


A close-up photograph of a person's hand holding a single red berry, likely a strawberry, over a glass filled with a vibrant pink smoothie. The smoothie is topped with several fresh blueberries. The background is softly blurred, showing a white surface and a person's shoulder. The image is framed with bright green geometric shapes in the corners. A large, semi-transparent circular graphic on the right side contains the text.

**Nuevas
fórmulas de
consumo**

¿Qué es importante para nosotros hoy?



% Individuos que consideran la afirmación entre las 3 primeras prioridades



88%

La alimentación es
clave para prevenir
enfermedades

Buscamos naturalidad y autenticidad en los alimentos

Light



1980

1984

Con



1987

1995

Sin



2001

2006

100% Natural



2001

2010

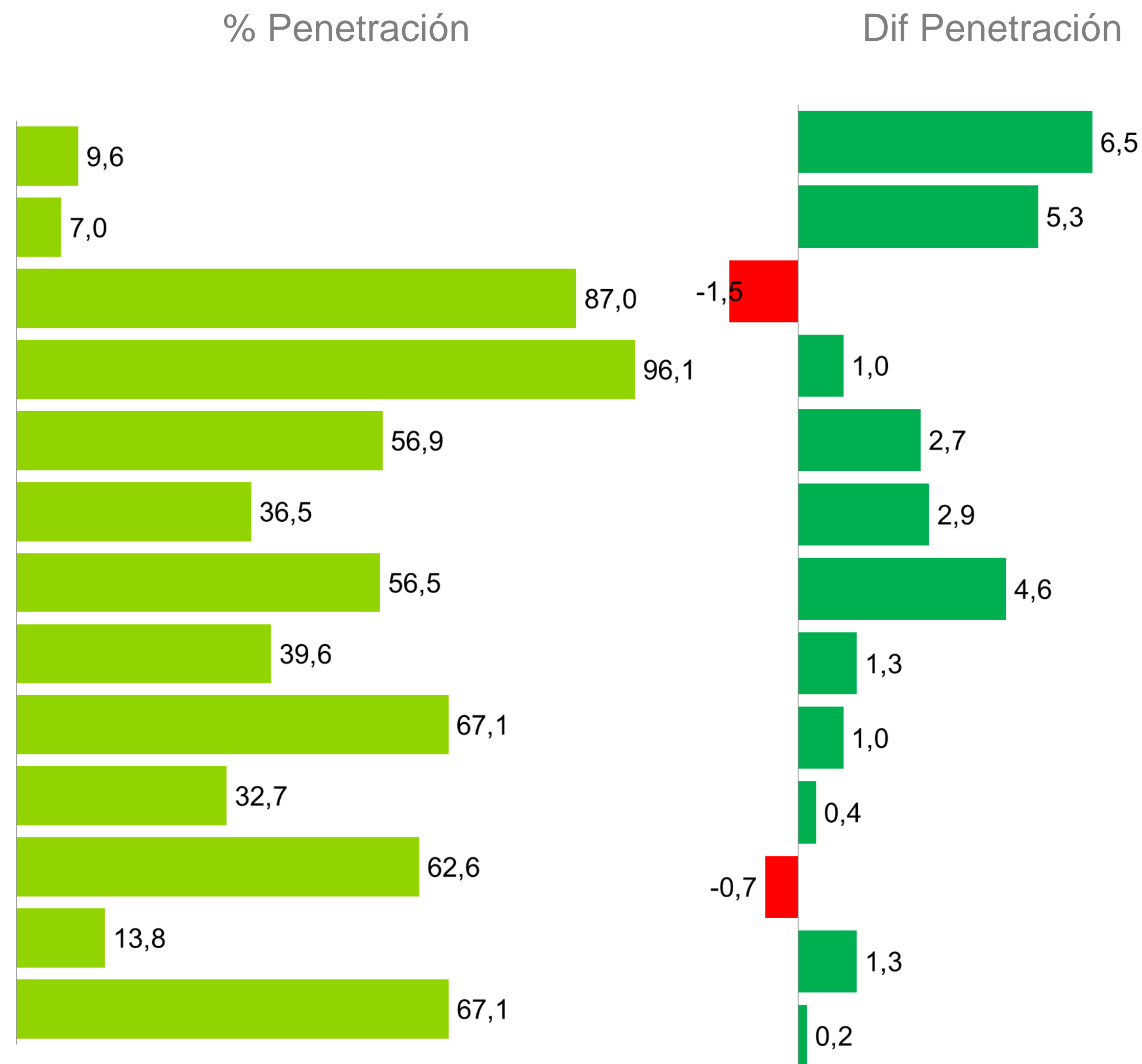
Ecológico / Sostenible



Superfoods



La búsqueda de la salud impulsa el crecimiento de los superalimentos



Semillas de quinoa (seca), congelada y lista para consumir

Vamos hacia un Smart-eating

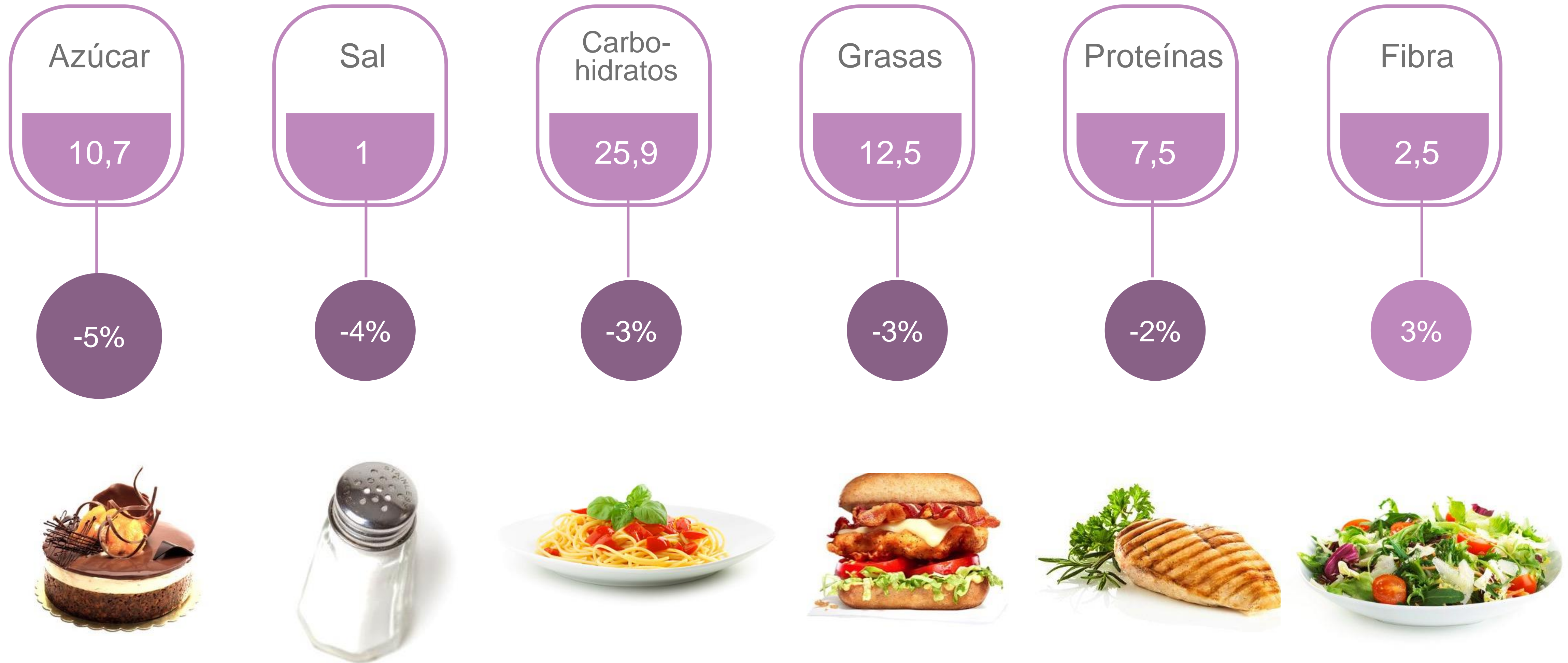
Alimento



Nutriente

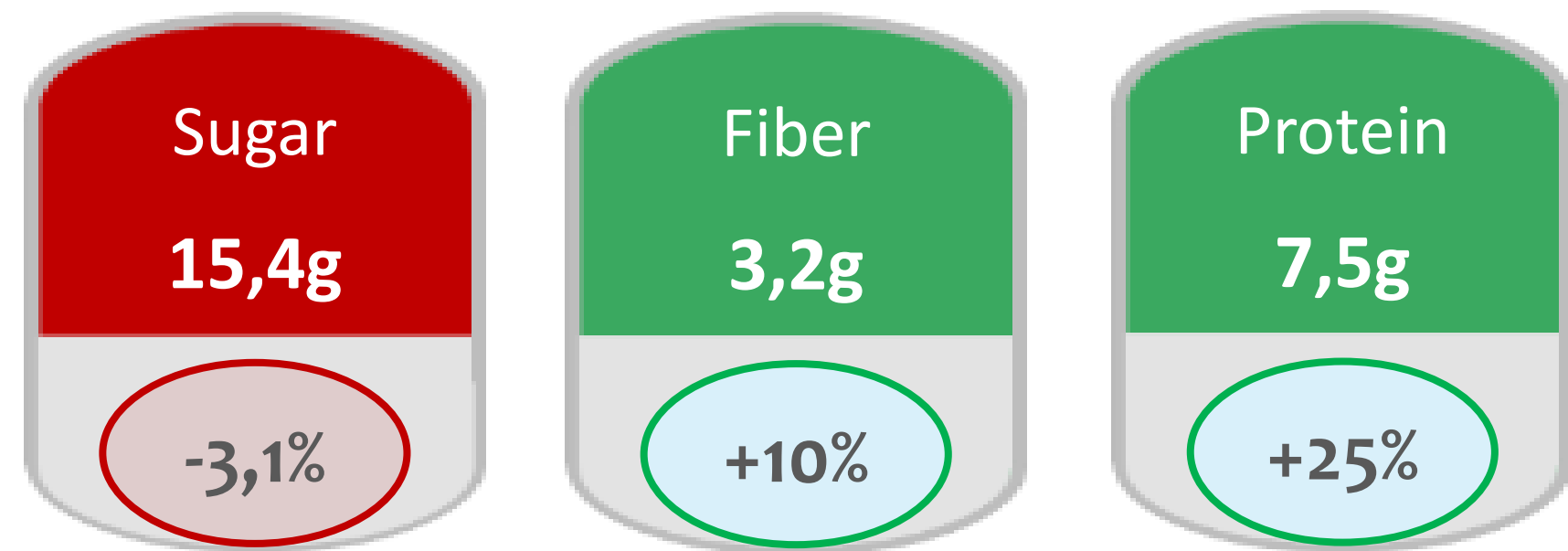


