DF
DIARIO FINANCIERO®
SUPLEMENTO
SANTIAGO DE CHILE
MIÉRCOLES 2 DE OCTUBRE DE 2024

FOOD & SERVICE

Revise el programa de Espacio Food & Service, la feria más importante de la industria alimentaria de Chile, que se extiende hasta mañana en Espacio Riesco.



LAS COCINAS DEL FUTURO Y EL CAMINO QUE SIGUE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA DE LA MANO DE LA INNOVACIÓN

El uso de nuevas tecnologías está marcando el desarrollo del rubro en el país, con el objetivo de generar una mayor eficiencia en la cadena de valor, optimizar las operaciones y mejorar la experiencia de los consumidores. Son innovaciones que, al mismo tiempo, están contribuyendo como soluciones para abordar problemáticas como el desperdicio de alimentos y su impacto medioambiental.

Cómo la tecnología está transformando a los restaurantes
PÁG. 34

El potencial de la IA aplicada a las cocinas locales
PÁG. 36

El rol de las foodtech ante los desafíos climáticos de hoy
PÁG. 38-39



Carlo González, chef ejecutivo de Courtyard Santiago junto a un horno digital.

LA TECNOLOGÍA ESTÁ TRANSFORMANDO LA OPERACIÓN DEL RUBRO GASTRONÓMICO LOCAL

En la era de la digitalización, la industria ha encontrado en la implementación de tecnología un camino para mejorar la eficiencia al interior de las cocinas y, al mismo tiempo, mejorar la experiencia de consumidores y clientes. Hornos digitales y robots meseros son algunas de las innovaciones adoptadas en Chile. POR ANDREA CAMPILLAY

Desde la robótica hasta la inteligencia artificial, actualmente la automatización de las cocinas está jugando un papel clave en la transformación de las operaciones culinarias, al ofrecer una oportunidad de mejora en la ejecución y en la experiencia.

Robots de cocina y de servicio, electrodomésticos inteligentes, la utilización de realidad aumentada para capacitaciones del personal e incluso la optimización de menús y recetas con el uso de inteligencia artificial son parte de las tendencias que están revolucionando a los restaurantes en el mundo, fomentando la precisión y eficiencia en sus preparaciones.

Esto no significa que un robot hoy realiza todo el procedimiento de preparación de las comidas, pero sí es un complemento para, por ejemplo, garantizar que se utilicen las mismas medidas de ciertos elementos del menú y alcanzar una meta que, para muchos cocineros, es casi una obsesión: estandarizar recetas y procesos.

En Chile, ya es posible encontrar algunas de estas nuevas tecnologías en lugares como Ocean Pacific's Restaurant, lugar que decidió sumarse a la tendencia de los robots meseros para "agilizar y eficientar procesos y traslados en un local que hoy tiene dimensiones únicas a nivel nacional, con casi 7000 metros cuadrados", señala el gerente general de este restaurante, Vincenzo Rulli. Cuenta que el principal desafío para lograr integrar esta innovación fue hacer que el equipo de trabajo creyera realmente que sería algo beneficioso para todos "y sin duda que lo ha sido", dice, haciendo alusión a los beneficios que ha traído en la disminución en la tasa de accidentes y licencias por temas de cargas de bandejas o peso.

Asimismo, una mayor velocidad en la entrega de productos a los clientes y mayor eficiencia energética son otras de las ventajas que Rulli asocia a esta innovación en un lugar que es considerado un punto de atracción turística, porque además de ser un restaurante, es también un museo. "Necesitamos que la tecnología transmita a nuestros clientes que ponemos lo mejor no solo arriba de la mesa, sino también fuera de ella", enfatiza.

Gerson Céspedes, chef ejecutivo de W Santiago, afirma que "la tecnología es un proceso indispensable en las cocinas de hoy en día" y destaca como una de las razones tras la implementación de hornos digitales y robots para cocinar -como la Thermomix-, la mejora en la calidad de los productos y la experiencia del cliente como consumidor final. "La optimización de tiempos es un trabajo clave en una cocina que funciona 24/7 y la implementación de estas herramientas nos ayuda a mejorar no solo los procesos y la calidad, si no que también nos ayuda a ganar tiempo en producciones masivas, obteniendo mejores resultados que en una cocina convencional", precisa.

