

Shukran



Acelérate!
Acelérate!
Acelérate!
Acelérate!
Acelérate!
Acelérate!

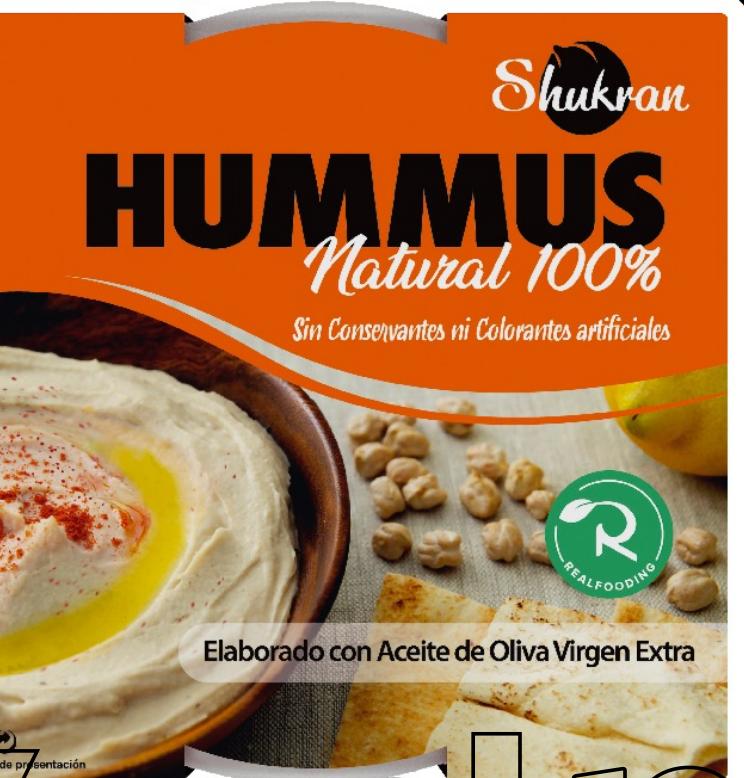
Acelérate!
Acelérate!
Acelérate!
Acelérate!

Shukran es una empresa de alimentación nacida en 2019 que se introduce en el mercado de alimentación con el objetivo de contribuir al desarrollo de la industria Plant-based.

*TOP 5 mejor estrategia de
Marketing 2020*

(Asociación Española de Marketing)

natural 100% Hummus



natural 100% Hummus

Marzo de 2020 significa el punto de inflexión para la compañía al sentar las bases de nuestro liderazgo con la presentación del primer Hummus 100% Natural, el primero de un plan de lanzamientos que denominamos **Shukran Accelerate!**

Shukran TOP 1 Marca de Fabricante en Hummus

Desde marzo de 2020, la compañía ha experimentado un proceso de crecimiento constante en todas las variables clave; facturación, producción, distribución y conocimiento de marca.

Facturación de más de 1 M en 5 meses

L CACAO CREMA



L CACAO CREMA

Esta proyección en Hummus nos aportó la inversión para introducirnos en un nuevo mercado, los untables dulces. Nuestra distribución en este sector ya es mayor que en el de los Hummus, y reposiciona a Shukran como una marca de FMCG de mayor alcance.

Shukran factura + que Nocilla y Nutella juntas en el primer mes de lanzamiento

Shukran Foods es un grupo en expansión constante con una producción diaria de más de 7.000 Kg. Referente en 2 categorías con una inversión en I+D foodtech que nos posiciona a corto plazo como el player de la alimentación Plant-Based con mayor número de referencias en el mercado.

Más de 1000 Toneladas de producción anual

EN CIFRAS

Facturación

Shukran ha evolucionado de una facturación mensual de 60K€ en enero 2020, a más de 400K enero 2021

El cierre del ejercicio 2022 se establecerá en 4,5M, con una producción de más de 800 toneladas de producto.

