

Fecha 01.09.2022	Sección Empresas y Negocios	Página 28
----------------------------	---------------------------------------	---------------------

La empresa suiza quiere aumentar sus compras nacionales en los próximos tres años y prevé cerrar este año con un incremento de 15% en ingresos de su negocio de chocolate.

Nivel actual es de 20%

Nestlé busca que 40% del cacao que utiliza en México sea nacional

Lilia González/ enviada
lilia.gonzalez@eleconomista.mx

Tabasco, Tab. Con la apuesta reactivar la actividad del cacaoticultor y colocar a México como un líder mundial en producción de cacao, Nestlé México realiza una inversión millonaria para aumentar hasta 300% el número de productores sustentables y duplicar su compra de mazorca en los próximos tres años, para atender el mercado local y de exportación.

Tras la pandemia del Covid-19, la empresa suiza presenta crecimientos de doble dígito en su negocio de chocolates en México, pero también la demanda del consumidor en Estados Unidos refleja aumento en sus ventas. De modo que con las festividades de fin de año que arrancan con las fiestas patrias, Día de Muertos y Navidad, se prevé que la empresa incremente 15% la comercialización al cierre del 2022.

En entrevista con **El Economista**, Daniela Piza, gerente de Marketing Chocolates Nestlé, dijo que bajo el Plan Cacao del corporativo hacia el 2025 se tiene la apuesta de comprar 40% del cacao a los productores nacionales y sustituir las importaciones.

“El mínimo de compra de cacao en

México se ubica en 20% -actualmente- para la elaboración de chocolates, pero se apuesta a que pase al 40% y provenga del campo mexicano, además de que el 100% del consumo tenga certificado de origen”, comentó durante la visita de medios de comunicación a la finca de cacao Los Sarahuatos.

Tabasco es el principal productor de plantíos de cacao en el país, en aproximadamente un 70% de la cosecha nacional, por lo que Nestlé incentiva que los jóvenes se involucren en el cultivo tradicional y sustentable de cacao con innovación y tecnología, ya que el mercado de cacao y chocolates se fortalece como un gran nicho de negocio.

Nestlé tiene destinado un monto de 100 millones de pesos para detonar su negocio de chocolate en México, que abastezca al mercado local y exportación. “El chocolate Abuelita tiene un gran arraigo entre los paisanos en EU, pues no solo se consume en bebidas calientes sino en frías, en comidas y utilizado por chefs para postres”, expuso la directiva.

Al respecto, César Rodríguez, subsecretario de Desarrollo Agrícola de Tabasco, afirmó que “el cacao y el chocolate están retomando su nicho de importancia en el mundo, como un alimento valorado y tendrá más demanda, pero existe el problema de menor oferta”.

Tabasco cuenta con 30,000 hectáreas, mientras Chiapas en se encuentra como segundo cacaoticultor con 18,000 hectáreas aproximadamente y después Oaxaca.