Mantenerse al día con los avances tecnológicos en las funcionalidades de cocina fue una de las razones que, sumado a los beneficios en términos de eficiencia, llevaron a Courtyard Santiago a implementar innovaciones en las refrigeraciones digitales "para que sea mucho más fácil la operación en la preparación", explica el chef ejecutivo del hotel, Carlo González. También utilizan un horno modelo Autosharm Convector, que tiene funciones que permiten que la cocina "sea más productiva", dice, y acota que incluso la propia limpieza del aparato "es un avance para lo que es el día a día del equipo de cocina".

González también hace alusión a la importancia de contar con personal con conocimientos actualizados con respecto al uso de estas innovaciones para asegurar una calidad óptima al momento de entregar el producto.



Parte del equipo de Ocean Pacific's Restaurant junto a sus robots meseros.

Una tecnología pionera y de fácil acceso que se posiciona en la región de Coquimbo

Uno de los secretos mejor guardados del Valle del Elqui es que cerca de la comuna de Vicuña se prepara comida tradicional chilena con energía solar, como una alternativa diferente a la oferta gastronómica local. Se trata del restaurante Delicias del Sol, que cuenta con 18 hornos solares y una cocina solar para atender a 150 personas. Entre los beneficios asociados al uso de esta tecnología pionera en los restaurantes de la región, el administrador del recinto, Harold Rojas, explica que las cocinas solares no alcanzan las mismas temperaturas que un horno eléctrico o a gas, por lo que "la cocción se hace de manera más lenta", lo que les permite que los alimentos estén calientes por más tiempo y no pierdan sus nutrientes, además de ir un paso adelante en eficiencia energética.







MARLEY COFFEE:

Un producto de calidad que conecta con consumidores conscientes y exigentes

- **Con un sello basado en productos de la más alta calidad y cuidadosamente seleccionados para satisfacer a sus consumidores en cada uno de los canales donde opera, esta compañía originaria de Jamaica fundada el año 2007 por Rohan Marley, hijo del mítico cantante y rey del reggae Bob Marley.**
- **Presente una vez más en Food & Service -la feria de la industria alimentaria más importante de Chile-, Marley Coffee ha alcanzado varios hitos importantes durante este año. Y para el 2025, el desafío será continuar innovando y diferenciándose en un mercado cada vez más competitivo y con consumidores que exigen no solo calidad, sino también sostenibilidad y transparencia en todo el ciclo de vida del producto.**

Marca originaria de Jamaica, Marley Coffee también está presente en nuestro país. "Nos destacamos no solo por nuestro compromiso con la excelencia, sino también por nuestra responsabilidad con el medio ambiente y dedicación al comercio justo, apoyando directamente a los agricultores que cultivan nuestro café bajo prácticas sostenibles. Esta combinación nos permite entregar una experiencia de café única, alineada con valores que trascienden el producto", destaca Roberto Lasen, CEO de Marley Coffee.

En ese contexto, durante el año 2024 la compañía ha alcanzado varios hitos importantes. En cuanto a lanzamientos, destaca la incorporación del café liofilizado descafeinado, una respuesta directa a la creciente demanda de opciones bajas en cafeína, que mantiene intacto el sabor y la calidad distintiva de la marca. Además, ha diversificado su oferta de café molido y en grano con distintas variedades de origen, permitiendo a sus clientes disfrutar de una experiencia más rica y auténtica. En otras líneas de productos, Marley Coffee ha ampliado su portafolio con el lanzamiento del nuevo sabor Caramel Latte en su gama de cápsulas Talkin' Blues, así como con un innovador mix de sabores en su línea de lacteados Soul Rebel.



De izquierda a derecha: Catalina Lasen, Mario Lasen, Roberto Lasen y Francisco Lasen.

Un año lleno de hitos

Pero el 2024 ha cosechado más hitos para la compañía: también ha ampliado sus líneas de Merch, con productos como la taza de té y tetera infusionadora, que ofrecen una manera más refinada de disfrutar sus infusiones, y la práctica travel French press, pensada para los amantes del café (de grano molido) en movimiento.

Roberto Lasen profundiza: "Estos hitos son clave para fortalecer la propuesta de valor de Marley Coffee en Chile, ya que nos permiten ofrecer una gama de productos que abarca todos los segmentos de la categoría, desde cafés liofilizados hasta opciones en grano y molido, pasando por cápsulas, productos saborizados y diferentes tés e infusiones. Esta diversidad nos posiciona como líderes en innovación dentro del mercado, brindando a nuestros consumidores una experiencia completa y adaptada a sus necesidades y preferencias".

