

■ La chocolatería basada en el calafate, un *berry* típico de la zona austral, factura cerca de US\$ 1 millón y produce unos 10 mil kilos de chocolate, pero se ha expandido a otras líneas, como jarabes, mermeladas y licores.

DF Regiones

POR SILVANO MARIANI

Cuando Carolina Cárdenas, oriunda del Biobío, se instaló en Punta Arenas, a comienzos de los 2000, detectó una oportunidad: el calafate prácticamente no tenía elaboración industrial y los turistas que llegaban a Magallanes no encontraban productos sofisticados con el tradicional *berry* austral. Con una inversión inicial de US\$ 20 mil, en 2004 fundó la chocolatería Secreto de la Patagonia.

El comienzo fue artesanal, en la cocina familiar, pero desde el inicio tomó una definición estratégica: no competir por precio y apostar al segmento *premium*. Durante los primeros siete años reinvertió 100% de los ingresos en la operación. "Fue una incubación familiar", explicó la fundadora a **DF Regiones**. "Mis hijos atendían el local y todos trabajábamos bajo la lógica de reinvertir para crecer sin endeudarnos agresivamente".

Con tasas de crecimiento cercanas a 20%, al cierre de 2025 facturó cerca de US\$ 1 millón y produjo alrededor de 10 mil kilos de chocolate en una fábrica de 330 m² en Punta Arenas, dando empleo a 22 trabajadores.

Nuevos negocios

El primer hito llegó en 2011 con la apertura de su primer local en la Zona Franca de Punta Arenas. Poco después



Secreto de la Patagonia desarrolla línea de cócteles con La Pizka y sella acuerdo con Fantástico Sur

reforzó su presencia *retail* distribuyendo a través de Britt Shop, una de las mayores cadenas de tiendas en aeropuertos de Latinoamérica, acuerdo que se consolidó en 2024. Hoy es la segunda marca más vendida en la categoría *gourmet* y chocolates de la cadena en Chile.

A comienzos de 2025 comenzó a abastecer de jarabe de calafate a La Pizka, uno de los principales productores locales de cócteles, que lo utiliza en su línea *sour* Calafate Berries. El contrato generó ventas cercanas a \$ 20 millones, y ahora trabajan en una línea completa de coctelería patagónica con la que buscan quintuplicar el volumen y alcanzar una facturación de \$100 millones anuales. Para el segundo semestre, de hecho, esperan lanzar un nuevo *sour* a base de ruibarbo.

Otro foco de expansión es el desarrollo de productos para operadores turísticos. Recien-

temente cerró un contrato con Fantástico Sur -del holding Las Torres Patagonia- para proveer 80 mil barras de cho-

colate durante la temporada 2026-2027. Los productos serán incorporados en los *box lunch* para los turistas



Carolina Cárdenas fundó la chocolatería Secreto de la Patagonia en 2004. Hoy lidera un negocio en rápido crecimiento junto a su marido y socio César Busolich.

del parque nacional. Durante los meses de mayor actividad deberán producir cerca de 6 mil barras de chocolate semanales, de manera artesanal. "Queremos crecer, pero sin perder el sello artesanal ni el trabajo hecho por mujeres magallánicas", dijo Cárdenas.

Ese acuerdo consolida una línea que comenzó con EcoCamp Patagonia, donde ya comercializaron 15 mil unidades de barras nutritivas desarrolladas especialmente para la alta montaña.

Locales y logística

Además del local en la zona franca, Secreto de la Patagonia cuenta con una sala de ventas en Concepción para abastecer la franja centrosur y operar su comercio electrónico. En Santiago mantiene una bodega y atención comercial para restaurantes, hotelería, ventas institucionales y tiendas *gourmet*.

Operar desde el sur implica costos logísticos permanentes. Frascos, etiquetas, envases y otros insumos llegan desde Santiago, mientras que nevazones o contingencias pueden interrumpir el abastecimiento durante semanas. La respuesta fue mantener inventarios para al menos tres meses de operación.

"La logística nos obligó a

optimizar la cadena de suministro", resumió César Busolich, socio y marido de Cárdenas. "Cuando un producto debe recorrer largas distancias, todo, desde la receta hasta el empaque, tiene que resistir sin perder calidad".

Jugo antioxidante

Secreto de la Patagonia adquiere entre 6 mil y 7 mil kilos de calafate al año, pagando cerca de \$ 7 mil por kilo a una red de más de 100 recolectoras locales.

La empresa trabajó con el investigador Dietrich Von Baer, de la Universidad de Concepción, para estudiar las propiedades antioxidantes del *berry*. "100 gramos de nuestro jugo equivale a comerse 100 mandarinas", aseguró la fundadora, apoyada en análisis de laboratorio. Actualmente, el fruto forma parte de ensayos clínicos vinculados al Hospital Víctor Ríos Ruiz de Los Ángeles y a investigadoras de la Facultad de Farmacia de la UdeC.

La firma ha desarrollado una línea de más de 40 productos derivados, desde jarabes y mermeladas hasta sales saborizadas, vinagres y licores, y además del calafate utilizan insumos como ruibarbo, grosella y zarzaparrilla.

80 MIL BARRAS DE CHOCOLATE PROVEERÁ A FANTÁSTICO SUR EN LA TEMPORADA 2026-2027.