

Chocolatera suiza aterriza en Chile con seis locales propios

Aprovechando el elevado consumo y gusto de los chilenos por los chocolates, la compañía suiza Lindt decidió abrir sus dos primeras tiendas propias en Chile, en Santiago. Con esto proyecta un crecimiento de dos dígitos en los próximos tres años, duplicando sus ventas en el primer año y terminar 2025 con seis locales en el país y un total de 95 en América Latina.

El año pasado, Lindt registró una facturación de 5.201 millones de francos suizos —unos US\$ 6.100 millones—, con un crecimiento del 10,3%. En sus 10 años en Brasil, único país sudamericano donde opera directamente, ha abierto 80 tiendas y suma una expansión de 11,8% en sus ventas directas y en el comercio general.

“Chile es un mercado clave, estamos comprometidos en desarrollar la marca en el país”, señala Adrian Süess, *general manager Chile & Latam distributor markets* en Lindt & Sprüngli.

Hasta ahora, la presencia de la compañía suiza era pequeña en el país, con venta de algunos productos en canales como supermercados y puntos selectivos. Ahora no tendrá distribuidor local y trabajará directamente con las cadenas de *retail* y otros clientes.

Si bien no quiso entregar cifras, además de las 20 plazas laborales que implica inicialmente el plan, destacó que “el cambio en nuestro modelo de negocio como la apertura de nuevas tiendas, junto con nuestras inversiones en marketing implican un compromiso significativo de recursos”.

La primera inauguración será este martes 15 de octubre con una chocolatería en Mallplaza Vespucio, seguida de una segunda tienda a finales de octubre en Mallplaza Egaña. En paralelo están realizando estudios de mercado para identificar los sectores de la ciu-



Abrirá locales propios en Mallplaza Vespucio y Mallplaza Egaña.

dad con mayor demanda potencial, en vistas a sus nuevas aperturas.

Crece a Colombia y Perú

Después de Brasil, aseguran que la elección de Chile como el segundo país en América Latina para abrir tiendas no es casual.

“Es atractivo por su estabilidad económica, acuerdos de libre comercio,

infraestructura, acceso a recursos, seguridad jurídica y sistema legal, lo que lo convierte en un mercado estratégico para la expansión regional”, sostiene.

Además de Chile y Brasil, consideran

sumar otros países sudamericanos y están mirando con atención Colombia y Perú, “dependiendo de las condiciones económicas y la respuesta del mercado”, añade Süess.

En los últimos años, la firma suiza ha expandido fuerte su presencia con tiendas propias y asociaciones. Hoy está en 30 países, con foco especial en Suiza, Estados Unidos, Canadá, Brasil, Alemania, Francia, España, Australia y Japón.

La compañía Lindt proyecta duplicar sus ventas en el primer año y un crecimiento de dos dígitos en los próximos tres años.