Las nuevas líneas de productos no solo amplían su portafolio, sino que también responden a la creciente demanda por productos sostenibles y saludables. "Esta constante evolución nos permite liderar el desarrollo en la categoría, ofreciendo a nuestros clientes más opciones y manteniendo un fuerte compromiso con la calidad y el impacto positivo en el medio ambiente", complementa el ejecutivo.

Desafíos para el 2025

Y para el 2025, la apuesta de Marley Coffee es continuar con una estrategia de crecimiento basada en la innovación, la sostenibilidad y la expansión comercial. Consecuente con eso, la marca seguirá fortaleciendo su portafolio con el lanzamiento de nuevas líneas de cafés saborizados y cafés liofilizados de origen, respondiendo a las crecientes demandas de los consumidores por opciones más diversas y auténticas. "Además, estamos explorando nuevas categorías de productos, como tés e infusiones, para satisfacer la tendencia hacia un consumo más saludable", comenta Roberto Lasen.

Asimismo, en línea con su compromiso medioambiental, en Marley Coffee continuarán priorizando prácticas sostenibles en cada etapa de su cadena de valor, desde el origen del café hasta la experiencia final del consumidor, lo cual para 2025 incluye una mayor inversión en la expansión de puntos de venta propios a nivel nacional, "lo que no solo nos permitirá acercarnos a más consumidores, sino también reforzar nuestra presencia en el mercado chileno, siempre con un enfoque responsable hacia el medio ambiente y la excelencia en la atención al cliente", afirma el CEO.

Adicionalmente, están comprometidos con el desarrollo de sus diferentes canales de atención, integrando nuevas tecnologías que les permitan mejorar la experiencia en el canal Horeca (hoteles, restaurantes y cafeterías) y optimizar el servicio para sus clientes. Roberto Lasen afirma que "seguimos trabajando de la mano con nuestros partners para fortalecer nuestra presencia en el retail, mientras ejecutamos un sólido plan estratégico que potenciará nuestra venta a través del canal web y ecommerce, garantizando que Marley Coffee esté más cerca que nunca de nuestros consumidores".

Roberto Lasen finaliza: "Todo esto irá acompañado por una continua inversión en prácticas sostenibles y asegurando que cada innovación mantenga intacta la esencia de Marley Coffee: un producto de calidad que conecta con consumidores conscientes y exigentes".

https://www.marleycoffee.cl

Disfrutar un buen café

Marley Coffee ha estado presente una vez más en Espacio Food & Service (1, 2 y 3 de octubre en Espacio Riesco), con un stand de más de 120 metros cuadrados y dos pisos, ofreciendo una experiencia inmersiva que va más allá de presentar sus productos, reforzando con ello su calidad y versatilidad. "La Feria Food & Service 2024 es una plataforma clave para nosotros, ya que nos permite establecer una interacción integral con los diversos actores del mercado", señala Roberto Lasen, y agrega: "Estar presentes nuevamente en esta feria reafirma nuestro compromiso con la innovación y la cercanía, tanto con clientes, proveedores como con consumidores. Invitamos a todos a vivir la experiencia Marley Coffee y disfrutar de un buen café".

DEL DESPERDICIO DE COMIDA A OPTIMIZAR PROCESOS: LA IA COMO ALIADA CLAVE PARA LOS RESTAURANTES



Evitar la falta y el exceso de stock es primordial para optimizar los recursos de los locales de comida. Una mejor atención, contar con datos predictivos y la posibilidad de renegociar con proveedores son algunos de los beneficios de esta tecnología aplicada a la gastronomía.

POR MACARENA PACULL

La inteligencia artificial (IA) está ayudando a luchar contra el desperdicio de alimentos, para aprovechar al máximo cada ingrediente y lograr que cada vez sean menores las cantidades que terminan en la basura. Esto es clave considerando que, según un informe reciente del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente, en el año 2022 se desperdiciaron 1050 millones de toneladas de alimentos en el mundo, que equivalen a un monte Everest, y que corresponderían al 19% de los alimentos disponibles para ser consumidos, desde el comercio minorista hasta el consumidor final, pasando por restaurantes y locales de comida.

Los expertos y actores de la industria gastronómica local coinciden en el enorme potencial de esta tecnología no solo para resolver esta problemática en el rubro, sino también para optimizar procesos clave. Incluso analizan el camino recorrido a partir de implementaciones que hoy son consideradas exitosas.

