LITORALPRESS

Fecha: 07-07-2025
Medio: Las Últimas Noticias
Supl. : Las Últimas Noticias - Mercado Mayorista
Tipo: Noticia general
Título: Los saludables resultados de estas galletitas horneadas

Pág. : 8
Cm2: 479,9

Tiraje: 91.144
Lectoría: 224.906
Favorabilidad: No Definida

Responden a la búsqueda de alimentos más naturales

Los saludables resultados de estas galletitas horneadas

Como parte de un aperitivo o un snack: esas son las principales ocasiones de consumo de productos de marcas como Salmas, Fain, Grana y Sacapita.

CIRO COLOMBARA C

La categoría de galletas artesanales horneadas muestra saludables resultados en el país, al ir en línea con las necesidades de un universo cada vez mayor de consumidores que están en busca de productos con ingredientes naturales y libres de aditivos.

Según cuenta Randall Quesada, gerente general de Ideal, "la categoría ha experimentado un crecimiento notable, impulsada por el aumento en la demanda de opciones más naturales. Las personas están valorando la simplicidad, en el sentido de buscar productos con ingredientes claros y una elaboración transparente. A la vez, quieren snacks portátiles y fáciles de integrar en cualquier momento del día. Nuestras galletas Salmas cumplen perfectamente con esta necesidad, siendo ideales para combinar con diversos alimentos o para disfrutar sola".

RICHARD ULLOA

Randall Quesada dice que también se consumen para el desayuno.

Fain es otra marca que hace aproximadamente seis años participa de este mercado. Su dueña, Maca Ugarte, dice que los consumidores han cambiado mucho en el último tiempo, dando preferencia a productos más naturales, comida real e ingredientes nobles de alta calidad.

En cuanto a los buenos resultados de la categoría, comenta que "hoy existe mucho interés por alimentos saludables, sostenibles y libre de aditivos versus las elaboraciones industriales tan masivas".

Respecto del perfil de las personas que optan por este tipo de productos, Macarena Vicuña, fundadora de Grana, explica que se trata principalmente de adultos que cuidan lo que comen y que no están dispuestos a sacrificar sabor. "Muchos son anfitriones, hacen aperitivos con amigos o disfrutan un vino al final del día y buscan una alternativa salada y saludable. Y mucho ojo, porque nuestras crackers no son las típicas galletas secas y sin onda del mercado. Son crujientes, sabrosas y realmente reemplazan con gusto las papas fritas y otros snacks ultra procesados".

Algo similar plantea Raimundo Calderón, gerente general de Sacapita, al apuntar a consumidores que buscan algo rico, saludable y que les permita armar tablas de aperitivos que se luzcan. "De hecho, esa es una de sus principales ocasiones de consumo. De todas

LITORALPRESS

Fecha: 07-07-2025
Medio: Las Últimas Noticias
Supl. : Las Últimas Noticias - Mercado Mayorista
Tipo: Noticia general
Título: **Los saludables resultados de estas galletitas horneadas**

Pág. : 9
Cm2: 335,5

Tiraje: 91.144
Lectoría: 224.906
Favorabilidad: No Definida

maneras, también hemos visto un aumento importante en el consumo como snacks. Y si bien la venta es estable durante el año, aumenta a medida que mejora el buen tiempo, cuando de hay más ganas de juntarse con amigos. Su peak se da para las fiestas de fin de año".

En cuanto a este último punto, Randall Quesada menciona galletas horneadas como las Salmas se han transformado en un snack ideal entre comidas y un sabroso acompañamiento para colaciones, combinando muy bien con palta, quesos o hummus. "Adicionalmente, para quienes prefieren opciones saladas, hemos observado una tendencia creciente a incluirlas en desayunos ligeros".

En Fain cuenta que desarrollaron esta marca pensando principalmente en los aperitivos, pero que con el tiempo las personas también las han incorporado como snack. "Las buscan tanto quienes quieren invertir

DAVID VELÁSQUEZ

Maca Ugarte dice que los consumidores han cambiado mucho en el último tiempo.

en buena alimentación como personas con ciertas limitaciones como celiacos, diabéticos, dietas lowcarb y keto. También son atractivas para veganos y vegetarianos".

Muy pocos ingredientes

Sacapita es una marca presente en supermercados como Jumbo, Walmart, Tottus y Unimarc; al igual que en tiendas de conveniencia especializadas en productos gourmet. ¿Y qué pasa con el canal tradicional? "El gran desafío para llegar a almacenes y minimarkets es el tema logístico. La opción es hacerlo a través de distribuidores que actualmente operen con ese tipo de clientes", comenta Raimundo Calderón. El ejecutivo agrega que hacen colaboraciones con marcas y tiendas para ampliar su mercado. "A la vez, nuestro principal medio de comunicación e interacción los clientes es nuestro Instagram, donde compartimos fotos, ideas de consumo, recetas y lugares donde encontrarnos".

