

Siempre  On  
**Consumer**  
 **Insights**

**Trend  
Cards**

# Artesanal y Frescura

## Artesanal

Al redescubrir el **home - baking** durante la pandemia, los consumidores empezaron a apreciar la **artesanía** más que nunca. Esto ha llevado a muchos consumidores interesarse en el proceso manual de elaboración de los alimentos, y ha permitido que ingredientes como la **masa madre** ganen en popularidad.

El **HOME BAKING** resurge

**ARTESANAL** ofrece valor añadido

**MASA MADRE**  
Una forma de diferenciarse



Homea en casa al menos una vez al mes (%)

Centrarse en transmitir la **ARTESANALIDAD** como factor diferenciador para atraer al consumidor.

Uno de los topics relacionados con alimentación más utilizados en las **REDES SOCIALES** durante los últimos años

## Frescura

La **frescura** es uno de los **factores clave** por lo que los consumidores compran productos de panadería, seguido de otros factores como el sabor o la variedad. Aunque los alimentos frescos todavía se consideran de mayor calidad, **la percepción de calidad de los alimentos envasados ha aumentado** impulsada por las preocupaciones en torno a la higiene después del COVID-19.

**APARIENCIA** y el **COLOR** indican la frescura de un alimento

**+12%** percepción de **CALIDAD** de los productos envasados

La **HIGIENE** cobra especial importancia

60%

Apariencia y Color

55%

Aroma

47%

Lugar de Elaboración

### Últimas conversaciones de consumidores *Trend Radar*



#### Panettone de Gianduja

"¿Has probado el panettone de Torreblanca de Gianduja? Elaborado con receta única con masa madre y productos 100% naturales, sin conservantes ni colorantes." 🍞👍📱  
- @by\_torreblanca

#### Pan honestamente artesanal

"Reivindicamos la materia prima, el producto y el buen hacer. 🍞 Utilizamos masa madre, harinas ecológicas, molidas a la piedra, certificadas sin aditivos y mucho amor para ofrecerte cada uno de nuestros productos. 🍞"  
- @pandelirio



# Como industrial panadero o pastelero, ¿qué hay para ti?

Existe la oportunidad de ofrecer una **gama de soluciones que sean auténticas y transmitan artesanía. Comuníquese abiertamente sobre el proceso, los ingredientes, origen e historia de su negocio.** Esto ayudará a ganar confianza entre sus clientes.

**La masa madre es un claro ganador:** innova más allá del pan con masa madre para combinar el factor saludable y la indulgencia de tu gama de productos.

Todo gira en torno al **sabor** y la **frescura**. Hay que potenciar estos valores, y además, existe la oportunidad de **tranquilizar** a los consumidores sobre **higiene y seguridad y comunicarlo.**

## Las Soluciones de Puratos

Panadería: Sapore Matrum, Sapore Alba, Softgrain, Intens Soft & Fine, CL(er) label improvers & mixes

Bollería: Sapore Alba, Cremfil Ultim, Softgrain, Mimetic, Sunset Glaze, Soft'r Melting

Pastelería: Acti-Fresh, Cremfil Ultim, Sublimo, Deli, Tegral Chiffon

Chocolate: Belcolade Selection, Cremas y Coberturas CARAT

## ¡Inspírate!



### Chiffon Bundt Cake

con Tegral Chiffon & Belcolade Lait Origins Vietnam 45 CT

La tendencia textural asiática en forma de Bundt Cake, combina a la perfección la ligereza con la humedad. Con una fina base de Chocolate con Leche de origen Vietnam.



### Pan de Molde con Granos Enteros

Con Softgrains

Pan de molde con GRANOS ENTEROS, esta elaboración contiene una mezcla de granos y semillas infusionados con masa madre inactiva. Los granos: Trigo y centeno. Las semillas: pipas de girasol, amapola, sésamo, linaza dorada & linaza marrón.

## Caso de Éxito

El producto que ha desarrollado la empresa valenciana se denomina Masa Mater y basa su originalidad en ser la primera masa madre simplificada en polvo. Es decir, tiene una formulación en seco como la levadura de panadería seca, pero está compuesta por levaduras salvajes y lactobacilos.  
[@masa\\_mater](#)



# Estilo de Vida Ético & Transparencia

## Estilo de Vida Ético

Los consumidores quieren contribuir a mejorar el planeta y son muy conscientes de qué productos y dónde los compran. Las empresas no solo se evalúan en función de su oferta de productos, sino también de cómo actúan y contribuyen a un planeta mejor.

