

Kraft Heinz lanzó en Chile su kétchup que cuenta con un formato especial para el canal tradicional

Llegó el complemento ideal para las papas fritas



Andrea Hernández destacó el aumento de ventas en el canal tradicional.

De acuerdo con Andrea Hernández, subgerenta de marketing de la marca, en Chile se consume 1 kilo per cápita anual de esta salsa.

MELISSA FORNO

Reconocida por su clásica mayonesa, Kraft Heinz lanzó su kétchup en Chile para ampliar su presencia en el mercado nacional. Según explica Andrea Hernández, subgerenta de marketing de Kraft Heinz, "la marca ya está valorada por los consumidores y vemos como una oportunidad ingresar a esta categoría, donde faltaba innovación para competir en el segmento medio".

"Somos uno de los países que más consumen kétchup en la región: 1 kilo per cápita al año; en Brasil son 0,8% y en Argentina 0,2%. Si se compara con el de la mayonesa, en Chile son 2,1 kilos", afirma Hernández.

De acuerdo con Hernández, las papas fritas son el plato con que más se usa este kétchup, pero también en sándwiches, nuggets, puré y arroz. "Esto demuestra que somos buenos para añadirles salsas a la comidas", destaca. Se estima que en cuatro años su consumo crecerá un 15%.

Para Hernández, el objetivo es que los clientes chilenos no solo ve-

an a Kraft Heinz como una marca confiable, con presencia hace más de 20 años en Chile, de mayonesa, sino que también de kétchup para estar en distintas ocasiones de consumo y como un aliado para las saladas que necesitan.

"Destaco su sabor a tomate, además de un dulzor que lo hace agridulce. No tiene saborizantes ni colorantes", describe.

En el mercado está presente en distintos formatos: en bolsa doypack (con válvula que se atornilla) de 450 y 850 gramos - siendo el más vendido en la categoría - , el squeeze plástico de 400 gramos (pensado para apretar) y uno de 90 gramos para el canal tradicional.

"Tenemos nuestro foco en el canal tradicional y lo que más se vende allí es el formato de 90 o 100 gramos. Los almacenes y minimarkets son una forma muy relevante para llegar al consumidor del segmento medio que no siempre compra en el supermercado. Desde abril de 2021 hasta la mitad de este año, subimos un 20% en la distribución ponderada en el canal tradicional", precisa.

Agrega que comenzaron con el sabor tradicional de kétchup y luego evaluarán si añadirán más variaciones.

M

Kraft Heinz

- Sitio web: <https://kraftchile.cl/>
- Instagram: @kraft.cl