Las proyección de facturación para el ejercicio 2023 establecidas SIN crecimiento de clientes y sin tener en consideración nuevos lanzamientos (DICX12) es de 9,000,000 de €

9M€ +800T

Distribución

Actualmente Shukran trabaja con 12 de los 20 retailers más importantes del mercado español

Distribución del 100% en el canal hipermercado y superior al 20% en el Total Mercado con marca Shukran.

El liderazgo de Shukran como marca nos ha permitido ser la empresa que más crece en todos los indicadores convirtiéndonos en el proveedor exclusivo de Hummus para Carrefour y Día

100%
Hiper 6 M

Mercado

Contamos con 21 referencias en 2 mercados complementarios Hummus & Crema de cacao.

Dos mercados de más de 200M en España que ampliamos al introducir nuestros productos en nuevos canales.

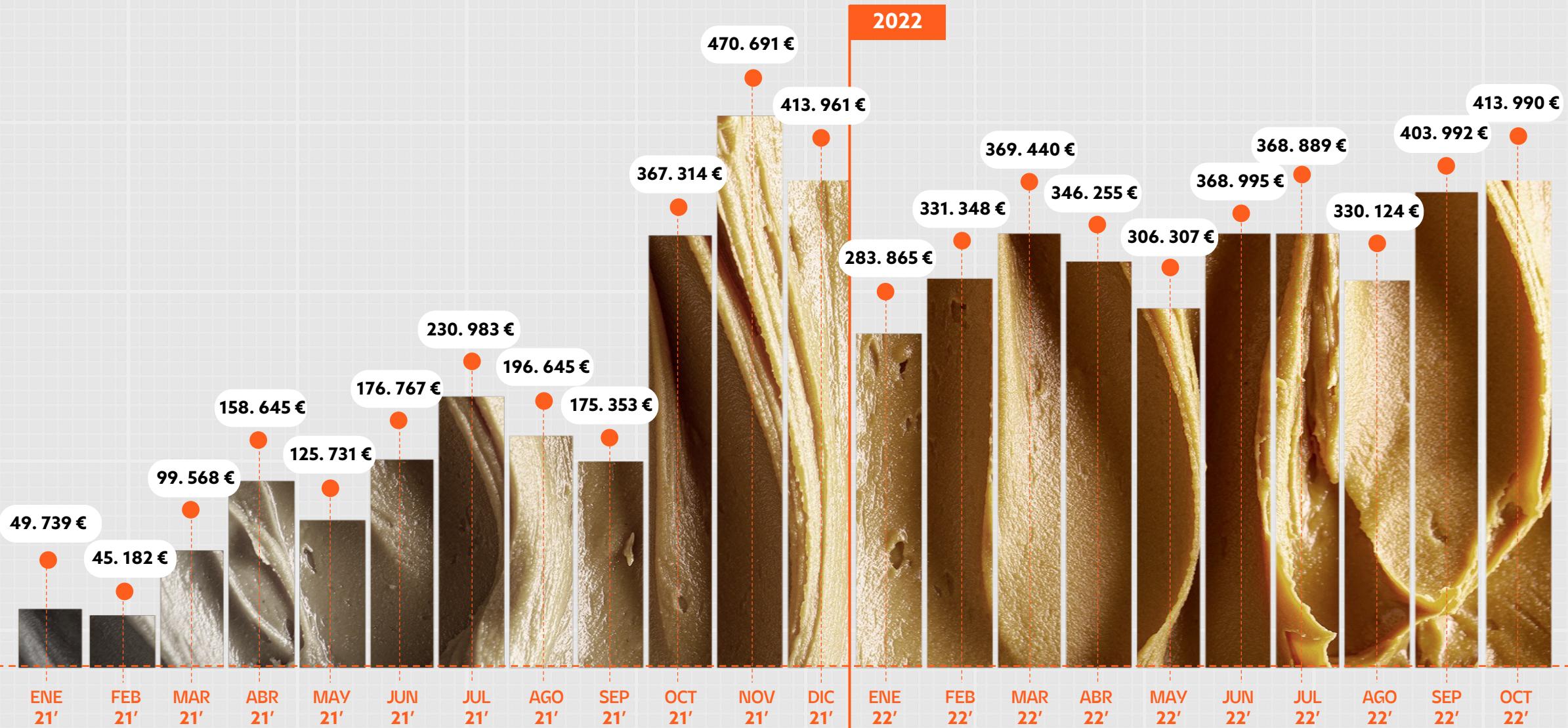
- Shukran. 5 referencias
- Carrefour: 11 referencias
- Día: 2 referencias
- Euromadi: 3 referencias
- Makro: 2 referencias
- B2B: 1 referencias

