LITORALPRESS

Fecha: 19-05-2025
Medio: Las Últimas Noticias
Supl. : Las Últimas Noticias - Mercado Mayorista
Tipo: Noticia general
Título: Para Lorena Mardones, la leche de cabra no tiene límites

Pág. : 10
Cm2: 608,0
VPE: $ 3.343.321

Tiraje: 91.144
Lectoría: 224.906
Favorabilidad: No Definida

Bajo la marca Cabritalegre, creó una línea de bombones y barras de chocolate

Para Lorena Mardones, la leche de cabra no tiene límites

El año pasado abrió una tienda en la comuna de Ñuñoa. "Junto a los productos de mi marca, incluyo también a otras pymes que trabajen de manera artesanal y estén haciendo innovación alimentaria", dice.

CIRO COLOMBARA C.

RICHARD SALGADO

"Vendemos al consumidor final y también a tiendas como emporios saludables y minimarkets", cuenta Mardones.

El primer emprendimiento chileno es elaborar una línea dulce en base a leche de cabra. Esa es la carta de presentación de Cabritalegre, proyecto que comenzó Lorena Mardones a fines del 2019 y que hoy cuenta con dos salas de venta propia: una en Placilla (región de O'Higgins) y otra en la comuna de Ñuñoa, en Santiago.

"Tenemos una línea de bombones, otra de barras de chocolates -con variedades blancas y de leche, entre otras- y un manjar muy atractivo", cuenta Mardones, quien dice que uno de sus grandes objetivos ha sido siempre innovar.

"Yo estudié administración culinaria y cuando partí haciendo mi tesis justo uno de mis primos empezó con una lechería de cabra. Eso me motivó a investigar sobre cómo elaborar productos en base a esta materia prima y también sobre sus beneficios porque es una gran opción para personas con alergia alimentaria. Empecé a experimentar y un día, por error, un manjar me quedó más líquido y lo mezclé con harina de maní, lo que me dio la idea de hacer bombones y bañarlos en chocolate. Luego surgió la idea de hacer versiones de los chocolates más conocidos, como por ejemplo Maní Alegre -que es similar al Snickers- y Cocoqueta, que es como el clásico Prestigio".

Otros productos que destacan en el catálogo de este negocio es un yogurt reforzado con ocho cepas probióticas y una línea de helados. "La lanzamos hace un año y tuvo muy buena aceptación. Ya que estamos en la época de mayor frío, vamos a aprovechar de reformular la receta y mejorar aún más la calidad de cada uno de los ingredientes. Y por supuesto, elaboramos distintas variedades de quesos".

¿Qué elementos destacan a sus tiendas?

"Su decoración, con un sello que mezcla un poco lo moderno con el campo. Hay presencia de madera en el local, y por ejemplo algunas fotos mías con las cabritas. Otro punto que nos distingue es el protocolo de atención ya que las vendedoras no se limitan solo a la transacción comercial sino que orientan y asesoran a los clientes. Como llegan muchas personas con alergias alimentarias, están muy informadas sobre las características de los distintos productos y sus ingredientes".

Lorena Mardones agrega que en la tienda les gusta visibilizar otras marcas que sean de una línea parecida a la suya. "Por ejemplo, que estén haciendo innovación alimentaria, que sean sin gluten, artesanales, ojalá pymes y lideradas por mujeres".

¿Hace cuánto tiempo están en Santiago?

"La tienda de Santiago la abrimos el 2024. Quería hacerlo hace varios años porque la mayor cantidad de clientes que tenemos son precisamente de la capital. Cuando partió la pandemia abrí un e-Commerce y por temas logísticos tenía solamente un día disponible para venir a Santiago y hacer los despachos. Tuve la suerte de encontrar un lugar con un precio de arriendo accesible y también con una buena bodega, que la ocupamos ahora como centro logístico para nuestras materias primas".

Esta emprendedora destaca la ayuda que han recibido de organismos como Indap. "Comenzamos a trabajar con ellos este año y nos han dado bastante apoyo, por ejemplo ayudándonos a postular a ferias importantes. Junto con eso, también estamos trabajando en proyectos como obtener el forraje hidropónico para las cabritas".

¿Abastecen a otros negocios con sus productos o apuntan más bien al consumidor final?

"Le vendemos al consumidor final y también a tiendas en todo el país, como por ejemplo a emporios saludables, panaderías y minimarkets gourmet, entre otros".

¿Y cuáles son los próximos pasos de Cabritalegre?

"A corto plazo, el primer plan que tenemos es terminar de construir nuestra fábrica. Luego de eso, la idea es empezar a escalar los productos que tengan más potencial de venta tanto a nivel nacional como internacional, como es el caso del yogur. De hecho, estamos postulando con él a un proyecto muy grande de escalamiento comercial. Y después hay otras ideas que tenemos, eso sí sin una fecha establecida, como abrir otras sucursales. Podría ser una en Concepción o también en Puerto Varas, pero no es algo definido. Primero tenemos que concretar el tema de la fábrica, para tener capacidad de producir más".

Cabritalegre

- Web: https://cabritaalegre.cl/
- Contacto: Nicole Hilger
- Mail: ventas@cabritaalegre.cl
- Teléfono: +56 9 34125263
- Instagram: @cabritalegre