

Formatos surtidos son los más apreciados por los consumidores

El arte y sabor de estos chocolates marcan un hito comercial

CIRO COLOMBARA C.

La historia del Conejo de Pascua combina tradiciones milenarias, simbolismo religioso y elementos culturales. En la antigüedad, en Europa, el conejo era un símbolo de fertilidad asociado a la diosa de la primavera, Eostre. Con la llegada del cristianismo, esta figura se integró a las celebraciones de Pascua, representando la resurrección y la vida nueva.

En el siglo XVII, en tanto, inmigrantes alemanes llevaron la tradición del Osterhase (conejo de Pascua) a Estados Unidos, que premiaba a los niños que se portaban bien llevándoles huevos decorados. Con el paso del tiempo, los huevos de chocolate se sumaron a la tradición, naciendo así una celebración que cautiva hasta hoy a grandes y chicos.

"En Chile, la Pascua convoca a perso-

La relevancia de los huevitos de Pascua se explica por un componente emocional y otro de tradición, que impulsan el consumo de familias de diversos segmentos económicos.

nas de distintos segmentos, es profundamente transversal", dice María Jesús del Carpio, jefa de producto seasonals de Arcor Chile. Agrega que es una instancia asociada a compartir, sorprender y generar momentos significativos dentro de las familias, entre amigos y cercanos. "Su relevancia dentro de la industria se explica justamente por ese componente emocional y de tradición, que impulsa el consumo y la convierte en uno de los hitos comerciales más importantes del año".

¿Cómo fueron sus resultados el

2025 y qué proyecciones tienen para este año?

"En 2025 tuvimos una muy buena Pascua, con resultados positivos y crecimiento respecto al año anterior. Para este año proyectamos mantener esa tendencia, apoyados en nuestras marcas más relevantes -como Bon o Bon, Rocklets y Chubi-, junto con una estrategia constante de innovación que nos permita seguir dinamizando la categoría y conectando con los consumidores".

Si bien la oferta de conejos y de algunas figuritas alusivas a la fecha es atrac-

tiva para los consumidores, sus compras se concentran en los huevitos. "Gracias a su versatilidad en tamaños, formatos y sabores, lideran ampliamente la categoría. Tradicionalmente, ha sido el formato más icónico y el preferido".

¿Y cuáles son sus principales lanzamientos en esta categoría especial?

"Estamos fortaleciendo nuestro portafolio con varias innovaciones. Podemos destacar aquí el lanzamiento de los huevitos Bon o Bon Frutilla y Chocolate en formato bandeja de 40 unidades, además de una bolsa Bon o Bon de 60 huevitos surtidos, que incluye todos los sabores que se venden individualmente. A ellos se suman nuevos Huevitos Butter Toffees, con el característico sabor a caramelo de leche de esta marca".

Sigue en página 6)

El arte y sabor de estos chocolates...
(Viene de página 5

María Jesús del Carpio recalca que cuentan con una robusta oferta de formatos surtidos, que responden a la búsqueda de variedad por parte de los consumidores.

En esta época apoyan a negocios como distribuidoras y minimarkets con algún tipo de decoración especial y/o material POP?

“Sí, cada año implementamos un completo plan de visibilidad en el punto de venta, que incluye exhibidores, flejeras y material POP, enfocado en nuestras principales marcas.

El objetivo es potenciar la experiencia de compra y destacar las propuestas que tenemos dentro de una categoría altamente competitiva”.

Dulce premio

El Premio Master Cioccolato es una iniciativa que busca consolidarse como una plataforma de visibilización del talento nacional en chocolatería. La organización cuenta con el apoyo de la Academia Martini, una entidad enfocada en la innovación y capacitación, que trabaja con un equipo de chefs especializados apoyando a cientos de profesionales de la pastelería, chocolatería y gastronomía a lo largo del país.

Para esta primera versión se inscribieron cerca de 30 postulantes, de los cuales siete avanzaron a la semifinal y cinco de ellos competirán en la gran final, que se realizará el viernes 27 de marzo en la Escuela de Gastronomía de Santo Tomás, en Santiago.

Según cuenta Carolina Solar, media y social manager de Master



El concurso Master Cioccolato tendrá su gran final el 27 de marzo.



“Estamos fortaleciendo nuestro portafolio con varias innovaciones”, dice María Jesús del Carpio.

