

PanArte



Celebremos juntos el

MES DE LA COCINA CHILENA

Expertos relevan el valor de la
cocina chilena y su impacto cultural.

El fenomeno de

Carolina Rocco

La chef penquista que conquistó al elenco de
Bridgerton con sus "broken panties" en Netflix.



FIPACH 2026

Origen, Tecnología y Futuro

PABELLÓN DE LA PANADERÍA



RESERVA
TU ESPACIO
HOY

✉ rafael.urra@indupan.cl

☎ +56 9 7215 1995

ESPACIO **FOOD SERVICE**

SEP 29 • 30
OCT 01 **2026**
ESPACIO RIESCO



Indupan A.G.
ASOCIACIÓN GREMIAL DE INDUSTRIALES DEL PAN SANTIAGO



Harinas Cisne
Molinos Cunaco S.A.



Apoyamos tu *Creatividad*,
para ver **Creecer** tu negocio

San Fernando
AVDA. CENTENARIO N°410
SAN FERNANDO

San Felipe
MANSO DE VELASCO N°20
SAN FELIPE

Coronel
MANUEL MONTT N°01099
CORONEL

Cunaco
CAMINO A PICHILEMU S/N
CUNACO - NANCAGUA

Casa Matriz
CHACRA EL DESCANSO S/N,
LOTE 3, PEÑAFLOL, SANTIAGO

 molinoscunaco.cl

 secretaria@molinoscunaco.cl

 +56 2 2616 2400



TIENDA
VIRTUAL



DOS LEGADOS PARA LA PANADERÍA CHILENA

Pablo Piwonka Carrasco
Director revista PanArte

La panadería chilena atraviesa días de recogimiento. En un corto período, el sector ha debido despedir a dos figuras que, desde espacios distintos, contribuyeron a fortalecer una de las industrias alimentarias más emblemáticas del país: José Yáñez Diéguez y Jorge Campodónico Contreras.

Ambos representaron miradas diferentes de un mismo oficio. Don Pepe, como era conocido José Yáñez en el mundo panadero, encarnó la tradición del horno de barro, la historia familiar y la memoria de un rubro construido con esfuerzo silencioso. Desde su recordada Panadería El Pueblo, en el tradicional sector del Barrio Franklin de Santiago, desarrolló durante décadas una vida ligada al trabajo, al servicio de su comunidad y al fortalecimiento del gremio.

Su vínculo con la industria no se limitó a su negocio. Durante cerca de cuarenta años integró el directorio de INDUPAN, convirtiéndose en uno de los dirigentes con mayor permanencia en la historia de la institución. Nunca buscó protagonismo ni cargos visibles; prefería el rol del consejero, del hombre que aporta desde la experiencia y la serenidad. Quienes compartieron con él recuerdan su profundo conocimiento del oficio y su convicción de que el pan es parte esencial de la vida cotidiana de Chile.

Si la figura de Yáñez representaba la tradición del oficio, la trayectoria de Jorge Campodónico reflejaba la mirada estratégica que hoy necesita el sector. Desde su rol en AB Mauri y su trabajo ligado a la histórica marca Collico, impulsó una visión orientada a modernizar la industria, fortalecer el acompañamiento técnico a los panaderos y avanzar hacia una panadería más

eficiente, innovadora y profesional.

En diversas reflexiones compartidas con Revista PanArte, Campodónico insistía en que el futuro del sector no estaba únicamente en mantener el alto consumo de pan del país, sino en aumentar el valor de los productos, mejorar la calidad y entregar herramientas que permitieran a las panaderías crecer de manera sostenible.

La coincidencia de ambas trayectorias revela algo profundo sobre la historia de la panadería chilena. Este oficio se ha construido justamente sobre ese equilibrio entre tradición y transformación. Entre quienes han sostenido durante generaciones el pan de cada día desde el barrio y quienes trabajan por proyectar la industria hacia nuevos desafíos productivos, tecnológicos y comerciales.