Por ejemplo, el académico de la Universidad Finis Terrae y director de agilidad e innovación en Nisum Chile, Fernando Benavides, explica que para implementar IA en restaurantes existen plataformas y apps especializadas. "Algunas de las más comunes son Tenzo, que utiliza IA para predecir la demanda y ajustar el inventario, y Food Detect AI, que ayuda a reducir el desperdicio monitoreando el uso de ingredientes. También, plataformas como Toast y Square for Restaurants incorporan IA en la gestión de pedidos y personal, mejorando la eficiencia", detalla.

Tendencias en la industria local

En Espacio Food & Service, que se celebra en Espacio Riesco hasta mañana, la IA ha sido un tema de discusión y muchas empresas están mostrando innovaciones en esta línea. Andrés Ilabaca, director comercial de la feria, comenta que, desde hace un tiempo, esta tendencia está optimizando varios aspectos de la industria y también ayudando a realizar seguimiento de los inventarios y a predecir el consumo de productos en función de datos históricos que tenga la empresa o el restaurante. "Esto ayuda a evitar tanto la falta de stock como el exceso, que podría llevar a desperdicios innecesarios", dice.

La subdirectora de industrias del futuro del Centro de Innovación UC Anacleto Angelini, Rocío Ortiz, añade que la aplicación de IA en el rubro está permitiendo armar patrones de consumo de clientes, lo que mejora la estimación y proyección de demanda a una mucho más acotada, pudiendo prever aumentos o disminuciones de clientes presenciales y de quienes compran en línea. "Con esto se puede ajustar no solo las compras de insumos e ingredientes a utilizar para generar la oferta de productos alimenticios, sino que también se puede ajustar el nivel de staff y turnos a requerir, así como el uso energético, que también se puede optimizar en el local", señala.

En Espacio Food & Service, que se celebra hasta mañana en Espacio Riesco, la IA aplicada a la industria ha sido un tema de discusión y muchas empresas están mostrando innovaciones en esta línea.

La experta advierte que esta implementación también debe ir acompañada de otro elemento: la incorporación de tecnologías inteligentes dentro de la tendencia de smart kitchen. "Hoy en día se están incluyendo funciones interesantes en los equipos, como refrigeradores, por ejemplo, que generan alertas y estimaciones de caducidad de los productos que almacenan, así como productos que regulan automáticamente las temperaturas y condiciones del entorno para aumentar la vida útil de los alimentos", menciona.

El aporte también es crucial a la sostenibilidad ambiental. Así lo afirma Benavides, señalando que al promover la eficiencia de recursos, la tecnología no solo contribuye a disminuir la huella ecológica de los restaurantes, sino que también los ayuda a elegir proveedores y productos más sostenibles. "Por ejemplo, puede identificar ingredientes de temporada o de menor impacto ambiental, sugiriendo cambios en el menú que no solo respetan el planeta, sino que también resultan atractivos para los comensales", añade.

Junto a Cocina Moderna, Ocean Pacific's Restaurant implementó un laboratorio en su sede de Santiago y desde ahí impulsan varias innovaciones, cuenta el gerente general del restaurante, Vincenzo Rulli. Por ejemplo, tienen un software con el que logran hacer combinaciones de sabores para disminuir el desperdicio de productos al momento de buscar nuevas recetas. Por otro lado, dice que junto a IOT Industrial están desarrollando IA predictiva para mejorar procesos de manipulación de alimentos: "Podemos hacer seguimiento en línea a temperaturas, humedades y otros factores importantes de todos nuestros equipos de frío", detalla Rulli, y acota que "el potencial es ilimitado".

GRUPO DF
DF DFLIVE DFMAS DFSUDJ SEÑAL DF CAPITAL PD BD

Director: José Tomás Santa María / **Subdirectora:** Paula Vargas / **Gerente Comercial:** José Ignacio De la Cuadra / **Editora:** Claudia Marín / **Director Creativo y Arte:** Rodrigo Aguayo
Coordinadora: Marcia Aguilar / **Dirección** Edificio Fundadores, Badajoz 45, piso 10, Las Condes, Fono: 2 23391000 / e-mail: buzondf@df.cl / **Impreso por** COPESA IMPRESORES S.A., que sólo actúa como impresor.
Se prohíbe la reproducción total o parcial de los contenidos de la publicación.

Tu nueva energía

Más limpia, segura y eficiente



- Asesoramos y diseñamos tu proyecto energético de gas licuado.
- Dimensionamos, instalamos y conectamos el equipamiento.
- Apoyamos parcial o totalmente la inversión de tu proyecto.



