

Las principales  
**TENDENCIAS**  
en helados

2024 y más allá



# Las principales tendencias en helados 2024 *y más allá*

El de los helados es un mercado importante y dinámico, con un valor previsto de más de 91.000 millones de dólares en ventas mundiales al por menor a finales de 2024, con un crecimiento del volumen del 5,7 % CAGR en los próximos 3 años hasta 2027.<sup>1</sup>

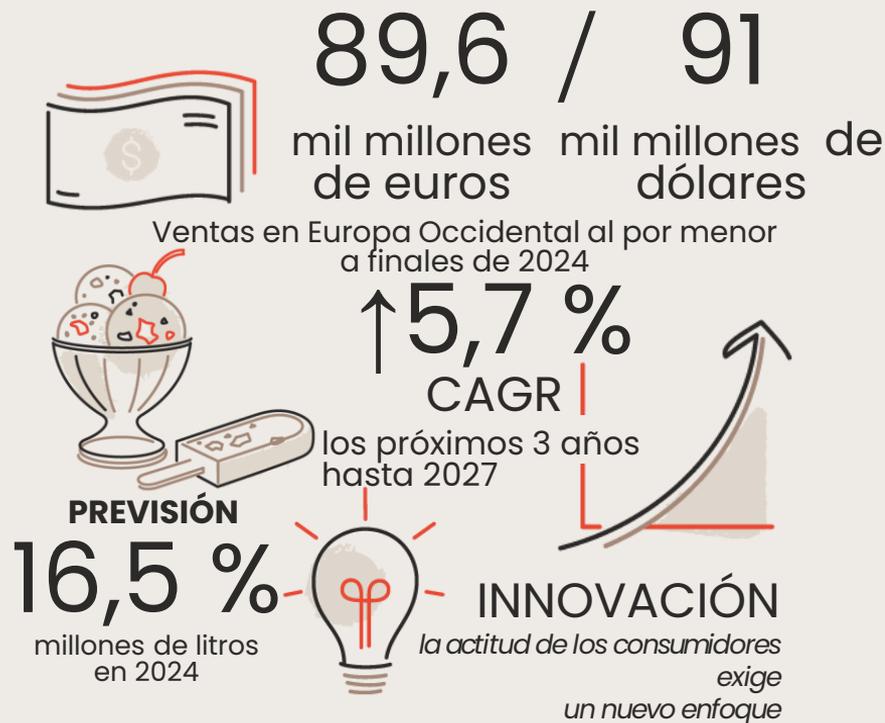
Los helados plant-based, aunque sigan siendo un nicho del segmento, experimentarán un crecimiento exponencial del 12,3 % de CAGR hasta 2027.

La innovación tiene un papel clave en esa proyección de crecimiento, ya que estas actitudes de los consumidores exigen un nuevo enfoque.

Está previsto que los HELADOS PARA LLEVAR Y DE IMPULSO alcancen en 2024 un valor de casi 43 MIL MILLONES de dólares cada categoría, con un CAGR constante del 4,4 % en los tres próximos años.



Fuentes: Euromonitor, 2023





# INTRODUCCIÓN

Nos enorgullece presentar nuestro exhaustivo informe **"Principales tendencias en helados para 2024 y más allá"**, que comprende una investigación en profundidad procedente de **encuestas propias a los consumidores, un amplio análisis de mercado y valiosos conocimientos de socios de datos estratégicos**. Más allá del examen convencional de las innovaciones de sabor, este informe profundiza en el dinámico mundo del helado, abarcando un espectro de transformaciones. Mientras desentrañamos las capas de estas tendencias, le invitamos a acompañarnos en un viaje de descubrimiento, explorando cómo está evolucionando el panorama del helado en respuesta a los cambios en las expectativas de los consumidores y a las tecnologías emergentes.





## Indulgencia intensa

Los consumidores buscan la indulgencia intensa cuando quieren disfrutar de la vida al máximo. Quieren experiencias impactantes y envolventes.

“ Helado que sea una verdadera fiesta para los ojos y las papilas gustativas. ”

INDULGENCIA  
*intensa*



CHOCOLATE ACADEMY



# La INDULGENCIA INTENSA

## sigue siendo clave para los consumidores de helados

El helado y el gelato se asocian a menudo con momentos de **profunda indulgencia y placer**, ofreciendo confort, una sensación de evasión y una rica experiencia multisensorial. Sin embargo, es evidente que los consumidores buscan ahora algo más que el disfrute tradicional. Buscan activamente sabores novedosos, ofertas innovadoras y empresas de colaboración entre marcas bien establecidas y de confianza.

### 1. CLÁSICOS RECONFORTANTES

El **73 %** de los consumidores mundiales cree que los sabores tradicionales/nostálgicos en la comida ofrecen momentos de confort y evasión<sup>2</sup>

### 2. EL PODER DE LA COLABORACIÓN ENTRE MARCAS

**2 de cada 5** globalmente está de acuerdo “quiero degustar/probar nuevos productos, pero solo si estoy familiarizado con la marca”<sup>3</sup>

### 3. SABORES ÚNICOS Y APASIONANTES

El **67 %** de los consumidores mundiales prefieren los helados de múltiples sabores<sup>1</sup>

El **75 %** de los consumidores mundiales quieren probar nuevas y emocionantes experiencias con productos de heladería<sup>1</sup>

### 4. TEXTURAS MÚLTIPLES

El **66 %** de los consumidores mundiales prefieren los helados de múltiples texturas<sup>1</sup>

Cremoso, crujiente y con trozos son las texturas más reclamadas.

### 5. CELEBRACIÓN Y TEMPORADA

El **52 %** de los consumidores mundiales buscan activamente helados de temporada<sup>1</sup>



# 1 Clásicos reconfortantes

A pesar de la creciente necesidad de novedades, los consumidores siguen disfrutando de los sabores tradicionales del helado. Dado que los consumidores siguen enfrentándose a dificultades económicas, los fabricantes de helados están lanzando productos centrados en la diversión y la tranquilidad, celebrando sabores clásicos y recurriendo a la nostalgia para emocionar y reconfortar a los consumidores.