23 referencias

En cifras En cifras En cifras

Facturación

Facturació



Hitos

2021

TRADICIONAL



Alcampo
SABECO
ALIMERKA

MUTABAL



TRUFA

TRADICIONAL

MUTABAL

makro
 IPERCENTRO

superSol
 BM



MUTABAL

CREMA AL CACAO
 Carrefour
 GADIS
 MAS

TRADICIONAL

Marzo

TRADICIONAL

makro
 IPERCENTRO
 El Corte Inglés

Abril

Mayo

Junio

Julio

Agosto

Septiembre

Octubre

Noviembre

Diciembre

TRUFA

Carrefour
 Alcampo

CREMA AL CACAO

BM
 Alcampo
 ALIMERKA
 IPERCENTRO

FROIZ

2022

makro

Makro Chef

Enero

Hummus DIA Clásico
Hummus DIA Pimiento

Febrero

CREMA AL CACAO

TRADICIONAL



Marzo

CARREFOUR

DIA

Hummus CRF Pimiento
Hummus CRF Aguacate

Abril



CREMA AL CACAO

Junio

Agosto

Octubre

TRADICIONAL

MUTABAL

CREMA AL CACAO

Bonpreu

Bonpreu
AHORRAMAS

Bonpreu
AHORRAMAS

TRUFA

El Corte Inglés

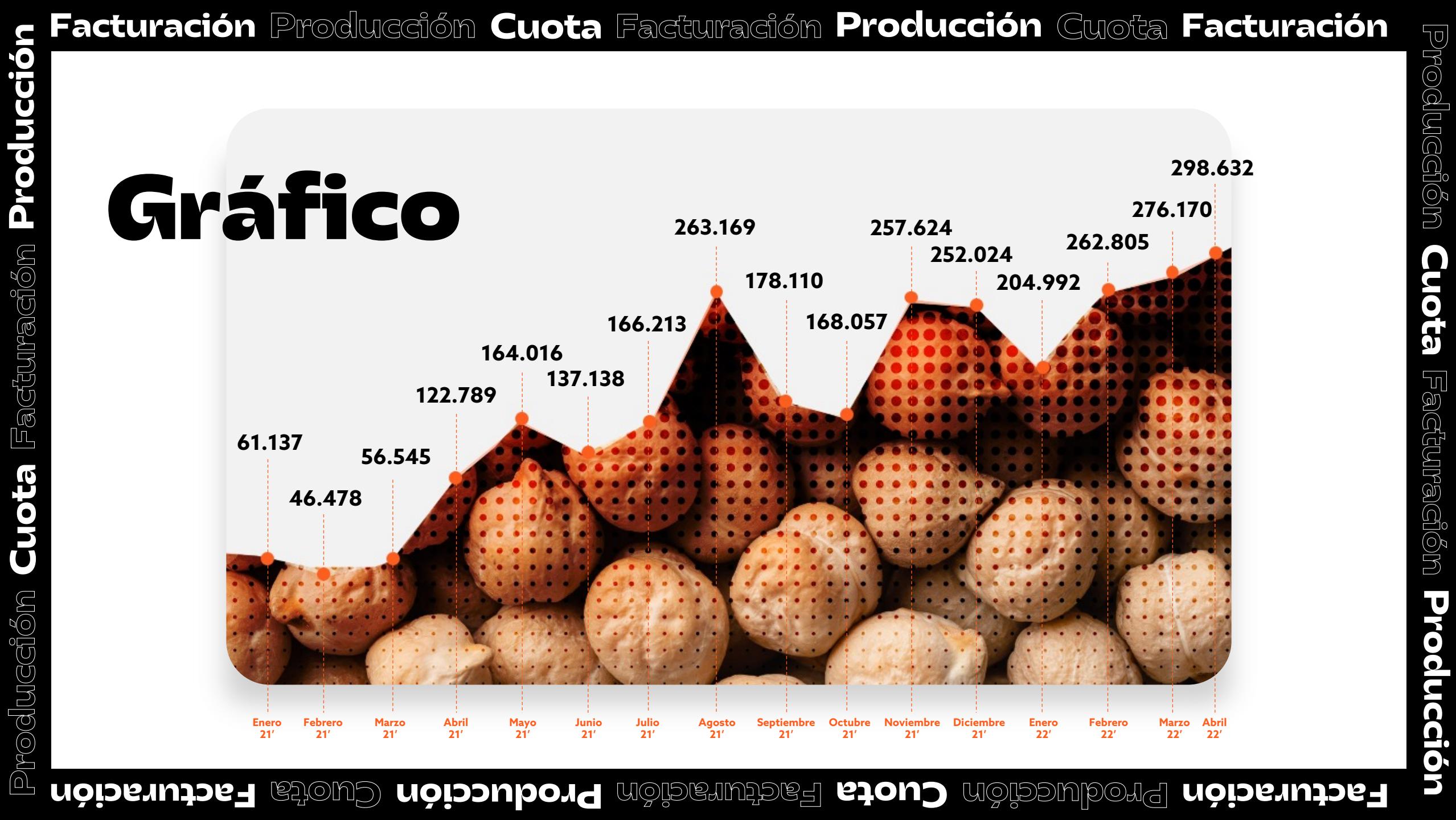
Mayo

Septiembre

CARREFOUR

Hummus CRF Clásico
Hummus CRF Kalamata
Hummus CRF Light

Hitos



Próximos pasos

1

Durante el proceso de ejecución de **Shukran Accelerate!** La Compañía ha invertido en el desarrollo de un **I+D orientado a posicionarse como uno de los principales players del mercado de productos sustitutivos** de proteína animal.

2

