

#LoQueLlevamosDentro

es la creatividad para transformar

INNOVACIÓN

En Grupo Herdez® buscamos generar valor a través de la innovación para fortalecer la relevancia de nuestras marcas. En los últimos cinco años, hemos desarrollado una arquitectura empresarial para generar productos que respondan a las necesidades del consumidor actual y anticipen las del futuro.

A través del uso estratégico de datos, tomamos decisiones ágiles e informadas que nos permiten mantener nuestro liderazgo en la industria. Más que un concepto, es lo que llevamos dentro.

La capacidad de adaptación es parte de nuestra identidad. Durante más de 110 años, en Grupo Herdez® nos ha definido la determinación para evolucionar y así reinventarnos.



Evolución tecnológica

La evolución digital de Grupo Herdez® es el núcleo de nuestra estrategia para enfrentar los desafíos del mercado con agilidad y visión de futuro. En los últimos años hicimos inversiones clave para actualizar nuestra arquitectura empresarial.

Uno de los mayores avances se dio en la categoría de puré de tomate, donde la IA optimizó la fórmula, reduciendo costos en un 15% sin comprometer la calidad. Este enfoque ha sentado las bases para un flujo continuo de innovación.

También implementamos IA en la generación estratégica de ideas, de este modo, en Grupo Herdez® somos pioneros en México al utilizar esta tecnología tanto para identificar oportunidades como para el diseño de fórmulas.

Migración a la nube

En Grupo Herdez® alcanzamos 70% de migración a la nube de procesos, datos y sistemas, con una proyección del 90% para 2026. Esto optimiza nuestros procesos y mejora el uso de recursos. La infraestructura en la nube nos permite desarrollar soluciones con mayor rapidez y ejecutar de manera más eficiente las estrategias de negocio.

Decisiones basadas en datos

Hemos consolidado uno de los *big data* más grandes del sector de bienes de consumo en México, permitiéndonos integrar información de todos nuestros puntos de contacto digitales y transaccionales. Gracias a la arquitectura empresarial desarrollada, la toma de decisiones es impulsada por datos, con herramientas de inteligencia artificial (IA) que predicen la demanda con hasta un 95% de precisión, lo que nos ha facilitado llegar a los anaqueles en el momento exacto para el consumidor.

Automatización y disrupción en los procesos

La implementación de inteligencia artificial, el internet de las cosas (IoT), el *robot process automation* (RPA) y el *growth hacking* han impulsado nuestra operación, optimizando procesos con inversiones estratégicas que maximizan el retorno sobre la inversión. Estas tecnologías no sustituyen a nuestro talento humano; al contrario, potencian sus capacidades para adoptar un modelo de evolución permanente.

En Grupo Herdez®, aseguramos una cadena de suministro eficiente, garantizando un servicio confiable y competitivo que responde a las necesidades de nuestros clientes y del mercado.

Inteligencia Artificial en acción

En Grupo Herdez® hemos impulsado un modelo de innovación con inteligencia artificial -la disciplina científica que crea programas capaces de ejecutar operaciones similares a las que realiza la mente humana, como el aprendizaje o el razonamiento lógico-, automatización y *robot process automation* (RPA) que nos ha llevado a lograr impactos tangibles en costos, así como mejorar nuestra oferta con la optimización y creación de productos. Buscamos que las áreas de negocio sean autosuficientes y 100% basadas en datos.

Evolución de la cadena de suministro

En manufactura, fortalecimos nuestros procesos con un enfoque en seguridad, calidad e inocuidad con el fin de tener estándares más sólidos en cada etapa de la producción. Por su parte, las inversiones se dirigieron a la relocalización de producción en México y a la expansión en nuevos mercados, como Europa.

Ciberseguridad: protección en un entorno digitalizado

La adopción de tecnología implica mayores retos en seguridad. Por ello, hemos implementado una capa vertical de ciberseguridad para la protección de datos y procesos críticos en toda la organización.

La innovación en Grupo Herdez® no es solo una estrategia, es nuestra ventaja competitiva. Estamos preparados para el futuro con tecnología de vanguardia, talento capacitado y una visión clara: conectar con el consumidor de manera inteligente, eficiente y sostenible.

Nuevos y mejores productos

IP: 7, 9

En 2024 reforzamos nuestro compromiso con la innovación en productos al incrementar la inversión en Investigación y Desarrollo (I&D) respecto al año anterior, alcanzando \$44.2 millones de pesos.

Esta inversión abarcó tanto la creación de nuevos productos y servicios como la mejora significativa de los ya existentes dentro de nuestras marcas. Este esfuerzo contribuyó al crecimiento del 2.8% en ventas y permitió la optimización de 83 productos para responder mejor a las necesidades del mercado.

Gasto en investigación y desarrollo

	2022	2023	2024
Gasto total en investigación y desarrollo	\$48,282,880	\$36,772,283	\$44,210,328
Número de productos modificados	90	81	83
Gasto en I&D como porcentaje de las ventas totales	0.15%	0.10%	0.90%

Mientras que el número de productos con mejoras significativas creció 18.9%, la generación de ingresos aumentó en más de 2.4%, lo que indica un impacto comercial exponencial en productos mejorados.