Nº.1

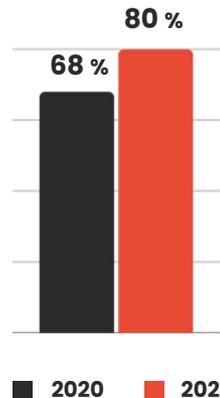
## La comodidad

es el motor n.º1 para los consumidores, que buscan tranquilidad en esos tiempos difíciles.



**8 de cada 10** consumidores mundiales dicen que les gustan los sabores tradicionales/nostálgicos y cuando se les pregunta por qué, el 75 % de ellos dice que estos sabores les recuerdan tiempos más sencillos.<sup>2</sup>

¿Qué atractivo tienen los sabores tradicionales/nostálgicos? Por sabores tradicionales entendemos aquellos que nos recuerdan el pasado<sup>1</sup>



## PRINCIPALES SABORES

**CHOCOLATE CON LECHE 44 %**  
**VAINILLA 14 %**  
**CARAMELO 6 %**  
Total, % cuota en 2022

**FRESA +13 %**  
crecimiento más rápido  
CAGR, 2018-2022



# 1 Clásicos reconfortantes

## Ejemplos de mercado



### Stuffed Puffs S'mores, Blue Bunny

Postre lácteo helado de malvasisco con sabor Graham y espirales de galleta Graham y dulce de azúcar y virutas con sabor a chocolate

EE. UU.



### Jammed, Kroger

Mantequilla de cacahuete y mermelada.

EE. UU.



### Gelattissimo

Un galardonado clásico italiano tradicional elaborado con avellanas Nocciola Gentile.

Italia



### Get a way

Helado de caramelo de mantequilla.

India



### B And R Industria E Comercio De Alimentos

Helado casero con sabor a dulce de leche.

Brasil



### Family Mart Chocolate And Vanilla Ice Cream Bar

Elaborado con nata fresca y leche concentrada de Hokkaido, recubierto de chocolate crujiente.

Japón



### Mucci

Helado con sabor a fresa y vainilla, decorado con salsa de fresa y trozos de chocolate blanco.

Francia



### Mondelez - Alfajor Helado Shot

Formato Alfajor, choco y cacahuetes.

Argentina



### Rochinha

Caramelo salado, choco y cond. Leche, plátano y dulce de leche.

Brasil



### My Mochi

Helado cremoso de cereales y mochi de leche

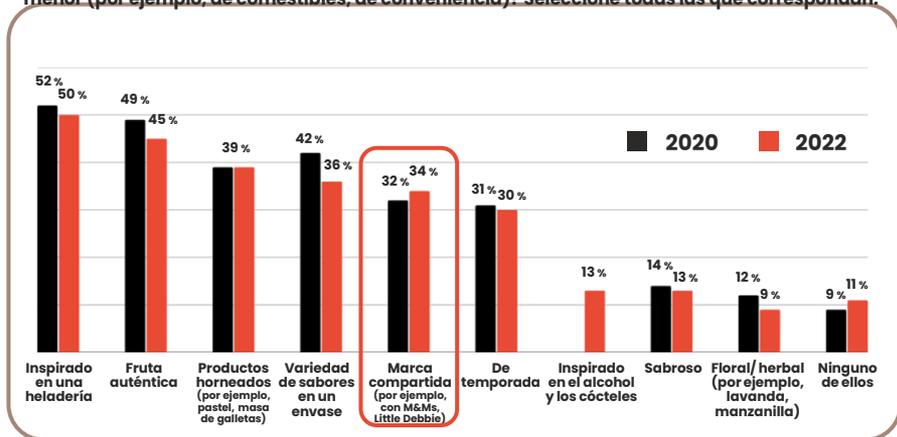
EE. UU.



## 2 El poder de la colaboración

A pesar del atractivo de los sabores clásicos, los consumidores siguen deseando probar nuevos productos, y la marca desempeña un papel fundamental. Las colaboraciones entre marcas pueden resultar ventajosas, ya que los consumidores tienden a identificarse con las marcas establecidas, lo que despierta su interés por probar ofertas innovadoras.

¿Cuál de los siguientes sabores le motivaría a comprar más dulces congelados en una tienda al por menor (por ejemplo, de comestibles, de conveniencia)? Seleccione todas las que correspondan.¹



Un cliente con una experiencia positiva tiene:

**5,1** más probabilidades de recomendar una marca<sup>2</sup>

**4,3** más probabilidades de confiar en una marca<sup>2</sup>

**3,5** más probabilidades de comprar de nuevo una marca<sup>2</sup>



El **co-branding** con marcas indulgentes apreciadas puede ayudar al helado a transmitir un atractivo de golosina más profundo



Fuente: 1) Mintel, a year of innovation in Ice cream, 2023 2) Fidelidad de la marca. Qué es y cómo se construye.

# 2 El poder de la colaboración

## Ejemplos de mercado



**Tony's Chocolonely y Ben & Jerry's**  
EE. UU.



**Gelato Messina and Tim Tam**  
Galleta de chocolate  
Australia



**LIQ Baileys**  
Los pralinés de helado con infusión de licor se describen como bocados de helado de primera calidad que han sido infusionados con Baileys y envueltos en chocolate con leche belga.  
Dinamarca



**Oggi Sorvetes** se asoció con MasterChef para crear una línea de polos con tarta para celebrar la 10ª temporada del reality show.  
Brasil



**Coors and Tipsy Scoop**  
Una colaboración entre la crema de naranja de Coors Seltzer y el heladero Tipsy Scoop.  
EE. UU.



**Dr Bombay**  
El cantante y productor musical Snoop Dogg lanzó una marca de helados al por menor con 8 sabores indulgentes y multisensoriales.  
EE. UU.



**Better for you Nick's y Minecraft**  
Ambas marcas desarrollaron 4 sabores bajos en calorías, azúcares y grasas. ¡Copas de mantequilla de cacahuete, pepitas de menta esmeralda y tarta de manzana!  
Suecia



La famosa cantante y estrella del pop **Cher**, lanzó su propia marca de helados llamada **Cherlato**.  
EE. UU.



**Sara Lee & Bailey's**  
El helado de Bailey's es un helado aterciopelado enriquecido con el sabor de la crema irlandesa Baileys combinado con una decadente ola.  
Australia



**Jeni's ice cream** y la cantante **Olivia Rodrigo** lanzaron una bola de helado de crujiente de zarzamora y lavanda silvestre en un cono de buttercrisp morado.  
EE. UU.

