

Edição LATAM

TOP CHOCOLATE TRENDS

2026 e muito mais



WGSN



CALLEBAUT®
MASTERS OF TASTE

APRESENTANDO AS PRINCIPAIS TENDÊNCIAS EM CHOCOLATES

Há uma pressão para que os chocolates da América do Sul sejam mais valorizados, fazendo com o que receitas inovadoras conectem mais os consumidores locais ao orgulho de sua herança cultural, ao mesmo tempo em que colocam o propósito no centro do desenvolvimento dos produtos.

Preço

Na América Latina (LATAM), uma região sensível ao preço, os altos preços do cacau levaram os fabricantes de chocolate a reformular ou inovar para atender à demanda dos consumidores. Os consumidores, no entanto, não estão cientes da instabilidade econômica do cacau ou das alternativas compostas – o que importa para eles é a experiência que um excelente chocolate pode proporcionar.

As necessidades básicas de preço, conveniência e sabor ainda são as mais importantes para os consumidores da América Latina, mas muitos procuram cada vez mais experiências mais emotivas. Isso representa uma oportunidade para os fabricantes de chocolate irem muito além e atenderem às necessidades específicas dos consumidores da região.

Pessoas

Os consumidores da América Latina têm orgulho de sua cultura e estabelecem fortes vínculos entre as guloseimas, sua infância e seu patrimônio. No entanto, a maioria dos produtos de confeitaria de chocolate na região, especialmente fora do

setor artesanal, que não é localizado para atender à nostalgia coletiva ou ao orgulho cultural. Juntamente com o grande apetite da região por novidades em doces devido à sua população mais jovem, os fabricantes de chocolate locais podem preencher a lacuna para criar produtos modernos que conectem os consumidores ao legado hiperlocal. As inovações podem atender a essas necessidades adicionando elementos criativos e multissensoriais ao chocolate para criar novas experiências que geram entusiasmo, ao mesmo tempo em que mantêm os preços acessíveis.

Objetivo

Em sua essência, o chocolate tem a ver com indulgência, mas as marcas também precisam definir um objetivo mais amplo. Considerando que a América Latina é uma das principais regiões produtoras de cacau, a produção deve ser sustentada por uma cadeia de suprimentos sustentável que apoie os agricultores e o meio ambiente. O propósito deve ser incorporado desde o início, enquanto a inovação guiada por tendências deve se conectar às necessidades em evolução das pessoas e ajudar a justificar as expectativas de valor que acompanham os preços mais altos.



Callebaut

Para ajudá-lo a aproveitar as necessidades locais da região e colocar preço, pessoas e propósito no centro da inovação, descubra as principais tendências em chocolate previstas para 2026 e além. Torne-se um Mestre do Sabor explorando os sentimentos e as estratégias que influenciarão as decisões de compra na América Latina e impulsionarão o crescimento do setor regional.

AS PRINCIPAIS TENDÊNCIAS EM CHOCOLATES NA AMÉRICA LATINA

01 CHOCOLATES PARA "MINI-MARCOS"



02 NOSTALGIA DE CHOCOLATES



03 CHOCOLATE HIPERLOCAL



04 CHOCOLATE DO NOVO MUNDO



05 GULOSEIMAS COM ALTO TEOR NUTRITIVO



06 AUTOCUIDADO GULOSEIMAS



07 CHOCOLATE SENSORIAL



08 COTIDIANO LUXO



Este documento contém links para acessar seções e explorar leituras adicionais.



CHOCOLATES PARA “MINI-MARCOS”

Os consumidores estão redefinindo o significado de celebração ao ampliar o seu escopo. Os marcos tradicionais da vida, como o casamento ou o nascimento dos filhos, já não roubam mais os holofotes. Hoje, os consumidores estão celebrando conquistas menores e mais pessoais – mas igualmente importantes –, como sucessos profissionais. Como resultado, eles buscarão cada vez mais produtos de confeitaria que facilitem ou celebrem ocasiões alternativas e encontros sociais.

**De**

Uma sensação de limitação imposta por marcos tradicionais da vida e por expectativas sociais.