43%

Compra alimentos **VEGANOS** semanalmente vs 36% en 2018

62%

La alimentación **VEGANA** es más **SANA**

Interés creciente en la **GESTIÓN DE RESIDUOS**

82%

Envases Sostenibles

73%

Claims de "Cero Residuos"

47%

Claims de Alimentos Re-Utilizados

## Transparencia

Los consumidores quieren saber qué **ingredientes se utilizan y de dónde proceden**. Mientras que los más mayores prefieren saber más sobre los ingredientes como tales, los jóvenes prefieren saber **tu historia**.

91%

Lee la información del envase

Menos alimentos procesados, más alimentos **NATURALES & ORGÁNICOS**

53%

Ingredientes

45%

Valor Nutricional

35%

Origen del Producto / Ingredientes

**2/3** comprarían más en tiendas y panaderías donde todo lo que se elabora se hace con **INGREDIENTES NATURALES**.

### Últimas conversaciones de consumidores *Trend Radar*

#### Croissant Vegano

"👩🏻❤️👨🏻 Nos hace muy feliz poder aportar y compartir nuestro conocimiento para puedas disfrutar de una buena merienda saludable utilizando productos más respetuosos con los animales y con el medioambiente 🌱🐾🐾" @tonirodriguezlv

#### Pan Casero con Calabaza

"Puede que aún no lo sepas, pero me ENCANTA HACER PAN. Y como estamos en plena época de calabaza y en mi casa siempre hay asada toca pan de calabaza 🍂" @beatrizmoliz



# Como industrial panadero o pastelero, ¿qué hay para ti?

**Añade opciones veganas a tu portfolio.** Ayudará a generar un mayor interés entre los consumidores más jóvenes. Los consumidores que buscan por estas opciones lo hacen de una forma consciente, tanto desde una perspectiva de salud, como de cuidado del planeta.

Ten una **oferta de productos locales** en tu portfolio, elaborada con **ingredientes locales** y que garantice la trazabilidad y la naturalidad de los ingredientes.

Comprométete con los consumidores en **iniciativas de sostenibilidad** (p. ej., envases reciclables o reducir los residuos) y **comunícalo intensamente por todos los canales.** **Instruye a los clientes y consumidores para que consuman y actúen de una forma más sostenible.**

## Las Soluciones de Puratos

**Panadería:** CL(er) label improvers

**Bollería:** Intens Soft & Fine, Mimetic

**Pastelería:** Topfil Vegano, Ambiente, Mimetic, Sunset Glaze, Cremfil Ultim, Acti Cleaner label, Acti

**Chocolate:** Coberturas Carat Cakau , Belcolade Cacao-Trace, Belcolade Plant Based

## ¡Inspírate!



### Chocolate con Frutos Rojos

Con Decorcrem Cacao-Trace & Topfil Frutos Rojos 60%

Elaboración con chocolate sostenible e ingredientes saludables, logrando crear una deliciosa combinación con una gran historia que contar.



### Payés con Masa Madre

con Complemento Enzimático

Un pan de payés elaborado como un auténtico maestro artesano: con una larga fermentación con la ayuda del ingrediente esencial, la masa madre, sin aditivos ni números E gracias a nuestro complemento enzimático.

## Caso de Éxito

Dulcesol empezará a usar packaging biodegradable en todas sus líneas de pan y pastelería. Este cambio permitirá sustituir el uso de otras tipologías de plástico en la línea de producción y reducir el impacto en el medio ambiente. Significa un paso más en su compromiso por innovar y fomentar el diseño de productos y procesos que minimicen el impacto de su actividad sobre el entorno, tanto en su producción como en su posterior uso. [@dulcesol](https://twitter.com/dulcesol)



# Salud & Hiper Personalización

## Salud

Las expectativas del consumidor alrededor de la salud siguen evolucionando. Si bien antes decíamos que la salud para el consumidor era tanto eliminar como añadir ingredientes, ahora ha dado un paso más allá: tenemos **un consumidor mucho más consciente** con su salud y como consecuencia, con su alimentación. Y aunque no sea el principal factor de compra, **siempre estará presente** en las decisiones del consumidor.