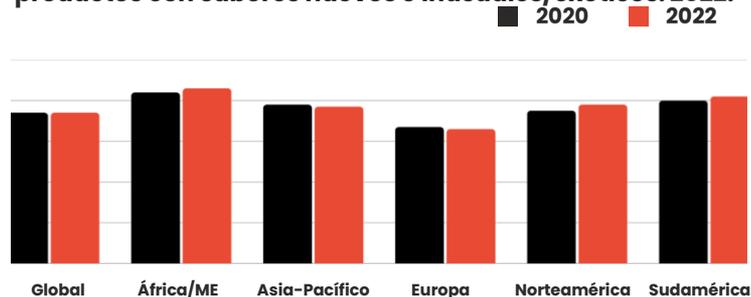


### 3 Sabores únicos y apasionantes

Los amantes de los helados se encuentran entre los consumidores más experimentales. Puede que tengan sus preferencias gustativas sólidas y atemporales, pero están dispuestos a explorar sabores nuevos y apasionantes. Al mismo tiempo, en tiempos difíciles e inciertos los consumidores buscan momentos de alivio, entretenimiento y escapismo.



La proporción de consumidores que afirman que les gustan los productos con sabores nuevos e inusuales/exóticos. 2022.



FMCG Gurus - Top Ten Trend for 2023 (2023)



Fuentes: 1) Innova, Top 10 Trends 2023 Revenge Spending (2023) / 2) Estudio propio de Barry Callebaut, realizado en línea mediante Qualtrics en agosto de 10, en Bélgica, Brasil, Canadá, Chile, China, Francia, Alemania, India, Indonesia, Italia, Japón, México, Polonia, España, Suecia, Suiza, Turquía, Reino Unido y Estados Unidos. N= 7697. / 3) Innova, Emerging Flavors in Sweet Packaged Foods (2023)

# 3 Sabores únicos y apasionantes

## Ejemplos de mercado



### Dondurma

El helado tradicional turco, es espeso y elástico, elaborado con leche, azúcar y salep. Turquía



### Van Leeuwen

Sabor Rancho Hidden Valley, con suero de leche, hierbas y un toque dulce. EE. UU.



**Zillion's gelateria,**  
Sorbete de higo, Grecia



### Premier Is Mejerigaarden

Helado de vainilla con trocitos de chocolate y helado de piña en crujientes conos de gofre cubiertos de cacao y almendras caramelizadas. Dinamarca



### Morinaga

Barrita helada de boniato con cobertura crujiente y pasta de boniato y frijoles. Japón



### Unilever BEN & JERRY'S,

Helado cremoso con sabor a limón con espirales de caramelo y miel y galletas con sabor a limón. Suecia



### Little Damage

Helado soft con remolacha, almendra y espirales de carbón U.S.A



### Yili

Helado de palo Yili Panai con sabor de judías rojas China. China



### Kulfi

Un postre helado tradicional de la India, de textura más densa y muy cremosa. Se puede encontrar en varios sabores como rosa, mango, cardamomo, pistacho. EE. UU.



# 3 Sabores únicos y apasionantes

## Ejemplos de mercado



**Proof**  
Hard Ice Cream Con auténtico bourbon de primera calidad (5 % ABV) y toques de suave caramelo y ligeras notas de dulce vainilla. EE. UU.



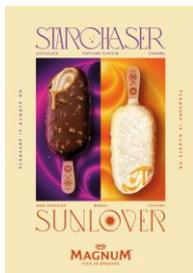
**Remeo**  
Mono-origin Gelato de chocolate negro de Ecuador Reino Unido



**Energia & Sabor**  
Crema de copoazú. Brasil



**Gelatissimo**  
Filipino Ube Cheesecake (Filipinas), Hawaiian Tropical Coconut (Estados Unidos) y Belgian Choc Marble Seashells (Bélgica). Australia



**Unilever Magnum Starchaser**, con palomitas caramelizadas, limadura de caramelo salado, cobertura de chocolate con leche y trocitos de maíz caramelizado. Sunlover, helado con sabor a coco, mango, fruta de la pasión, recubierto de chocolate blanco y copos de coco.



**Cannoli gelato**  
El tradicional postre italiano convertido en una receta de gelato. Italia



**Kulfi**  
Un postre helado tradicional de la India, de textura más densa y muy cremosa. Se puede encontrar en varios sabores como rosa, mango, cardamomo, pistacho. India

# 3 Sabores únicos y apasionantes

## Ejemplos de mercado



**Rocambolesc**  
Crujiente mini cucurucho de barquillo relleno de una mezcla de dos chocolates negros y café.  
España



**Haagen Dazs**  
Helado Hana Mochi de soja y azúcar moreno y helado Matcha de judías rojas.  
Japón



**Haidilao**  
Helado palo de queso y té con leche a la pimienta de Sichuan.  
Taiwán



**IKEA**  
Helado de Wasabi  
Taiwán



**Unilever, Ben & Jerry's**  
Inspirado en el postre frito con canela, con una textura crujiente y mantequilla, canela y azúcar



**Carrefour**  
Ya está disponible el Helado Bombón de Chocolate, helado con sabor a vainilla relleno de dulce de leche cubierto con cobertura de confitería y crocante de cacahuete.  
Argentina



**Van Leeuwen**,  
Edición limitada de helado francés de queso y macarrones Kraft.  
EE. UU.



# 4 Múltiples texturas

Cuando se trata del desarrollo de nuevos productos de helado, la indulgencia sigue siendo la clave. Los consumidores buscan **híper indulgencia** en sus helados, ya sea a través de más inclusiones de chocolate o espirales celestiales de sabor. Las experiencias multisensoriales son clave para que los consumidores vuelvan a por más.



de los consumidores mundiales prefieren los helados con **múltiples colores y visualmente interesantes**.<sup>1</sup>

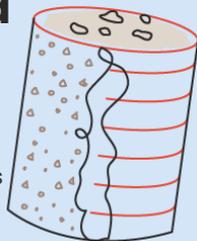


**2 de cada 3**

consumidores mundiales prefieren los helados de **múltiples texturas**<sup>2</sup>

## La textura crujiente

ha sido el principal reclamo en los lanzamientos de helados durante los últimos 4 años en todo el mundo (2019-2022)<sup>2</sup>



