
RADAR DE TENDÊNCIAS

SONAE MC

Raison d'être

O Radar de Tendências foi construído com o objetivo de auxiliar as várias unidades de negócio e suporte da Sonae MC nos processos de planeamento estratégico e tomada de decisão a médio prazo.

Objeto

Para além de elencar e caracterizar as mais vincadas tendências que estão a emergir no comportamento humano, o Radar identifica ainda as aplicações dessas tendências que, segundo os respetivos curadores, maior valor potencial apresentam no contexto do retalho alimentar e de saúde.

Todas estas aplicações são documentadas com casos práticos de adoção, tecnologias facilitadoras e entidades que podem ajudar na sua implementação



Introdução

Com a curadoria da Direção de Inovação da Sonae MC, o Radar de Tendências propõe uma viagem interativa pelo futuro do comportamento dos consumidores e pelas oportunidades (exigências?) daí decorrentes com que a companhia se depara.

Das Operações aos Recursos Humanos, passando pela Logística e pela equipas Comerciais, a plataforma permite descortinar potenciais iniciativas a desenvolver, mostrando os novos comportamentos que as sugerem, o que outros estão a desenvolver nesse domínio, assim como quais poderão ser as tecnologias emergentes e os atores do ecossistema de Inovação aberta a convocar.

Metodologia

A partir de relatórios preditivos de algumas das principais consultoras* chegou-se a um conjunto de mais de 100 Microtendências comportamentais dos consumidores.

De seguida, aplicou-se um filtro com dois critérios:

- Relevância para a Sonae MC;
- Massificação na janela temporal 3-5 anos.

As **41 Microtendências** definitivas foram agrupadas em **9 Megatendências** que estão a moldar o futuro do retalho. A importância relativa de cada uma das Megatendências foi estimada utilizando um mecanismo de agrupamento de keywords semanticamente relacionadas.

Por último, a Direção de Inovação redigiu um conjunto de acionáveis suportado pela configuração das micro e megatendências. A este tipo de elemento deu-se o nome de **Aplicação**. Cada uma destas é documentada por um mix de **implementações** (artigos de opinião ou casos de estudo que suportem a pertinência da sugestão), **tecnologias facilitadoras** (acompanhadas de uma recomendação de ação para o ano 2019) e **potenciais parceiros** (startups, universidades, SMEs, etc.)



McKinsey&Company

Deloitte



FJORD



Lista de relatórios

<https://www.mckinsey.com/industries/consumer-packaged-goods/our-insights/the-consumer-sector-in-2030-trends-and-questions-to-consider>
<https://www.mintel.com/global-consumer-trends/>
<https://www.mintel.com/european-consumer-trends/>
<https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/uk/Documents/consumer-business/deloitte-uk-retail-trends-2018.pdf>
<https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/at/Documents/about-deloitte/global-powers-of-retailing-2018.pdf>
<https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/global/Documents/Consumer-Business/cb-2018-health-wellness-report.pdf>
<https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/uk/Documents/consumer-business/consumer-review-8-the-growing-power-of-consumers.pdf>
<https://go.euromonitor.com/white-paper-economies-consumers-2018-global-consumer-trends-EN.html>
<https://www.ey.com/se/sv/industries/consumer-products/the-future-of-nordic-retail>
https://trends.fjordnet.com/Trends_2019_download.pdf
<https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/xx/pdf/2018/03/global-retail-trends-2018.pdf>
<https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/xx/pdf/2018/02/global-consumer-retail-m-and-a-trends-2018.pdf>
<https://www.pwc.ie/publications/2018/retail-consumer-report-2018.pdf>
<https://www.pwc.com/us/en/services/consulting/library/consumer-intelligence-series/future-of-customer-experience.html>
https://www.bbrief.co.za/content/uploads/2018/04/PwC_Experience-is-everything.pdf
<https://www.strategy-business.com/feature/Competing-for-Shoppers-Habits?gko=ccc17>
<https://www.pwc.nl/nl/assets/documents/pwc-euro-forecast-2018.pdf>
<https://www.pwc.com/gx/en/diversity-inclusion/best-practices/assets/the-pwc-diversity-journey.pdf>
<https://www.strategyand.pwc.com/report/rise-of-wellcare>
<https://www.strategyand.pwc.com/media/file/Content-democratization.pdf>

Relevante para a Sonae MC?

