

TRANS FOOD MATION 2026

INNOVAR PARA COMPETIR

El mercado está cambiando. ¿Y tu empresa?

12 de noviembre

Hotel Avenida - Zaragoza

Contexto

El mercado está cambiando. ¿Y 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, una mesa redonda en la que debatiremos sobre **qué nos pide hoy el mercado y qué dejará de comprar mañana**.

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



Rosario Pedrosa
Estrategia Comercial, Marketing, AECOC



Beatriz Romanos
Fundadora de Intrepia FoodTech News

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

Innovación y Distribución

Los bloques anteriores dibujan un escenario en el que cambian los canales de acceso al consumidor y llega una generación con nuevas reglas de compra. Queda por ver cómo encaja todo esto en la relación entre quien fabrica y quien vende.

Para cerrar la jornada, Beatriz Romanos conversará con Rosario Pedrosa, de AECOC, sobre **cómo llega la innovación de los fabricantes al lineal y qué papel juega la distribución en ese recorrido**. Hablarán de lo que espera el retail de sus proveedores y de cómo se construye la colaboración entre industria y distribución.

También **repasarán las tendencias que están cambiando la forma de comprar, desde la proximidad y la conveniencia hasta el uso de datos y tecnología en el punto de venta**, con ejemplos de empresas que ya han sabido aprovecharlas.

El objetivo es ofrecer a las empresas asistentes ideas concretas para presentar su innovación a la distribución y decidir dónde poner el foco en los próximos años.



TRANS FOOD MATION 2026

food+i CLUSTER

INCREA

Cofinanciado por la Unión Europea

Fondos Europeos

La Rioja

Sistema Riojano de Innovación