Fuentes: 1) Estudio propio de Barry Callebaut, realizado en línea mediante Qualtrics en agosto de 2023, en Alemania, Bélgica, Brasil, Canadá, Chile, China, España, Estados Unidos, Francia, India, Indonesia, Italia, Japón, México, Polonia, Reino Unido, Suecia, Suiza y Turquía. N= 7697. /

2) Base de datos Innova 2023

# 4 Múltiples texturas

## Ejemplos de mercado



**Davinci Gelateria**  
Cucurucho de helado blando en copa con adornos, barquillos y galletas.  
Grecia



**Compliments**  
Sándwiches de helado de chocolate stroopwafel.  
Canadá



**Ledo,**  
Helado de palo de tarta de queso  
Croacia



**Haagen-Dazs**  
Trozos de churro español con sabor a canela mezclados con helado de dulce de leche.  
España



**MUJI's**  
Helado de boniato asado con un toque de aroma de miel.  
Taiwán



**Double Rainbow**  
Helado de chipotle con chips de chocolate con helado de chocolate, chips de dulce de leche y salsa picante de chipotle elaborada con chiles chipotle, especias mexicanas tostadas y un toque de vinagre.  
EE. UU.



**Rocambolesc**  
gelato shop Gelato de chocolate con pepitas de cacao, caramelo chispeante, galletas de chocolate y cobertura de chocolate.  
España



**Choc Rocks**  
Cono de helado con sabor a fideos fritos cubierto con fideos fritos Indomie con un sabor cremoso, dulce y sabroso.  
Indonesia



**Mr. Paleta**  
Vainilla y galletas  
Perú

## 5 Celebración y temporada

Cada vez son más las marcas que incorporan a sus líneas de productos ofertas estacionales, de edición limitada y de celebración. Evidentemente, los consumidores buscan activamente oportunidades para celebrar más allá de las habituales fiestas tradicionales anuales. Persiguen momentos que les aporten alegría, exclusividad y la oportunidad de compartir con los demás.



de los consumidores mundiales **les gusta** compartir sus nuevas y emocionantes experiencias con productos de helado en las **redes sociales**<sup>1</sup>



de los consumidores mundiales desearían tener más helados **a medida o personalizados**<sup>1</sup>



de los consumidores mundiales prefieren helados **exclusivos o de edición limitada**<sup>1</sup>



Fuentes: 1) Estudio propio de Barry Callebaut, realizado en línea mediante Qualtrics en agosto de 2023, en Alemania, Bélgica, Brasil, Canadá, Chile, China, España, Estados Unidos, Francia, India, Indonesia, Italia, Japón, México, Polonia, Reino Unido, Suecia, Suiza y Turquía. N = 7697.

# 5 Celebración y temporada

## Ejemplos de mercado



### Gusto 17 gelateria

Helado de palo de  
árbol de Navidad  
Italia



### Mayfield

Sabor a tarta de cumpleaños.  
Pecas de crema de  
mantequilla y un remolino azul  
mezclado con un helado  
de galleta de azúcar.  
EE. UU.



### Hackney gelato

Edición limitada de  
Gelato Mince Pie  
Reino Unido



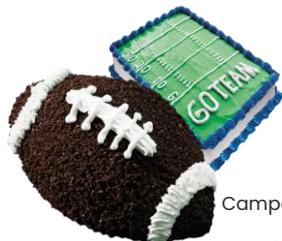
### Treat or Treat™ Cold Stone

esta creación  
presenta el helado Boo  
Batter™ mezclado con los  
favoritos de truco o trato  
KIT KAT®, galletas OREO®  
de Halloween y M&M'S®.  
EE. UU.



### Van Leeuwen's

El nuevo sabor Keith Haring es  
una mezcla de frambuesa  
azul, fruta de la pasión  
amarilla y mermelada de  
fresa, edición limitada  
para el mes del orgullo.  
EE. UU.



Campo y Pelota  
de Futbol  
Ice Cream  
Cake, Carvel.  
EE. UU.



**Udders**  
Edición limitada  
del helado de  
sabor frambuesa  
de Bandung para  
el día nacional  
de Singapur.  
Singapur



**Día de Muertos**  
Helado artesanal  
México



**Tarta helada  
de cumpleaños**



## Indulgencia consciente

Los consumidores quieren darse un capricho sin que ello afecte a su bienestar (físico y mental), a la salud de los demás o al planeta.

“Un helado que no solo sea sabroso, sino también bueno para mí y para el planeta.”

INDULGENCIA  
*consciente*



CHOCOLATE ACADEMY



# La INDULGENCIA CONSCIENTE

## tiene potencial de crecimiento

Los objetivos de salud y sostenibilidad seguirán impulsando el compromiso de los consumidores en el pasillo de los congelados. Los dulces congelados suelen asociarse con la indulgencia, pero cada vez son más los consumidores que buscan soluciones que no sacrifiquen el sabor, pero que sigan siendo buenas para ellos y para el planeta. Las empresas deben ofrecer opciones que satisfagan las necesidades de los consumidores en todo el espectro de la salud y declarar de forma transparente cualquier esfuerzo de sostenibilidad que estén llevando a cabo.

### 1. REDUCCIÓN DE AZÚCAR

La declaración "Sin azúcar añadido" en los nuevos productos minoristas ha crecido globalmente a un CAGR del **27 %** en postres y helados seleccionados (2018-2022)<sup>2</sup>

### 2. A BASE DE PLANTAS

La indicación "plant-based" es la de mayor crecimiento, con una tasa anual de **+31 %**. La elaboración a base de plantas y los nuevos sabores son cruciales para que las marcas consigan ampliar su cuota de mercado.<sup>3</sup>

### 3. ETIQUETAS CLARAS Y TRANSPARENTES

El **54 %** de los consumidores mundiales evitan los helados que contienen números E o sabores/colores artificiales.<sup>1</sup>

### 4. SOSTENIBILIDAD

El **56 %** de los consumidores coinciden en que buscan activamente productos de heladería producidos de forma sostenible.<sup>1</sup>



# 1 Reducción del azúcar

Los consumidores se fijan sobre todo en la etiqueta nutricional para calibrar la cantidad de azúcar de los productos que compran, lo que refleja una tendencia al alza entre los consumidores de helados que optan cada vez más por opciones más saludables. El azúcar destaca como uno de los principales ingredientes que los consumidores intentan reducir.