**PORCIONES MÁS PEQUEÑAS y/o ALTERNATIVAS SALUDABLES** son ambas consideradas

61%

consume menos cantidad o porciones más pequeñas

74%

prefiere opciones más saludables

Los consumidores están bien **INFORMADOS** sobre el **VALOR NUTRICIONAL**



Fibra, Granos & Semillas, Frutas y Frutos Secos



Grasa  
Azúcar

Un paso más allá en cuanto a la **NUTRICIÓN..**

Gran interés en mejorar y proteger los diferentes **sistemas del cuerpo humano a través de la alimentación:** salud intestinal (81%), sistema inmunológico (78%), o bienestar mental (75%).

## Hiper-Personalización

Para cubrir esas necesidades en torno a la salud del consumidor, cada vez más atomizadas, **debe recurrirse a la hiper personalización.**

Los consumidores esperan y ven necesario **personalizar más su alimentación** en el futuro.

72%

busca alimentos adaptados a su **estilo de vida**

### Últimas conversaciones de consumidores *Trend Radar*

#### Churros con Chocolate Sin Freír

"Churros fit y chocolate sin gluten y sin azúcar y SIN FREIR 🌱  
Estos churros fit de almendra son perfectos para una dieta equilibrada sin harinas refinadas y sin grasas saturadas procedentes de las frituras 🌱🌱" @lacocinafacildelara

#### Tarta de Frutos Rojos Vegana

"Edición limitada para el día de la madre 🌱 Es una Edición Especial de Frutos Rojos sin gluten, vegana, sin azúcar y sin lactosa 🌱🌱" @lovevoli\_



# Como industrial panadero o pastelero, ¿qué hay para ti?

Innova con **opciones más saludables** que ayudarán a los consumidores a tomar sus decisiones en torno a la salud. Los consumidores buscan productos con granos y semillas, fibra, frutas, menos azúcar, menos grasas... Es decir, alimentos con **alto valor nutricional** y que mejoren sus diferentes sistemas de salud.

Apuesta por los **formatos individuales, mini o porciones más pequeñas.**

**Reformula** tu portfolio para mejorar los valores nutricionales y **comunicálo** tanto en la tienda física como en la online.

**Ofrece productos** que sean **totalmente personalizables** por parte del consumidor.

## Las Soluciones de Puratos

**Panadería:** Softgrain, Puravita, Sapore Matrum, CL(er)label improvers & mixes

**Bollería:** Rellenos de fruta, Cremfil Ultim, Puraslim

**Pastelería:** Rellenos de fruta, Acti sugar replacer, Cremfil Ultim, Cake texture collection, Bakefil, Satin

**Chocolate:** Belcolade Sugar Reduce, Belcolade Plant-Based, Clean Label CARAT

## ¡Inspírate!



### Pan de Molde con Granos Malteados

Con Softgrain Granos Malteados

Elaborado con el grano que se utiliza para elaborar la cerveza, con un sabor suave, un punto amargo, pero que huye del tostado más característico del pan alemán y además podrás encontrar notas dulces.



### Cake de albaricoque, romero y AOVE vegano

con Satin Vegano & Bakefil Albaricoque

Elaboración vegana acompañada de un delicioso relleno de albaricoque, romero infundado en AOVE.

## Caso de Éxito

📖 El trigo khorasan #KAMUT es un cereal ancestral muy rico en nutrientes esenciales. De sabor más dulzón, tiene un alto contenido en fibra, es fácil de digerir, antioxidante y muy energético. ✅ Además, ayuda a reducir los niveles de azúcar en sangre y de colesterol. 🧐 Pásate a un pan de molde más saludable #DateUnCaprichoSanoConBiocop #Biocop



# Experiencia El siguiente nivel

## Últimas conversaciones de consumidores *Trend Radar*

### Chocolates de Origen

Earth day is everyday 🌍📝👉 En Organic Market honramos la tierra cada día eligiendo comercializar productos con impacto positivo en el planeta. Mira el footprint en [#InstaStories](#) y aprende sobre el impacto positivo en el planeta. 🌍 [#HuelladeCarbono](#) [#impactopositivo](#)  
[@organicmarket.es](#)