Chile continúa siendo uno de los países con mayor consumo de pan del mundo, con cifras que superan ampliamente el promedio internacional. Esa realidad no es casual: el pan forma parte de la cultura, de la mesa familiar y de la identidad alimentaria del país. Mantener viva esa tradición requerirá siempre de ambos espíritus: la memoria del oficio y la capacidad de innovar. La historia de José Yáñez Diéguez y la visión de Jorge Campodónico, cada uno desde su lugar, ayudaron a construir ese camino.

Hoy el gremio los recuerda con respeto y gratitud. Porque más allá de sus cargos o responsabilidades, ambos compartieron una misma convicción: que el pan, además de alimento, es comunidad, trabajo y cultura. Y ese legado seguirá presente cada día en las panaderías de Chile.

CELEBREMOS EL DÍA ★ DE LA COCINA CHILENA ★

GRACIAS A TODOS AQUELLOS QUE MANTIENEN VIVAS NUESTRAS TRADICIONES,
Y QUE CON SUS MANOS Y SU PASIÓN, DAN VIDA A CADA RECETA
TRANSFORMANDO INGREDIENTES ESENCIALES EN MOMENTOS INOLVIDABLES.

15 DE ABRIL



LESAFFRE 

WWW.LESAFFRE.CL

SM

SUMARIO

Director

Pablo Piwonka Carrasco

Comité Editorial

Abelardo Novoa Fernández

Andrés Campeny Talleda

Bruno Arenillas Bignotti

José Barja Yáñez

† José Yáñez Diéguez †

1945 - 2026

Juan Mendíburu Azcárraga

Marcelo Gálvez Palma

Nicolás Guzmán Zambrano

Rafael Urra Merino

Ramón Sarratea Vial

Ricardo Sánchez Caballero

Publicidad y Nuevos Negocios

Elizabeth Salas Rubio

Fotógrafa

Idenia González Méndez

Periodista

Renato Herrera Lagos

Diseño y Diagramación

Giselle Palominos Fernández

Javier Prieto Ramos

Indupan Servicios Ltda

Fonos: +569 7215 1995

indupan@indupan.cl

Marín 0559 Providencia, Santiago de Chile



8

8

CAROLINA ROCCO

La chef chilena que entrevistó al elenco de Bridgerton en Netflix, reflexiona sobre la importancia de rescatar la tradición de los dulces chilenos.

18

MES DE LA COCINA CHILENA

En el Mes de la Cocina Chilena se destacan los sabores, técnicas y tradiciones del país, invitando a redescubrir su identidad culinaria ligada a la historia y cultura.

24

CARLOS PÉREZ, DUEÑO DE PAN 6

Nuestro socio honra el legado de su padre, destacando la tradición panadera y el compromiso con la cocina chilena.



18



24



HORNITO®



EL SECRETO DEL HOJALDRE PERFECTO

Margarina profesional especializada para la elaboración de masa de hoja, croissants, masas danesas y medialunas. Calidad Watt's Industrial para resultados excepcionales.



ALIMENTO CON SELLO "ALTO EN", EVITA SU CONSUMO.

Ministerio de Salud





Carolina Rocco

La pastelera chilena que llevó la repostería nacional al universo de **Bridgerton**



La chef pastelera Carolina Rocco ha logrado llevar la tradición repostera chilena a la pantalla chica, posicionando los sabores locales en nuevos espacios y audiencias.

En un escenario gastronómico donde la cocina se cruza cada vez más con la comunicación digital, esta historia muestra cómo la repostería tradicional chilena puede abrirse paso en nuevas plataformas y audiencias.

Cocinera e ingeniera comercial, Carolina Rocco ha construido una carrera que combina formación profesional, divulgación culinaria y creación de contenido gastronómico, siempre con un foco claro: rescatar y difundir el patrimonio dulce del país.

