

Reporte Anual

2020-2021

Tendencias y Nuevos
productos en el segmento
Horeca

BARRY CALLEBAUT

MERCADO DE HORECAS MÉXICO

The taste of talent



Nueva Realidad para el segmento HORECAS

**Higiene
como
prioridad
TOP 1**

*Reforzar mejores
prácticas para combatir
Covid-19 en el negocio*

**Ofrecer
experiencias
únicas**

*Consumidores cansados de
estar en casa, dispuestos a
experimentar nuevos
platillos indulgentes*

**Replantear la
oferta y
diversificar
servicios**

*Servicio express, Delivery,
platillos congelados,
porciones familiares,
"Take&Bake"*

**Expansión de
operaciones
por medios
digitales**

*Uber eats/Rappi, tiendas en
línea, menús digitales,
servicio contact-less vía WA*

**Inversión en
capacitación
del personal**

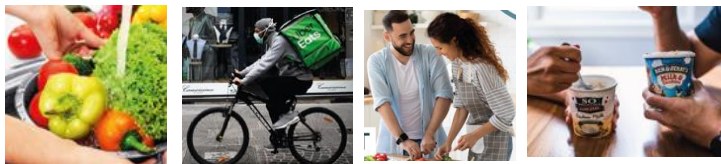
*Los Chefs jugarán un rol
crucial en la reinversión
del Restaurante*

Comportamiento de los consumidores ante Covid



ANXIOUS BIRD

"Siento ansiedad de salir"



- ❖ No salen a comer/cenar, salidas limitadas, cocinan en casa
- ❖ Demandan menor grado de experimentación. Gusto de lo "ya conocido" o lo que "le es familiar", como lo son restaurants conocidos, platillos clásicos o locales, comida reconfortante
- ❖ Buscan comida saludable y fresca (por prevención) y comfortable para aliviar estres y auto-consentirse
- ❖ Tienen expectativas altas en higiene y sanitización
- ❖ Prefieren empaques individuales, consumen en *one-stop-shops*



CAGED BIRD

"Quisiera salir pero aún me siento encerrado y sigo las reglas"



- ❖ Salen a cenar ocasionalmente a restaurantes locales, cocinan en casa alimentos divertidos
- ❖ Dispuestos a probar nuevos platillos
- ❖ Compran alimentos indulgentes en línea, en revancha de que no pueden salir del todo por el Covid (*sweet treats*, son los preferidos)
- ❖ Buscan comida que les brinde confort: snacks premium, comidas en vento boxes, kits de comidas, kits para hornear en casa, o cine en casa
- ❖ Llevan lo mejor del restaurante a casa



FREE BIRD

"Exploro la vida afuera a pesar de las restricciones"



- ❖ Salen con frecuencia a cenar
- ❖ Abiertos a probar nuevos productos y esperan ser sorprendidos con nuevas experiencias
- ❖ Interés en apoyar a negocios pequeños
- ❖ Dispuestos a probar nuevos alimentos y bebidas que mejoren su estado de ánimo
- ❖ Buscan alimentos innovadores, diferentes y marcas con "propuestas únicas" (artesanales, con propósito social, locales)
- ❖ Prefieren los productos premium

BARRY CALLEBAUT

TOP 5 TENDENCIAS EN HORECAS: POSTRES



HYPER-INDULGENCIA

Máxima satisfacción a los consumidores
que buscan panecitos dulces

TEXTURAS

INGREDIENTES
ÚNICOS Y
PREMIUM

SABORES
EXÓTICOS Y
NOSTÁLGICOS

DECADENCIA
ARTESANAL

CHOCOLATE
DE ORIGEN



*Tarta de chocolate Ruby con
decoraciones especiales frutales*



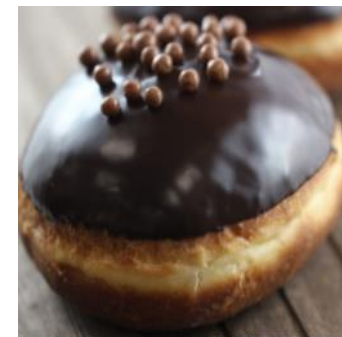
*Galletas decadentes con
relleno de chocolate con leche*