Este desarrollo de Food-Tech se establece con la visión de **convertir a Shukran en la Marca Plant-based de mayor implantación del lineal en un periodo inferior a 12 meses**

3

Tras Shukran Accelerate! Iniciamos **Shukran R!volution**. Un plan estratégico basado en la **implantación de la marca en 10 espacios diferentes del lineal**. Todo ello gracias al mismo Ingrediente Food-Tech: Huevo vegetal

Próximos pasos

Shukran 202x

R!=EVOLUTION

Oportunidad

4bn

El tamaño del mercado global de comida vegetal en 2020 ha sido de 29,4b. Crecimiento del 100% desde 2018 alcanzando los 3,6bn. Incremento en la facturación debido fundamentalmente a la introducción de alternativas como la carne vegetal y las bebidas vegetales.

La siguiente fuente de crecimiento al negocio de los sustitutivos de proteína vegetal será al introducción en el retail del Huevo Vegano

Bloomberg

20M
100 días

En USA, con la entrada de la compañía Just Egg el mercado del Huevo Vegano ha supuesto un cambio radical en el sector, con un anuncio plan de IPO de 3bn.

La sustitución del HUEVO será más disruptiva que la de las bebidas vegetales.

La presencia del HUEVO en el día de los hogares es más intensivo y permanente que el resto de productos de proteína animal.