SIM

NÃO

Exemplo: Emergência dos eSports

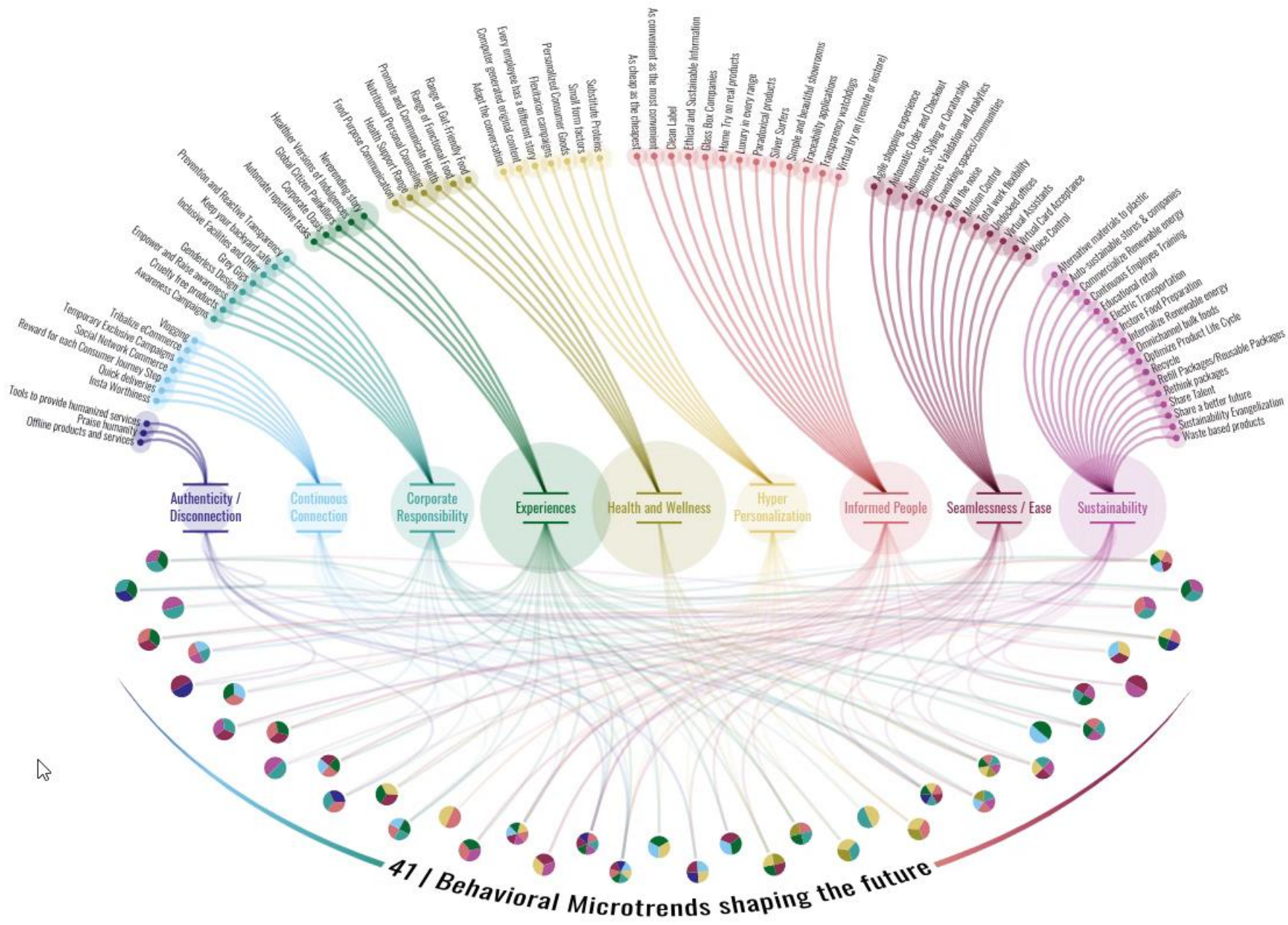
Relevante numa janela 3-5 anos?