*Irresistible pan dannes con
textura de chocolate y
caramelo*



*Roles de triple
chocolate de rigen*



*Sabores indulgentes como caramelo, fudge o
triple chocolate, en panes clásicos que los
hacen únicos*

HYPER-INDULGENCIA

Máxima satisfacción a los consumidores

La Revolución de Ruby

Brillante color y sabor obtenido naturalmente de los granos de cacao Ruby

Intenso sabor afrutado con notas frescas y ácidas

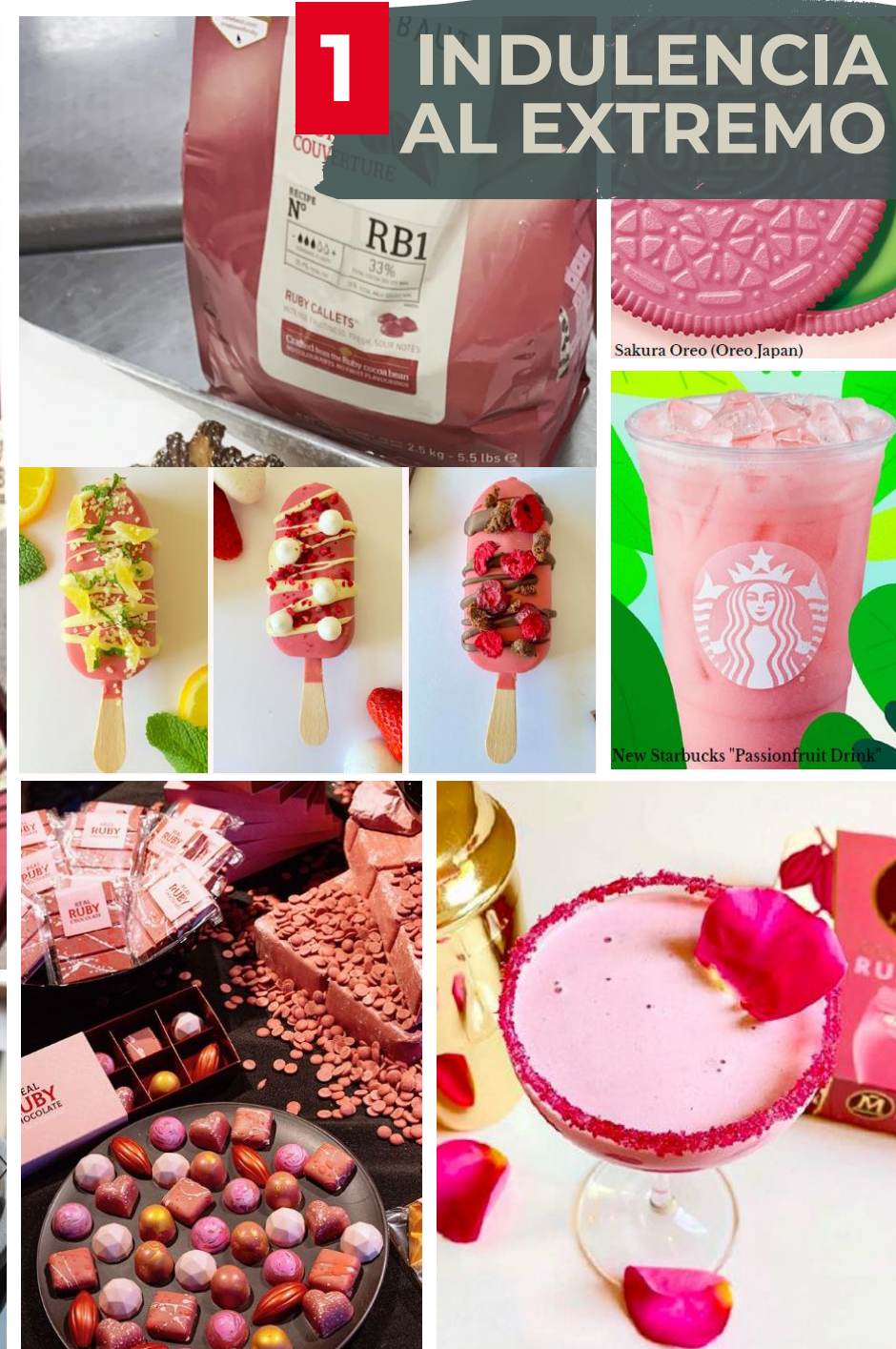
El secreto está en la selección y procesamiento de los granos de cacao Ruby

