

Unidad de Vigilancia de Mercados

Departamento de Internacionalización. Instituto de Fomento de la Región de Murcia (junio 2026)

Un año de innovación en pasteles y productos de repostería, 2026



Read on [mintel.com](https://www.mintel.com)

Lo que hemos visto

EMEA: texturas densas, nuevos productos con sabor a pistacho

[Las texturas gruesas](#) están ganando terreno poco a poco en los pasteles y la repostería, mientras que los lanzamientos de productos [con sabor a pistacho](#) han experimentado un gran auge.

APAC: sabores con múltiples texturas inspirados en el té

Los consumidores muestran interés por los productos dulces con [múltiples texturas](#), mientras que [los lanzamientos de productos con sabor a té](#) cobran impulso.

América: alto contenido en proteínas y fibra, lanzamientos de temporada

Las declaraciones [sobre el alto contenido en proteínas y fibra](#) están aumentando a la par que los lanzamientos [de temporada](#).

En América Latina, [las declaraciones sobre envases biodegradables](#) están ganando terreno poco a poco en el sector de los pasteles y productos de repostería.

Nuestra selección de los lanzamientos más innovadores de esta revisión



Buñuelos con sabor a pistacho

[Los mini-buñuelos de pistacho de Moi By Mademoiselle Desserts](#) reinterpretan el clásico buñuelo francés en un formato mini relleno de crema de pistacho, uniendo la tradición pastelera con el placer de poder disfrutarlos en porciones individuales (Reino Unido).



Pastel de arroz con mantequilla que se ha hecho viral

[Billy Angel Butter Tteok](#) se suma a la [tendencia viral surcoreana de las galletas de arroz con mantequilla](#). Estas galletas de arroz glutinoso con mantequilla presentan un interior masticable envuelto en una capa exterior crujiente. Vienen en un envase de alta calidad, ideal para regalar (Corea del Sur).



5 g de proteína en el desayuno

[Los gofres espesos y esponjosos de arándanos de Evergreen](#) aportan 5 g de proteína por ración. Gofres congelados 100 % integrales, envueltos individualmente, elaborados con verduras ocultas, arándanos silvestres y aceite de aguacate, para un desayuno fácil de preparar y listo para llevar en la fiambra (Canadá).

Otros lanzamientos innovadores



Colorante natural de remolacha

Las tartaletas «Whole Red Velvet Fudgy»

combinan harina integral, colorante natural de remolacha, fibra y prebióticos con un delicioso relleno de queso crema, lo que las convierte en un capricho saludable con solo 160 calorías por ración (India).



Tarta triturada

El pastel de limón y coco de Care Food Co es un postre en forma de puré de nivel 4 según la clasificación IDDSI, indicado para personas con disfagia. Su formato en manga pastelera permite a los cuidadores servir raciones atractivas y listas para servir, con un sabor fresco y ácido a limón y coco (Australia).



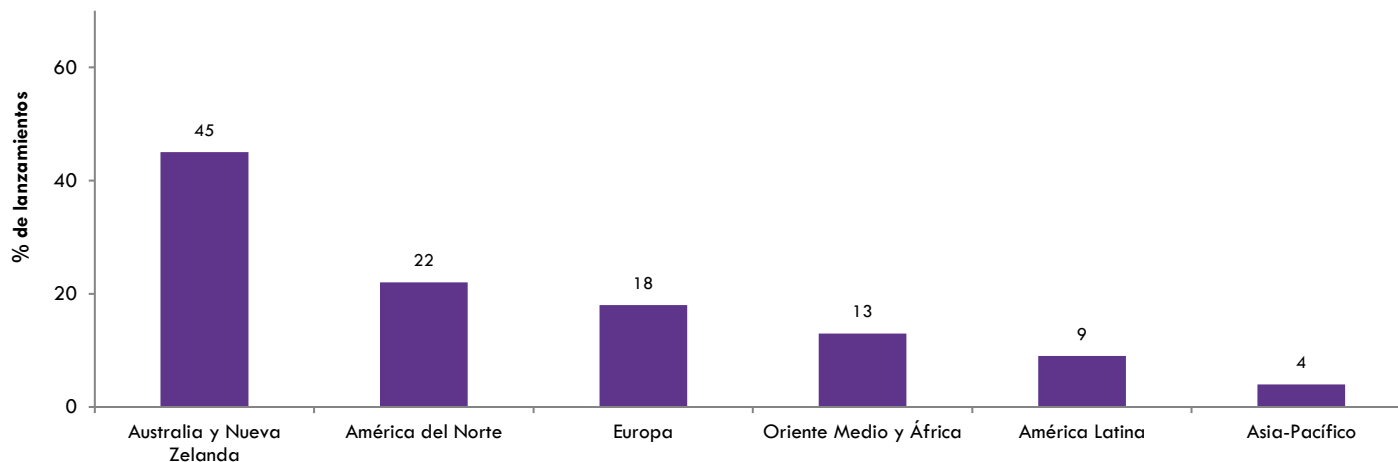
Donut rico en proteínas

Las rosquillas con glaseado de chocolate de Quest Bake Shop son rosquillas ricas en proteínas y bajas en azúcar, elaboradas con una base de bizcocho de vainilla, glaseado de chocolate y virutas de colores. Con 14 g de proteína por ración, están pensadas como tentempiés energéticos para llevar (EE. UU.).