SIM

NÃO

Exemplo: Liquidez de Expectativas

Exemplo: Democratização das competências de programação através de plataformas de low-code development



Aplicações

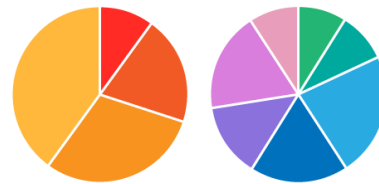
Megatendências

Microtendências

Microtendências

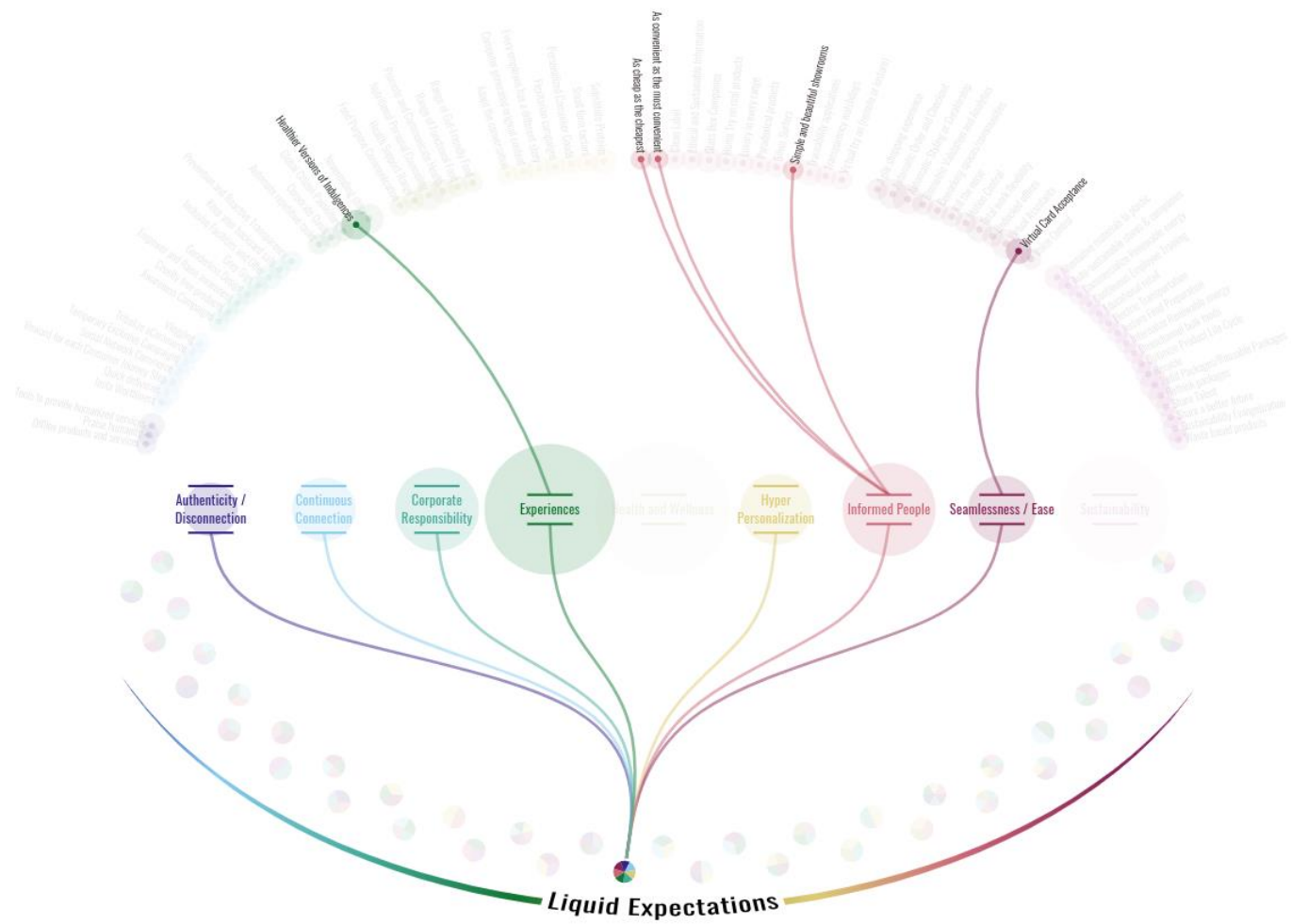
As Microtendências representam padrões de comportamento dos consumidores, colaboradores e todos os outros agentes que impactem o negócio do retalho.

