

Chilenos gastan \$28 mil en promedio al mes en pan



EL PAN ES MUY IMPORTANTE EN LA DIETA DE LOS CHILENOS.

Según datos de Walmart Chile, el consumo mensual de cada familia es de 16 kilos y además, la marraqueta es la primera preferencia, junto con la hallulla.

Redacción
La Estrella

En el contexto de la próxima celebración del Día Mundial del Pan, Walmart Chile dio a conocer un análisis inédito sobre tendencias de los consumidores de pan y masas en supermercados, revelando cifras que exponen las preferencias de las personas y las nuevas categorías que se han posicionado en el segmento, las que poco a poco comienzan a compartir espacio con las tradicionales marraquetas y hallullas.

Chile se ubica en el top tres de países más consumidores de pan en el mundo, tras Turquía y Alemania, según cifras de la Asociación Gremial de Industriales del Pan (Indupan).

Desde el organismo señalan que cada chileno se alimenta con más de 96 kilos del producto al año. En esa misma línea, en Walmart Chile aseguran que a lo largo del país sólo en marraqueta venden más de 15 millones de unidades mensuales, siendo uno de los productos top

venta dentro del supermercado. Esta posición es gracias a las reformulaciones que implementaron en su receta.

La compañía elaboró una "Radiografía al consumo de pan en Chile" que, entre sus resultados, evidencia que el gasto promedio mensual de las familias en esta categoría está cerca de los \$28.000, mientras su consumo alcanza los 16 kilos. Considerando el universo de pan granel y envasado, la marraqueta sigue siendo la preferida con un 53%. También aparece el molde blanco con una alta preferencia.

Por su parte, un producto que antes no estaba en el radar de los consumidores como el ciabatta, es el que presenta el mayor crecimiento en la compañía durante el 2024, aumentando más de un 600% respecto al año anterior.

El pan chileno es una parte esencial de las comidas diarias, ya que ocho de cada 10 personas lo utilizan en el desayuno y la once.

La frecuencia de compra también resalta la importan-



LA MARRAQUETA O PAN BATIDO, COMO SE LE CONOCE EN EL NORTE, ES EL PRODUCTO ESTRELLA DE LAS PREFERENCIAS,

3°

Chile es el tercer país en el que más se consume pan, detrás de Turquía y Alemania.

cia de este alimento en la dieta nacional, ya que, según las cifras de la compañía, las personas visitan los supermercados entre 6 y 7 veces al mes para adquirirlo, y hasta 10 veces si consideran tanto la compra granel como el envasado. Esto demuestra la necesidad de los chilenos por abastecerse de este producto básico.

En cuanto al pan envasado con atmósfera modificada, la radiografía demostró que es un formato que ha ganado popularidad, siendo la hallulla la opción preferida por su durabilidad que varía entre 25 y 30 días.

96

kilos de pan al año consume cada chileno, según las cifras de Indupan.

En la compañía han registrado un crecimiento en este segmento, definiendo como clave para dicho éxito el ofrecer precios accesibles en un contexto inflacionario complejo, lo que permite que más familias opten por estos productos sin sacrificar calidad.

"Uno de los bastiones que nosotros hemos defendido, en otras categorías también pero especialmente con el pan y la marraqueta, es que el precio no suba. Sabemos que tenemos un impacto importante en la canasta básica con este producto, y nosotros al mover el precio, movemos también el IPC de este país.

Por lo tanto, tenemos una responsabilidad social muy grande y nos hemos hecho cargo de eso", asegura Rodrigo Mena, gerente comercial de división Panadería Walmart Chile.

Las tendencias en el consumo de pan reflejan un creciente enfoque en el bienestar y la salud de las personas. Con un 18% de la población intolerante a la lactosa y un 4% al gluten, la empresa también se ha esforzado por ofrecer variedades sin lactosa y opciones veganas.

Además, ante el aumento de la inflación se ha adaptado a las necesidades de los consumidores creando formatos más pequeños y sostenibles. Asimismo, se están introduciendo panes premium, como el ciabatta integral y opciones con distintas semillas, alineándose con las preferencias actuales por productos más saludables y nutritivos.

Como parte de esta radiografía, también se analizaron las tendencias de consumo de aquellos productos de Marcas Propias de Walmart Chile (Líder, Selección y aCuenta), en las categorías de despensa, cecinas y quesos, que suelen acompañar la ingesta de pan de los chilenos.

Andrea Malhue, gerente de Marcas Propias Walmart Chile, detalló que "hoy los quesos y cecinas de marca propia son de las categorías que más aumentan en demanda en los últimos años, permitiéndole a las personas, acceder a productos de calidad a precios más convenientes. Si bien el consumo de los formatos de quesos chanco, mantecoso y gauda de 500 gramos ha ido en crecimiento, durante el 2024 han ganado relevancia aquellos de gramajes menores (como 250 grs), con un incremento de ventas de dos dígitos, en promedio".