En el punto de mira mundial: ANZ lidera el mercado de los productos con ingredientes naturales, aunque estos están en declive a nivel mundial en el sector de las tartas, la repostería y los dulces

Las declaraciones sobre productos naturales han [ido disminuyendo gradualmente](#) en los últimos cinco años, pero ANZ se sitúa a la cabeza, ya que los ingredientes naturales figuran entre [los cinco principales factores que influyen en la compra de alimentos](#) por parte de los consumidores.

A nivel mundial: lanzamientos de pasteles, bollería y productos de repostería con declaraciones sobre ingredientes naturales, 2025-2026



EUROPA, ORIENTE MEDIO Y ÁFRICA (EMEA)

Europa: las texturas gruesas ganan terreno en pasteles y productos de repostería

Los detalles sensoriales son sinónimo de placer

Los ingredientes, rellenos y coberturas aportan textura, variedad y contraste sensorial a los productos de repostería, lo que permite disfrutar de una experiencia gastronómica más rica y variada.

En Alemania, [el 35 %](#) de los consumidores de pasteles y productos de repostería busca una generosa cantidad de relleno o cobertura cuando quiere darse un capricho, mientras que [el 29 %](#) se interesa por pasteles y productos de repostería con verduras o frutas en sus mezclas o masas.

Las inclusiones o coberturas de frutas y verduras transforman el placer en una experiencia más saludable y aceptable, al tiempo que añaden textura, color y variedad.

LAS TEXTURAS INUSUALES ATRAEN A
LA GENERACIÓN Z

17 %

[Los consumidores alemanes](#) de [la Generación Z \(nacidos entre 1997 y 2009\)](#) de [pasteles y productos de repostería](#) buscan texturas poco habituales para darse un capricho

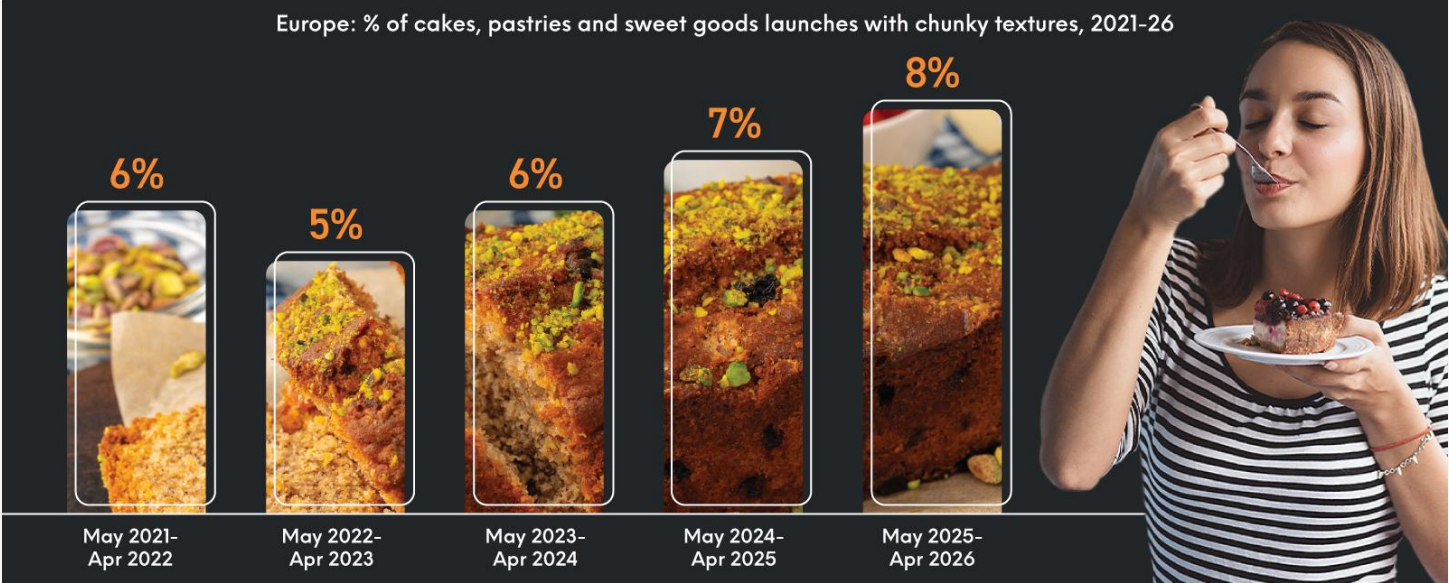
Base: Alemania: 321 usuarios de Internet de entre 16 y 28 años que han consumido y comprado pasteles, barras de pastel o productos de repostería en los últimos tres meses

Fuente: Mintel, marzo de 2025

Las texturas con trocitos ganan terreno en los productos de repostería

Los lanzamientos de pasteles, bollería y productos de repostería con texturas con trocitos han experimentado un crecimiento gradual en los últimos cinco años.