Podem ser encontradas no hemisfério sul do radar com este aspeto:



As cores representam a relação que estes elementos têm com as 9 Megatendências.

As Microtendências no Radar



Informed People

Liquid Expectations

Print

Share

People will compare players, even from different industries, using the same criteria. Customers are indifferent to cost structure: if a store offers free bags, they'll expect the same treat from every other store. To stay competitive, companies should be able to optimize their cost structure and establish what's essential to provide what the customers are expecting. To do so, they must understand that people's expectations can come from the least expectable places.

Articles on this Microtrend

Fluid Expectations in Placemaking: Four Trends and Strategies

Megatendências

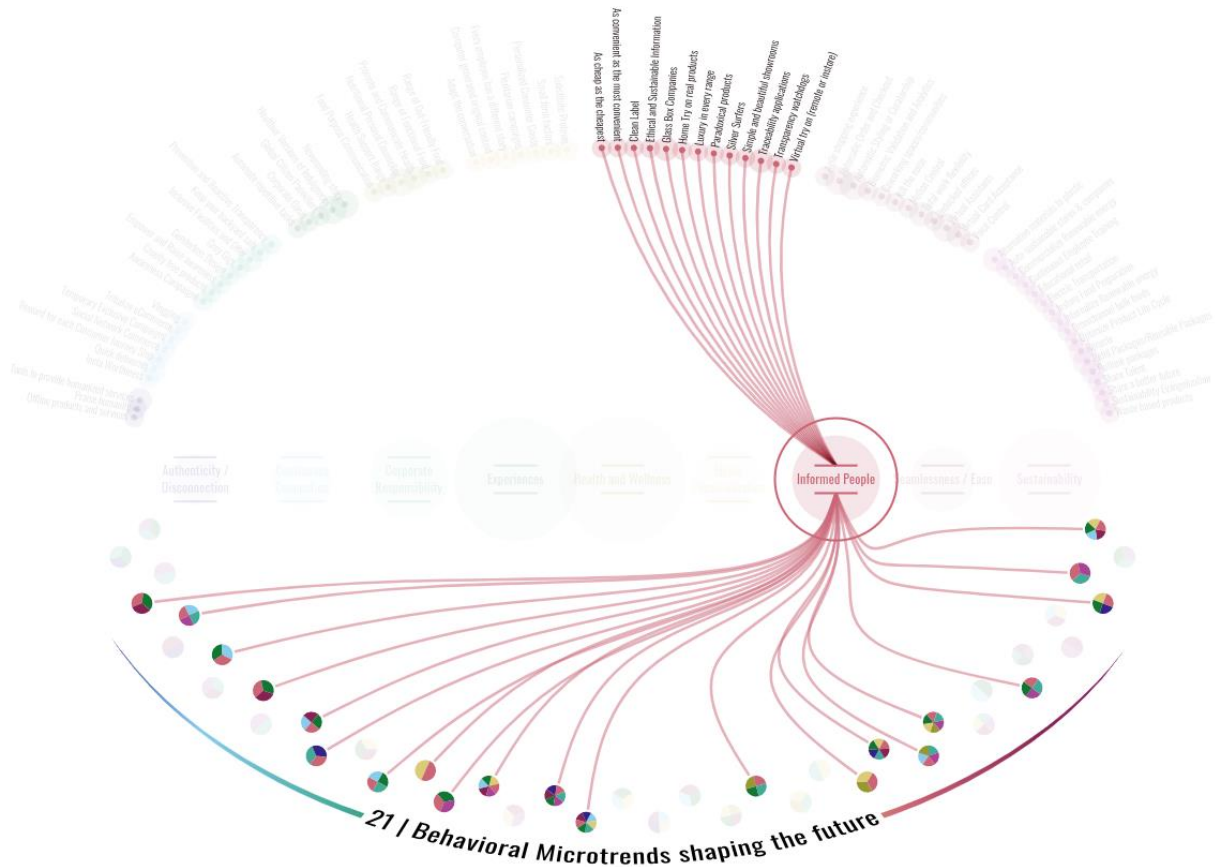
Uma Megatendência é formada pelo agrupamento de várias Microtendências e representa um dos nove grandes temas que constituem o Radar.

