

Los huevitos de chocolate no pierden su lugar: crece el consumo y las compras digitales

Con la pronta llegada de la Pascua de Resurrección, el consumo de chocolates cobra protagonismo en los hogares chilenos. Según datos de Kantar División Worldpanel, el 81% de las familias en Chile adquirió dicho producto durante el segundo semestre de 2024, lo que equivale a más de 3.680.000 hogares comprando esta categoría. La cifra representa un aumento respecto al mismo periodo del año anterior, cuando la penetración alcanzó el 79,8%.

“El chocolate es un producto con una fuerte carga simbólica, especialmente en Semana Santa, lo que lo hace resistente a las fluctuaciones del mercado. Su versatilidad, desde un regalo hasta un consumo personal, lo mantiene vigente en distintos segmentos y explica por qué sigue estando presente en la mayoría de los hogares”, planteó Marlis Riedel, New Business Director de Kantar División Worldpanel.

Anuncio Patrocinado

El estudio también destaca que el consumo de chocolates presenta variaciones según el perfil del hogar. La categoría tiene una mayor penetración en los grupos socioeconómicos altos, en hogares con hijos adolescentes —entre 19 a 25 años— y en familias de origen inmigrante.

A nivel de variedades, el chocolate de leche sigue siendo el con mayor demanda, aunque las opciones de sabores más intensos, como el amargo, han ganado terreno y suman 4 puntos de penetración en el último semestre, incorporando cerca de 184.000 nuevos hogares compradores. En la misma línea, su versión blanca creció en 3,5 puntos, lo que evidencia una diversificación en la elección de productos.

“A pesar de ser un mercado tradicional, continúa en expansión, ofreciendo una gama cada vez más amplia de sabores y formatos. Desde opciones clásicas hasta variedades premium, los consumidores tienen diversas alternativas para disfrutar en esta Pascua”, indicó Riedel.

Además, agregó que uno de los cambios más significativos en los hábitos de compra es el avance del comercio online. En el segundo semestre de 2024, cerca del 20% de los hogares ABC1 adquirió chocolates a través de plataformas digitales, consolidándose como el segmento con mayor crecimiento en este canal.

Con una presencia establecida en los hogares chilenos, el chocolate se mantiene

Los huevitos de chocolate no pierden su lugar: crece el consumo y las compras digitales

como el protagonista de la celebración, aunque con matices que reflejan la evolución del mercado. La preferencia por productos con distintos perfiles de sabor y el auge del comercio digital serán aspectos clave en la configuración del consumo para esta Semana Santa.

y tú, ¿qué opinas?