vegetarianas entre sus productos tradicionales, como tortillas de huevos veganos, o salchichas veganas.

Alimentos creados en laboratorio que proponen alternativas innovadoras a la nutrición habitual.

FoodLabs y espacios de trabajo dedicados a la innovación alimentaria y la gastronomía digital donde prototipar productos y servicios gastronómicos como alimentos ricos en proteínas hechos a base de electricidad, aire, agua y bacterias, o frutas cultivadas en condiciones de altas temperaturas y escasez de agua, de forma más sostenible.

On-Demand

La búsqueda de la conveniencia y la eficiencia, combinada con el auge de las nuevas tecnologías permite a las empresas diseñar y crear nuevos productos y servicios personalizados, bajo demanda y conectados. En este sentido, destacan 3 fenómenos:

El auge de las Dark Kitchen, cocinas centradas en exclusiva a la preparación de pedidos a domicilio, que surgen como resultado del aumento de demanda de servicios de delivery. Restaurantes “delivery-only” que no necesitan grandes instalaciones pues solo funcionan con servicio de entrega o nuevas incubadoras que entrenan a los restaurantes para mejorar su servicio de entrega a domicilio.

La influencia Netflix, con su modelo de suscripción, llega también al sector de la restauración. De forma fácil, personalizada, conveniente y con tarifa plana se pueden recibir kits de comida preparada a domicilio. Su auge es tal que para 2025 se pronostica que el mercado mundial de entrega de kits de comida tendrá un valor de casi 9.000 millones de dólares.

La Inteligencia Artificial al servicio de la conectividad está permitiendo realizar acciones como comprar a domicilio a través de asistentes de voz o recoger un pedido hecho on-line en puntos físicos innovadores sin necesidad de hacer colas. Los expertos en IA están trabajando en la posibilidad de pedir y pagar combustible o alimentos y hacer reservas en restaurantes a través de marketplaces “in-vehicle” que se gestionan mediante el uso de la voz, el control de movimiento o el control táctil, desde el coche conectado.

Reina la experiencia

Desde la robótica hasta la gestión de datos, el objetivo es innovar en modelos de negocio y de gestión, automatizar procesos y optimizar la experiencia del cliente. Destacan 2 tendencias emergentes:

Nuevos modelos de gestión con herramientas innovadoras y robótica. Un ejemplo son las Apps que integran el pago, la gestión de pedidos y los “clubs” de fidelización de establecimientos para ofrecer mejor experiencia de usuario. El futuro contempla también supermercados robotizados cuyos autómatas realizan labores de reposición de productos o de limpieza, etc. hasta tal punto que la previsión es que para 2025 haya un total de 4 millones de robots en más de 50.000 supermercados.

La magia del punto de venta físico en donde lo “instagrameable” cobra importancia. En los supermercados, por ejemplo, se pueden vivir 3 experiencias: una completamente digital en la que se paga mediante reconocimiento facial, una on-line en la que se pide la compra y se recibe a domicilio; o una combinada en la que se compra a través del móvil en la tienda física y se recibe la compra en casa. Cafeterías, restaurantes y bares aprovechan la tecnología para crear espacios experienciales donde se puede, por ejemplo, comer en un local donde todo (vajillas, mesas, sillas, etc.) está impreso en 3D, o pedir comida de forma hiperrealista, viendo en realidad aumentada y/o inmersiva cómo son los platos del menú.

Cerrando el ciclo

Nuevos formatos y modelos de negocio inspirados en la economía circular, comprometidos con la

sostenibilidad y el futuro del upcycling.

La búsqueda de la sostenibilidad en restaurantes zero-waste con impacto social que se consigue, por ejemplo, con un menú fijo que optimiza la previsión de materias primas evitando desperdicios. Otra iniciativa son los helados veganos y plastic-free servidos en recipientes reutilizables; o los supermercados libres de plástico que utilizan materiales biodegradables como las algas para sus envases.

El upcycling o el potencial del supra reciclaje, que consiste en aprovechar materiales reciclables para crear productos que tienen un mayor valor que el que tenía el material original. Es decir, transformar residuos en objetos de valor. Por ejemplo: envases sostenibles hechos a partir de quitina (desecho proveniente de las langostas) o alimentos nutritivos que se cocinan en impresoras 3D con productos que están demasiado maduros para ser vendidos, pero que son perfectamente comestibles.

Como explica Casimiro Rey, director de Grandes Cuentas y experto en Alimentación y Bebidas de Willis Towers Watson en España, "el sector alimentario está en continua y veloz transformación, y es uno de los más vulnerables ante las incertidumbres que ha de afrontar en los próximos años. Aspectos como sostenibilidad, trazabilidad, salubridad o internacionalización son elementos clave de mejora e inversión para su crecimiento a medio/largo plazo. La gran mayoría de las más de 32.000 empresas del sector en España no tiene aún tamaño ni recursos suficientes para afrontar la necesaria gestión de riesgos que garantice la sostenibilidad futura de sus negocios. Empresas y Administración Pública han de ayudar en lo posible a conseguir el éxito a largo plazo optimizando los escasos recursos disponibles."

"Además, la industria avanza hacia un modelo de liderazgo mucho más sistémico, colaborativo y capaz de ofrecer experiencias ajustadas a la realidad individual de cada consumidor", afirma María Jiménez, CEO de Inboldlab.

Nuevo itinerario tecnológico sobre el sector "Food&Restaurants" en The Valley

El itinerario, creado por The Valley, podrá visitarse en el espacio de innovación experimental The Place hasta el mes de mayo. Incluye una serie de aplicaciones tecnológicas disruptivas basadas en el internet de las cosas, el videomapping capacitativo o los asistentes digitales, además de la robótica de Casual Robots, como el autómatas que acompaña durante el itinerario, el camarero, brazos robots y drones, entre otros.

Una hortaliza será el elemento hilo conductor que realiza "el viaje del producto" desde la producción hasta el consumo, demostrando aplicaciones tecnológicas como:

- Huertas conectadas para optimizar la actividad de producción
- Cestas inteligentes y sensorizadas para la compra en el supermercado
- Hogares con electrodomésticos Miele inteligentes y conectados
- Restaurantes que ofrecen menús personalizados según el perfil dietético

... y más soluciones de marketing y entretenimiento que ilustran un futuro ya presente.

Datos de contacto:

Redacción

Redacción

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Gastronomía](#) [Marketing](#) [Industria Alimentaria](#) [Emprendedores](#) [Restauración](#) [Consumo](#) [Innovación](#)
[Tecnológica](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>