

Pan: la venta asociada al alimento más consumido por los chilenos

En promedio, cada hogar destina 22 mil pesos al mes en este tipo de alimentos, y eso sin considerar los productos que los suelen acompañar.

Juan Pablo Ernst

Cuando hablamos de ventas no hay nada más claro que las cifras. Los fríos números no engañan y, en el caso del pan, son contundentes: "Según el Instituto Nacional de Estadísticas, en 2019 el 96,3% de los hogares del país destinaba parte importante de su presupuesto al consumo de pan", plantea el docente Rodrigo Castillo, de la Escuela de Comunicación de DUOC UC, sede Maipú. Y añade que "el hogar chileno promedio gasta al mes \$ 21.859 en pan a granel y \$ 1.697 en pan envasado, según datos del INE, lo que es un claro indicador de la preferencia por el pan del día, crujiente y con ese inconfundible aroma a lo nuestro".

Por eso, para él, "es fundamental que el almacenero cuente con un organizado sistema de suministro de pan, ya que es un producto de consumo frecuente y, además, genera el gancho para el consumo de productos complementarios, dentro del local".

- ¿Dónde se deberían ubicar estos productos? ¿Deben estar juntos los a granel y los envasados?

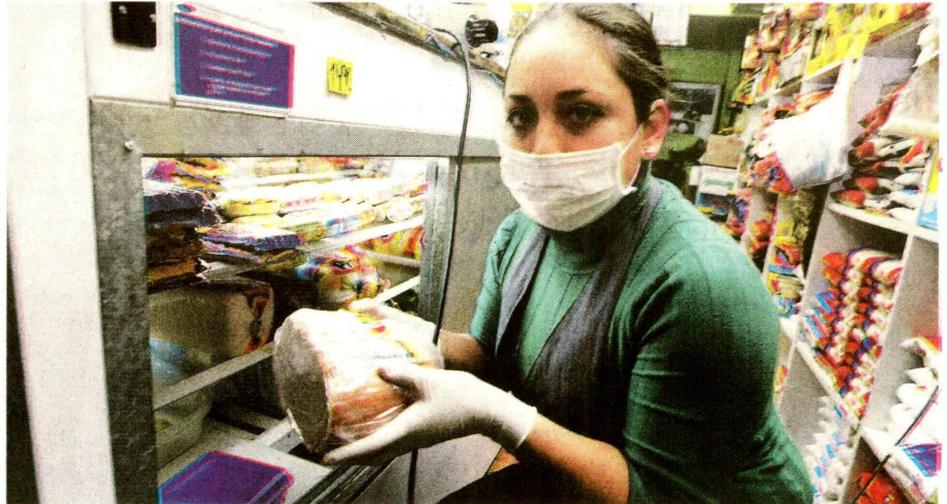
- Por lo general no se recomienda que estén juntos, ya que el pan a granel fresco, normalmente llega a una temperatura más elevada que puede afectar a los que están envasados con plástico y puedan transpirar y humedecerse.

- ¿Qué lugar deberían ocupar los acompañamientos típicos del pan?

- El pan es un producto que se consume diariamente, pero no solo. Podemos amar y comer solo marraquetas o ser un acérrimo fan de la hallulla, pero probablemente no consumiremos dicho pan solo con mantequilla. Es fundamental tener alternativas para el pan, como cecinas, margarina, queso, paté, huevos, mermeladas, manjar, dulce de membrillo, palta, etc. Las variadas opciones para el pan resultan ser un valor agregado para el consumidor, que ve resuelto en un mismo lugar sus necesidades diversas.

- ¿Qué tan importante es que el almacenero les informe a los vecinos que tiene pan del día a la venta?

- La mejor manera de anunciarlo es con la fórmula del 'neuromarketing' que conecta con nuestro sentido del olfato. La gran mayo-



ría nos sentimos atraídos por el aroma a pan tostándose o a ese típico olor a pan recién horneado. Muchas tiendas de alimentos lo saben y tienen sistemas de ventilación que hacen que en la entrada se sienta ese olor y se genere el inevitable impulso de compra.

PAN HECHO EN CASA

Según la consultora internacional Nielsen, el consumo de harina creció casi en un 200% en la mayoría de los países azotados por la pandemia. "Aparentemente, la necesidad de estar confinados y, a la vez, querer tener pan fresco en casa, motivó a muchísimas personas a la fabricación artesanal de este fundamental alimento", plantea Rodrigo Castillo. Y complementa que, desde esa perspectiva, "es importante contar con variedad de harinas, levadura, sal, azúcar, semillas, polvos de hornear y, en el mejor de los casos, contar con recetas gratuitas para los clientes". Por su parte, Evelyn Sánchez, de la UDLA, acota que "debido a las restricciones de movilización y compra de alimentos derivada de la pandemia Covid-19, la elaboración de pan en los hogares ha aumentado exponencialmente. Asimismo, han surgido nuevas tendencias derivadas del consumo de alimentos saludables y otras gourmet, orientadas a incluir semillas como linaza o chía, harinas integrales, mezclas de harinas de otros cereales panificables diferentes al trigo, multigranos, verduras como cebolla, ajo, otros alimentos como aceitunas, además de la utilización de métodos de elaboración en base a la propia fermentación como la masa madre". Y concluye que, "en general, la producción casera de alimentos es más saludable, ya que es libre de conservantes, aditivos y preservantes, lo que la convierte en una buena alternativa para mantener un buen estado de salud, además de permitir personalizar las características del producto a consumir. En el caso del pan, permite seleccionar el tipo de ingredientes a incorporar, en este caso, el tipo de harina, las semillas y la cantidad de sal, entre otros".

- ¿Cómo debería asegurarse el abastecimiento del local: compra a panadería, producción propia o mezcla de ambas?

- La mejor manera de "asegurar" abastecimiento en las tiendas es la "integración hacia atrás" o, dicho en simple, invertir en la provisión y/o los proveedores. Muchos

locales invierten en producción o generan vínculos estratégicos con sus proveedores, lo que resulta ser una excelente alternativa, ya que la cooperación resulta ser más fructífera que la competencia.

- ¿Qué tan recomendable es hacer packs con estos productos en los almacenes de

barrio? ¿Puede ser buen negocio vender sándwiches preparados a precios razonables?

- Eso va a depender del sector. En lugares donde hay un gran porcentaje de población que trabaja y tiene un ritmo de vida agitado, sería una excelente alternativa tener packs y sándwiches listos.