Reducimos todo excepto la fibra



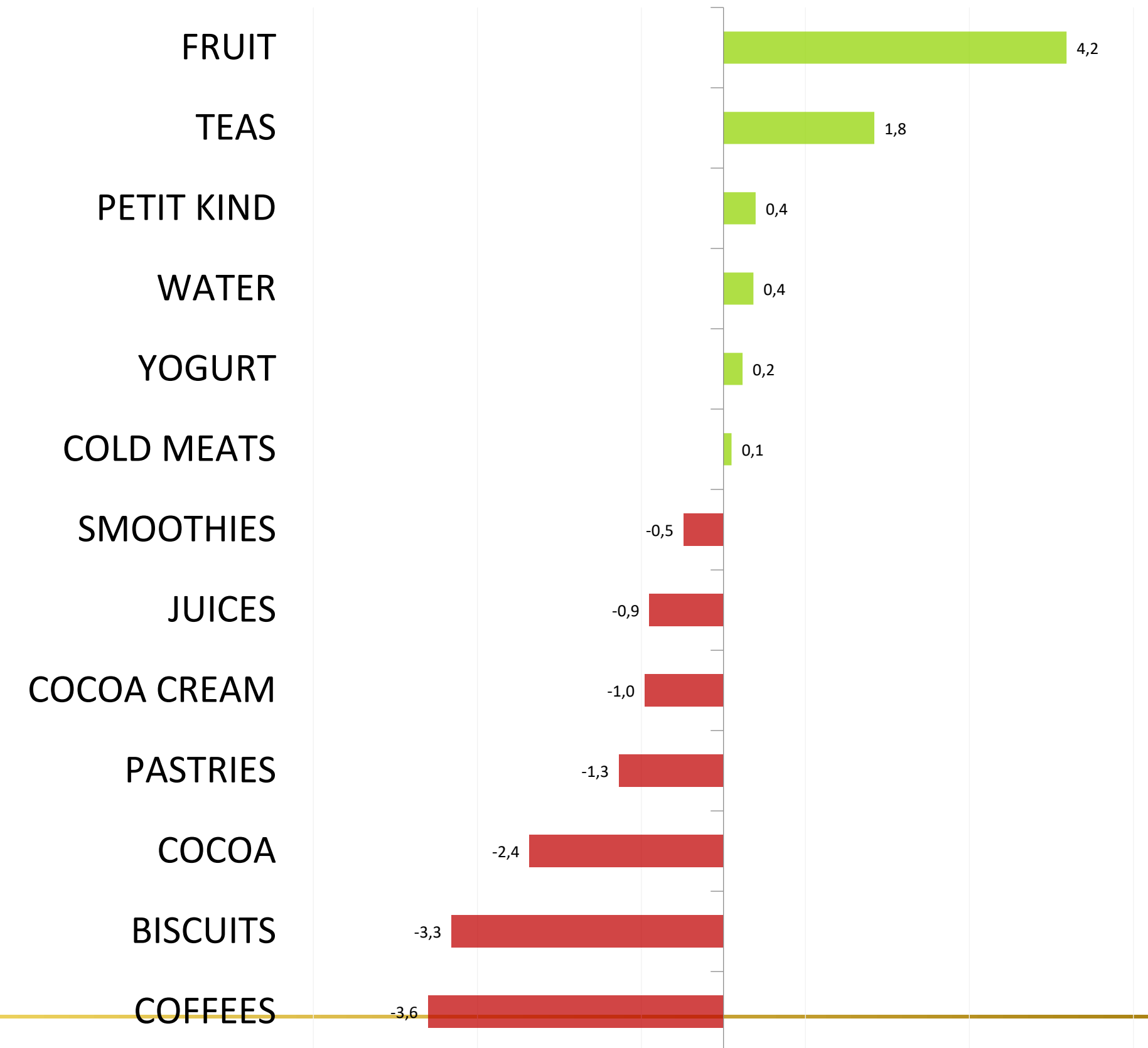
Consumers are looking for healthier snack options such as fruits between main meals

Nutritional Values for 100GR in the Afternoon Snack/
Evolution vs 2013



Well-being impact
in our habits

Difference share of Stomach Foods and Beverages in the
Afternoon snack T1/16 vs 13