### Curso Online de Panadería

"Los croissants no pueden ser veg..." 🤖👀 Ops! 🥯👉 Croissant veganos con harina semiintegral y aceite de oliva virgen extra...En el curso online de [tonirodriguezacademy](#)  
- [@tonirodriguezlv](#)

## Experiencia de Compra : El siguiente nivel

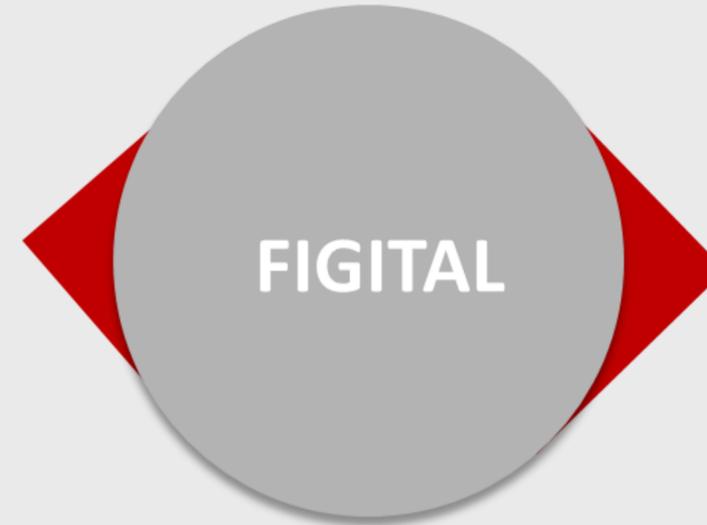
El futuro será una experiencia "Figital": una experiencia que integre a la perfección lo físico y lo digital. 1 de cada 2 consumidores buscan inspiración a través de **Internet**, por lo que se ha de aprovechar la experiencia Figital y estar presentes de forma online para **conectar** con los consumidores **24 horas al día, 7 días a la semana**. Sin embargo, **a la mayoría de los consumidores NO les gustaría ver el final de las tiendas en la calle.**

### Tienda Online



1 de 2 se inspiran a través de **INTERNET**

**PRESENCIA  
ONLINE** para  
conectar con los  
consumidores **24/7**



### Tienda Física



**NO** esperan  
ver el fin de las  
**TIENDAS  
FÍSICAS**

**EXPERIENCIAS EN  
TIENDA** como  
complemento a las  
ofertas digitales

42%

Cree que la IA  
(Inteligencia Artificial)  
les ayudará a tomar  
mejores decisiones  
alimentarias en el futuro

# Como industrial panadero o pastelero, ¿qué hay para ti?

Piensa activamente en los **canales digitales, el comercio electrónico** y las verdaderas **experiencias de compra omnicanal** como la forma de ofrecer una mejor experiencia a nuestros clientes.

Revisa el **propósito de tus tiendas físicas** para ofrecer una **experiencia única** a los consumidores (por ejemplo, horno abierto, talleres de horneado en la tienda,...).

**Formar al personal de la tienda** para proporcionar el nivel adecuado de información e inspiración y entablar conversaciones significativas con los clientes.

## Las Soluciones de Puratos

**Panadería:** Double Bake Color, Sapore, Enzimas

**Bollería:** Mimetic

**Pastelería:** Smoobees, Mix Vegetal

**Chocolate:** Belcolade Origins

## ¡Inspírate!



### Panettone con Masa Madre

con Sapore Alba

Irresistible Panettone elaborado de la forma más tradicional con una masa madre de trigo blanco ideal para elaboraciones de bollería. Aporta una textura diferencial con el upgrade del storytelling de la masa madre.