de los consumidores mundiales están interesados en productos de **helado** en los que **se reduzcan o eliminen por completo los ingredientes malos o poco saludables** (por ejemplo, el azúcar).<sup>1</sup>

## BAJO/ SIN/ REDUCIDO EN AZÚCAR

es **la tercera afirmación principal** que más influye en la decisión de compra de los consumidores a la hora de adquirir postres y helados<sup>2</sup>

## SIN AZÚCAR AÑADIDO

es el **principal reclamo relacionado con el azúcar**, con un 55,3 % de los nuevos lanzamientos de alimentos y bebidas frente a los lanzamientos de alimentos y bebidas con un reclamo relacionado con el azúcar (2022)<sup>3</sup>



Fuentes: 1) Estudio propio de Barry Callebaut, realizado en línea mediante Qualtrics en agosto de 2023, en Alemania, Bélgica, Brasil, Canadá, Chile, China, España, Estados Unidos, Francia, India, Indonesia, Italia, Japón, México, Polonia, Reino Unido, Suecia, Suiza y Turquía. N= 7697. 2) Innova Database, 2022 3) Innova Ingredients Insider: Sweetener Evolution for Sugar Reduction - Global - May 2023

# 1 Reducción del azúcar

## Ejemplos de mercado



**Lowko**  
Helado de palo de caramelo salado, bajo en calorías con cero azúcares añadidos y sin edulcorantes artificiales  
Brasil



**Skinny cow**  
Delicioso helado de vainilla bajo en grasa con indulgente sirope de chocolate y cacahuets triturados que no lleva azúcar añadido.  
Australia



**Sammontana, Levita**  
Polo de sabor limón, con edulcorantes, sin gluten  
Italia



**Alore gelato**  
Serendipia 100 % elaboración manual - Sin aromas, colorantes, azúcar añadido  
Perú



**Killer Creamery,**  
Helado de chocolate + sándwiches de galleta de chocolate, sin azúcar añadido  
Helado cremoso de chocolate en formato sandwich de dos barquillos de galleta de chocolate.  
3 g de carbohidratos netos y 5 g de proteínas por ración, apto para keto, todo natural, sin gluten, Killer Creamery comparte una parte de sus beneficios con the Whale and Dolphin Conservation  
EE. UU.



**Enlighted**  
Helado reducido en azúcar  
EE. UU.



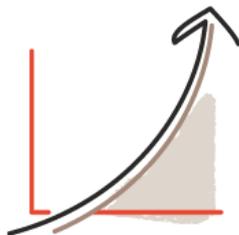
**Get A Way**  
Helado de pistacho siciliano Guilt-free y sin azúcar añadido  
India

## 2 Plant-based

Los dulces congelados de origen vegetal siguen jugando un papel secundario frente a las opciones dominantes a base de lácteos y aparecen más como una opción para la exploración ocasional de sabores que como una solución para una limitación dietética, como una intolerancia o una alergia.

No obstante, las marcas deberían incluir en su oferta una opción basada en plantas, vegana y sin lácteos, ya que se trata de una categoría de productos en expansión que se prevé que alcance un crecimiento de dos dígitos en los próximos años.

Plant-based es el 2º posicionamiento de **mayor crecimiento** dentro de los postres y helados selectos, con un +31%.<sup>1</sup>



Se prevé que los helados a base de plantas alcancen a nivel mundial

**2,3** ↑ **12,3** %  
mil millones CAGR  
Ventas minoristas para 2027

**61** %

de los consumidores mundiales afirma que los **productos veganos o de origen vegetal** son algo que busco para comprar<sup>3</sup>

Fuente: (2018-2022) Innova, Top 2 Trends 2023 3 Revenge Spending (2023) / 3 Estudio propio de Barry Callebaut, realizado en línea mediante Qualtrics en agosto de 10, en Bélgica, Brasil, Canadá, Chile, China, Francia, Alemania, India, Indonesia, Italia, Japón, México, Polonia, España, Suecia, Suiza, Turquía, Reino Unido y Estados Unidos. N= 7697.



# 2 A base de plantas

## Ejemplos de mercado



**Valsoia,**

100 % no lácteo, naturalmente sin lactosa, con calcio y vitamina D2, sin OGM Italia



**Boba X Ice Cream,**

Helado de plátano frito sin lactosa EE. UU.



**Vegetacja**

Lassi de mango, caramelo salado y chocolate con leche.

Helado elaborado con ingredientes naturales y a base de plantas. Polonia



Marca compartida de **Doubeidou**

con **Moji Light Bean** para crear un helado de leche de soja vegetal sin sacarosa China



**Oatly**

Choco-lot

Batido con leche de avena Malasia



**Morrison's**

Sin helado,

sin lácteos, sin gluten, apto para veganos Reino Unido



**La Michoacana**

Helado sabor mango chamoy, sin lácteos, sin gluten, sin alta fructosa, sin sabores artificiales, sin colorantes artificiales México



**Dream Pops,**

**Vanilla sky bites**

Bocado de postre helado de crema de coco y vainilla cubierto de chocolate Canadá



# 3 Etiquetas limpias y transparentes

El creciente énfasis en las etiquetas limpias ha dado lugar a un aumento del número de productos con afirmaciones como sin sabores ni colorantes artificiales, sin azúcar, sin gluten y sin OMG. Las afirmaciones "mejor para usted" son los factores que más influyen en los consumidores a la hora de comprar postres y productos helados.



de los consumidores mundiales de helados creen que los **productos con etiquetas limpias** (que contienen ingredientes familiares y sencillos, fáciles de reconocer, entender y pronunciar) **son más fiables!**

**Qué afirmaciones influyen más en su decisión de compra cuando adquiere postres y helados<sup>2</sup>**  
(seleccione hasta 5)

1. Elaborado con ingredientes reales/naturales

2. Seguridad del producto

3. Bajo/ sin/ reducido en azúcar

4. Sin aromas ni colorantes artificiales

5. Calidad excelente



# 3 Etiquetas limpias y transparentes

## Ejemplos de mercado



### Gelatys

Gelato 100 % artesanal con ingredientes naturales  
- Con una consistencia perfectamente cremosa y una técnica de fusión retardada  
Sin aromas artificiales añadidos  
EE. UU.