Cada um destes elementos é composto por uma descrição, uma peça de opinião e uma tabela que centraliza todas as tecnologias associadas às suas Aplicações.

Podem ser encontradas na linha equatorial da ferramenta representadas por círculos de tamanhos e cores distintos. As cores facilitam a identificação da relação entre Microtendências e Megatendências. O tamanho dos círculos quantificam a relevância relativa das Megatendências que foi estimada utilizando um mecanismo de agrupamento de palavras-chave semanticamente relacionadas.



As Megatendências no Radar



Informed People [Print](#) [Share](#)

According to Euromonitor International, by 2013, three-fourths of the global population will have access to the Internet. Digitalization keeps democratizing the access to content and information, which is triggering new and unpredictable socioeconomic impacts. Convenience, simplicity and knowledge are a few of the perks that the information era brought to the consumers. Thus, additionally to expecting zero-effort experiences, people know exactly what they want, how they want it, and where they can find it. The helicopter view over the whole market is becoming more and more accessible to all customers. At any moment, with the tip of their fingers, people can compare prices, quality, customer service, and understand which supply chain is a better match for their needs and beliefs.

Opinion Piece

As irrationality keeps losing space in the decision-making process, companies should prepare and be ready to address demanding customers that are more aware than ever of the market's big picture. That presents a continuous challenge/opportunity trade-off for retailers: people can now compare competitors by the smallest details, but the companies can also identify, and address people's needs a lot more efficiently. Social Media presence and Search Engine Optimization (SEO) are powerful tools to take advantage of this social trend. A best practice example of how to address the advent of the informed society is Worten's campaign "Preço Mínimo Garantido".

Technologies included under this Megatrend

Watch	Study	Experiment	Implement
		Artificial intelligence for inventory forecasting and	Artificial intelligence for Smart checkout