Encontrémonos en

Food & Service 2024

1, 2 y 3 de octubre / Stand C88-C89-C42

Obtén un servicio preferencial:

hablemos@enex.cl · 600 350 2000

www.enex.cl

INNOVACIÓN: LA PRINCIPAL HERRAMIENTA DE LAS FOODTECH PARA TRANSFORMAR LA INDUSTRIA ALIMENTARIA



Frente a desafíos como el desperdicio de alimentos y el cambio climático, distintas iniciativas están revolucionando este sector del país con soluciones que buscan no solo mejorar la calidad de los productos, sino también desarrollar herramientas tecnológicas para su reinvención. POR SOFÍA PREUSS

Aunque existe una alta conciencia sobre la magnitud del problema del desperdicio de alimentos y una considerable molestia al respecto, el acto de desechar comida sigue siendo común en la mayoría de los hogares chilenos: cerca del 70% de ellos desperdicia alimentos regularmente, de acuerdo con un estudio de Maggi e Ipsos publicado en agosto.

Junto a ello, los desafíos del cambio climático y la salud pública se han vuelto preocupaciones latentes en las distintas etapas de la cadena de la industria alimentaria, desde la producción hasta el cliente final. Por esto, frente a este escenario, diferentes startups y empresas foodtech están revolucionando la industria local con soluciones que buscan no solo mejorar la calidad de los productos, sino también desarrollar innovaciones tecnológicas para reinventar el sector.

El director ejecutivo del Centro de Innovación UC Anacleto Angelini, Ramón Molina, apunta que se está viendo un trabajo de emprendimiento corporativo, donde se avanza en conjunto en pos de iniciativas innovadoras. "Encontrar soluciones es un simultáneo, donde las grandes y sofisticadas empresas comprenden el valor de la I+D y la buscan en la conexión con universidades, tanto locales como internacionales, así como también, surgen de nuevos emprendimientos en los cuales en su ADN está la innovación", señala.

La tecnología está permitiendo desarrollar productos más sostenibles y saludables, gracias a la colaboración entre la academia, los centros de investigación y la industria alimentaria, coincide la directora ejecutiva de Hub APTA, Varinka Farren. "En un país como Chile, que cuenta con un nivel tecnológico competitivo en comparación con otros países de la región y es un actor importante en el mercado global, esta transferencia no solo impulsa la innovación, sino que también asegura que la industria mantenga su posición y competitividad en mercados exigentes como el europeo y el estadounidense", apunta.

Iniciativas locales

En 2020, Kim Durand y su socia Elena López crearon Cheaf, una aplicación de origen mexicano que busca "rescatar" alimentos y evitar que la comida de los supermercados se convierta en desperdicio. Según define López, el desperdicio de alimentos no solo representa un conflicto medioambiental, sino que también social, ético y económico, por lo que ha impulsado parte importante de las innovaciones de la industria agroalimentaria. "La innovación comienza con el objetivo de dar respuesta a un problema o una carencia y en este caso no es distinto", afirma.





Mateo Rubio y Domingo Chong crearon en 2017 Cáscara Foods, una startup que mediante la recuperación de descartes de frutas y verduras produce suplementos alimenticios. Para Rubio, CEO de la firma, el mayor entendimiento de los conceptos asociados a la nutrición y sostenibilidad, han vuelto a los consumidores más exigentes no solamente sobre el producto final, sino también sobre la cadena completa de valor asociado a el. "Esto, sin duda, ha presionado a la industria a acelerar la transformación de sus productos, sacándola de su zona de confort", indica.

Cambios en el consumidor

"Vemos que se ha ido instalando un cambio en los hábitos de consumo que responde a la creciente conciencia ambiental y social", explica la directora ejecutiva de Hub APTA sobre por qué los consumidores están cada vez más preocupados por el impacto ambiental y social de sus decisiones de compra. Además, detalla que existe una combinación de factores sociales, tecnológicos, económicos y políticos que están potenciando la búsqueda de la transformación del sector hacia la sostenibilidad y en el ámbito de la salud.

"La transferencia tecnológica permite que los avances lleguen al sector productivo, ayudando a las empresas a innovar y a mantenerse competitivamente vigentes", afirma la directora ejecutiva de Hub APTA, Varinka Farren.

El director comercial de Espacio Food & Service, Andrés Ilabaca, sostiene que el desarrollo se ha visto impulsado principalmente por la evolución en las preferencias del consumidor y detalla que actualmente existe una demanda creciente por productos más saludables, con menos aditivos, menos procesados y con ingredientes naturales. "Hoy, todos somos cada vez más conscientes de los impactos ambientales y de salud relacionados con lo que elegimos para comer", enfatiza.

