

WE Edition

TENDENCIAS TOP EN CONFITERÍA DE CHOCOLATE

2026 & Más allá



WGSN


CALLEBAUT®
MASTERS OF TASTE

PRESENTAMOS LAS TENDENCIAS CLAVE EN CONFITERÍA DE CHOCOLATE

La confitería de chocolate está cada vez más polarizada en Europa Occidental. Si bien los fabricantes deben priorizar la asequibilidad para garantizar que el chocolate siga siendo accesible, fomentar la conexión y elevar la propuesta premium de los productos presenta nuevas oportunidades en esta región culturalmente diversa, con el propósito siempre situado en el corazón de la creación de productos.

Precio

La polarización del mercado está generando un cambio en las necesidades del consumidor en Europa Occidental (WE). Mientras los consumidores más sensibles al presupuesto buscan precio, conveniencia y sabor, los productos de confitería con beneficios añadidos que apelan a experiencias más emocionales también están creciendo.

A pesar del contexto económico actual, las experiencias premium de indulgencia están ganando terreno entre los consumidores por sus necesidades emergentes de celebración y una apreciación creciente por la artesanía del chocolate. Unido al orgullo regional por su tradición chocolatera, este deseo de premiumización abre nuevas oportunidades para que los fabricantes innoven y aporten valor añadido.

Personas

Las tasas de adopción de tendencias varían en WE. El Reino Unido, con una proporción mayor de consumidores experimentales y vanguardistas, muestra un crecimiento más rápido. En otros mercados, la herencia sigue siendo un valor clave y limita la rapidez de adopción. En general, los consumidores de WE tienen una fuerte necesidad de conexión, lo que impulsa reuniones más íntimas, donde la confitería puede jugar un papel protagonista.

Propósito

En esencia, el chocolate trata de indulgencia, pero las marcas también necesitan definir un propósito más amplio, basado en una cadena de suministro sostenible que apoye a los agricultores y al medio ambiente. El propósito debe incorporarse desde el inicio, mientras que la innovación guiada por tendencias debe conectar con las necesidades.



Callebaut

cambiantes de las personas y ayudar a justificar los precios más altos.

Para ayudarte a equilibrar la premiumización con el precio y a situar a las personas y el propósito en el centro de la innovación, descubre las principales tendencias en chocolate previstas para 2026 y más allá

TENDENCIAS PRINCIPALES EN EUROPA OCCIDENTAL

01 CONFITERÍA 'MINORSTONE'



02 CHOCOLATE NOSTALGIA



03 LOW & NO CONFECTIONERY



04 NUTRITION-BOOSTED BITES



05 SELF-CARE TREATS



06 CONFITERÍA SENSORIAL



07 EVERYDAY LUXURY



08 NEW CHOCOLATE CONNOISSEURS



Este documento tiene enlaces para saltar entre secciones y explorar lecturas adicionales

‘MINORSTONE’ CONFECTIONERY

Los consumidores están redefiniendo lo que significa celebrar, ampliando su alcance. Ya no son solo los grandes hitos tradicionales (como casarse o tener hijos) los que ocupan el centro de atención. Hoy se celebran logros más pequeños pero personales —o “minorstones”— como avances profesionales. Como resultado, están buscando más y más confitería que les facilite o celebre ocasiones alternativas y encuentros sociales.

De

sentirse limitados por los hitos tradicionales y expectativas sociales.

Para

encontrar nuevas ocasiones para celebrar y disfrutar.



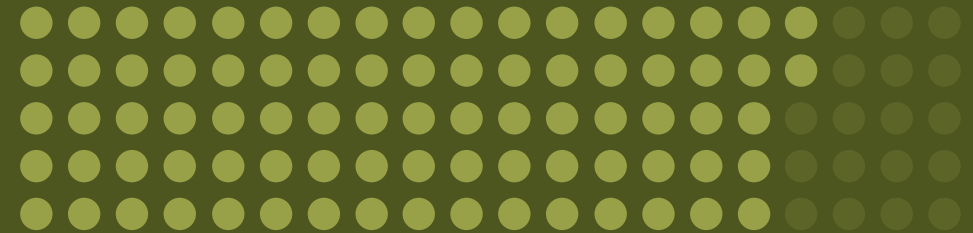
Pexels | Jonathan Borba



“

“En mi mente, la indulgencia está asociada con cosas que celebras. Puede ser un ascenso en el trabajo o un buen resultado en un examen. Así es como celebro la indulgencia”

Callebaut x WGSN Global Consumer Study, 2025



82%

de los consumidores de WE disfrutaban celebrando hitos no tradicionales con amigos y familia.