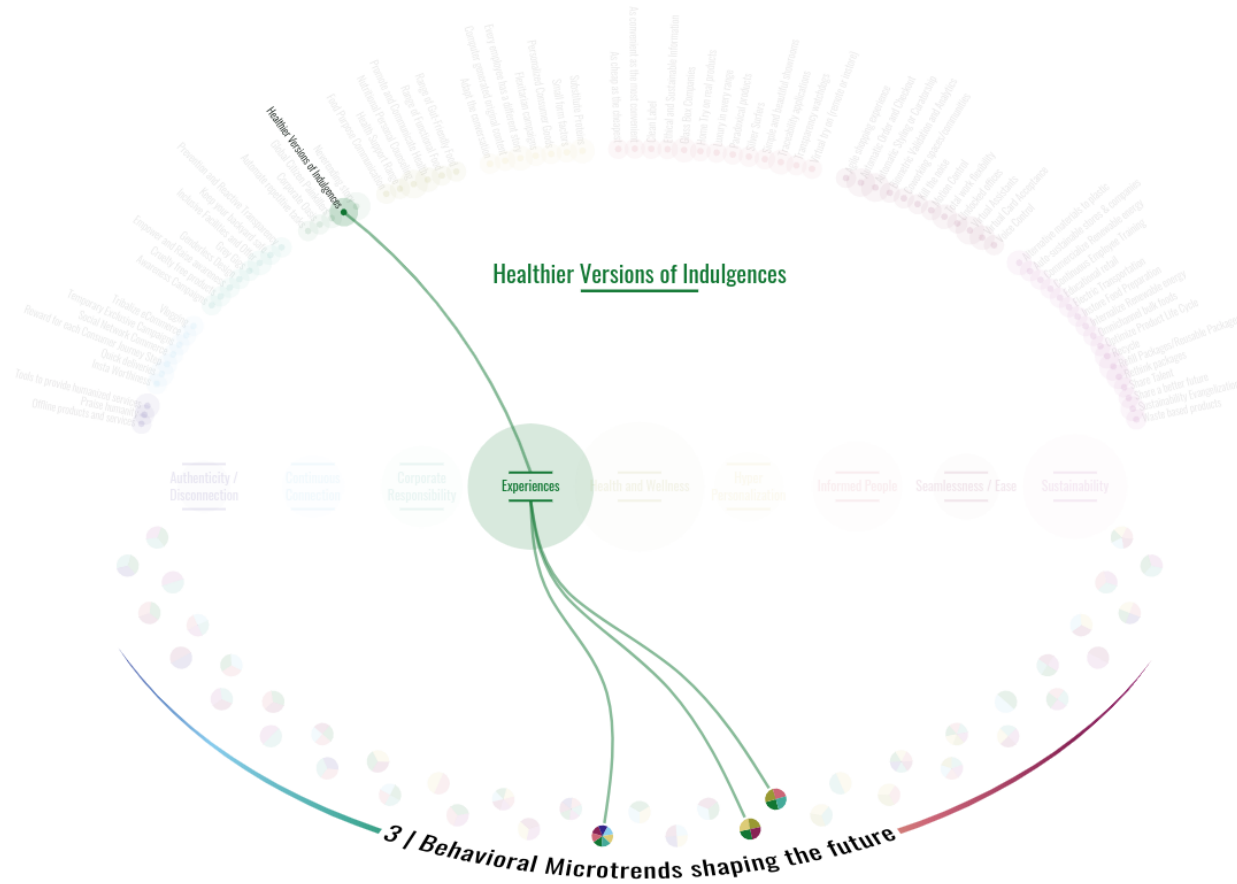
Aplicações

As Aplicações são acionáveis sugeridos pela Direção de Inovação.

Podem ser encontradas no hemisfério norte do radar e são documentadas por:

- **Implementações:** Artigos de opinião ou casos de estudo que suportam a pertinência da potencial iniciativa;
- **Tecnologias facilitadoras** (acompanhadas do ponto situação no fluxo de vigilância-avaliação-experimentação e uma recomendação de ação para o ano 2019);
- **Potenciais parceiros** (startups, universidades, SMEs, etc.)

As Aplicações no Radar



Healthy Junk Food, Health Consciousness

Experiences

Healthier Versions of Indulgences

Print

Share

While attention to one's health as increased, the role of food as an emotional tool hasn't changed. By creating alternative, healthier indulgences we are allowed some guilt-free "guilty-pleasures". Restaurants like gourmet burger houses and wholewheat pizzas continue to spread, and show no signs of stopping.

Real Implementations



Yonest

The ingredients in your yogurt are separated until you decide how you want them together. Only in this way is it possible to make the purest yogurt, the freshest flavor and the most delicious creaminess.



Shrimp made from algae

Shrimp, United States' most popular seafood, is notorious for being farmed using practices that destroy the environment. New Wave Foods, a startup based in San Francisco, has set out to create a sustainable replacement.