Dirigido a la nueva tendencia de Indulgencia hedonista

Oportunidad de nuevas combinaciones

Chocolate Premium sin saborizantes ni colorantes artificiales

EL 4TO. TIPO DE CHOCOLATE, UN REGALO DE LA NATURAEZA



9 de cada 10 consumidores consideran que el chocolate con caramelo es una combinación ganadora.

1 INDULENCIA
AL EXTREMO

Los consumidores gastarían **50% más** en un chocolate caramelizado.

(KERRY MARKETING INSIGHTS
TASTE PROGRAM 2019 PARA MEXICO)

PREMIOS “BETTER 4ME”

Interés por la salud y el bienestar

ORGÁNICO,
NATURAL

MENOS
INGREDIENTES

BITES,
TAMAÑO
PEQUEÑO

REDUCIDO
EN AZÚCAR

VEGANO
DAIRY FREE



*Donas veganas, orgánicas
con azúcar reducida*



*Porciones pequeñas, pastelitos
orgánicos y más “naturales”. Galletitas
veganas de avena y chocolate.
Mini-tarta Keto*



*Donas y pastelitos con “menos
ingredientes” y reducidos en azúcar*

APARIENCIA VISUAL

La apariencia visual es el criterio más importante en la selección de un pastelito

DECORACIONES

COLORES
BRILLANTES

SABOR, FORMAS,
TEXTURAS,
COLOR

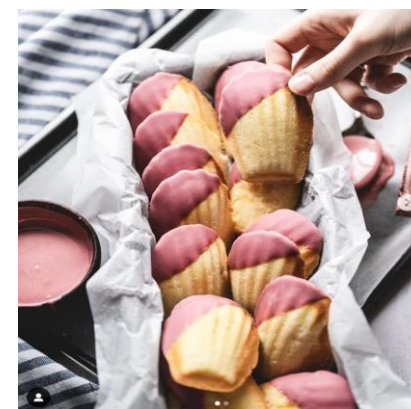
TONOS
NEGROS



*Donas negras / Pastel
Blackout "Brooklyn"
por Ovenly*



*Personalización de panes y
pasteles con colores brillantes*



*Decoraciones especiales con
inclusiones o chocolate Ruby*

IMPULSA TUS VENTAS DÁNDOLE UN GIRO A TUS PASTELITOS INDIVIDUALES

LOS CONSUMIDORES AMAN LOS PASTELITOS INDIVIDUALES porque tienen apariencia:

PERFECTA PARA
COMPARTIR

ELEGANTE

REFINADA Y SOFISTICADA

4 De cada **10**
CONSUMIDORES
PREFIEREN LOS
PASTELITOS DECORADS
A MANO

**EN PROMEDIO,
UN
CONSUMIDOR**
PAGA \$ 55
**POR UN PASTELITO
INDIVIDUAL**
PERO PODRÍAN
PAGAR HASTA
\$ 70
POR UN TOQUE DE
ELEGANCIA Y DISEÑO