Callebaut x WGSN Global Consumer Survey (WE), 2025



LOW & NO CONFECTIONERY

Los consumidores son cada vez más conscientes del impacto del azúcar y los ultraprocesados en su salud. Buscan confitería que se alinee con sus objetivos de bienestar sin comprometer el placer.

Los paladares globales se desplazan hacia sabores menos dulces y más complejos, motivando a los fabricantes a usar ingredientes más frescos, simples y matizados.

De

dietas restrictivas con sustitutos del azúcar que sacrifican el sabor

Para

caprichos equilibrados, con menos ingredientes, moderación en el azúcar o alternativas más saludables.



Pexels | Jonathan Borna

El **76%** de los consumidores intentan activamente de evitar alimentos procesados, aumentando hasta el 79% en perfiles Early Adopters.



Callebaut x WGSN Global Consumer Survey (WE), 2025

“Si miras los libros de recetas antiguos, la cantidad de azúcar que usaban comparada con la que usamos ahora es muy diferente. **Los gustos se han vuelto menos dulces.**”

Alistair Birt, Chef



1 de cada 3

consumidores encuentra atractiva una lista de ingredientes más corta cuando compra confitería de chocolate.

Callebaut x WGSN Global Consumer Survey (WE), 2025

NUTRITION-BOOSTED BITES

Con el creciente interés por la salud y el rápido uso de medicamentos como GLP-1, los consumidores buscan snacks que equilibren conveniencia, salud y sabor.

La respuesta: formatos mini y de un bocado, ricos en sabor y nutrientes, con ingredientes que apoyan la energía, la salud intestinal y más.

De

Indulgencias en grandes porciones

Para

Piezas mini y de bocado que son densas en nutrientes y ofrecen beneficios funcionales en formatos que sacian



Pexels | Anete Lusina

“

“Lo más importante es el **tamaño de la porción** (...) El chocolate puede seguir siendo delicioso con menos azúcar y beneficios nutricionales añadidos como la fibra en vez de azúcar.”

Kim Ross, Nutricionista



4 de cada 10

consumidores consideran relevante la confitería con ingredientes saludables y beneficiosos, subiendo a 6 de cada 10 en España.

Callebaut x WGSN Global Consumer Survey (WE), 2025



CONFITERÍA SENSORIAL

Evolucionando desde los productos “instagrammeables”, la confitería sensorial está en auge. Los consumidores buscan experiencias alimentarias que sorprendan, emocionen y rompan expectativas. Aunque la presentación sigue funcionando visualmente ‘para Instagram’, los consumidores se están volviendo más exigentes con el sabor, lo que impulsa a los innovadores a experimentar con texturas estimulantes y sabores inesperados en la confitería tradicional.

De

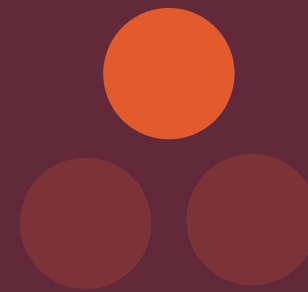
Productos exagerados hechos solo para la foto.

Para

Confitería hiper-sensorial que desafía lo visual, el sabor y la textura



Callebaut



1 de cada 3

consumidores se siente atraído por chocolates con texturas sorprendentes e inesperadas.

Callebaut x WGSN Global Consumer Survey (WE), 2025



“Todo se vuelve **más aventurero** con los diferentes sabores. Todo es **más grande y dramático**. La gente necesita algo **extra**.”

Callebaut x WGSN Global Consumer Study, 2025



1 de cada 3

consumidores se siente atraído por chocolate con mezclas inesperadas dulce-salado.