Tipo de innovación

	2023			2024		
Tipo de innovación	# de productos	Ventas generadas	% de ingresos	# de productos	Ventas generadas	% de ingresos
Nuevos productos o servicios comercializados durante el último año	633	\$3,184,052,516	8.7%	182	\$1,096,193,678	3.2%
Productos con mejoras significativas comercializados durante el último año	58	\$31,425,815	0.1%	69	\$774,388,760	2.2%
Productos o servicios sin cambios o mínimamente modificados	9,028	N/A	91.1%	355	\$2,549,348,529	13%

Criterios de nutrición saludable

Desde la Subdirección Técnica trabajamos para que cada formulación cumpla con la regulación vigente y nuestras normas internas. Esta área se encarga de revisar que cada producto contenga ingredientes permitidos y la dosis adecuada. Igualmente, determina los íconos nutrimentales que debe llevar el etiquetado frontal para que el consumidor cuente con la información correspondiente.

Nuestro panel consultivo sobre nutrición y cuidado de la salud, junto con nuestro centro de Investigación y Desarrollo, lidera la estrategia de reformulación y desarrollo de productos con un enfoque basado en evidencia científica. A través de estos esfuerzos, impulsamos categorías alineadas con tendencias de salud y optimizamos el perfil nutrimental del portafolio.



Innovación con criterios nutricionales medibles en 2024

En 2024 incorporamos dos nuevas categorías: temperaturas, que amplía nuestra oferta con productos en distintos rangos térmicos, y *Ready to eat*, enfocada en alimentos listos para consumir sin preparación adicional.

Restringimos el uso de ingredientes como grasas parcialmente hidrogenadas, grasas trans de proceso y dióxido de titanio.



Impulso al aprendizaje y mejora continua

Aplicamos un monitoreo constante de productos nuevos, innovaciones y reformulaciones para optimizar su perfil nutrimental.

Identificamos y redujimos la presencia de nutrimentos críticos, conservadores artificiales, edulcorantes y saborizantes que puedan impactar la salud del consumidor.

Seguimos una matriz nutrimental que permite evaluar el impacto regulatorio en el número de sellos de advertencia por fórmula.

Implementamos acciones de reformulación con el objetivo de disminuir el número de sellos de advertencia en nuestros productos.

McCormick®: lanzamientos y expansión

En 2024, impulsamos la innovación con el lanzamiento y fortalecimiento de marcas clave en diferentes categorías. A través de nuevas presentaciones, extensiones de línea y estrategias comerciales diferenciadas, logramos expandir nuestra participación de mercado, diversificar nuestra oferta y conectar con más consumidores en distintos canales.



Categoría Condimentos Líquidos



Salsa picante Frank's RedHot®

En 2024, expandimos nuestra presencia en el mercado mexicano con dos grandes lanzamientos: Salsa BBQ Picante y Bocadillos Congelados de Coliflor, ingresando a nuevas categorías y ampliando nuestra distribución. El excelente desempeño de nuestro portafolio de salsa para alitas nos permitió alcanzar una participación total de mercado en volumen de 39.4%, alcanzando un 45% de participación en valor. Implicando un incremento del 6% en ventas netas.

Categoría Salsas Picantes



Salsa picante Cholula®

En 2024 fortalecimos el reconocimiento de marca y expandimos la distribución en el canal mayorista. Siguiendo nuestra estrategia Awareness & Trial, hicimos sinergia con nuestras tiendas Chilim Balam®, convirtiéndonos en la única salsa picante en sus mezclas. Logramos una alta visibilidad en puntos de venta y redes sociales.

Categoría Mostaza



Mostaza French's®

El lanzamiento de la versión Match Pepinillos en mayo de 2024 inauguró nuestra plataforma de innovación. En tres meses, igualó la tasa de venta de nuestra bien posicionada versión Stoneground. Logramos un 15.8% de participación de mercado en volumen y 17.2% en valor, destacando un crecimiento del 70% en el canal mayorista.



Mostaza McCormick®

Seguimos liderando con 57.7% en volumen y 51.3% en valor. Innovamos con un empaque más práctico y mejoramos el liderazgo de la mostaza saborizada (61% de participación).



Lanzamos Breakfast Solutions Pallet, combinando Miel Carlota®, Té y Mermelada McCormick®, y Harina Betty Crocker® (de General Mills®), fortaleciendo alianzas internas y ofreciendo soluciones prácticas.

Categoría Mermelada



Mermelada McCormick®

En 2024 reafirmamos nuestro liderazgo con 44.3% de participación en valor. Nuestra línea Sabores de México creció 21%, alcanzando 2.6% de mercado, impulsada por exhibiciones, promociones y patrocinios culturales. La mermelada de frutos rojos, con 7.7% de participación, creció 43%.



Categoría Miel



Miel Carlota®

Con el lanzamiento de Carlota Kids, ingresamos al mercado infantil con un diseño ergonómico y la licencia de Masha y el Oso®. La campaña incluyó activaciones en parques, estrategias digitales y exhibiciones en tienda para llegar a una gran variedad de consumidores.