Las marcas están utilizando ingredientes visibles, como frutos secos, trozos de fruta, trocitos de chocolate y coberturas liofilizadas, para añadir atractivo sensorial y crear una experiencia gastronómica más atractiva para los consumidores jóvenes.



Las marcas amplían su gama de texturas densas con ingredientes más saludables



Trozos de piña

[El panettone Tre Marie con piña semicandida](#) es un panettone de levadura natural elaborado con trigo 100 % italiano y piña semicandida, que aporta un sabor fresco y tropical a la suave masa (Italia).



Trozos de pistacho y frambuesa

[El pastel de crema de pistacho y chocolate blanco de Black Milk](#) es un bizcocho de Madeira de tres capas relleno de mermelada de frambuesa, coronado con pistachos y trocitos de frambuesa liofilizada para aportar textura y un contraste afrutado (Reino Unido).



Trozos de manzana

[Las crepes bretonas Tipiak con trozos de manzana cocida y caramelo de mantequilla salada](#) ofrecen una gran variedad de texturas según el método de preparación: quedan crujientes y doradas si se cocinan en la sartén, o más blanditas si se preparan en el microondas (Francia).

Europa: el sabor a pistacho gana popularidad en pasteles y productos de repostería

Los consumidores buscan sus productos favoritos de siempre, pero con un toque diferente

UN TOQUE MODERNO

23 %

[Los consumidores](#) de [pasteles y productos de repostería del Reino Unido](#) se interesan por los productos de repostería tradicionales con un toque moderno

Los productos de repostería tradicionales siguen transmitiendo una reconfortante sensación de familiaridad, al tiempo que despiertan el interés de los consumidores por los clásicos, que se han reinventado con toques modernos centrados en el sabor.

Los sabores novedosos impulsan la prueba de nuevos productos, ya que [el 39 %](#) de los consumidores del Reino Unido afirma que los nuevos sabores a menudo les animan a probar nuevos alimentos y bebidas.

Las marcas están introduciendo sabores novedosos en los productos de repostería tradicionales, creando una forma atractiva de renovar los lanzamientos sin perder su encanto atemporal.

Base: Reino Unido: 1.594 usuarios de Internet mayores de 16 años que han consumido y comprado pasteles, barritas de pastel o productos de repostería en los últimos tres meses

Fuente: Mintel, marzo de 2025

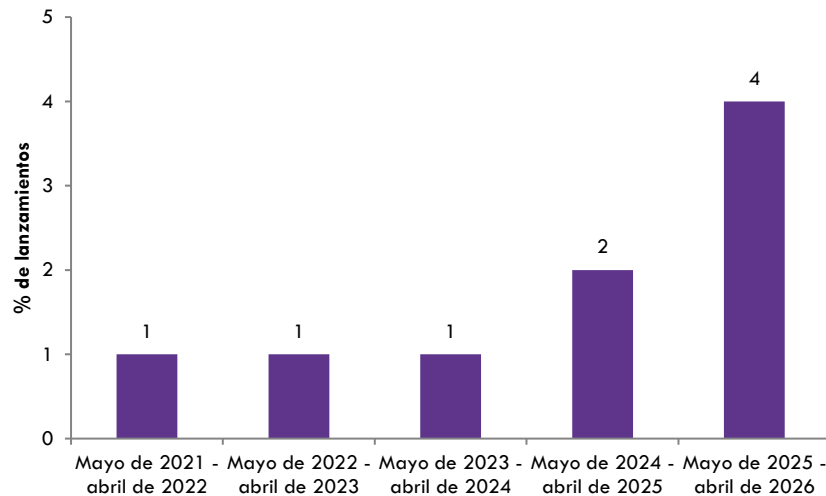
El sabor a pistacho gana cuota de mercado en pasteles y productos de repostería

El lanzamiento de pasteles y productos de repostería con sabor a pistacho ha aumentado notablemente en los últimos años. Esto se inscribe en la tendencia general de innovación en sabores de pistacho en el sector de la alimentación y las bebidas, tras la viralidad de la moda del chocolate de Dubái, que impulsó la popularidad de este fruto seco.

El interés de los consumidores por los pasteles, las barritas de pastel y los productos de repostería que contienen frutos secos y semillas alcanza [el 39 %](#) en Alemania y [el 32 %](#) en el Reino Unido.

Las marcas están aprovechando el creciente interés por los frutos secos y las semillas introduciendo sabores a base de frutos secos, como el pistacho, en productos básicos de panadería clásicos, lo que aporta un atractivo exquisito y de alta gama a los nuevos lanzamientos.

Europa: lanzamientos de pasteles, bollería y productos de repostería con sabor a pistacho, 2021-2026



Las marcas incorporan el sabor del pistacho a los pasteles clásicos



Pasteles Napoleón

[Los pasteles Marlenka Napoleon con relleno de crema de pistacho](#) transforman un pastel tradicional de Europa del Este en un capricho moderno y lleno de sabor, al reinventarlo con un relleno de crema de pistacho (República Checa).