Sustituir el HUEVO ANIMAL por el VEGETAL significa estar en todxs:



Ocasiones
de consumo



Actos
de compra



Puntos
de venta



Hogares y consumidores

Problema



El HV de Eat Just ha recibido aprobación regulatoria por la EFSA para su comercialización en EU. Ya está disponible en Canadá, Hong Kong, Singapur y China

Importantes multinacionales están siendo muy activas en el sector foodtech como Ingredion, Cargill, Glanbia o House Foods America.

Oportunidad

Sólo en España existen más de

**38 millones de
gallinas ponedoras**

El porcentaje de

**gallinas
camperas en
España no
superá el 3%**

El ACV muestra un problema
no sólo de uso de recursos de producción,
sino de eliminación de residuos

El alto impacto ambiental de la industria del huevo

El sector avícola
es uno de los

**menos evolucionados
en industria verde y
digitalización**

El consumo del huevo
**crece de forma
significativa
año a año**

**68 millones de
toneladas en
España Impacto
Co₂ similar al de
los lácteos**

Problema

¿Por qué el HV no ha roto todavía el mercado en EU?

Producto

Porque no existe realmente un producto en Europa con un I+D lo suficientemente desarrollado para cumplir las expectativas del mercado.

Las grandes compañías que son motor de innovación en food-tech comercializan productos en los que el huevo es un ingrediente importante.



Problema

¿Por qué el HV no ha roto todavía el mercado en EU?

Distribución

Algunas iniciativas tenían propuestas de HV eficientes pero con graves problemas de distribución. Productos que cumplen con el MPV no han contado con el apoyo de la distribución.

La distribución de estos productos en ocasiones se ha enfocado a heavy consumers de la categoría vegana, centrándose en retailers especialistas, provocando indirectamente un problema de disponibilidad física del producto.

Problema

¿Por qué el HV no ha roto todavía el mercado en EU?

Comercialización

Algunos de los productos que están en el mercado no han sido acompañados de ninguna estrategia de comunicación potente y organizada. La escasa inversión en Mkt y la baja distribución no ha permitido la explosión del producto

Un producto (HV polvo) que requiere explicación y comunicación se ha dejado "solo" en el lineal sin que ningún prescriptor haya hecho la pedagógica del producto

**Solución
Un Huevo**



Vegano 720°

Solución

¿Por qué el HV de Shukran?

Mejoramos la oferta actual al ofrecer un HV versátil que sirve como sustituto a todas las recetas que llevan huevo animal; dulces y saladas. Algo que actualmente no ocurre

VERSÁTIL

Porque los test de producto nos demuestran que la valoración de la experiencia de uso mejora todos los KPIs clave: elaboración, textura y palatabilidad.

ELABORACIÓN, TEXTURA
Y PALATABILIDAD

El HV Shukran está elaborado con proteína de garbanzo, eliminamos la soja; ingrediente que provoca menos impacto que la producción de proteína animal pero sigue generando mucho impacto en términos de deforestación.

IMPACTO

Porque nuestro perfil nutricional es significativamente mejor que el de otros productos del mercado. Más aminoácidos, más proteína, más vitaminas

PERFIL NUTRICIONAL



Producto

Solución

¿Por qué el HV de Shukran?

Mejoramos todos los aspectos clave del mercado

**Uso, Sabor,
Nutrición e Impacto
medioambiental.**

Producto

Solución

¿Por qué el HV de Shukran?

95,7%

La performance nutricional de nuestro HV posee un 95,7% de similitud en términos nutricionales respecto al Huevo Animal

85%

Nuestro HV reduce un 85% el impacto medioambiental

0%

Nuestro HV reduce a 0% el colesterol del huevo

95,7%

85%

0%

Producto

Solución

Perfil nutricional del HV-SHUKRAM

Energía Grasas Grasas Saturadas

Hidratos de Carbono Azúcares

Fibra Sal Proteínas

Colesterol Vit A Vit D Vit E

Vit B6 Vit B12 P Zn Fe Se

Riboflavina Niacina Biotina

Ácido pantoténico Colina



Solución

¿Por qué el HV de Shukran?

