revista Mercado Mayorista

Fecha: 25/03/2024 Audiencia: 271.020 Sección: ACTUALIDAD
Vpe: $4.270 Tirada: 91.144 Frecuencia: SEMANAL
Vpe pág: $7.430 Difusión: 91.144
Vpe portada: $7.430 Ocupación: 57,47%

El segundo lugar lo ocupa Brasil y el tercero Uruguay

Placer para nada culpable: Chile lidera consumo de chocolates en Latinoamérica

Algunas tendencias que van ganando fuerza son la búsqueda de productos con mayor porcentaje de cacao y la preferencia por marcas que tengan prácticas sustentables al elaborar los chocolates.

RUBEN GARCIA

> "Nuestro consumo per cápita es de 2,2 kilos al año"
>
> Agnes Abusleme
> Puratos

CIRO COLOMBARA C.

En todo el país, en el último fin de semana de marzo se verá un explosivo aumento en el consumo de chocolates gracias a un ritual -la llamada Pascua de los Huevitos- que entretiene a los más pequeños de la casa y que también es una excusa perfecta para que los adultos disfruten de algo dulce. Se trata de una tradición que ha llevado a que esta fecha se convierta en uno de los 'seasonals' más importantes para la categoría.

Este salto en la demanda no debiera sorprendernos. Tal como explica Agnes Abusleme, gerenta de marketing Puratos de Chile, "en Latinoamérica, nuestro país es líder en consumo per cápita de chocolates con 2,2 kilos al año, muy por delante de Brasil -que ocupa el segundo lugar-, con 1,3 kilos y luego Uruguay". Eso sí, las buenas cifras no se comparan con la de los países que llevan la delantera: Alemania, Bélgica y Suiza. Ahí, el consumo anual supera los 8 kilos per cápita. "Se trata de mercados que llevan mucho tiempo en esta posición de liderazgo".

¿Qué razones explican el alto consumo en Chile?

"En nuestro estudio Taste Tomorrow, el sabor a chocolate salió elegido como la opción preferida de los chilenos y no solo en aplicaciones tradicionales como barras, bombones o huevitos de chocolate, sino que también en formatos como tortas, helados y galletas. Cabe destacar que la oferta en nuestro país se ha sofisticado y hoy en día existen cadenas de chocolaterías que ofrecen este producto como un regalo de lujo. Asimismo, también es una excelente alternativa de snack y en general está presente en casi todas las ocasiones de consumo".

Luis Gutiérrez, gerente de sostenibilidad & comunicaciones de Mondelez International, comenta que el año pasado llevaron a cabo junto a Euromonitor un estudio sobre 'Snacks en Chile", destacando que "el año 2023 siguió influenciado por las tendencias de consumo de chocolate que impulsó la pandemia en 2020, en medio de confinamientos y niveles sin precedentes de incertidumbre social. El chocolate ocupa un espacio único, ya que es un producto que la mayoría de las personas disfruta dentro de sus hábitos. A nivel latinoamericano, más que duplica la media de consumo y éste sigue aumentado en torno a 7% durante los últimos cuatro años".

En Nestlé, en tanto, hacen notar que la oferta de chocolate en Chile

es muy amplia, ajustándose a todas las necesidades y gustos de los consumidores. Su gerenta senior marketing de chocolates, Karem Muñoz, estima que "podemos encontrar al menos 600 variedades, donde nuestra compañía lidera el mercado con marcas preferidas por los chilenos como Sahne-Nuss y Trencito. Motivos y preparaciones abundan en esta categoría, ya que la industria se adapta rápidamente a las necesidades de los consumidores. Así, podemos encontrar productos con diferentes intensidades de cacao, dulzor, aireados y con frutos secos, entre otros".

¿En la actualidad las personas están buscando chocolates con mayor porcentaje de cacao? De ser así, ¿se trata de una tendencia ya masificada o más bien se trata de un segmento acotado?

"Hay personas que están buscando mayor porcentaje de cacao y tenemos alternativas para ellos, pero más de los 80% del consumo está en chocolates de leche como las marcas que mencioné recién. Ahí se concentra gran parte de la demanda".

RICHARD ULLOA

> "Más de los 80% del consumo corresponde a chocolates de leche"
>
> Karem Muñoz
> Nestlé

Para responder a esta inquietud, en Puratos citan nuevamente a su estudio Taste Tomorrow. "Allí se menciona que el mayor porcentaje de cacao es una tendencia clara y que se vio acrecentada en la pandemia debido a que está relacionado con una mejora en la salud mental. Las personas están cada vez más preocupadas de llevar una dieta saludable y, en ese sentido, mientras más porcentaje de cacao menos azúcar. Igualmente, todavía el chocolate de leche que tiene alrededor de un 35% de cacao sigue siendo el preferido de los chilenos, pero el de 55% o más es cada vez más apetecido", explica Agnes Abusleme.

Productos sustentables

En los últimos años, se ha hecho cada vez más patente la preocupación de las personas por el cuidado del medio ambiente y también por el comercio justo. ¿Qué pasos ha dado la industria chocolate en estos temas? Luis Gutiérrez dice que "entendiendo las necesidades de los consumidores y nuestro rol como una de las empresas chocolateras líderes en el mundo, estamos centrados en seguir haciendo bien el cacao, por medio del programa global 'Cocoa Life'. Así, obtenemos esta materia prima para nuestros productos por medio de un programa que nos permite asegurar no solo la calidad correcta, sino el cumplimiento en términos de agricultura rege-

Pasa a la pág. 8