Martini, y organizadora del concurso, “estamos apuntando a empresas del rubro de la pastelería y chocolatería que cuenten con un punto de venta al público. Buscamos convocar a profesionales que representen a sus marcas a través de una propuesta sólida, creativa y comercialmente atractiva, identificando además lugares donde las personas puedan adquirir productos de calidad para esta Pascua de Resurrección”.

Los seleccionados en Master Cioccolato deberán presentar dos variedades de huevitos de chocolate, uno con relleno que incluya pistacho -ingrediente que hoy marca tendencia- y otro de relleno libre. “El jurado del concurso evaluará aspectos clave como la estética y presentación, la creatividad, equilibrio de sabores, calidad técnica en la ejecución y la innovación de la propuesta. Buscamos premiar productos que destaquen tanto en lo visual como en lo sensorial. Es importante decir que en este certamen también participa la Asociación de Pasteleros de Chile, a través del chocolatero Sebastián Romero, quien preside el jurado”.

¿De qué forma se llevará a cabo la evaluación?

“La evaluación contempla una cata a ciegas, lo que garantiza objetividad y transparencia en el proceso. De esta forma, el foco está completamente puesto en la calidad del producto presentado”.

¿Y qué premios recibirán los ganadores?

“El primer lugar recibirá un viaje a la feria Fipán en Sao Paulo, que incluye pasaje, alojamiento y traslados, además de un premio en productos Master Martini y un trofeo. A la vez, los cinco primeros lugares recibirán reconocimientos y productos de alta gama de Master Martini, contribuyendo así a su desarrollo profesional y visibilidad en la industria”.

Respecto a la mirada que tienen en la compañía sobre el rubro chocolatero, Carolina Solar dice que es muy dinámico y los profesionales buscan diferenciarse constantemente. “La innovación se refleja en sabores, técnicas, formatos y presentación, con una fuerte tendencia hacia productos personalizados, de alta calidad y que generan experiencias para el consumidor”.

Clases prácticas

Más de 40 años tiene la Escuela Evelyn Loeff, cuyo foco ha estado puesto en transmitir técnicas reales de chocolatería y repostería, de manera cercana y práctica. “A lo largo de los años, la gran mayoría de nuestros alumnos han logrado emprender o desarrollarse en el rubro y ese resultado concreto, junto con el boca a boca, ha sido fundamental para mantenernos vigentes y seguir creciendo. (También ha sido clave nuestra capacidad de adaptarnos a los tiempos, incorporando nuevas tendencias, productos y técnicas, sin perder la base sólida que nos caracteriza)”, cuenta su fundadora, Evelyn Loeff.

Dentro de su catálogo de actividades, el martes 24 realizarán un taller especial de Pascua, con una duración de aproximadamente cuatro horas. “No se necesita experiencia previa ya que partimos desde cero. Entregamos técnicas claras, consejos clave y todos los secretos para que puedan replicar lo aprendido y sacarle el máximo provecho. Y lo mejor es que cada



"Tenemos un taller especial de Pascua que apunta a todo tipo de público", dicen Evelyn Loeff y su hija Miriam Muchnik.

persona se va con todo lo que prepara, listo para compartir, regalar o incluso vender”, detalla su hija Miriam Muchnik.

En el taller, los asistentes aprenderán a trabajar figuras de chocolate -como huevos y conejos- y también todo el proceso de elaboración y decoración de galletas. “Vemos desde la base, incluyendo preparación de masas, glaseado, uso de

herramientas, tips y técnicas, hasta lograr terminaciones atractivas y bien presentadas”.

Dentro de las recetas que desarrollarán, ¿hay algunas sin azúcar añadida?

“En todos nuestros talleres trabajamos tanto con recetas tradicionales como con opciones sin azúcar añadida, lo que permite entender las diferencias y cómo adaptarlas. De esa forma, luego podrán ofrecer productos para distintos tipos de clientes.

Evelyn Loeff cuenta que el valor del taller es de “\$105.000. “Incluye todos los materiales, ingredientes, implementos de trabajo y uniforme, además de las preparaciones que cada alumno realiza durante la clase. Además, cada participante se lleva todos los productos elaborados junto con las recetas, para poder replicarlos posteriormente. También contamos con valores especiales para quienes vienen en grupo: \$95.000 cada uno por dos personas, \$85.000 cada uno por tres personas y \$75.000 cada uno por cuatro o más personas”