

Publicidad

Costa lanza Dubai Style y trae a Chile un chocolate Dubái hecho localmente



escucha activa de sus preferencias y hábitos de consumo. Más que sumar un lanzamiento, el foco está en identificar oportunidades con sentido y transformarlas en propuestas concretas, que se traduzcan en una experiencia real y cercana para el consumidor en su día a día.

Y eso es justamente lo que ofrece Costa Dubai Style: una tableta distinta, con crema de pistacho, kadayif y una textura que mezcla crocante con suavidad, inspirada en una tendencia global que ya dejó de ser pasajera. Más que una simple novedad, es una señal de hacia dónde se puede mover la categoría cuando una marca líder decide empujarla. En simple: Costa vio una tendencia mundial, confirmó que sí tenía futuro y la convirtió en un producto real para el mercado chileno. Y ahí está la gracia del lanzamiento: no se queda en el discurso de la innovación, sino que lo convierte en algo que efectivamente se puede comprar, probar y disfrutar en Chile.

El chocolate Dubái ha ido consolidándose como una tendencia a nivel global, cada vez más presente en distintos mercados. En ese contexto, Costa decidió acercar esta propuesta a las personas, lanzando Costa Dubai Style: un chocolate desarrollado en Chile que recoge los elementos más característicos de esta tendencia y los adapta al gusto y preferencias del consumidor local, de manera accesible y cercana.

La nueva tableta mezcla crema de pistacho con kadayif, una materia prima clave para hablar con propiedad de este tipo de chocolate. Esa combinación logra una experiencia distinta a la de una tableta tradicional: por un lado, aparece una textura cremosa e intensa, y por otro una crocancia que cambia completamente el bocado. El resultado es un producto rico, novedoso y con todo el sabor del pistacho como protagonista.

El punto relevante es que Costa no quiso dejar esta como una tendencia más de nicho o limitada. Al revés, como marca líder de la categoría, decidió tomar un producto que venía rodeado de conversación, curiosidad e incluso cierta sofisticación, y transformarlo en una propuesta más masiva. La idea es simple, pero potente: democratizar el consumo de este tipo de chocolate y llevarlo a todos los chilenos.

No es un detalle menor. Durante meses, el chocolate Dubái fue visto por muchos como una moda intensa, llamativa y probablemente pasajera. Algo que explotó por novedad, por estética y por viralidad.

Pero el mercado mostró otra cosa. La tendencia siguió creciendo, mantuvo interés y demostró que tenía espacio real para quedarse. Costa leyó ese cambio a tiempo y entendió que, si esta propuesta llegó para permanecer, una marca como la suya tenía que ofrecerla.

Así nació Costa Dubai Style: una interpretación local de una tendencia mundial, manteniendo los ingredientes que le dan autenticidad, pero llevándolos a un formato más accesible, cercano y fácil de encontrar. Esa combinación entre innovación y cercanía es parte importante del ADN de la marca y explica por qué este lanzamiento calza bien con su historia dentro del mercado chileno.

Plaçer en un solo cuadrado

La llegada del producto también tuvo una lógica escalonada. En una primera etapa, estuvo disponible en algunos supermercados hasta el 15 de abril. Esa etapa inicial permitió instalar la novedad, generar expectativa y probar la recepción del producto. Desde esa fecha en adelante, la tableta comenzó a estar disponible en todos los canales de venta, ampliando su cobertura y reforzando su carácter masivo.

Con este paso, Costa continúa acercando tendencias a las personas, a partir de una



ALIMENTO CON SELLO "ALTO EN", EVITA SU CONSUMO.

Ministerio de Salud