Buñuelos

[Los mini-buñuelos de pistacho de Moi By Mademoiselle Desserts](#) reinterpretan el clásico buñuelo francés en un formato mini relleno de crema de pistacho, uniendo la tradición pastelera con el placer de poder disfrutarlos en porciones individuales (Reino Unido).



Croissants

[Los croissants de chocolate y pistacho de Flair Dubai](#) reinventan el clásico croissant con sabor a chocolate de Dubái y relleno de pistacho, convirtiendo un clásico de la panadería en un capricho digno de las redes sociales, inspirado en las tendencias de repostería de Oriente Medio (Reino Unido).

Oriente Medio y África (MEA)

Las marcas reducen el contenido de grasas trans en pasteles y productos de repostería

En los últimos cinco años han aumentado los lanzamientos de productos [que destacan su bajo contenido en grasas trans](#), dirigidos a los consumidores de Oriente Medio y África, que a la hora de hacer la compra dan prioridad a los alimentos [que no contienen determinados ingredientes](#).



Logotipo «Pavo sin grasas trans»

[El pastel relleno y recubierto de cacao con figura de leche de Geward](#) lleva el logotipo «Sin grasas trans» en su envase, ofreciendo a los consumidores un delicioso dulce con capas de [cacao](#) que no contiene grasas trans (Camerún).



Sin grasas trans

[La tarta de crema Wao](#) no contiene grasas trans y tiene un 30 % de huevo, lo que le confiere un relleno cremoso y delicioso, presentado en un práctico formato envasado individualmente y apto para la conservación a temperatura ambiente. También hay disponible una variante [de chocolate](#) (Nigeria).



Sin grasas hidrogenadas

[El bizcocho listo para rellenar «Gâtouty Plain»](#) contiene tres porciones precortadas elaboradas sin aceite de palma ni grasas hidrogenadas, lo que permite a los reposteros aficionados crear deliciosas tartas de capas con una fórmula «más saludable» (Túnez).

ASIA-PACÍFICO (APAC)

Asia: pasteles y productos de repostería con formas y texturas variadas

Las múltiples texturas transmiten una imagen de alta calidad

MÚLTIPLES TEXTURAS

25 %

[Los consumidores de productos de pastelería dulce de la India](#) están dispuestos a pagar más por productos de pastelería dulce envasados que presenten múltiples texturas o capas

Las texturas determinan el atractivo de los pasteles y los productos de repostería, y influyen tanto en las decisiones de compra como en el valor de los productos de gama alta.

En Japón, algo más de la mitad ([55 %](#)) de los consumidores dan prioridad a la textura a la hora de elegir productos de pastelería, siendo [el buen sabor y la textura](#) el principal factor que justifica los precios elevados en alimentos y bebidas.

Los pasteles y productos de repostería con texturas en capas o múltiples denotan un producto de alta gama, creando una experiencia sensorial más dinámica.

Base: India: 2.050 adultos indios mayores de 18 años que han consumido productos de pastelería en los últimos tres meses

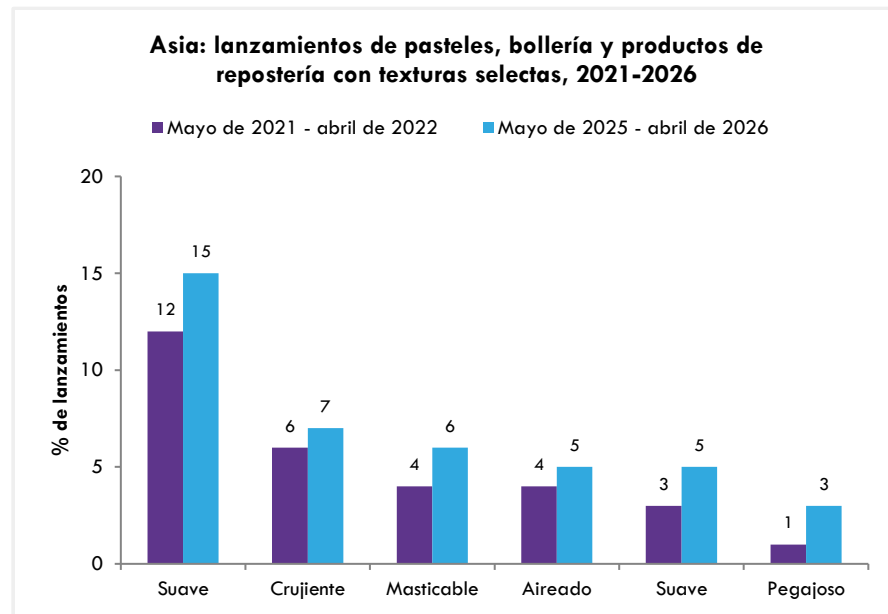
Fuente: Mintel, agosto de 2025

Los lanzamientos abarcan diferentes perfiles de textura

Los lanzamientos de productos con múltiples texturas han cobrado impulso en los últimos cinco años, con las texturas suaves a la cabeza en los lanzamientos de pasteles y productos de repostería, seguidas por las texturas crujientes y masticables.