### Cake Ice Cream de Limón y Mango

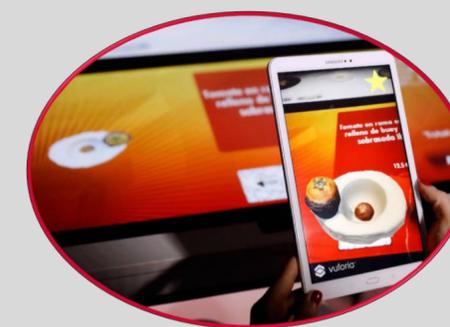
con Smoobees, Satin Moist, Classic Mango & Belcolade CT

Unos divertidos y deliciosos helados en base cake, con unas sorprendentes inclusiones de limón y un toque tropical

## Caso de Éxito

Virtuchef es el restaurante inmersivo que marida tecnología y gastronomía para ofrecer una experiencia "única e inolvidable". Nada más sentarse, el cliente puede ver el menú, escoger los platos, ver el making off del mismo, e incluso comunicarse con el chef, autor del plato, o con el exterior por streaming.

-@virtuchef



# Sabor



## Últimas conversaciones de consumidores *Trend Radar*



### Donuts Red Velvet

👁️ DONUTS DE RED VELVET 🍷Aquí está mi versión, unos donuts red velvet de verdad, con su relleno de cream cheese 🧀 su textura blandita y su cobertura de chocolate blanco. Os prometo que vais a alucinar 😍🍷 - @burpee\_vet

### ¡Realzamos las texturas!

Croissant. Sabor, textura, aroma. Toda una investigación para perfeccionarlo. Te ofrecemos elaboraciones sencillas que, curiosamente, no encuentras ya en casi ningún sitio. #realbread #sabor #salud #handmade

- @tahonasanjose1890



## Sabor

El **sabor** es uno de los principales criterios de compra de los productos de nuestro sector, junto con la **frescura**. Los sabores tradicionales siguen siendo dominantes, pero la predisposición para probar nuevos sabores y texturas continúa creciendo, siempre y cuando haya algún elemento reconocible.



Le gustan los  
**SABORES  
TRADICIONALES**



Quieren probar **nuevos sabores** o **combinaciones inusuales**



Me gustaría tener algún **elemento que me resulte familiar** cuando pruebo nuevos alimentos

## Apariencia

La **apariencia** realza el **sabor** de los productos de **panadería, bollería y pastelería**. Con la creciente presencia de las **redes sociales** y el auge de las **compras online**, la comida debe ser visualmente atractiva.



3 de 5

Está de acuerdo en que la comida con buena apariencia es también sabrosa

# Como industrial panadero o pastelero, ¿qué hay para ti?

Una gran oportunidad para innovar es combinando **sabores tradicionales y nuevos o exóticos**. Piensa en la evolución en lugar de la revolución, piensa en darle un giro a los clásicos.

Haz que **el pan, la bollería y la pastelería sean visualmente atractivos** (dignos de Instagram) y asegúrate de distribuir ese atractivo en los canales online para impulsar tus ventas.

Innova **jugando con las texturas de tus productos**.

## Las Soluciones de Puratos

Panadería: Sapore Signature, Sapore Spica, Softgrain

Bollería: Smoobees, Deli, Soft'r Melting

Pastelería: Smoobees, Cake Texture Collection, Deli

Chocolate: Belcolade Origins, Cremas y Coberturas CARAT

## ¡Inspírate!



### Hogaza 100% Espelta con Masa Madre de Espelta Con Sapore Spica

La variedad saludable por excelencia, una combinación de harina de espelta con masa madre tradicional de espelta integral, que aporta una alta frescura (indicador de calidad de los productos), textura diferencial, con corteza fina y crujiente y con una miga húmeda y esponjosa.



### Cookie con Pepitas de Chocolate

Con Carat Nutolade & Belcolade Selection Noir Grains

La perfección de un cookie crujiente con pepitas de chocolate y un cremoso relleno de Carat Nutolade, perfecto para momentos de placer en todo lugar con la conveniencia ofrecida por las galletas.

## Caso de Éxito

Una bollería con nombre propio: los Manolitos, que empezó conquistando Madrid desde una pequeña panadería y ahora cuenta con casi 30 establecimientos y ofrecen diariamente más de 25 tipos de croissants o "Manolitos". -[@manolo\\_bakes](https://www.instagram.com/manolo_bakes)