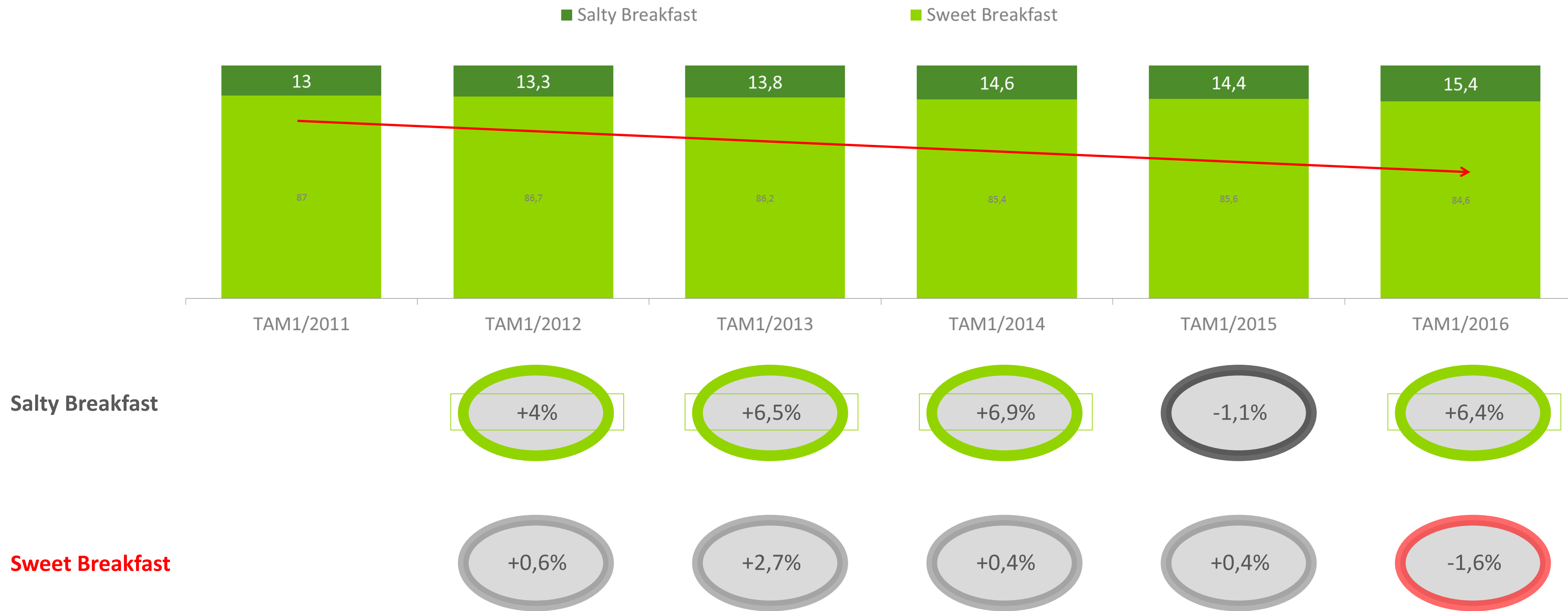
SALTY BREAKFAST IS GROWING



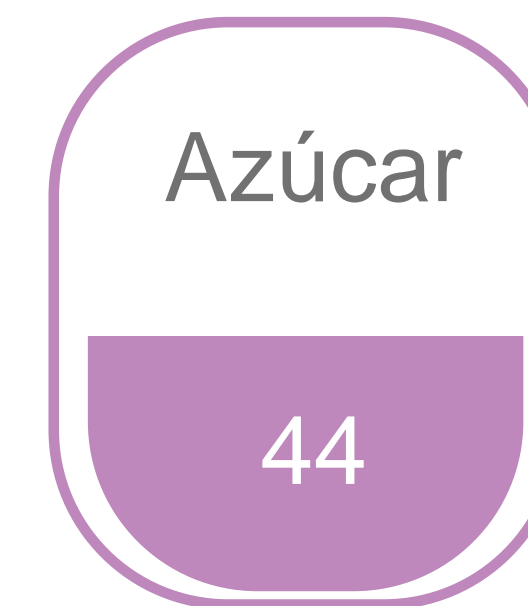
Breakfast trends

% Evolution Occasions Salty Breakfast vs Sweet Breakfast

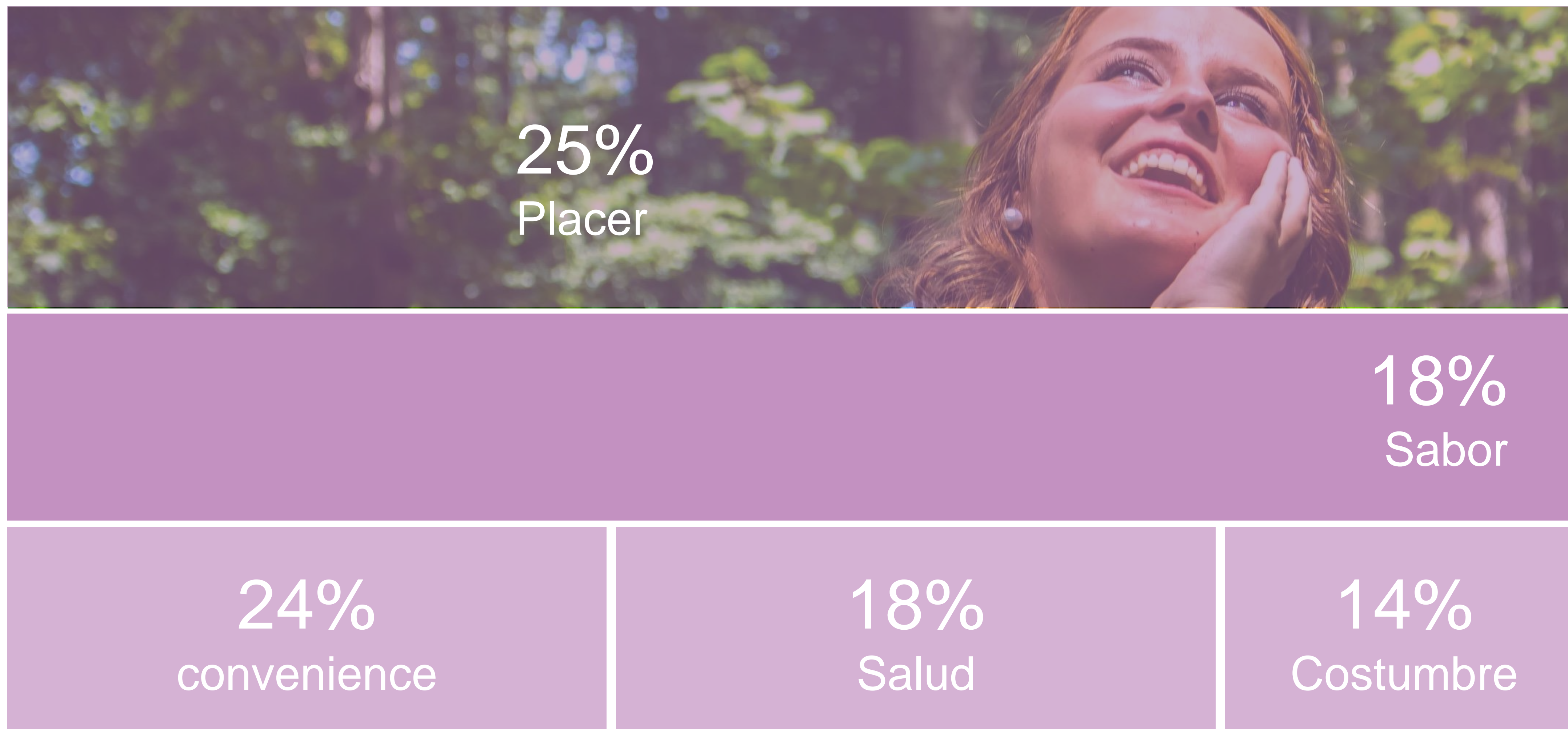
% Occas