También están surgiendo las texturas pegajosas, con un aumento de la actividad de lanzamiento de dos puntos porcentuales durante el mismo periodo. En Japón, [el 18 %](#) de los consumidores afirma que la variedad de texturas hace que los alimentos y las bebidas resulten más satisfactorios.

Las marcas están experimentando con múltiples texturas para crear una experiencia gastronómica satisfactoria y responder a la demanda de variedad de los consumidores.



Las marcas experimentan con texturas superpuestas y contrastadas



Varias capas

El pastel crujiente de chocolate Tangjiu

Convenience combina un bizcocho esponjoso y suave con una crujiente masa de milhojas, lo que ofrece un marcado contraste de texturas y un intenso aroma a chocolate en cada bocado (China).



Con bolitas crujientes

El bizcocho enrollado «Oreo Classic» de YH

Bakery, en sabores cacao y matcha, combina un suave bizcocho enrollado con nata montada y crujientes bolitas de chocolate, creando un bocado con múltiples texturas y deliciosos sabores a cacao y matcha (China).



Texturas de dos culturas

El dorayaki de crema de chocolate Tokachi y

kunafa de pistacho combina una suave y esponjosa tortita japonesa con una rica crema de chocolate y crujientes hebras de kunafa salpicadas de pistacho, creando una mezcla intercultural de texturas en capas (Tailandia).

Renovación e innovación de marca: Billy Angel se suma a la tendencia viral de los tteok de mantequilla en Corea del Sur



[Billy Angel Butter Tteok](#) (Corea del Sur)

Billy Angel presenta su [Butter Tteok](#) de primera calidad, sumándose a la [tendencia](#) viral de [las tortas de arroz con mantequilla](#) de Corea del Sur.

Esta versión moderna del pastel de arroz surcoreano combina el pastel de arroz glutinoso con mantequilla y se hornea en lugar de cocerse al vapor como es tradicional, lo que le da un exterior crujiente y un interior masticable.

El envase listo para regalar posiciona aún más el lanzamiento para ocasiones especiales y momentos de regalo.

Asia: los sabores de té ganan terreno en pasteles y productos de repostería

Los sabores del té difuminan las fronteras en los productos de repostería

La difuminación de las categorías está cobrando mayor relevancia a medida que los sabores inspirados en las bebidas se introducen en los alimentos, especialmente en los productos de repostería.

En Japón, [el 46 %](#) de los consumidores prefiere los aperitivos dulces con sabores a cacao, café, té y matcha, mientras que [el 49 %](#) asocia estos perfiles con la relajación y el bienestar, lo que refuerza su atractivo emocional.

Las marcas están aprovechando los sabores inspirados en el té para crear pasteles y productos de repostería que ofrecen tanto placer como una sensación de calma.

SABORES DE TÉ

32 %

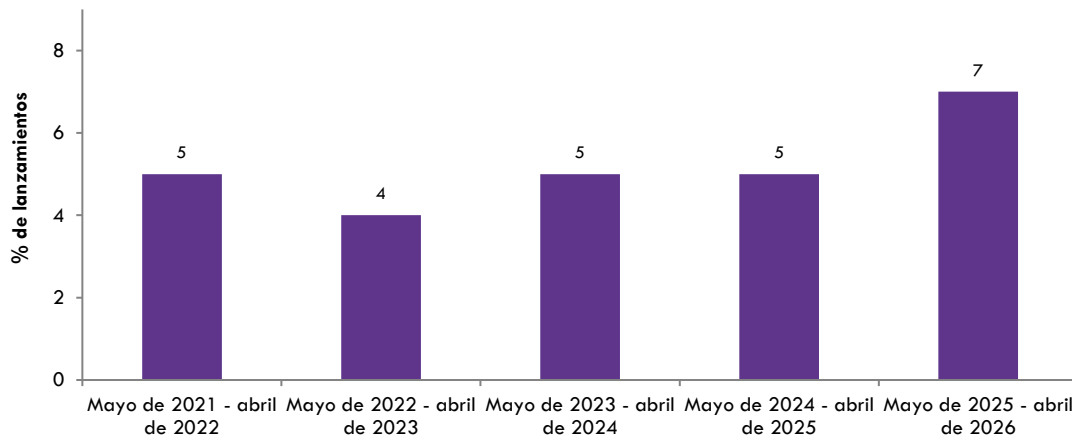
El 80 % de [los consumidores chinos de pasteles y bollería envasados](#) prefiere los productos de panadería envasados con sabores a té

Base: China: 2.590 usuarios de Internet mayores de 18 años que han consumido pasteles o bollería envasados en los últimos seis meses

Fuente: Mintel, febrero de 2026

Los dulces horneados con sabor a té ganan popularidad

Asia: Lanzamientos de pasteles, bollería y productos de repostería con sabores de té, 2021-2026



Los sabores a té están recuperando terreno tras dos años de estancamiento en el lanzamiento de pasteles y productos de repostería, lo que indica un renovado interés por este perfil de sabor.

En Japón, [el 32 %](#) de consumidores está deseando probar productos de repostería que combinen sabores japoneses e internacionales, mientras que [el 21 %](#) prefiere aquellos con ingredientes japoneses.