**Innovación
disruptiva
FoodTech en manos
de una compañía
asentada en el lineal**

Los principales compradores de la categoría conocen el proyecto Shukran R!volution y trabajarán de nuestra mano para la ejecución de nuestro roadmap

Otro de los grandes problemas de la innovación del HV ha sido el de tener cerrada la distribución generalista.

En Shukran tenemos el compromiso de las principales cadenas de distribución de España: Carrefour, Alcampo, ECI, Lidl.

Shukran tiene presencia con su portfolio actual en más de 5.000 puntos de venta y ya disponemos de acuerdos con 2 cadenas TOP 10 para la introducción de referencias Shukran elaboradas con HV.

Distribución

Solución

¿Por qué el HV de Shukran?

Una forma de entender el Marketing de influencia que ha permitido ser TOP 1 en 3 lanzamientos en 8 meses



Porque en Shukran entendemos que el éxito del producto es el resultado de la buena ejecución de una estrategia de marketing de amplio alcance.

Dentro del ecosistema Shukran contamos con figuras relevantes del mundo de la comunicación que nos permiten tener altas tasas de conversión de venta desde el

Los 3 lanzamientos de Shukran han sido #1 en ventas en su categoría y están asentados en el lineal en todos las cadenas

Solución

¿Por qué el HV de Shukran?

Una forma de entender el Marketing de influencia que ha permitido ser TOP 1 en 3 lanzamientos en 8 meses

Marketing de influencia de nueva generación. Cuando la prescripción se hace en primera persona.

Shukran trabaja un modo de comunicación en el que el influencer está implicado en la Compañía.

EL MUNDO

Carlos Ríos lanza su primer hummus 'realfooding' y se agota en horas en Alcampo



Women's Health

Carlos Ríos lanza el primer hummus 'Realfooding' hecho 100% con comida real

BUSINESS
INSIDER

Carlos Ríos lanza un hummus saludable que se puede comprar por menos de 1,60 euros en Carrefour y Alcampo

Comunicación



TeleMadrid



**Carlos Ríos,
nutricionista e
influencer, lanza
una crema de
cacao 'realfooding'**

Peso neto
200g



≡ SPORT



**¿Te encanta la crema
de cacao y crees que
no es saludable? Te
sorprenderás con
este nuevo producto**



md,



**Carlos Ríos lanza una crema de cacao
'realfooder' de la mano de Shukran Foods**

Comunicación

Ampliamos el ecosistema de influencia de Shukran Foods

1.5 M



1.7 M



540 k



APP +2M



11.9 M

9.6 M

8.2 M

13.4 M

11.9 M

9.6 M

8.2 M

13.4 M



18.5 M

9.8 M

3.1 M

Comunicación

Shukran 202x

**Shukran se convierte en la
marca cross category con mayor
implantación del mercado**

REVOLUTION

**Estaremos en el árbol de
decisión de 10 categorías
de producto**

Prototipos



Prototipos



El mayor portfolio Plant-based de GC orientado a la nueva industria

Una arquitectura de marca que pasa a competir por un mercado agregado de + de 3K Millones de €

Operaciones

ESTABILIDAD

A diferencia de otros productos de Gran Consumo la producción del HV Shukran se puede establecer con un nivel bajo de inversión OPEX y con alta facilidad de deslocalización.

El valor marginal de la producción es constante de forma que existe un alto grado de control y previsión de costes y beneficios.

Operaciones

PRODUCCIÓN INTENSIVA

La alta vida útil del producto (+ de 24 meses) permite llevar a cabo procesos de fabricación intensivos en períodos específicos sin necesidad de mantener una estructura fija de producción

Operaciones

INTERNACIONALIZACIÓN

La estructura de producción permite la internacionalización inmediata con baja inversión y la deslocalización de la misma.