**Para**

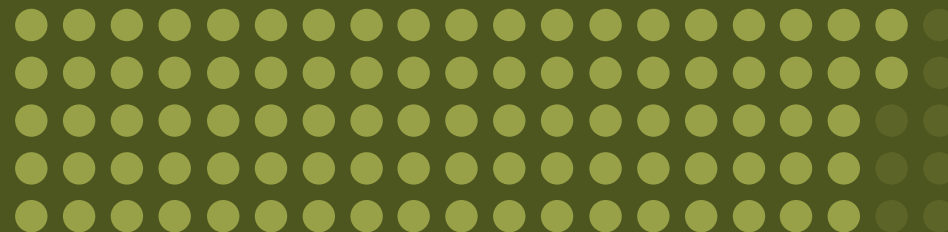
A descoberta de novas ocasiões para celebrar e se permitir indulgências.



Pexels | Jonathan Borba

“Para mim, a indulgência está associada a coisas que você comemora. Portanto, pode ser uma **promoção de cargo no escritório ou talvez um resultado**, um exame que você fez e se saiu bem. Como você comemora isso? Para mim, com indulgência.”

Callebaut x WGSN Global Consumer Study, 2025



92%

Os consumidores gostam de comemorar marcos menores ou não tradicionais com amigos e familiares.

Callebaut x WGSN Global Consumer Survey (LATAM), 2025

CHOCOLATE DO NOVO MUNDO

Novos países que se consolidam como potências culturais, como a Coreia do Sul, estão influenciando os paladares globais ao despertar a curiosidade por exportações de ingredientes de nicho. Os consumidores estão cada vez mais abertos a experimentar sabores internacionais e a testar combinações de chocolate que nunca provaram antes, incluindo influências de regiões como a Ásia, a América Latina e o Oriente Médio.

**De**

Explorar os produtos importados de potências culturais, como França ou Itália.

**Para**

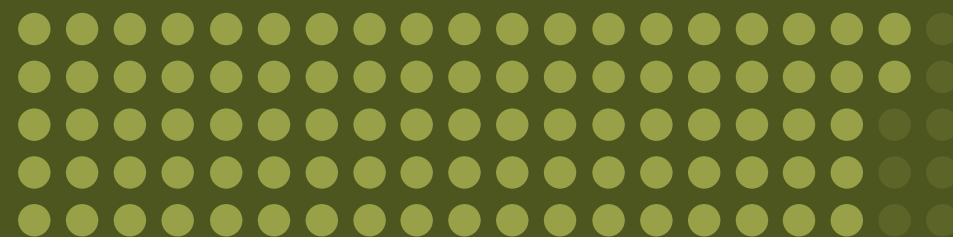
Explorar alimentos e sabores de nicho, especialmente aqueles provenientes de países que têm ganhado "soft power".



Unsplash | Hugo Kruip

"Consumidores mais jovens estão em busca de produtos **novos e ousados**. Eles procuram **ingredientes asiáticos**, como matcha, calamansi ou yuzu. Isso é realmente muito importante para eles."

Kamil Szulc, Chef na Callebaut Chocolate Academy



92%

de consumidores afirmam ter curiosidade em relação a outras culturas.

Callebaut x WGSN Global Consumer Survey (LATAM), 2025

GULOSEIMAS COM ALTO TEOR NUTRITIVO

Impulsionados por um foco crescente em saúde e pela rápida adoção de medicamentos GLP-1 para perda de peso e diabetes, os consumidores buscam snacks que equilibrem conveniência, saúde e sabor. A resposta? Formatos em tamanho bite, ricos em sabor e densos em nutrientes, com ingredientes adicionados que atendem a diferentes necessidades, da energia à saúde intestinal.

**De**

Indulgências em grandes porções.

**Para**

Guloseimas em formato mini e bite, ricas em nutrientes, que oferecem bem-estar direcionado em formatos satisfatórios.



