



Las proyecciones de crecimiento de chocolaterías premium para este San Valentín y el 2026

Chile es de los países donde más cacao per cápita se consume al año, lo que ha favorecido la aparición de nuevas chocolaterías con productos de mayor calidad. En esta fecha, de San Valentín, las tiendas premium del sector proyectan su expansión en un mercado que cada año tiene más competidores.

VALERIA VEGA

Según datos del Servicio de Impuestos Internos (SII) y la Cámara de Comercio (CCS), el rubro de la elaboración de cacao, chocolate y productos de confitería ha proliferado significativamente en los últimos 20 años. Si para 2005 el número de empresas dedicadas al rubro era de 329 para 2024 ascendió a 756.

En cuanto a las ventas, estas alcanzaron US\$307 millones en 2020, cifra que ha aumentado paulatinamente hasta alcanzar los US\$574 millones anuales para 2024.

Este ha sido el escenario propicio para la proliferación de chocolaterías premium, destacándose por ofrecer productos con una mejor calidad en sus ingredientes y una presentación más refinada.

La aparición de estas nuevas tiendas, tanto nacionales como internacionales, con ventas online y presencia en los malls presionan a aquellas marcas que llevan establecidas para mantenerse en el mercado mientras sostienen sus metas de crecimiento.

A pesar de coincidir en que las ventas del 14 de febrero no superan las de la temporada navideña o Pascua, el día de San Valentín sigue siendo una fecha importante para la cual tienen buenas proyecciones de ventas.

Las clásicas

Una de las chocolaterías mejor consolidadas en Chile es Varsoviene, fundada en 1954 por una familia polaca pero que desde 1972 se encuentra bajo el control de la familia Cisternas. En más de 70 años la marca cuenta con 63 tiendas de las cuales 27 se encuentran

fuera de la Región Metropolitana.

Desde su posición como una de las chocolaterías de inspiración europea con mayor trayectoria, consideran que una mayor competencia es lo que permite el crecimiento.

A pesar de que ven sus proyecciones para 2026 "con entusiasmo", reconocen cierta preocupación por el aumento de la competencia. Esto debido principalmente a que algunas de estas marcas utilizan materias primas alternativas, las que, según indican, tienden a confundir al mercado.

En el caso de La Fête el crecimiento ha sido acelerado. Fundada en 2006 por Jorge McKay -de la familia fundadora de galletas McKay-, iniciando con sólo una planta de producción en Quilicura.

A finales de 2020 McKay vendió La Fête a Nestlé por US\$65 millones, en medio de una fuerte caída en las ventas producto de la pandemia. Si para la semana de Pascua las ventas se incrementaban en un 60%, para 2020 proyectaban un 30% de crecimiento durante la fecha.

Para este año, La Fête proyecta un crecimiento de 20% con respecto a 2025, sin contar la apertura de cinco nuevas tiendas además de las 68 que ya tienen. Con respecto a la competencia, dicen estar siempre "atentos a toda la categoría de chocolatería fina, así como también de regalos".

Nuevos actores

Moulie es una de las marcas que aunque se sumaron hace menos tiempo ya se encuentran consolidadas. Fundada en 2013 con una inspiración estética francesa, ya cuentan con 17 tiendas, la mayoría en la Región



Metropolitana.

A pesar de que la semana previa a San Valentín no sea la semana de mayor crecimiento en las ventas, estiman que en esta fecha las ventas crecen un 2,5% con respecto a una semana normal. Sobre las ventas anuales, esperan un crecimiento del 13%.

Evalúan la proliferación de la competencia como un reflejo de un consumidor interesado en consumir chocolates de una calidad más alta. Su principal diferenciador son los productos hechos a mano.

Völka es una de las chocolaterías premium más recientes en sumarse al mercado. Perteneciente a Chocolate Factory SPA,

de Diego Khalilieh Yarur y su padre Anuar Khalilieh Khamis, la confitería de inspiración nórdica en menos de diez años ya acumula 19 tiendas de las cuales 9 se ubican fuera de Santiago.

Dentro de las marcas extranjeras destaca especialmente Lindt. La chocolatería de origen suizo aterrizó en Chile en 2024 con una tienda en el Mall Plaza Vespucio. Para finales de 2025 ya contaba con siete tiendas, una de estas en el Mall Marina Arauco de Viña del Mar.

Su plan de rápida expansión ha sido un éxito, ya que en 2024 proyectaban finalizar 2025 sólo con seis tiendas. ●