En Grana tienen presencia en diversos canales. "Estamos entrando en canales estratégicos como retail, tiendas gourmet, de conveniencia y alianzas con espacios conscientes. Somos tendencia, pero lo que más nos importa es que somos coherentes. Y eso, en un mundo de falsas promesas, es nuestra mayor ventaja. Algo importante de decir es que no competimos por precio, competimos por impacto. Apostamos por educación nutricional, creamos contenido relevante, trabajamos con influencers reales -no de cartón- y, sobre todo, dejamos que el sabor haga su parte. Una vez que pruebas Grana, no vuelves atrás".

¿Cuáles son los principales ingredientes de sus crackers artesanales?

"Harina de almendras, semi-

Sigue en página 10)

LITORALPRESS

Fecha: 07-07-2025
Medio: Las Últimas Noticias
Supl. : Las Últimas Noticias - Mercado Mayorista
Tipo: Noticia general
Título: **Los saludables resultados de estas galletitas horneadas**

Pág. : 10
Cm2: 461,2

Tiraje: 91.144
Lectoría: 224.906
Favorabilidad: No Definida

CEDIDA

Las tablas bien armadas y el buen vino son socios de Sacapita.

CEDIDA

En Grana la amenaza es clara: las pruebas y te quedas.

Los saludables resultados...

(Viene de página 9

llas y nada más que ingredientes reconocibles. No usamos aceites industriales ni aditivos raros. Trabajamos con tres formatos bien pensados: familiar de 135 gramos para aperitivos, sachet individual con cuatro galletas para el snack en movimiento, y bandeja de un kilo para banqueteros y restaurantes. En cuanto a las variedades, están las Grana sal de mar, pimienta, romero y ajo-albahaca".

La harina de almendras también es la base de las crackers de la marca Fain. "Es certificada sin gluten, lo que ofrece un toque crujiente y sabroso. A la vez, incluyen chía y aceite de oliva extra virgen, que aportan nutrientes esenciales y grasas saludables. Acompañamos con sal rosada del Himalaya, que es rica en minerales y que realza los sabores sin sobrecargar el paladar. Ofrecemos cajas de 150 gramos, en variedades ajo, merkén y cracker salada", detalla Maca Ugarte.

La receta de Sacapita considera harina, agua, aceite de oliva, levadura y sal de mar. "No agregamos ningún preservante", dice Raimundo Calderón, quien agrega que tienen cuatro variedades en el mercado: Sal de Mar, Romero, Integral Chía Linaza y Cúrcuma y Sésamo. "Las vendemos en formatos de 120 y 200 gramos".

Las galletas Salmas, en tanto, se elaboran con harina de maíz, sal y algunos antioxidantes, para asegurar la calidad y conservación del producto. "Ahora, para responder a las preferencias y necesidades nutricionales de nuestros consumidores, hemos desarrollado diversas variedades. Esto significa que, además de estos ingredientes fundamentales, incorporamos otros como camote, zanahoria, chía y linaza, que añaden fibra y otros beneficios", cuenta Quesada.

¿Y cuáles son sus formatos de venta?

"Existen paquetes individuales de 18 gramos -para el consumo personal o snacks puntuales on the go- y también presentaciones entre 108 y 216 gramos, que suelen incluir porciones separadas para conservar la frescura y facilitar su ingesta diaria, o para compartir en el hogar".

¿Qué tipo de estrategias llevan a cabo para ampliar su nicho de consumidores y también seguir potenciando su marca en el mercado?

"Constantemente estamos explorando nuestras variedades y sabores que se alineen con las tendencias de salud y bienestar. A través de campañas de marketing y comunicación, destacamos los beneficios nutricionales de Salmas. Además, utilizamos plataformas digitales y redes sociales para llegar a un público más amplio, interactuar con las personas y mostrar las diversas ocasiones de consumo. Nos asociamos también con nutricionistas, influencers de vida saludable y figuras relevantes para amplificar el mensaje. Finalmente, buscamos fortalecer nuestra presencia en todos los canales de distribución para asegurar que la marca esté disponible donde el consumidor la busque".

Frente a esta pregunta, Maca Ugarte explica que en Fain les encanta crear líneas temáticas como Navidad, Día de la Madre y Fiestas Patrias, entre otras. "Consideramos importante invertir en marketing con contenidos como recetas y videos, nutrir Instagram y Tik tok. También incluir a influencers tanto gastronómicos como representantes de alimentación saludable".