Las variedades locales de té se incluyen cada vez más en las recetas, aportando tanto autenticidad como identidad regional para conectar con los consumidores.

Las marcas incorporan los sabores locales del té a los productos de repostería



Té negro

[El baumkuchen de leche de soja con chocolate al té negro de Muji](#) es un dulce de edición limitada que combina un baumkuchen denso y esponjoso con sabor a leche de soja con una capa de chocolate al té negro, rica y cremosa, incorporando así los matices del té local a los productos de repostería (China).



Té Boba

[El «Pham Nguyen Otto Boba Milk Tea Fresh Bread»](#) combina té negro aromático, crema de leche y perlas de boba de azúcar moreno de textura masticable, transformando la emblemática cultura vietnamita del té con leche y perlas en un producto de panadería de larga duración (Vietnam).



Matcha

[La tarta «Hema Matcha Waterfall»](#) presenta un relleno cremoso de matcha, una mousse de yogur y una base de bizcocho con sabor a matcha y bambú, elaborada con té matcha en polvo de alta calidad de Guizhou (China), procedente de las altas montañas y con un grado de molienda de 1000 mallas, y nata láctea.

Australia y Nueva Zelanda

Las marcas convierten los productos de panadería congelados en prácticos aperitivos para las reuniones en casa

[En los últimos cinco años](#) ha [aumentado](#) el número de lanzamientos de productos de repostería congelados, ya que las marcas se han adaptado a [los hábitos de los australianos a la hora de recibir invitados en casa](#) con formatos pensados para las reuniones sociales.



Surtido de mini pasteles

[Los pasteles vieneses Au Pain Doré Mix](#) son [mini](#) croissants, pains au chocolat y pains aux raisins congelados y listos para hornear, elaborados con mantequilla pura para ofrecer la calidad y el sabor de los recién horneados (Australia).



Postre en porciones pequeñas

[Los bocaditos de dátiles pegajosos con corazón de caramelo toffee de Petite Cuisine](#) son una versión renovada del pudín de dátiles pegajosos, presentada en 30 bocaditos, cada uno con un corazón de caramelo toffee fundido. Listos para la freidora sin aceite y el horno, son el aperitivo ideal para reuniones (Australia).



Aperitivos sin gluten

[Los donuts redonditos de canela sin gluten de Katz](#) aportan una solución alimentaria inclusiva a las reuniones en casa, ya que ofrecen unos dulces aperitivos que se pueden calentar en el microondas y que no contienen gluten, lácteos, frutos secos ni soja, además de ser kosher (Australia).

LAS AMÉRICAS

América del Norte: las marcas amplían sus lanzamientos de temporada

Los lanzamientos de temporada fomentan la degustación de productos de pastelería dulce

Las ofertas de temporada y por tiempo limitado fomentan la prueba de productos de repostería dulce a través de sabores y formatos vinculados a ocasiones concretas. En Canadá, [el 76 %](#) de consumidores coincide en que los productos de repostería dulce son imprescindibles en las celebraciones especiales.

Dado que [el 31 %](#) de los consumidores estadounidenses recuerda marcas que celebran de forma auténtica diversas fiestas y tradiciones culturales, los pasteles de temporada y los productos de repostería dulce se adaptan continuamente a una gama más amplia de momentos festivos, utilizando elementos festivos para aumentar su relevancia y animar a probarlos.

SABOR DE TEMPORADA

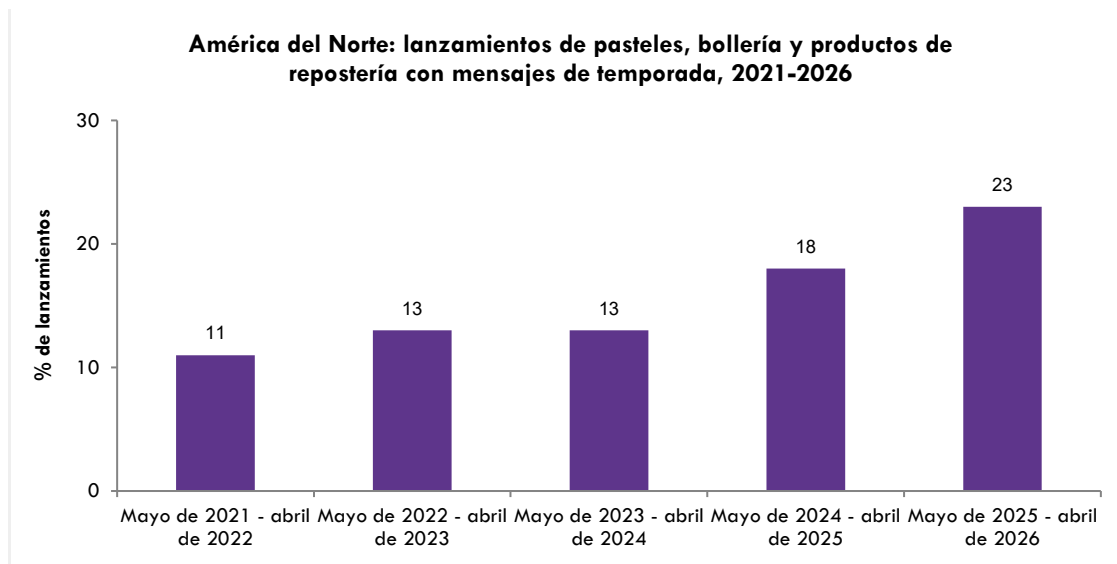
31 %

Entre [los consumidores estadounidenses de productos de pastelería precocinados](#), el 50% menciona los sabores de temporada o de edición limitada como motivo para comprarlos por primera vez