Pexels | Anete Lusina

77%

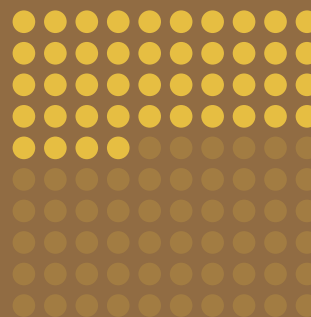
dos consumidores buscam produtos de chocolate em porções pequenas.

Callebaut x WGSN Global Consumer Survey (LATAM), 2025

“

O principal fator é o **tamanho da porção**, pois os consumidores sabem que conseguem tolerar um pouquinho. **Alternativas ao açúcar ou menor teor de açúcar** ainda fazem com que o chocolate tenha um bom sabor e **benefícios nutricionais** podem ser adicionados por meio de ingredientes como fibras, em vez de açúcar.”

Kim Ross, Nutricionista



49%

de consumidores consideram muito relevante o chocolate que é um ótimo acompanhamento para esportes e exercícios, +7ppts acima da média global.

Callebaut x WGSN Global Consumer Survey (LATAM), 2025

CHOCOLATE SENSORIAL

Evoluindo dos doces "instagramáveis", produtos sensoriais está ganhando popularidade rapidamente, à medida que os consumidores buscam experiências inovadoras em alimentos que despertem entusiasmo e desafiem expectativas. Embora a apresentação ainda cumpra seu papel visual "para o Instagram", os consumidores estão se tornando mais exigentes em relação ao sabor, levando os inovadores a experimentar texturas estimulantes e sabores inesperados na confeitaria tradicional.



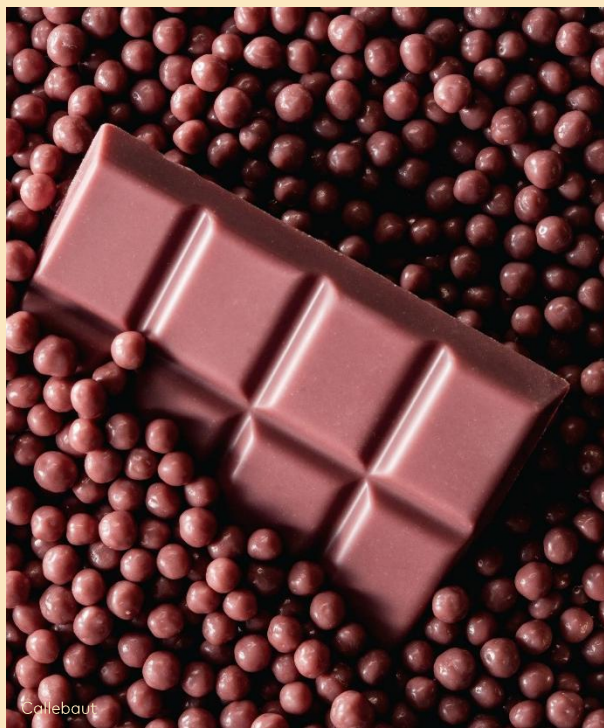
De

Doces exagerados que ficam bem "no Instagram"



Para

Produtos hiperssensoriais que desafia expectativas visuais, de sabor e de textura



Callebaut

56%

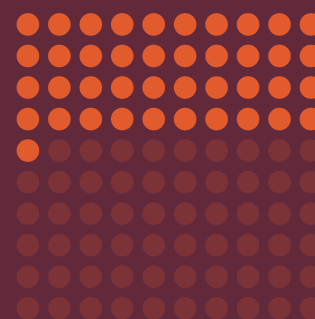
% de consumidores se sentem muito atraídos por confeitaria de chocolate que apresenta uma textura surpreendente ou inesperada, em comparação com uma média global de 44%.

Callebaut x WGSN Global Consumer Survey (LATAM), 2025

“

As coisas estão ficando **mais ousadas**, com sabores diferentes. Tudo está ficando **maior e mais dramático**. As pessoas precisam de **algo a mais**.”

Callebaut x WGSN Global Consumer Study, 2025



41%

de consumidores acham que os chocolates que misturam sabores doces e salgados são muito relevantes para eles.

