

Alina Morse es fundadora de Zolli Candy, dulces funcionales que se venden en miles de tiendas

A los 9 años creó una empresa de caramelos para dentistas: su marca acaba de llegar a Chile



DAVID VELÁSQUEZ

Recién llegada a Chile, la marca se vende en Farmacias Ahumada.

WILHEM KRAUSE

En 2012, cuando tenía siete años, Alina Morse acompañó a su padre al banco. El cajero le ofreció un chupete y su papá le dijo que no, porque el azúcar daña los dientes. Ella respondió con una pregunta que terminó convirtiéndose en negocio: por qué no podían fabricar caramelos que no dañaran los dientes.

A partir de ese concepto nació Zolli Candy, empresa de dulces sin azúcar que hoy vende caramelos a dentistas para que se los entreguen a sus pacientes (y también al público común).

El desarrollo del producto tomó dos años. Sin título universitario ni experiencia en manufactura, Morse recurrió a fabricantes de caramelos, a su dentista y a su higienista dental. "Si quería crear un dulce que limpiara los dientes, ¿a quién mejor consultarle que a las personas que te limpian los dientes todos los días?", explica.

Encontrar una planta capaz de producir caramelo sin azúcar fue otro obstáculo: hace diez años, esa capacidad era escasa. Por suerte ella creció en Michigan, un estado con tradición manufacturera y agrícola, rodeada de fabricantes de caramelos de tercera y cuarta generación.

El producto

Después de tomar café o jugo de naranja el esmalte dental queda expuesto y vulnerable. "Lo que hace Zolli Candy es acelerar el proceso natural de remineralización y permite que el esmalte se vuelva más fuerte y duro más rápido, protegiéndote del azúcar y las bacterias que causan las caries", resume Alison Morse desde EE.UU.

Su fórmula se basa en isomalt, carbohidrato derivado de la remolacha, más xilitol y eritritol, edulcorantes de origen vegetal. Al comer un caramelo Zolli, el pH de la boca sube y se neutraliza el ácido.

A los nueve años, el 2014, Alison



"Prioricé contratar personas que también estuvieran dispuestas a enseñarme," cuenta Alison Morse.

sin azúcar. Tenemos la ventaja del primer movimiento: desarrollamos y refinamos una línea completa antes de que alguien más supiera cómo hacerlo. Es un proceso muy tradicional de fabricación de caramelos; lo que nos separa de cualquiera que intente hacer lo mismo es que somos muy buenos en esto después de tanto tiempo".

¿Qué productos nuevos han lanzado?

"Una línea completa de productos ácidos -chupetes, toffees y caramelos duros-, todos ácidos de forma natural y con vitamina C. También tenemos chupetes de saúco, altos en vitamina C y zinc. Y lanzamos el primer chupete del mundo con chicle sin azúcar en el centro: los Zolli Gum Pops, con caramelo sin azúcar y chicle sin azúcar adentro. Queremos que la gente llegue a la marca y diga 'ese era mi dulce favorito de cuando era chico y ahora puedo disfrutarlo sin azúcar y sin dañar mis dientes'".

¿Cómo funcionan?

Melania Phillips, especialista en Rehabilitación Oral de Clínica OPH, explica que estos dulces sin azúcar tienen una ventaja frente a los tradicionales: están hechos con xilitol y eritritol, endulzantes que "no son fermentados fácilmente por las bacterias de la boca", por lo que no generan la misma caída de pH o acidez que favorece la aparición de caries. Al chupar un caramelo, explica, aumenta el flujo salival, lo que ayuda a neutralizar ácidos y produce un cierto "efecto de lavado" en la boca.

La especialista agrega que existen estudios "con moderada evidencia" que apuntan a un posible efecto favorable del xilitol y el eritritol en la reducción de caries, aunque aclara que "tampoco es nada súper demostrado". En su consulta usa estos caramelos como premio para abrir la conversación sobre alimentación y hábitos, pero subraya un punto central: "No reemplazan el cepillado con pasta dental con flúor. Esa sigue siendo, por lejos, la medida más importante".

En Chile, la distribución de Zolli Candy está a cargo de Protteina Foods, que hoy comercializa cuatro variedades: Zolli Pops, Zolli Ball Popz, Zaffi Keto Taffy y una presentación de Zolli Pops en tarro. La marca ya tiene presencia en 300 locales de Farmacias Ahumadas a nivel nacional y también se vende online.

Sus chupetes aceleran la remineralización y limpian los dientes en vez de dañarlos.

llevó las primeras muestras a los supermercados Whole Foods en California del Sur. La encargada de ventas aceptó la propuesta: desde ese primer acuerdo, la marca ha llegado a Amazon, Walmart y Costco. Hoy su empresa tiene diez empleados, vende en nueve países y está presente en 25.000 tiendas. La revista "Inc." la incluyó entre las compañías dulceras de mayor crecimiento en Estados Unidos desde 2019, mientras Fortune la nominó en 2023 entre las empresas más innovadoras de EE.UU.

Morse empezó a vender su producto cuando todavía estaba en la educación primaria. "Tenía nueve años cuando comenzamos oficialmente. Estaba contratando gente y vendiendo productos mientras iba a quinto y sexto". El crecimiento fue gradual: primero trabajó con su familia, luego sumó un contador, después un encargado de logística y más tarde uno de marketing. "Lo que prioricé

fue contratar personas que también estuvieran dispuestas a enseñarme. No era una jerarquía, era una asociación", define.

¿Por qué venderle al dentista, justamente el principal enemigo de los dulces?

"Es muy contraintuitivo. Vas al dentista, te limpian los dientes y te vuelva la cabeza que te den un chupete azucarado antes de irte. Es divertido dar vuelta esa narrativa y venderles caramelos a los dentistas para que puedan darlos a sus pacientes algo que limpie los dientes. Si los niños tienen miedo en el sillón, les pueden dar un chupete para distraerlos y ellos saben que no va a perjudicar su salud bucal".

¿Qué impide que alguien copie la fórmula?

"No hay ningún secreto tan grande. Puedes leer el dorso del paquete y entender exactamente qué hace Zolli Candy. Nuestra diferencia es que descubrimos esto hace más de una década, cuando no había ninguna inversión ni innovación en caramelos

CEDIDA