Vegan burgers: now juicy, pink and bloody

Supermarkets stock up as millions of UK 'flexitarians' boost demand for fake meat



Apy Ball

Apyball is a young and modern line of simple, authentic and conscious healthy snacks. Made from raw, natural and biological ingredients, gluten-free, without refined sugar and lactose-free. We belong to a new generation that strives for a sustainable, healthy and ecological future.

Enabling Emerging Technologies



Structured emulsions and edible oleogels

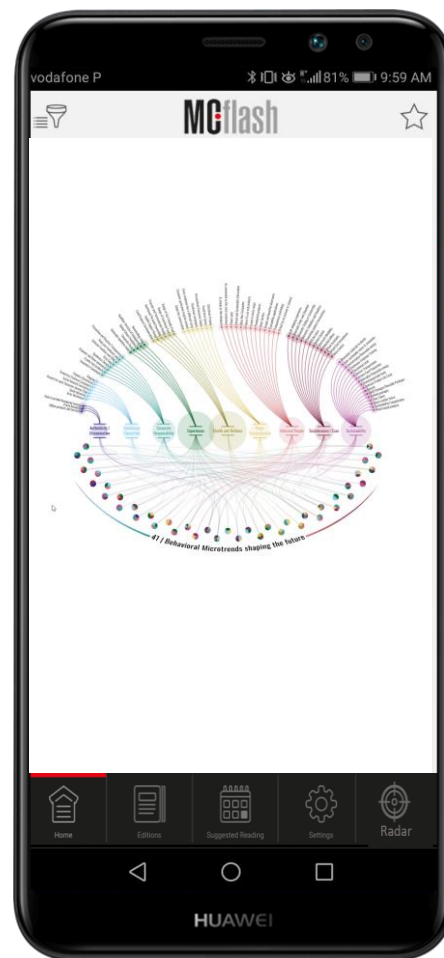
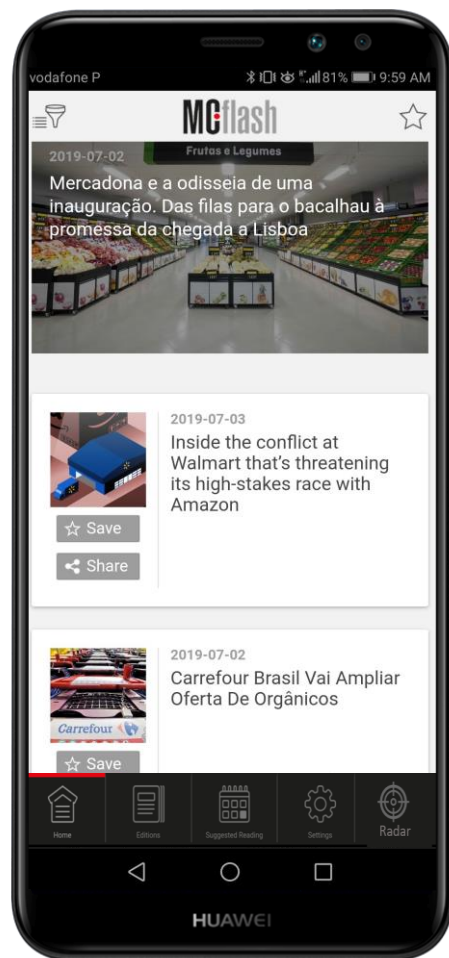
Structured emulsions and edible oleogels are solutions to substitute solid unhealthy fats (e.g. butter) with liquid healthy fats (e.g. linolen oil). This enables the production of crumbly meltable food containing fatty acids instead of saturated fats (e.g. chocolate, cookies).

Previous work in SONAE: An internal study exploring the use of oleogels to replace animal fat with linolen oil in sausages or hamburgers concluded that this application is not economically viable. Other applications in sauces, chocolate or cookies have still not been explored.