# Conveniencia Definitiva

## Conveniencia Definitiva

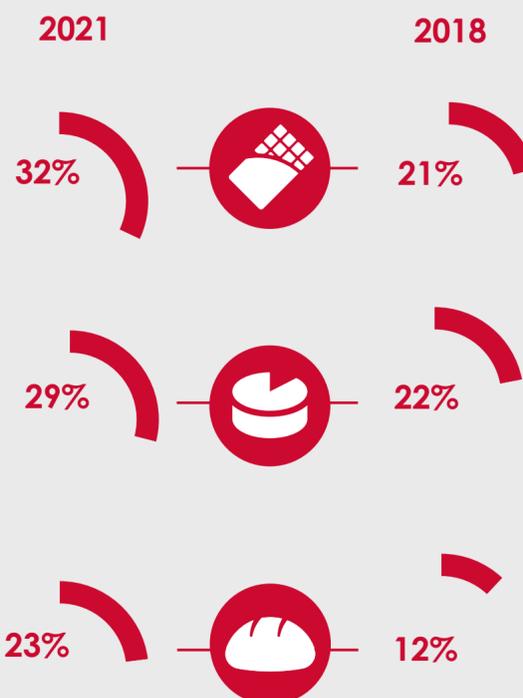
La compra online de alimentos ha aumentado considerablemente los últimos años debido al Covid, y los consumidores esperan recibir aún más entregas a domicilio. Sin embargo, los consumidores deben estar seguros de la frescura y la calidad cuando compran online productos de nuestros mercados. La evolución que vimos en el pasado se está transformado en una revolución, donde tanto la demanda como la oferta han tenido que adaptarse.

La compra semanal de alimentos **ONLINE** se ha duplicado hasta llegar al **12%**

**1/2**  
Esperan más **DELIVERY** (Entregas a domicilio)

Preocupación por la **FRESCURA** y la **CALIDAD**

Ha comprado este tipo producto en línea alguna vez:



**37%**

Esperan una mayor **AUTOMATIZACIÓN** de todos los procesos

**4/10**

Echa de menos el **CONTACTO PERSONAL** cuando compran de forma online

### Últimas conversaciones de consumidores *Trend Radar*

#### Lof.Bakery

Lof.bakery es una tienda online que elabora panadería y pastelería personalizada y adaptada a todo tipo de necesidades. Desde pan de masa madre, a pastelería internacional, pasando por postres para veganos.

@lof.bakery

#### Snacks de chocolate vegano

Excelente opción de snack saludable, sin azúcares refinados, ni lactosa haciéndolos **#veganfriendly** Semi amargo 70% Semi amargo 70% con nuez y arándanos

Blanco con Matcha Blanco

Chocolate con leche de coco @verdetaranna

# Como industrial panadero o pastelero, ¿qué hay para ti?

**Informa** a los consumidores sobre **la calidad y la frescura** de los productos que compran online y **adapta** tu oferta de productos a la **revolución digital**.

**La automatización de la cadena de suministro** es un requisito previo para **aumentar la rentabilidad** y la eficiencia operativa con el fin de servir mejor a clientes y consumidores. La inversión en la **recopilación de datos**, el aprendizaje automático y otras herramientas analíticas son imprescindibles para **impulsar aún más el crecimiento** y cumplir con otros imperativos comerciales.

## Las Soluciones de Puratos

**Panadería:** Puravita, Intens Soft&Fine

**Bollería:** Fruitfil

**Pastelería:** Fruitfil

**Chocolate:** Belcolade Selection, Grains Chocolanté, Cremas y Coberturas CARAT

## ¡Inspírate!



### Pan Músico

Con Intens Soft&Fine

Inspirado en el popular y tradicional postre llamado "músico" un pan de lo más curioso y saludable. Nos permite ofrecerlo en formato convience ya que el producto se mantiene fresco por más tiempo.



### Bola Ferrochino

con Supercrem Nutty White & Decorcrem Chocolate Dark CT

Un postre con mucho chocolate y combinación de sabores intensos con avellanas, presentado en una mezcla de texturas. Una propuesta de presentación y formato muy premium que deleita los paladares más exigentes.

## Caso de Éxito

Amazon ha anunciado la rápida expansión de su modelo de supermercados cashless Amazon Go por Europa, donde contempla la apertura de un centenar de tiendas en España, Alemania e Italia. Estos supermercados 'automáticos' ofrecen en sus lineales un surtido idéntico al del resto de los establecimientos de sus respectivas enseñas. [@amazongo](https://twitter.com/amazongo)