### Zocal

Crema de helado Mint Chip Lite natural  
EE. UU.



### Elato Artisanal Ice Cream

100 % libre de productos químicos  
Australia



### Chloe's

A base de plantas  
- Sin lácteos, estabilizantes ni gluten. En cada bocado hay fruta de verdad y una textura cremosa sin nada artificial  
- Envase reciclable y compostable  
EE. UU.



### ZERO-E gelato

Heladería con cero conservantes, etiqueta limpia  
Italia



### Metropolitan Market

Nata fresca de una central lechera local e ingredientes de la más alta calidad batidos juntos en pequeñas tandas de 10 galones para hacer un helado a la antigua usanza  
- Sin mezclas de helados preelaborados, jarabe de maíz alto en fructosa, sabores artificiales, edulcorantes, colorantes  
- Elaborado con helado de chocolate negro, mantequilla de cacahuete y crujiente de cacahuets de Virginia  
EE. UU.



### Full Natural

Sorbete de mango  
100 % ingredientes naturales  
Hungria



### Nic Honestly Crafted Ice Creams

Chocolate de Madagascar, 100 % vegetariano. Sin conservantes ni colorantes añadidos.  
India

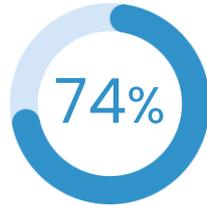


# 4 Sostenibilidad

La industria del helado ha sido testigo de un aumento en el lanzamiento de productos que hacen hincapié en la **sostenibilidad en términos de hábitats y recursos**, así como en consideraciones éticas relacionadas con el bienestar humano. Una parte importante de esta tendencia está asociada a certificaciones como el PEFC (Programa para el Reconocimiento de la Certificación Forestal) y a los envases sostenibles.



de los consumidores mundiales han realizado **cambios en su dieta** en los últimos 2 años (2021-2022) para llevar un **estilo de vida más sostenible**.<sup>1</sup>



de los consumidores mundiales están **muy preocupados por el estado del medio ambiente** y el 65 % en general a nivel mundial cree que el daño que se le ha hecho es irreversible.<sup>2</sup>



**GENERACIONES MAYORES**

Las generaciones más jóvenes buscan especialmente productos de helado de origen sostenible<sup>2</sup>



**GENERACIONES MAS JOVENES**



# 4 Sostenibilidad

## Ejemplos de mercado



**White Moustache Probiotic Pops** está utilizando deliciosas frutas frescas y están llenas de calcio, probióticos y vitaminas que son buenos para la gente y el medio ambiente.  
EE. UU.



**Lácteos ecológicos alimentados con pasto**  
Todo lo bueno es utilizar leche de vacas alimentadas 100 % con pasto y criadas con principios ecológicos regenerativos, que minimizan la emisión de GEI con un 26 % menos en comparación con los helados lácteos convencionales.  
EE. UU.



**El helado artesanal Elato** se elabora con tarrina totalmente reciclable y todos los ingredientes utilizados son de origen sostenible con productos regenerativos.  
Australia



**Mackie's**  
Cada tarrina de helado que producen se elabora con energía renovable; energía eólica, para ser exactos.  
Reino Unido



**Solero Unilever,**  
Polos de sorbete de melocotón ecológico en un envase sin envoltorios y con menos plástico.  
Reino Unido



**Gelateria Wally, Cacaofruit**  
Gelato elaborado con pulpa entera de cacaofruit con la pulpa Rogelfrut REPHRASE)  
Italia



## Indulgencia saludable

Los consumidores que buscan caprichos saludables eligen de forma activa e intencionada opciones que tienen un impacto positivo en su salud.

“Chocolate fortificado y funcional,  
un alimento para la salud.”

INDULGENCIA  
*saludable*



CHOCOLATE ACADEMY

# 1 Indulgencia saludable

*tiene que ver con alimentos funcionales*

Los consumidores se preocupan cada vez más por su salud y adoptan un enfoque más holístico de su bienestar desde la pandemia mundial. Por tanto, se espera que los alimentos funcionales y más saludables que no ponen en peligro la calidad del sabor obtengan buenos resultados en los próximos años. Los entusiastas de los helados están interesados en fórmulas más saludables, pero no se puede sacrificar la calidad del sabor: alto contenido en proteínas, ricos en vitaminas, probióticos, libres de gluten son algunas de las características que más atraen a los consumidores.



de los consumidores mundiales afirman que **toman suplementos para mantener su salud**, pero preferirían tomar un helado beneficioso para la salud<sup>1</sup>



de los consumidores mundiales les encantaría tomar un **helado beneficioso para la salud** (por ejemplo, con macro/micronutrientes)<sup>1</sup>



de los consumidores mundiales desearían un helado que **favorezca su inmunidad**<sup>1</sup>



Fuentes: 1) Estudio propio de Barry Callebaut, realizado en línea mediante Qualtrics en agosto de 2023, en Alemania, Bélgica, Brasil, Canadá, Chile, China, España, Estados Unidos, Francia, India, Indonesia, Italia, Japón, México, Polonia, Reino Unido, Suecia, Suiza y Turquía. N= 7697.

# 1 Indulgencia saludable

## Ejemplos de mercado



**Crema, Pilot**  
Helado de yogur con probiótico en 2 sabores, fresa y arándano. Ambos han recibido el logotipo Healthier Choice del gobierno por ser bajos en azúcar, grasa y sodio.  
Tailandia



**Proyo**  
Helado rico en proteínas con sabor a crujiente de caramelo salado.  
EE. UU.



**Yakult's pop-up store**  
Ofrece una variedad de helados, soft serves y batidos elaborados con leche probiótica azucarada japonesa que contiene Lactobacillus Casei cepa Shirota. En colaboración con Imada Kitchen, Yakult introdujo Yakult Parfait y Ice d Yakult durante un breve periodo de tiempo.  
Japón



**Thrive**  
Helado rico en proteínas y fibras, con vitaminas y minerales.  
EE. UU.



**Proasis, Healthy and Functional Ice Creams**  
5 sabores diferentes con proteínas y probióticos. 50 % menos calórico y bajo en azúcar.  
España



**Fit-Lato**  
El PRIMER gelato de Australia con mil millones de probióticos microprotegidos por tarrina. Bajo en calorías.  
Australia