Así, para seguir avanzando es necesario utilizar tecnología avanzada y conocimiento científico que permita desarrollar alimentos funcionales que no solo satisfagan las necesidades nutricionales, sino que también mejoren la salud pública, explica la directora ejecutiva de Hub APTA. "La transferencia tecnológica permite que los avances lleguen al sector productivo, ayudando a las empresas a innovar y a mantenerse competitivamente vigentes, acorde a las necesidades de sus consumidores", concluye.

69%

DE LOS HOGARES CHILENOS DICE DESPERDICIAR ALIMENTOS REGULARMENTE, SEGÚN EL II ESTUDIO DE MAGGI E IPSOS.

VITRINA EMPRESARIAL

AGROSUPER:

Calidad y rendimiento para ser "un partner en la cocina de nuestros clientes"

Con más de 65 años de historia en la elaboración y comercialización de alimentos de pollo, cerdo, pavo, salmón y productos procesados, esta compañía destaca por la calidad, inocuidad y seguridad alimentaria de sus productos, con muy altos rendimientos en cocina. Todo ello, con sus clientes siempre en el centro de su propuesta de valor, como lo ha reflejado en la Feria Food & Service 2024, y que hoy posicionan a las distintas marcas de la compañía como líderes en la mayoría de las categorías en que participa.

"El sello de nuestros productos es la calidad, lo que logramos con estrictos procesos y trazabilidad prácticamente en toda nuestra cadena de valor, ya sea desde la producción animal hasta la comercialización y distribución", afirma Gerardo Donoso, gerente de Ventas Foodservice de Agrosuper. En esa línea, la compañía cuenta con un Sistema Integrado de Gestión Agrosuper (SIGAS), basado en los estándares internacionales ISO, IFS y de bienestar animal (OIE).

En esa línea, Agrosuper agrupa a marcas sumamente reconocidas por el consumidor, líderes en la mayoría de las categorías en que participa. Gerardo Donoso complementa: "Se trata de productos que también nacen con el cliente al centro, a partir de insights que vamos levantando desde el mercado, de modo que nuestra propuesta de valor sea cada vez más atractiva, más eficiente y les aporte cada vez más a nuestros clientes".

Con dicha visión, Agrosuper ha participado nuevamente en la Feria Food & Service, una instancia clave para tener una lectura de ciertas tendencias, mostrar su portafolio y conectar con sus clientes.

Precisamente esta Feria ha sido una inmejorable oportunidad para destacar las 3 principales características de Agrosuper Foodservice. La primera, su amplio portafolio de



Gerardo Donoso, gerente de Ventas Foodservice de Agrosuper.

productos (pollo, cerdo, pavo, salmón, cecinas, hortalizas, queso, entre otros), posicionándose como un proveedor integral para ser "un partner en la cocina de nuestros clientes", destaca Gerardo Donoso. Para el año 2025, visualizan que el pollo seguirá siendo una proteína muy demandada por los chilenos, el desafío estará en robustecer la demanda en otras proteínas como el salmón, cerdo y cecinas, proteínas muy relevantes en la industria de Foodservice a nivel global, "y nosotros como líderes en la industria local, debemos desarrollar esos segmentos", declara el profesional.

La segunda característica es la omnicanalidad, pues se puede encontrar la misma propuesta de valor en todos sus canales de atención. Ya sea en el digital a través del ecommerce; en la plataforma de venta remota a través del call center; y con la fuerza de venta presencial.

Y la tercera característica va en línea con una gran misión de Agrosuper: ser la mejor empresa de distribución del país, en lo que ya tienen un gran camino avanzado, con una cobertura a nivel nacional desde Arica a Magallanes, llegando a lugares donde prácticamente nadie más llega.

Al igual que en Chile, el canal Foodservice de Agrosuper es sumamente relevante en sus oficinas internacionales, lo cual le permite ir viendo los avances en los mercados de vanguardia -como EE.UU. y Europa-, y ver la opción de replicarlos en el mercado local.

Gerardo Donoso finaliza: "El objetivo de Agrosuper para el 2025 es el que siempre nos ha distinguido: crecer de la mano de la innovación, seguir fortaleciendo nuestra propuesta de valor, a través de la cercanía y conexión con nuestros clientes, muy importante es responder a las tendencias y cambios en el consumo, como puede ser la influencia de cultura a través de la inmigración en el norte, ampliando la cobertura en las distintas zonas y segmentos".

https://www.agrosuper.cl