Roadmap

2023

>Enero

17/01

Lanzamiento
Huevo Polvo

>Marzo

Tortilla
Vegana

>Abril

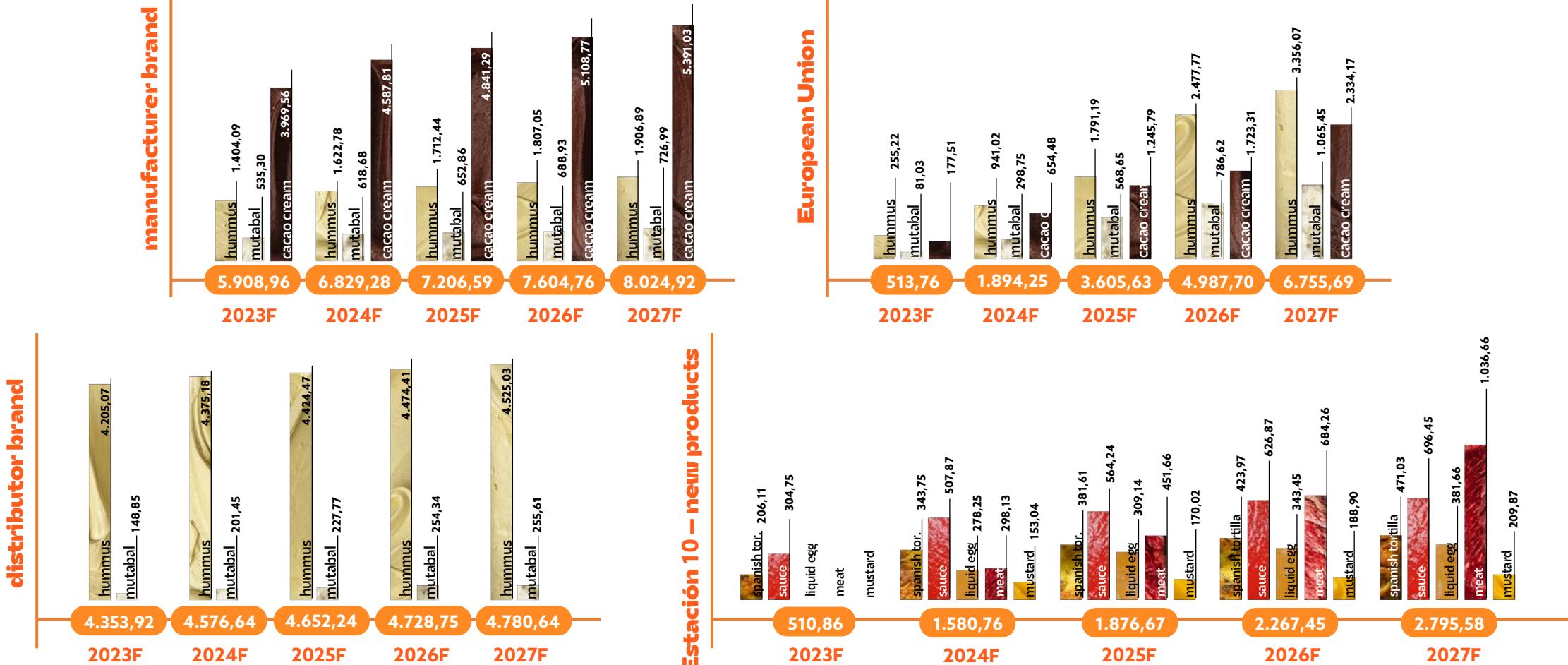