# LA ÚLTIMA PRIMICIA DE LA INDUSTRIA DEL HELADO

Hemos profundizado en el modo en que está cambiando la industria del helado y hemos observado varios factores que están configurando su futuro:

- ✓ Cómo la tecnología puede aportar más innovación y eficiencia
- ✓ Cómo influye el envasado en la percepción del consumidor y puede tener un impacto positivo sobre el medio ambiente
- ✓ Cómo cambian los hábitos de compra de los consumidores
- ✓ Novedades de la industria
- ✓ Conceptos más allá de los clásicos
- ✓ Cómo la diversidad y la inclusión desempeñarán un papel importante en la selección de proveedores



# TECNOLOGÍA

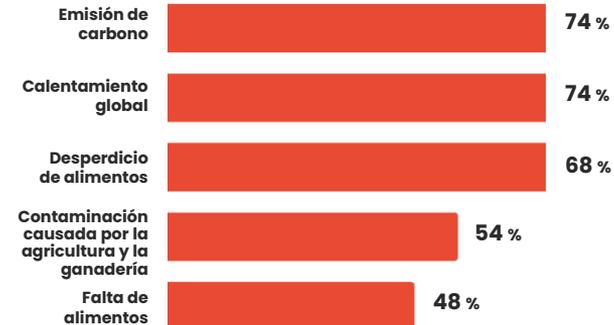
## un socio para liberar la **innovación** y la **eficiencia**

La llegada de la digitalización abre nuevas vías para la innovación, la creatividad y un mayor control, al tiempo que se mejora la calidad, la higiene y la productividad. En el ámbito de la producción de helados, asistimos a un importante cambio hacia tecnologías digitales revolucionarias como el big data, la analítica avanzada, la inteligencia artificial y el Internet industrial de las cosas (IIoT).



de los consumidores mundiales piensan que los minoristas podrían hacer más asequibles las compras ofreciendo ofertas promocionales personalizadas y adaptadas a sus necesidades específicas. El crecimiento de la IA puede facilitar promociones y ofertas personalizadas y adaptadas a las necesidades específicas de los consumidores.<sup>1</sup>

### La IA puede planificar una eficiencia óptima a lo largo de la cadena de suministro. ¿Le preocupa alguno de los siguientes aspectos?<sup>1</sup>



# TECNOLOGÍA

## Un socio para liberar la **innovación** y la **eficiencia**

El metaverso se considera la próxima etapa de la evolución de las redes sociales y está llamado a revolucionar el modo en que las personas se relacionan con el mundo virtual, incluida la forma en que interactúan con las marcas de alimentos y bebidas.

Muchos adultos jóvenes siguen a las marcas de alimentos y bebidas en las redes sociales; el concepto del metaverso les resulta atractivo y les gustaría interactuar con las marcas a través de este canal.<sup>1</sup>



OREO lanza su propia experiencia de metaverso VR2<sup>2</sup>

### Usted afirma que le gustaría interactuar con las marcas de alimentos y bebidas a través del metaverso. ¿Cómo le gustaría que fuera su interacción? 2022 (EC67901)

Consumidores mundiales menores de 35 años a los que les gustaría interactuar con las marcas de alimentos y bebidas a través del metaverso<sup>1</sup>



FMCG Gurus - Top Ten Trend for 2023 (2023)



# ENVASADO exige más soluciones **reciclables** y **ecológicas**

Los consumidores investigan sobre temas medioambientales con mayor frecuencia. Esto significa que las marcas deben comunicar activamente los beneficios de los envases sostenibles de forma clara y transparente, adoptando un enfoque proactivo para comunicar la información y una filosofía de mejora continua en lo que respecta a los envases sostenibles.



Casi **1 de cada 4** consumidores quiere ver declaraciones básicas de sostenibilidad en los envases, así como información sobre la trazabilidad.<sup>1</sup>



Sacred Ser tiene un envase de helado 100 % reciclable, sin plástico y además biodegradable y compostable<sup>2</sup>



El helado de palo Kit Kat de Hong Kong se vende ahora envuelto en papel reciclable en lugar de plástico, fabricado al 100 % con pulpa pura y certificados por el Forest Stewardship Council (FSC)



65% de los consumidores mundiales estuvieron de acuerdo en que "sería más fácil reciclar si las etiquetas de los envases tuvieran instrucciones de reciclaje más claras"<sup>1</sup>



43% de los consumidores mundiales afirman que los "materiales reciclados" son el reclamo sostenible que más influye a la hora de tomar decisiones de compra sobre alimentos y bebidas<sup>1</sup>



56% de los consumidores mundiales "reduce el uso de plásticos" influir positivamente en el medio ambiente o llevar una vida más sostenible<sup>3</sup>



37% En el último año (2022), el 37 % de los consumidores mundiales eligió envases que pueden reciclarse<sup>1</sup>



# ENVASADO

## el diseño es la clave para hacerse con el pasillo de congelados

Preservar la calidad del helado es primordial, pero el envasado no consiste únicamente en dar al producto un aspecto atractivo. Para dejar atrás a la competencia en el pasillo de los congelados, hay que vender una idea, una historia y una experiencia que todos puedan disfrutar. 1 El estilo nostálgico, los estampados caprichosos y el diseño centrado en el texto son algunas de las formas de destacar.<sup>2</sup>



### Denada

Paleta colorida con un aire retro, la empresa añadió etiquetas de contenido como el nivel de azúcar, "bajo en carbohidratos" y "sin azúcar añadido" justo en la parte delantera.  
Australia



### Formula

by Martina D'Agostino,  
Ofrecen un laboratorio de helados interactivo y experimental diseñado para quienes disfrutan de la personalización  
Brasil



### Cold Stone

Con forma de casa y dando la impresión de una porción más grande, los bordes lisos también son formas de generar confianza con los clientes, ya que se consideran más amables  
Egipto



### The Nice Company

Hay un estilo en particular que se perfila como el principal favorito, y son las letras redondeadas.  
ZSA



# ENVASADO

## Nuevas experiencias del consumidor

Con el incremento de las oportunidades para las ventas de helado en el comercio electrónico tras la pandemia, la elección de los envases de helado que utilizan las marcas puede tener que adaptarse a esta nueva forma de vender en línea, con el fin de adecuarse a un enfoque de la cadena de suministro más directo al consumidor.