Base: EE. UU.: 1.391 usuarios de Internet mayores de 18 años que han consumido algún producto de pastelería dulce precocinado de los estantes de los supermercados en los últimos tres meses

Fuente: Mintel, enero de 2025

Las demandas estacionales aumentan considerablemente en el sector de las tartas y los productos de pastelería



La cuota de mercado de los lanzamientos de temporada en el sector de las tartas y los productos de repostería dulce se ha más que duplicado en los últimos cinco años.

Estos lanzamientos se están extendiendo más allá de las fiestas de invierno. En EE. UU., [el 61 %](#) de los compradores que no compran en las fiestas de invierno están interesados en productos relacionados con otras fiestas, y la mayoría ([64 %](#)) compra dulces o golosinas en esas fechas.

Las marcas están ampliando los lanzamientos de temporada para abarcar una gama más amplia de celebraciones culturales y tradicionales.

Las celebraciones culturales amplían las oportunidades de la temporada



Carnaval

[El paquete variado de paczki de Sendik's Food Market](#) incluye una selección de buñuelos tradicionales al estilo polaco para celebrar el Mardi Gras, lo que supone un capricho ideal para compartir en reuniones (EE. UU.).



Día de San Patricio

[Los mini cupcakes surtidos de chocolate y vainilla de Favorite Day Bakery para el Día de San Patricio](#) presentan diseños festivos para las celebraciones de este día, y son un divertido capricho de temporada ideal para fiestas y para picar a diario (EE. UU.).



Fiesta del Medio Otoño

[El set de regalo «Full Moon Lava Mooncake Egg Yolk»](#) incluye pasteles de luna clásicos y de lava fundida con yema de huevo salada, que combinan sabores tradicionales con texturas deliciosas, ideal para regalar en el Festival del Medio Otoño (Canadá).

América del Norte: las declaraciones sobre proteínas y fibra experimentan un repentino aumento

Los consumidores buscan productos con un alto contenido en fibra y proteínas

Los consumidores recurren cada vez más a los productos de panadería y pastelería para cubrir sus necesidades diarias de fibra y proteínas. En Canadá, [el 31 %](#) da prioridad al alto contenido en fibra y [el 29 %](#) busca opciones ricas en proteínas a la hora de elegir productos de panadería y pastelería, ya sean dulces o salados.

Los ingredientes más saludables impulsan la prueba de productos de panadería dulces precocinados: [el 24 %](#) de los consumidores de esta categoría en EE. UU. menciona este atributo como motivación para la primera compra.

Los pasteles y productos de panadería dulces enriquecidos con nutrientes ofrecen un capricho con sentido, ayudando a los consumidores preocupados por la salud a disfrutar de delicias sin renunciar a la nutrición.

ALTO CONTENIDO EN FIBRA

31 %

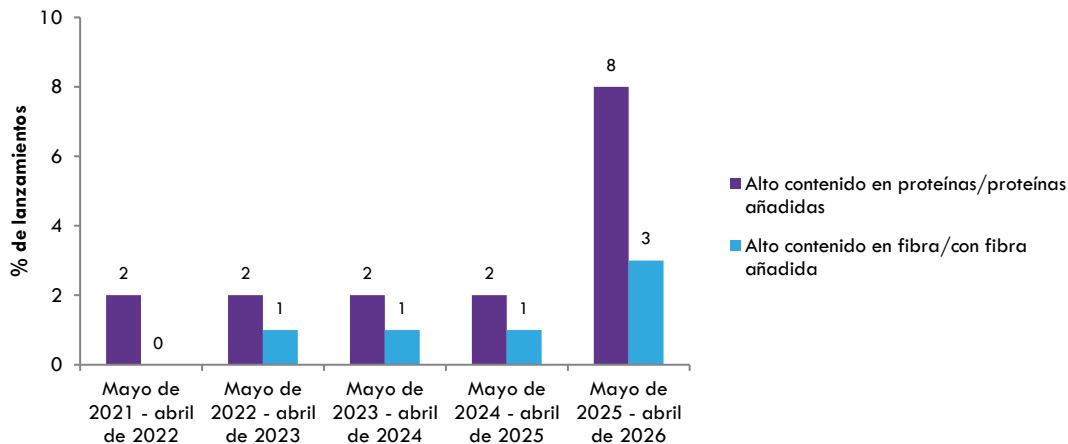
Entre [los consumidores canadienses de productos de panadería dulces y salados](#), el alto contenido en fibra es una de las prioridades

Base: Canadá: 1.964 usuarios de Internet mayores de 18 años que han consumido productos de panadería dulces o salados en los últimos tres meses

Fuente: Mintel, agosto de 2025

Aumentan las declaraciones sobre el alto contenido en proteínas y fibra en pasteles y productos de repostería

América del Norte: lanzamientos de pasteles, bollería y productos de repostería con declaraciones de alto contenido en proteínas y fibra, 2021-2026



Las declaraciones sobre el alto contenido en proteínas y fibra se han disparado en los últimos 12 meses, a medida que los consumidores buscan beneficios nutricionales en los productos de panadería.