Su trabajo alcanzó recientemente una inespe-

rada vitrina internacional cuando fue invitada por Netflix a realizar una entrevista distinta al elenco de la popular serie *Bridgerton*. La propuesta incluía un giro poco habitual: presentar y explicar dulces tradicionales chilenos a los actores, transformando la conversación en una experiencia gastronómica.

Para Rocco, más allá de la visibilidad mediática, la experiencia representó una oportunidad poco frecuente para mostrar parte de la identidad culinaria nacional. "Sentía que era una tremenda responsabilidad. Son oportunidades que no se repiten muchas veces y era



una vitrina muy grande para mostrar nuestra pastelería", comenta.

Y claro, pues la fuerza de la dulcería tradicional junto a los platos icónicos de la mesa en Chile son para muchos expertos, el punto de partida de la propuesta fue claro: presentar preparaciones que representaran el carácter de la repostería chilena. Empolvados, alfajores de hojarasca, cachitos, calzones rotos y turrón de vino fueron parte de la selección que llevó hasta Inglaterra.

Para Rocco, estos dulces tienen una cualidad que explica su permanencia en el tiempo: combinan ingredientes simples con técnicas heredadas de la tradición familiar.

"Muchos de nuestros dulces tienen sabores muy universales, pero también tienen elementos distintos a los que ellos están acos-

tumbrados", explica. "Por ejemplo, ellos no conocían el manjar, algo que para nosotros es esencial en la pastelería".

La reacción de los actores fue inmediata. Preparaciones que en Chile forman parte del cotidiano resultaron novedosas para paladares extranjeros, tanto por sus sabores como por sus texturas.

Los empolvados, por ejemplo, generaron sorpresa al primer bocado. "Muchos pensaban que iban a ser galletas, algo seco. Cuando los probaron y se dieron cuenta de que eran esponjosos, se sorprendieron mucho", recuerda.

Dulces que cuentan historias

Uno de los momentos más comentados de la entrevista fue la presentación de los calzones



Los dulces chilenos que conquistaron a Bridgerton

Durante la entrevista con actores de la serie Bridgerton, la chef chilena Carolina Rocco presentó una selección de preparaciones tradicionales de la repostería nacional, destacando ingredientes y técnicas propias de la dulcería chilena.

Los protagonistas de la degustación fueron:

Empolvados

Biscocho suave relleno con manjar y cubierto con abundante azúcar flor. Su textura esponjosa sorprendió a los actores, que inicialmente pensaban que sería una galleta.

Alfajores de hojarasca

Capas delgadas de masa que se deshacen en la boca, unidas con manjar. Un clásico de la pastelería artesanal chilena.

Cachitos con manjar

Masa de hojarasca enrollada y rellena con manjar, muy presente en vitrinas de panaderías y pastelerías del país.

Calzones rotos

Uno de los momentos más comentados de la entrevista. Su traducción literal al inglés —“Broken panties”— provocó sorpresa y risas entre los actores antes de probarlos.

Turrón de vino

Postre de origen colonial elaborado con vino. Para la ocasión, Rocco llevó una botella de vino chileno en su equipaje para preparar la receta y destacar el producto nacional.



rotos. Al explicar su nombre en inglés —“broken panties”—, la reacción fue de sorpresa y humor entre los actores. “Cuando les conté cómo se llamaban, no lo podían creer. Les dio mucha risa, pero después los probaron y les encantaron”, relata.

Para Rocco, estas anécdotas reflejan algo más profundo: cada dulce lleva consigo una historia cultural. “Nuestra pastelería tiene mucha identidad. Son recetas que vienen de hace mucho tiempo, que se siguen preparando en las casas y que forman parte de nuestras celebraciones”.

Entre las preparaciones que presentó, el turrón de vino también despertó curiosidad. El postre, de origen colonial, llamó la atención por su ingrediente principal: el vino chileno.

“Podría haberlo hecho con cualquier vino, pero yo quise llevar uno chileno desde acá. Me parecía importante que supieran que estaban probando un postre hecho con un producto de nuestro país”, comenta.