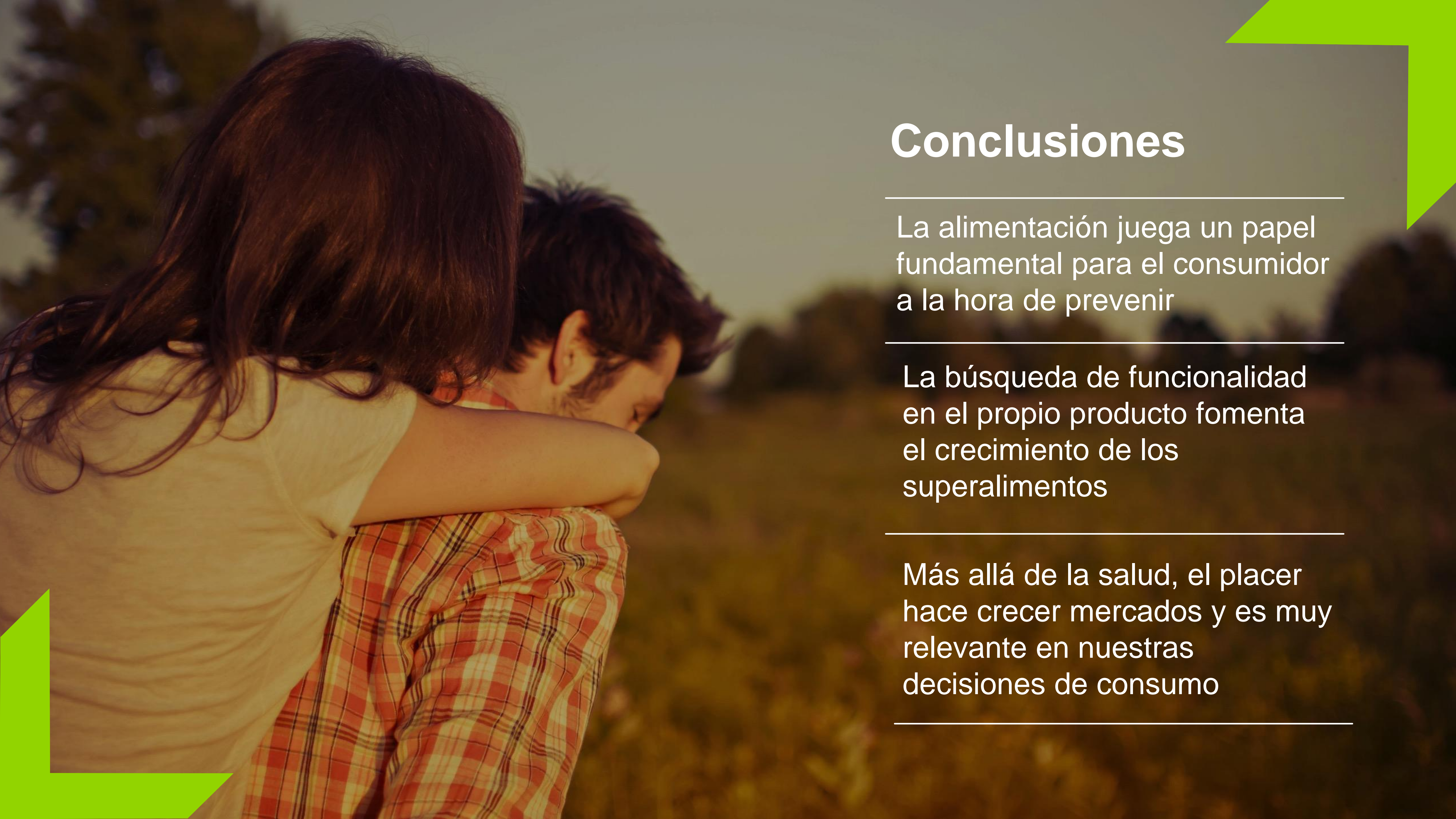


No somos racionales en las decisiones. Hay otros beneficios que priman más



El placer manda en la mitad de ocasiones de consumo





Conclusiones

La alimentación juega un papel fundamental para el consumidor a la hora de prevenir

La búsqueda de funcionalidad en el propio producto fomenta el crecimiento de los superalimentos

Más allá de la salud, el placer hace crecer mercados y es muy relevante en nuestras decisiones de consumo