Callebaut x WGSN Global Consumer Survey (WE), 2025

CONVIÉRTETE EN MASTERS OF TASTE

Los consumidores de hoy buscan conexiones, descubrimiento cultural, bienestar y pequeños momentos de indulgencia —y la confitería puede satisfacer todas estas necesidades.

Para artesanos y marcas, esto ofrece una oportunidad para crear chocolates que sorprendan y deleiten: formatos lúdicos, sabores inventivos, propuestas que celebran la herencia, apoyan elecciones conscientes y crean momentos memorables.

Incluso con la volatilidad en los precios del cacao, poner a las personas y el propósito en el centro de la innovación permite desarrollar productos con valor emocional y sensorial.

Desde 'Minorstone' Confectionery a los Nuevos Connoisseurs de chocolate, las tendencias compartidas son solo el inicio de un viaje extraordinario de innovación con chocolate.

Para ayudarte a convertir estos insights en una estrategia adaptada para tu marca que consiga crecimiento a través del valor, **contacta con Callebaut en www.callebaut.com.**



PRONOSTICANDO LAS TENDENCIAS

El Libro blanco “Top Chocolate Confectionery Trends 2026 & Beyond” es una colaboración entre Callebaut y WGSN, la principal agencia mundial de pronóstico de tendencias.

Nuestra exhaustiva investigación sobre las principales tendencias del chocolate es el resultado de fuentes de datos cuantitativas y cualitativas, analizadas por expertos en tendencias de WGSN.

Las Fuentes incluyen

Encuesta a Consumidor

Encuesta online que abarcó 24 mercados y 24.000 consumidores en Septiembre de 2025. Para este informe, los datos se filtraron para incluir únicamente a consumidores globales que hayan comprado confitería de chocolate en los últimos 12 meses.

Diarios del Consumidor

Diarios cualitativos de consumidores en Estados Unidos, Brasil, India y en el Reino Unido.

Entrevistas a Expertos

Entrevistas con 20 chefs y expertos en el sector de alimentación y bebidas en 13 mercados.

Datos de Búsqueda

Se analizaron datos abiertos de Google Trends para identificar ingredientes y formatos en tendencia, basándose en el crecimiento del volumen de búsqueda (de octubre de 2023 a septiembre de 2025).

WGSN Social Data:

Food & Drink Signal Map

La Social data de WGSN se usa para identificar palabras clave e ingredientes en crecimiento relacionados con la confitería. El Food & Drink Signal Map exclusivo de WGSN rastrea a más de 4.000 influencers gastronómicos seleccionados en todo el mundo para detectar oportunidades.

Inteligencia de Tendencias de WGSN & Investigación secundaria

Las previsiones de consumo y de alimentación & bebidas de WGSN son elaboradas por expertos del sector y publicadas en wgsn.com, proporcionando información orientada al futuro para este informe, complementada con investigación secundaria personalizada.

Scan de Tendencias

Se recopilaban y analizaban señales de cambio —tanto globales como específicas de cada mercado— junto con casos de estudio de innovadores, evaluados por expertos locales en tendencias.



DESCUBRE MÁS

Este informe presenta solo 4 de las 8 tendencias principales de 2026 y más allá. Contacta con el equipo comercial para descubrir todas las tendencias, casos clave y conceptos del futuro.

01 'MINORSTONE' CONFECTIONERY



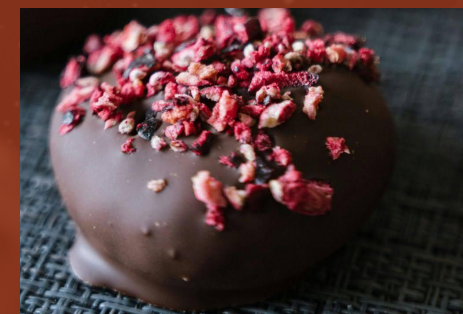
02 CHOCOLATE NOSTALGIA



03 LOW & NO CONFECTIONERY



04 NUTRITION-BOOSTED BITES



05 SELF-CARE TREATS



06 SENSORIAL CONFECTIONERY



07 EVERYDAY LUXURY



08 NEW CHOCOLATE CONNOISSEURS



CONVIÉRTETE EN MASTER OF TASTE



WGSN | CALLEBAUT®
MASTERS OF TASTE