

Diego Montes, de la marca Millantú, y su trabajo con el canal tradicional:

“Esos negocios nos permiten probar productos diferenciadores”

El Surtido Natural de Frutos Secos, que incluye cranberries, almendras, avellanas europeas, coco y castañas de cajú, es uno de los más exitosos.

MELISSA FORNO M.

Por sus propiedades nutricionales, los frutos secos se han transformado en una buena opción para saciar el hambre a media mañana e incluso como una alternativa más saludable para picotear el fin de semana, especialmente si se consumen sin sal o azúcar añadida y con moderación.

A principios de la década de 1980, cuando en Chile no se conocía popularmente una variedad tan amplia de frutos secos, el matrimonio compuesto por Mario Montes y Paula Mac Clure comenzó un negocio a partir de ellos en San Javier de Loncomilla (región del Maule), que luego se trasladó a Talca, ciudad en que la compañía mantiene su centro de producción. Actualmente sus hijos ya forman parte de la empresa.

Diego Montes, su gerente de desarrollo, cuenta que “cuando mis papás comenzaron en Chile no existía una variedad amplia de alimentos en formato de snacks. En ese momento, los maníes se adquirían en tostaderías y en estadios. Con el tiempo, el mercado se fue desarrollando y hace varios años que los frutos secos están muy bien posicionados por la masificación, por ejemplo, de la dieta mediterránea”.

¿Cuáles son los productos más demandados en almacenes y emporios?

“El canal tradicional nos permite probar productos diferenciadores y nos esforzamos por innovar con opciones más naturales. En las grandes cadenas, como son más estructuradas, es muy complejo incorporar una alternativa nueva ya que podría implicar eliminar un producto existente. Para nosotros eso representa un riesgo considerable. Por ejemplo, en cadenas regionales como El Trébol, que cuenta con varias salas de ventas en el sur de Chile, tenemos disponible todo nuestro portafolio. Entre los productos más exitosos, destacan el Surtido Cóctel de 200 gramos y el Surtido Natural de Frutos Secos, que incluye cranberries, almendras, avellanas europeas, coco y castañas de cajú”.

Montes comenta que si bien el retail es importante ellos, por el volumen de ventas, el canal tradicional no es para nada despreciable. “La principal ventaja de este último es que nos permite estar más cerca del consumidor final. Esto se logra proponiendo productos nuevos a los almaceneros, quienes pueden evaluarlos con compras pequeñas -por ejemplo, de tres cajas- y luego los contactamos para conocer su nivel de aceptación”.

¿Venden también en formato a granel?

“El maní natural lo comercializamos de esa forma, no dentro de los supermerca-

dos. Hoteles, restaurantes y casinos nos contactan porque requieren maníes crudos, tostados o pistachos. No es nuestra línea más fuerte, pero sí lo hacemos”.

¿En Chile se están consumiendo más variedades de frutos secos?

“Mi papá cuenta que, cuando trajo pistachos, no se conocían en Chile. Las primeras ventas incluso fueron devueltas, ya que le reclamaban por carta en esa época: “Mario, me ofreciste un producto con cáscara”, decían muchos que no sabían cómo se comían. Aunque casi decidió sacarlos del mercado porque estaban afectando la imagen de la marca, ahora los pistachos son muy cotizados y todos los conocen, sabiendo que hay que pelarlos antes de disfrutarlos. El único producto que trabajamos desde el campo hasta nuestra planta es la avellana chilena. No existen plantaciones de avellanos chilenos, por lo que durante años hemos tenido que recurrir a comunidades que nos provean. Compramos en las regiones del Maule, Biobío y Nuble”.

Diego Montes agrega que están desarrollando un proyecto con el Servicio Nacional Forestal y que plantaron avellanos hace un par de semanas en la región del Nuble. “La idea es realizar en conjunto un plan de manejo de bosque nativo para potenciar el avellano chileno”.

¿Cómo han sido sus resultados durante estos últimos años?

“Millantú siempre ha estado en crecimiento, tal vez porque los frutos secos son considerados sanos, los nutricionistas aconsejan incorporarlos con moderación a la dieta y además son fáciles de transportar. Por otra parte, en momentos de crisis económica, nuestras ventas aumentan debido a que sirven, por ejemplo, para hacer una tabla con quesos los sábados o domingos, optando por comer en la casa y no ir a restaurantes”.

Millantú

- Web: <https://millantu.cl/>
- Dirección: Parcela N°2 San Miguel, Talca.
- Instagram: @millantu.cl



“En momentos de crisis económica, nuestras ventas aumentan”, explica Diego Montes.