



INNOVAR PARA COMPETIR

El mercado está
cambiando ¿tu empresa?

12 de noviembre
Hotel Avenida - Zaragoza



Contexto

El mercado esta cambiando ¿tu empresa?

El sector de la alimentación vive un momento de cambio acelerado: nuevos hábitos de consumo, nuevos canales de venta, una generación que compra de forma radicalmente distinta a la anterior y una distribución que se ve obligada a repensar su propuesta de valor. En este contexto, innovar es una condición para seguir compitiendo.

Transfoodmation 2026 es una jornada pensada para ayudar a las empresas del sector a entender, de forma práctica y con casos reales, **hacia dónde se dirige el mercado y qué deben hacer para no quedarse atrás.**

La jornada se estructura en cuatro bloques que recorren toda la cadena de valor: **dónde nace la innovación** que después se traduce en oportunidades de mercado, **cómo se está transformando el acceso al consumidor** a través de nuevos canales de venta, **quién es el consumidor que viene**, con la Generación Z como principal motor de cambio, y, por último, **cómo está respondiendo la distribución** a todos estos retos, con una mesa redonda que pone en común distintas visiones del sector.

El **objetivo** es que las empresas asistentes salgan con una **visión clara del ecosistema de innovación, de los nuevos canales y perfiles de consumidor**, y con ejemplos concretos de cómo otros actores del sector ya están adaptando su estrategia a este nuevo escenario.



Agenda

10.00h	Recepción de asistentes
10.30h	Bienvenida
10.35h	Bloque I. ¿Dónde nace la innovación que genera mercado?
11.00h	Bloque II. ¿Cómo está cambiando el acceso al consumidor?
11.45h	Pausa café
12.15h	Bloque III. ¿Quién es nuestro consumidor?
12.45h	Bloque IV. ¿Cómo responde la distribución?
13.30h	Cierre de la jornada y aperitivo networking



Bloque I

¿Dónde nace la innovación que genera mercado? *Ecosistemas de innovación*

La innovación que triunfa en el lineal no surge por casualidad: nace en **ecosistemas**, **dónde tiene lugar una combinación de talento, inversión, universidades, startups y políticas públicas que actúan como caldo de cultivo**. Identificar esos ecosistemas y entender cómo funcionan es el primer paso para saber dónde mirar antes que la competencia.

En este bloque recorreremos algunos de los **ecosistemas de innovación alimentaria más relevantes a nivel mundial**, para entender qué los hace diferentes, qué tipo de innovación producen (proteínas alternativas, foodtech, nuevos formatos, sostenibilidad, IA aplicada a producto) y, sobre todo, **qué podemos aprender de ellos para aplicarlo a nuestro propio contexto**.

El objetivo es detectar patrones y señales tempranas que nos permitan **anticiparnos a las tendencias que acabarán llegando a nuestro mercado**.



Bloque II

Ponente:



Malwine Steinbock
CEO, Food Republik

¿Cómo está cambiando el acceso al consumidor?

Nuevos canales de venta

El camino entre el producto y el consumidor no es una línea recta. El canal tradicional convive hoy con el q-commerce, las plataformas de reparto, el social commerce, la venta directa al consumidor (D2C) y nuevos formatos híbridos de retail que combinan lo físico y lo digital.

Para muchas marcas, el reto ya no es solo "estar en el lineal", sino estar presentes, y ser relevantes, en todos los puntos donde el consumidor decide y compra.

En este bloque analizaremos **cómo se está reconfigurando el acceso al consumidor**: qué nuevos canales están ganando peso, qué modelos de distribución están funcionando mejor y qué implicaciones tiene esto para la estrategia comercial y de producto de las empresas de alimentación.

Veremos ejemplos de marcas que ya han adaptado su forma de llegar al consumidor, y las claves para no quedarse atrás en esta transformación del canal.



Bloque III

Ponente:



Álvaro Justribó
Founder, Mazinn

¿Quién es nuestro consumidor?

Generación Z y el consumidor del futuro

Entender al consumidor que viene es entender a la Generación Z: una generación que ha crecido con el móvil en la mano, que compra de forma distinta, que se informa en canales distintos y que exige a las marcas cosas que hasta hace poco eran secundarias: transparencia, propósito, autenticidad, sostenibilidad, y que hoy son **condición de compra**.

Ignorar estos cambios no es una opción: **esta generación ya representa una parte creciente del consumo** y, en pocos años, será el motor principal del mercado.

En este bloque profundizaremos en **quién es realmente este consumidor**: cómo decide, qué canales utiliza, qué le importa de verdad y qué le aleja de una marca.

Veremos datos y ejemplos concretos que ayuden a las empresas a repensar su producto, su comunicación y su estrategia comercial con la vista puesta en el consumidor que ya está llegando.



Bloque IV

Modera:



Beatriz Romanos

*Fundadora de
Intrepia FoodTech
News*

¿Qué nos está pidiendo hoy el mercado y qué dejará de comprar mañana?

Mesa redonda: Innovación y Distribución

Los bloques anteriores dibujan un escenario donde los canales de acceso al consumidor se transforman y llega una generación con nuevas reglas de compra.

La pregunta que cierra la jornada es inevitable: ¿qué está pidiendo hoy el mercado y qué dejará de comprar mañana? **Identificar las señales que ya están cambiando la demanda, las innovaciones que generan crecimiento y los productos que tendrán más dificultades para competir es clave para cualquier empresa alimentaria.**

Para responderla, disfrutaremos de una mesa redonda donde se pondrán en común **distintas visiones de la cadena alimentaria**: qué demandan la distribución y el consumidor, qué tendencias están transformando la industria y cómo se están adaptando las empresas para seguir creciendo.

El debate buscará **conclusiones aplicables a corto y medio plazo**: desde la decisión estratégica prioritaria para este año hasta las capacidades que necesitará una empresa alimentaria para seguir siendo relevante en 2030.



INCREA



Cofinanciado por
la Unión Europea