- ✓ Oportunidades para nuevas experiencias de helados
- ✓ La colaboración con los proveedores de reparto hace que se necesiten más tamaños de porción individual, como copas de postre helado o envases de helado más pequeños
- ✓ El helado en un envase que llame la atención es la clave



Fuente: *Innodelice* (2021)



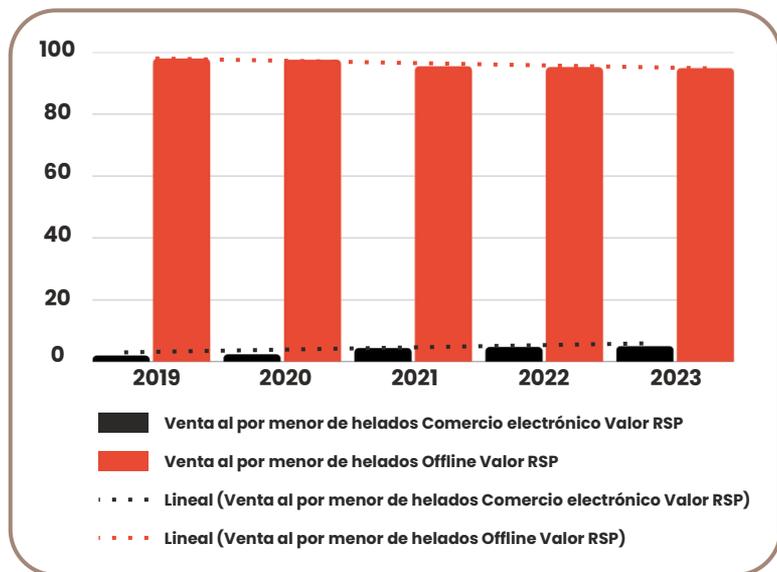
**Beckon** introdujo un compartimento con tapa para los toppings en su copa de helado de aperitivo EE. UU.



**SMOÖY** Envase minorista con helado y variedades separadas en bolsitas de 30 g España

# Cambios en los hábitos de **COMPRA**

El 66 % de los consumidores mundiales confirma que busca activamente versiones más asequibles de su helado favorito, pero al mismo tiempo la demanda de versiones más premium también alcanza el 66 %, lo que demuestra que existe una clara división entre los consumidores que buscan experiencias más exclusivas y quienes buscan contener los costes.



Los **minoristas de alimentación** siguen siendo el **canal preferido**, con una cuota del **91 %<sup>2</sup>**

Pero el comercio electrónico casi se ha duplicado como canal preferido para la compra de helados, pasando de un 2,4 % inicial en 2019 a un 5,3 % en 2023 <sup>2</sup>

El comercio minorista de conveniencia y las tiendas de descuento también están mostrando un crecimiento entre los minoristas offline, lo que significa que los compradores de congelados se han dirigido a los canales que ofrecen valor, lo que podría significar comodidad, precio o, simplemente, no conducir<sup>3</sup>



# No solo la tarrina de helado, las **NOVEDADES ESTÁN EN** **PLENO AUGE**

Los consumidores de helados buscan intensamente las novedades, ya que exploran un abanico de atractivas creaciones heladas en diferentes formatos.

Los formatos de porción única o miniatura facilitan al consumidor el control de las porciones a la vez que se permite darse un capricho. Es probable que el éxito de las novedades congeladas se deba en parte a su asociación con la comida en solitario, lo que permite a los consumidores comerlas en cualquier momento y amplía las posibilidades de consumo más allá de las ocasiones especiales.

Las novedades congeladas están superando a todos los demás lanzamientos de dulces congelados en cuanto a: diversión, emoción, calidad, valor, comodidad



Fuentes: Mintel, 2023



Perry's, Cold Brew Bars



Little Moons Mochi



Gelato bon bons



Bocados y porciones pequeñas de Magnum & Lucciano's



**Blue Bunny** ha desarrollado una nueva línea de productos congelados nuevos y divertidos hasta helados cremosos para servir con cuchara.

# HELADOS QUE MERECEEN UN SELFIE Y SE COMEN CON LA VISTA

Los conceptos de consumo innovadores que combinan varias categorías de alimentos, como los productos de panadería, están revitalizando toda la industria del helado. En el sector de la restauración, el ambiente y el diseño de los establecimientos desempeñan un papel fundamental a la hora de dar forma a la experiencia integral del consumidor, ofreciéndole emoción e indulgencia.

## Panadería y helados



**Brioche con gelato**

**Ice Crone**



### **Franken's Ice Cream Ramen**

Un establecimiento de fusión ramen en Osaka sorprende al cliente con helado suave + ramen picante para un sabor dulce y picante



**Glow in the dark**



**Experiencia de tienda de gelato**

# Por qué es clave una estrategia de DIVERSIDAD E INCLUSIÓN

La diversidad y la inclusión son fundamentales para dar forma a la industria del helado, fomentando la innovación, un marketing eficaz y una mano de obra dinámica. A medida que la industria se expande globalmente, reconoce la necesidad de perspectivas diversas para crear sabores inclusivos que lleguen a una amplia base de clientes. Los equipos diversos impulsan la innovación, promueven la sostenibilidad de la cadena de suministro y mejoran el compromiso de los empleados, lo que se traduce en mejores productos y servicios. Dar prioridad a la responsabilidad social y a la ética refuerza la reputación de la industria y fomenta un entorno de trabajo respetuoso. Por tanto, la diversidad y la inclusión no son meros imperativos morales, sino prerrogativas esenciales para el crecimiento y la evolución de la industria.



B&J es una marca de helados que no se ve a sí misma como una simple empresa que fabrica helados. Ben & Jerry's se ve como una corporación con poder, el poder de marcar la diferencia. Entre sus diversas actividades sociales, cuenta con un historial de apoyo a las comunidades de color.



Cold Stone está aprovechando los recursos internos para aumentar las oportunidades de negocio con proveedores clave a fin de permitir la diversidad de proveedores en los mercados emergentes y existentes



Wall's Cornetto para celebrar el Mes del Orgullo con el lanzamiento de Cornetto Pride en Filipinas y Tailandia.





*GRACIAS.*  
**Las principales  
TENDENCIAS  
en helados**

2024 y más allá



CHOCOLATE ACADEMY