Los productos de panadería dulces siguen formando parte de las rutinas matutinas, ya que [el 33 %](#) de los consumidores de desayuno en EE. UU. toma tortitas, gofres o tostadas francesas.

También buscan [proteínas y fibra](#) en un desayuno saludable, y [el 55 %](#) da prioridad a la nutrición frente al sabor.

Los productos se enriquecen cada vez más con nutrientes esenciales para satisfacer la demanda de los consumidores preocupados por la salud.

Los alimentos básicos del desayuno se enriquecen con proteínas



Tostadas francesas con 12 g de proteína

[Las barritas proteicas de tostada francesa con canela de Bettergoods](#) aportan 12 g de proteína por ración. Son barritas de trigo integral con sabor natural que se pueden calentar en el microondas y que ofrecen el delicioso sabor de la tostada francesa con canela para el desayuno (EE. UU.).



Gofres con 5 g de proteína

[Los gofres espesos y esponjosos de arándanos de Evergreen](#) aportan 5 g de proteína por ración. Gofres congelados 100 % integrales, envueltos individualmente, elaborados con verduras ocultas, arándanos silvestres y aceite de aguacate, para un desayuno fácil de preparar y listo para llevar en la fiamblera (Canadá).



Tortitas con 13 g de proteína

[Las tortitas proteicas de arándanos Eggo](#) aportan 13 g de proteína completa por ración, además de ocho vitaminas y minerales. Estas tortitas se pueden calentar en el microondas, lo que las convierte en una solución práctica para un desayuno sustancioso (EE. UU.).

América Latina: aumentan las afirmaciones sobre envases biodegradables en los productos de pastelería dulce

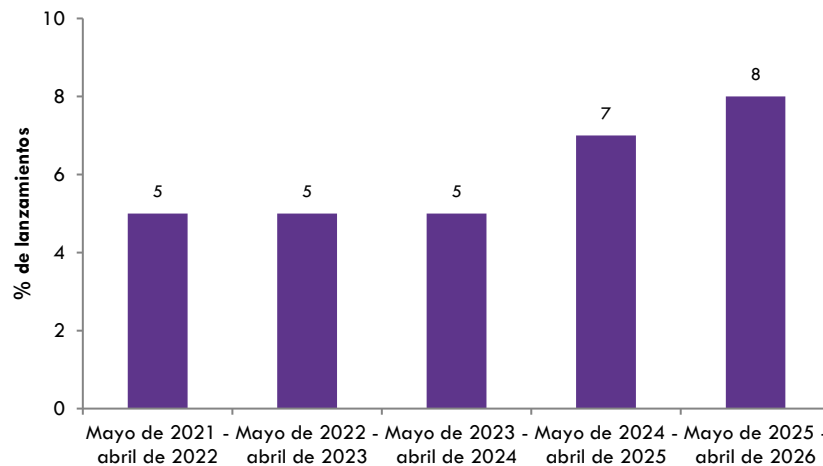
El interés por los envases compostables abre la puerta a las declaraciones de biodegradabilidad

Los envases sostenibles siguen siendo una oportunidad importante para los productos de panadería y pastelería, ya que [el 25 % de los consumidores brasileños](#) está interesado en que las marcas de alimentos y bebidas utilicen más envases compostables.

Los pasteles y productos de panadería dulces con envases biodegradables están en auge, y [el Grupo Bimbo](#) sigue siendo uno de los principales innovadores de los últimos cinco años. Sin embargo, su cuota de mercado está disminuyendo gradualmente a medida que otras marcas intensifican sus esfuerzos en materia de envases sostenibles.

Las marcas siguen comunicando sus credenciales de sostenibilidad a través de elecciones de envases responsables, reforzando los esfuerzos por un consumo respetuoso con el medio ambiente.

América Latina: lanzamientos de pasteles, bollería y productos de repostería con envases biodegradables, 2021-2026



Las marcas refuerzan sus afirmaciones sobre los envases biodegradables



Envase 100 % biodegradable

[El brownie artesanal y masticable de Mercari](#) lleva como uno de sus ingredientes la mezcla para bebida Milo de Nestlé, lo que da como resultado un brownie de chocolate suave y masticable presentado en un envase 100 % biodegradable (Colombia).



Plástico biodegradable d2w

[El pastel «Maricela Pinguinos»](#) presenta un nuevo envase de edición limitada diseñado para el Mundial de 2026, fabricado con plástico de polipropileno d2w (México).



Envases compostables

[Los palmiers de mantequilla Kirkland Signature](#) son unos pasteles clásicos de mantequilla envasados en una caja de cartón con plástico compostable certificado según la norma NMX-273-NYCE-2019 (México).