Callebaut x WGSN Global Consumer Survey (LATAM), 2025

TORNEM-SE MESTRES DO SABOR

Os consumidores de hoje buscam conexão, descoberta cultural, momentos de bem-estar e pequenas indulgências no dia a dia – e os chocolates podem ajudar a atender a esses desejos.

Para as marcas, isso representa uma oportunidade de desenvolver chocolates que surpreendam e encantem – desde formatos lúdicos e sabores inventivos até produtos que celebrem a herança cultural, apoiem escolhas mais conscientes e criem momentos que valham a pena ser apreciados.

Mesmo com a oscilação dos preços do cacau, colocar as pessoas e o propósito no centro da inovação permite que as marcas criem produtos relevantes, orientados por valor, que geram conexão emocional e sensorial. Dos chocolates para “mini-marcos” ao luxo cotidiano, as tendências apresentadas são apenas o começo de uma jornada empolgante na inovação do chocolate.

Para ajudar você a transformar esses insights em uma estratégia sob medida para a sua marca e a criar produtos e experiências que encantem os consumidores e impulsionem o crescimento, **entre em contato com a Callebaut em (<http://www.callebaut.com>)**.





PREVISÃO DE TENDÊNCIAS

O white paper Top Chocolate Confectionery Trends 2026 & Beyond é uma colaboração entre a Callebaut e a WGSN, a principal agência de previsão de tendências do mundo.

Nossa pesquisa abrangente sobre as principais tendências em chocolate é o resultado da combinação de fontes de dados quantitativas e qualitativas, analisadas por especialistas em tendências da WGSN.

Fontes incluem

Pesquisa de consumidores

Uma pesquisa online, realizada em setembro de 2025, abrangeu 24 mercados e contou com a participação de 24.000 consumidores. Para este white paper, os dados foram filtrados para considerar consumidores globais que adquiriram chocolates nos últimos 12 meses.

Diários do consumidor

Diários qualitativos coletados junto a consumidores nos Estados Unidos, Brasil, Índia e Reino Unido.

Entrevistas com especialistas

Entrevistas realizadas com 207 chefs e especialistas da indústria de alimentos e bebidas em 13 mercados.

Dados de busca

Dados de fonte aberta do Google Trends foram analisados para identificar ingredientes e formatos de tendência com base no crescimento do volume de pesquisa (de outubro de 2023 a setembro de 2025).

Dados de redes sociais da WGSN:

Mapa de Sinais de Alimentos e Bebidas:

os dados de redes sociais da WGSN foram utilizados para identificar palavras-chave e ingredientes em crescimento relacionados a chocolates. O Mapa de Sinais de Alimentos e Bebidas proprietário da WGSN monitora mais de 4.000 influenciadores de alimentos cuidadosamente selecionados globalmente para identificar novos temas dentro de alimentos e bebidas.

Inteligência de Tendências Proprietária da WGSN e Pesquisa Secundária

As previsões de consumidores e de alimentos & bebidas da WGSN são produzidas por especialistas do setor e publicadas em [wgsn.com](https://www.wgsn.com), fornecendo os insights voltados para o futuro contidos no relatório, e foram enriquecidas com pesquisa secundária personalizada

Análises de tendências

Sinais de mudança em nível global e de mercado e estudos de caso de inovadores foram coletados e analisados por especialistas em tendências locais.



SAIBA MAIS

Este relatório abrange quatro tendências principais para o setor de chocolates na América Latina. Entre em contato com nossa equipe de vendas hoje mesmo para descobrir as oito principais tendências em chocolates para 2026 e além, estudos de caso imperdíveis e conceitos de chocolates do futuro.

01 CHOCOLATES PARA "MINI-MARCOS"



02 NOSTALGIA DE CHOCOLATES



03 CHOCOLATE HIPERLOCAL



04 CHOCOLATE DO NOVO MUNDO



05 GULOSEIMAS COM ALTO TEOR NUTRITIVO



06 AUTOCUIDADO GULOSEIMAS



07 CHOCOLATE SENSORIAL



08 COTIDIANO LUXO



TORNEM-SE MESTRES DO SABOR



WGSN



CALLEBAUT®
MASTERS OF TASTE