

Maheso presenta en Alimentaria sus nuevos Churro Bites de Nocilla que incorporan un ingrediente estrella: el pistacho

- La compañía prevé producir más de 2,5 millones de unidades anuales de esta referencia del churro bite que se suma al porfolio de la marca, diseñada para responder a la creciente demanda de snacks dulces en retail y foodservice con sabores de vanguardia.
- Cada minuto se consumen en el mundo más de 320 churros de Maheso, reflejo del liderazgo internacional de la compañía en esta categoría.
- La compañía ha formado parte del salón casi desde sus inicios, y su director general Manuel Rojo, participará como voz experta en la mesa redonda “Comprar ya no es abastecer: es decidir estrategia” sobre la evolución de la relación entre fabricantes y compradores que tendrá lugar el 23 de marzo a las 14:15h en el espacio SMART SUPPLY.

Barcelona, 19 de marzo de 2026. – El pistacho sigue ganando terreno en el sector alimentario como ingrediente de alto valor culinario y Maheso lo incorpora ahora a uno de sus productos más emblemáticos. La compañía lanza el nuevo Churro Bite relleno de Nocilla Pistacho, una innovación que amplía su gama de churros rellenos, y que presentará en Alimentaria 2026, en el marco del 50 aniversario de la feria.

Maheso es líder en el segmento de churros y porras y cuenta con una sólida presencia internacional. **Cada minuto se consumen en el mundo más de 320 churros de la marca**, un dato que refleja la consolidación de la compañía como uno de los grandes referentes en esta categoría, en la que cuenta con una cuota de mercado del 20% a valor, según Circana.

El nuevo producto, desarrollado en colaboración con Idilia, combina la textura crujiente del churro con un relleno cremoso de Nocilla pistacho, un sabor muy apreciado en el mercado y que responde a las tendencias actuales del consumidor, cada vez más abierto a propuestas innovadoras dentro de categorías tradicionales.

“Este lanzamiento nace con la voluntad de seguir innovando dentro de una categoría muy reconocible para el consumidor. Buscamos sorprender con nuevos sabores y ofrecer propuestas que combinen tradición, calidad y una experiencia diferencial”, explica Pilar Rubio, responsable de I+D de Maheso.

Un lanzamiento en el marco del 50 aniversario de Alimentaria

Maheso dará a conocer este nuevo lanzamiento durante la feria Alimentaria 2026 en una edición especialmente significativa con la celebración de su 50 aniversario, consolidándose como uno de los encuentros internacionales más relevantes del sector alimentario.

La compañía catalana ha estado históricamente vinculada a este evento, estando presente en el salón y mostrando durante décadas la evolución del sector y afianzándose como un referente en el desarrollo de soluciones innovadoras tanto para retail como para el sector foodservice.

“Alimentaria cumple 50 años siendo un punto de encuentro clave para la industria alimentaria, y para Maheso es un orgullo haber formado parte de este recorrido durante tantos años. La feria refleja muy bien la evolución del sector: más innovación, más colaboración entre empresas y una mirada cada vez más estratégica hacia el consumidor”, señala Manuel Rojo, director general de Maheso.

Durante los días de feria, el equipo de Maheso estará presente en el pabellón 4, en el stand C190, donde compartirá con clientes, partners y profesionales del sector sus últimos lanzamientos.

Signature: la propuesta gourmet para foodservice

Entre ellos, se dará a conocer también la **gama Signature**, una propuesta gastronómica dirigida al canal profesional que refuerza la apuesta de la compañía por soluciones de mayor valor añadido para la restauración organizada y el foodservice. Esta línea ha sido desarrollada por los chefs de Maheso para responder a las exigencias del canal profesional, apostando por recetas más elaboradas, materias primas de mayor calidad y una experiencia gastronómica diferencial. La gama está compuesta inicialmente por tres referencias: croqueta Signature de jamón ibérico y leche fresca, crunchy chicken strips Signature y escalope de pollo Signature. Todas ellas son clean label y han sido diseñadas para ofrecer versatilidad, fiabilidad y una calidad constante en cada servicio, facilitando el trabajo de los profesionales de la restauración y aportando soluciones gastronómicas de alto valor añadido.

La evolución estratégica de la relación con proveedores

Y, como compañía de referencia en Alimentaria, en el marco del programa profesional de la feria, Manuel Rojo, director general de Maheso, participará como voz experta en la mesa redonda, organizada por Frozen, “Comprar ya no es abastecer: es decidir estrategia”, dentro del espacio SMART SUPPLY el lunes 23 de marzo a las 14:15 horas.

La sesión abordará cómo está evolucionando la relación entre fabricantes, distribuidores y operadores del sector alimentario, analizando las nuevas prioridades de compra, las demandas del consumidor final y la necesidad de alinear producto, servicio y costes para tomar decisiones estratégicas en un contexto cada vez más exigente.

Con la presencia de Maheso en Alimentaria 2026 y el lanzamiento del nuevo Churro Bite de Nocilla Pistacho, la compañía reafirma su compromiso con la innovación, el desarrollo de nuevas propuestas gastronómicas y la colaboración con el conjunto del ecosistema alimentario.

roman reputation matters

Para contactar con el gabinete de prensa de Maheso:

Anna Vidal | a.vidal@romanrm.com | Tel. 626 068 201

Estefania Pino | e.pino@romanrm.com | Tel. 602 255 427