1 De cada

2



CONSUMIDORES
AMAN EL GLASEADO
DE CHOCOLATE



ENTONCES

MÁS CHOCOLATE Y MÁS DECORACIONES
MÁS VENTAS Y MÁS GANANCIAS

LOS 5 COLORES DEL CHOCOLATE



OFRECEN UNA
EXPERIENCIA
INNOVADORA EN
DEGUSTACIÓN DEL
CHOCOLATE PARA TU
NEGOCIO



DESTACAN TU
DESTREZA,
SORPENDERÁS A
LOS CLIENTES CON
CREACIONES
EXTRAORDINARIAS



TUS CLIENTES
REGRESARÁN POR
SU POSTRE
FAVORITO EN
DIFERENTES
VERSIONES



EL CHOCOLATE DE COLORES
ES IRRESISTIBLE PARA
CONSUMIDORES MILLENIALS
Y GEN Z, 100%
INSTAGRAMEABLE

44% DE LOS MILLENIALS
ACEPTAN QUE LOS
PRODUCTOS DE
CHOCOLATE QUE TIENEN
VARIOS COLORES SON
MÁS PREMIUM



LOGRARÁS LA
DIFERENCIACIÓN DE TU
NEGOCIO, PORQUE
OFRECES PRODUCTOS
ÚNICOS Y "TRENDY" VS.
LOS PRODUCTOS
ESTÁNDAR DEL
MERCADO

EMOCIÓN DEL MOMENTO

Creaciones únicas para generar experiencias diferentes

TEMPORADA

CELEBRACIONES

EDICIÓN
LIMITADA

INNOVACIÓN
ICÓNICA



Galleta gigante y donas edición cumpleaños / Galletas de caramelo con topping a granel Edición Limitada, Insomnia



Panadería de temporada: Donas de pascua, dona navideña, rollo y madalenas San Valentín



Creaciones icónicas de Pastelerías y Food Service

TRAZABILIDAD EN PANADERÍA

Los consumidores quieren saber de dónde viene el producto y qué hay en él

INGREDIENTES
SUSTENTABLES

TRAZABILIDAD

ORÍGEN DE LOS
ALIMENTOS

CERTIFICADOS



Cakeballs de West Town Bakery que ostentan ser "sustentables" en sus procesos



Brownies de Greystone Bakery de ingredientes de alta calidad, con cocoa y azúcar con certificación Fair Trade y Kosher



Donas con cobertura de chocolate Ruby con certificación Cocoa Horizons

CASOS DE ÉXITO EN EL MUNDO

Segmento Horeca

ROCKPOOL
DINING ★ GROUP

- El Restaurante Camino Cantina instauró esta serie de Margaritas “Retro Rita” que le da a sus legendarias Margaritas giros nostálgicos de sabor.
- ¿La mejor parte? Los fanáticos y clientes también tienen la oportunidad de ganar Margaritas durante un año.
- Además, también han lanzado un concurso “Hottest 100 Rita”, en cuenta regresiva que permite a los participantes votar por sus 10 mejores sabores de una lista de 100.
- Los 4 mejores sabores disponibles, estarán disponibles como sabores d “Edición Limitada” durante todo un mes.



CASOS DE ÉXITO EN EL MUNDO

Segmento Horeca

- El Hotel Four Seasons invita a los huéspedes a celebrar la temporada del amor con una serie de ofertas creadas para consentir a las parejas y a las personas solteras en un ambiente romántico.
- A su llegada el 13 o 14 de febrero, los huéspedes podrán registrarse temprano en una de sus habitaciones Deluxe, cuidadosamente decoradas con pétalos rojos.
- Además podrán disfrutar del "Paquete Escapada Romántica" que incluye una noche de alojamiento junto con un menú de cinco platos creado especialmente para el Día de San Valentín.



CASOS DE ÉXITO EN EL MUNDO

Segmento Horeca

- El Helado Blizzard de galletas de animalitos, es uno de los favoritos de los fanáticos de DQ. Durante todo el mes de abril traerá felicidad a los niños en ¡cada bocado!.
- Esta divertida golosina rosa mezcla el helado, trozos de galletas de animalitos y glaseado de confeti rosa con un suave topping cremoso de DQ. cucharada de felicidad con cada bocado!