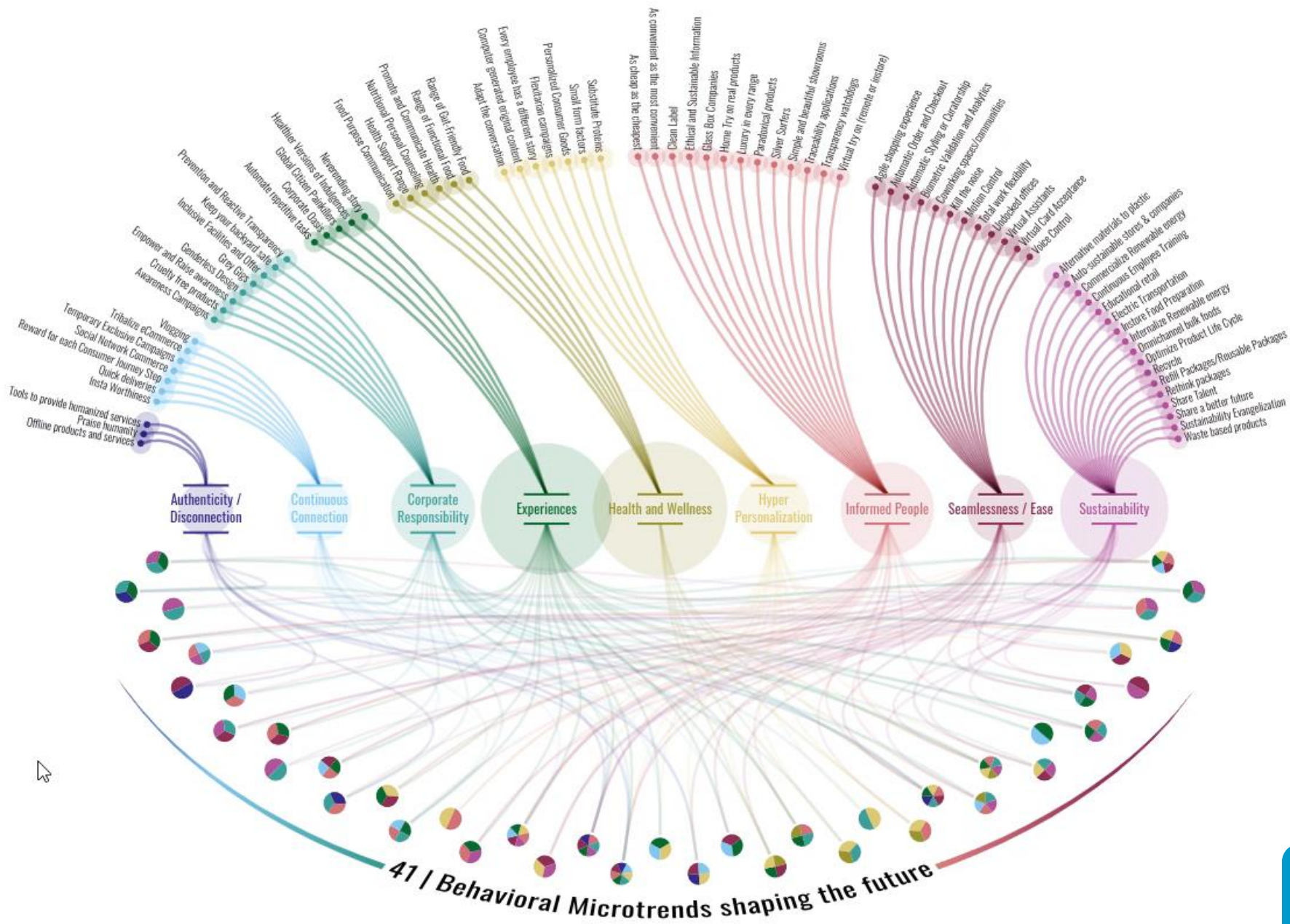
Recommended action for 2019:



Manutenção do Radar



- Integração com MC flash
- Ligação de backoffices: sempre que uma notícia for publicada no MC flash, será automaticamente adicionada ao Radar
- Estamos a trabalhar para que a plataforma fique mais **responsiva** e **mobile-friendly**



Aplicações

Megatendências

Microtendências

[Ir para o Radar](#)