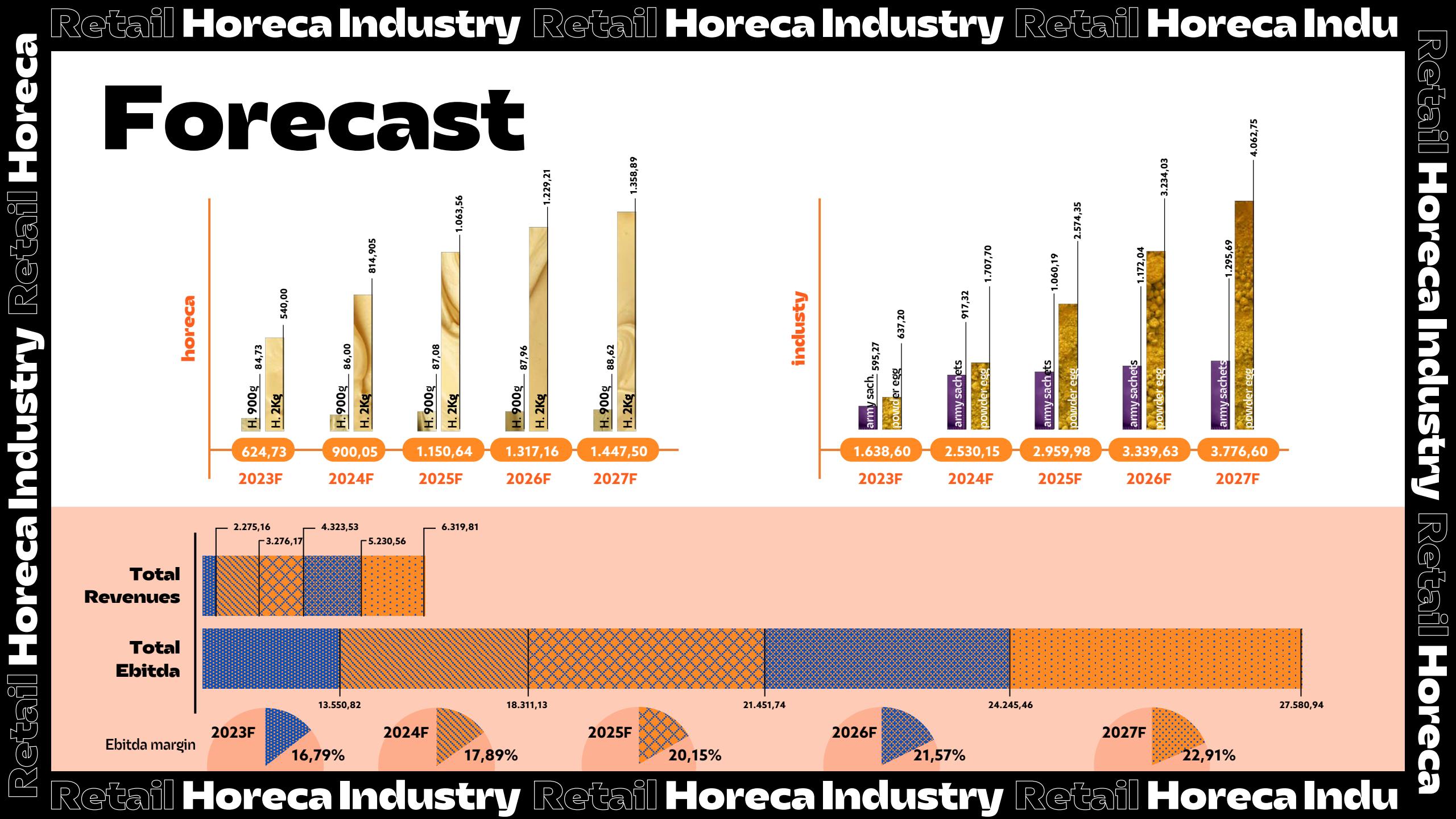
>Diciembre

2023

Mayonesa
Vegana

Forecast





Equipo

El ingrediente

más importante

en Shukran



equipo equipo