Categoría Especias



Especias McCormick®

Registramos un crecimiento de 7% en ventas netas, logrando una participación de mercado del 15.8% en el canal moderno y 29.1% en el canal mayorista. La estrategia de 2024 se enfocó en tres pilares:

Light consumers: introducción de nuevas presentaciones con precio más accesible a través del lanzamiento de “mini bolsas”.

Medium consumers: desarrollo de ofertas armadas como: “3 especias + sartén”, que impulsaron un crecimiento del 24% en ventas.

Heavy consumers: expansión del portafolio en presentaciones de mayor gramaje, alcanzando un total de 10 ítems.

Categoría Mayonesa



Mayonesa con Limón McCormick®

Alcanzamos un récord histórico con 76.3% a nivel nacional y 41.3% de participación en el norte del país, donde también aumentamos la penetración a 72.3%. Fortalecimos nuestra presencia con patrocinios como los equipos de futbol Tigres y Rayados, así como la Federación Mexicana de Futbol.



Mayosabores McCormick®

Renovamos nuestra línea squeeze con un diseño ergonómico y una campaña 360° que destacó la transformación del sabor a través de nuestras diferentes variedades. En seis meses, crecimos 3.1% en volumen y 3.8% en participación de mercado. Además, la nueva versión mini (100 g) logró en solo tres semanas un 83% de rotación en Walmart.

Aderezo ligero McCormick®

En 2024, expandimos su distribución con una estrategia de marketing regional, aumentando a 8.1 puntos porcentuales en participación en tan solo ocho meses.



Categoría Tés



Té McCormick®

Crecimos 2.3% en volumen, alcanzando un récord de participación de 33.2% en los primeros meses del año. Lanzamos la edición Alicia en el País de las Maravillas, la primera licencia en la categoría, que refuerza nuestra diferenciación en el mercado.

El crecimiento de nuestras líneas de conservas ha sido positivo para la innovación y comercialización de la compañía. Con esta base sólida, continuamos fortaleciendo los productos de impulso que refuerzan nuestra presencia en otros segmentos.

Innovaciones desde Helados Nestlé®

Como parte del impulso a nuestras marcas, este año nos enfocamos en la innovación del portafolio, incorporando más de 20 nuevos lanzamientos estratégicos.

Estos productos representan actualmente el 16% de las ventas del negocio. Además, este nuevo portafolio de innovación muestra una rentabilidad superior, lo que refuerza su relevancia dentro de la estrategia de crecimiento de la categoría.



Entre estos lanzamientos, destacan tres productos que han tenido un desempeño sobresaliente: Cono Carlos V®, Mega Nuts® y Cono Crunch®, los cuales en conjunto generan alrededor del 50% de las ventas de innovación. Asimismo, continuamos consolidando la plataforma Mega® con nuevas extensiones que han fortalecido su presencia en el mercado. Actualmente, esta línea representa el 38% del peso de las ventas del portafolio de innovación.



En cuanto a su presencia en el mercado, aproximadamente el 80% de las innovaciones se distribuyen a través del canal *Direct Store Delivery* (DSD), lo que refuerza su alcance y disponibilidad para el consumidor.



Mercados internacionales

La expansión territorial y la adaptación de nuestros productos a nuevos mercados no solo representan una oportunidad estratégica, sino una manera de generar valor para nuestras marcas. El crecimiento potencial en estos mercados, combinado con la alta rentabilidad de nuestros productos, se ha convertido en un motor de valor continuo.

En Estados Unidos, el portafolio de productos de Grupo Herdez® es el número uno en el segmento de comida mexicana auténtica, y en Canadá ocupamos el tercer lugar en preferencia. Esta tendencia trasciende fronteras por lo que nos hemos enfocado en ofrecer productos auténticos con adaptaciones que responden a los gustos y necesidades locales en diferentes mercados.

Desde esta visión, hemos desarrollado lanzamientos que equilibran tradición e innovación, ajustando recetas y presentaciones para conquistar otros paladares. Este proceso ha supuesto desafíos relevantes, especialmente en aspectos como densidad y consistencia, que han requerido la optimización de nuestras fórmulas para alinearlas con las expectativas del consumidor global. Gracias a este esfuerzo, hemos logrado una gran aceptación que fortalece nuestra expansión y reafirma lo que llevamos dentro: la capacidad de evolucionar sin perder nuestra esencia.

Nuestros lanzamientos



Nuevo sabor de platillos mexicanos precocinados de Herdez®



Tres nuevos sabores de Dips Chunky®



Jalapeños en trozo

En Grupo Herdez® creemos en el poder y la autenticidad de la comida mexicana. Estamos orgullosos de compartir su riqueza culinaria y cultural.



El futuro →

Seguimos fortaleciendo nuestra presencia en Europa y Canadá, con planes de expansión a Australia.

La expansión internacional de Grupo Herdez® es una muestra de lo que llevamos dentro: autenticidad, innovación y una visión de crecimiento global. Cada mercado, cada nuevo lanzamiento y cada reto superado son oportunidades para fortalecer nuestra marca y continuar llevando el sabor y la tradición mexicana al mundo.