La cocina como lenguaje

Aunque la experiencia con Netflix fue un momento destacado, la trayectoria de Rocco no

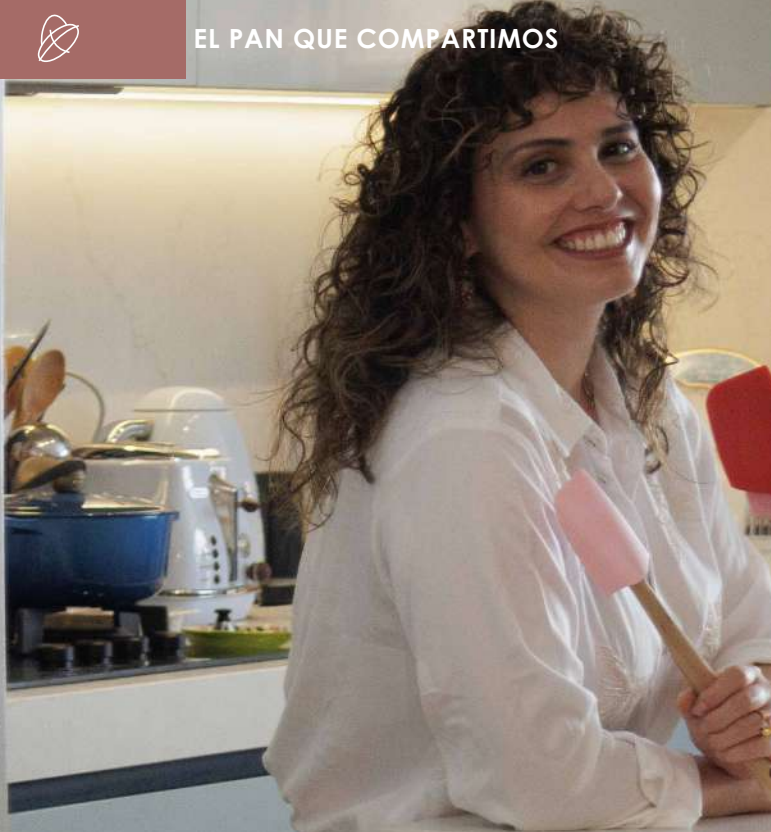


comenzó en la cocina. Antes de dedicarse a la gastronomía, estudió ingeniería comercial en la Universidad Adolfo Ibáñez y desarrolló una carrera ligada al mundo de los negocios. Con el tiempo, sin embargo, la cocina —y particularmente la pastelería— se transformó en su verdadera vocación. Esa decisión la llevó a perfeccionarse en Inglaterra, donde estudió en Le Cordon Bleu London y obtuvo el Grand Diplôme de Cocina y Pastelería. La formación técnica fue clave para consolidar su mirada culinaria, que hoy combina disciplina profesional con un interés por rescatar recetas tradicionales. “Siempre he sido muy fan de la cocina chilena, y especialmente de nuestra pastelería. Creo que tenemos preparaciones increíbles que muchas veces no se conocen fuera del país”, afirma.

Una nueva generación de divulgadores culinarios

Gran parte de su trabajo actual se desarrolla en plataformas digitales, donde comparte recetas, técnicas y contenidos gastronómicos con una comunidad creciente de seguidores. Durante la pandemia, cuando muchas perso-





nas comenzaron a cocinar en casa, sus videos y publicaciones lograron conectar con una audiencia interesada en aprender repostería de forma simple y didáctica.

"A mí me encanta poder enseñar. Muchas personas sienten que la pastelería es complicada o que no se van a atrever, y cuando ven que pueden hacerlo en sus casas se entusiasman mucho", explica.

Ese trabajo también se ha traducido en proyectos editoriales. Entre ellos destaca Dulce Chile, un recetario que busca rescatar preparaciones tradicionales y acercarlas a nuevas generaciones de cocineros aficionados.

Lo que viene

Actualmente, Rocco se encuentra trabajando en un nuevo libro de pastelería que espera publicar durante el próximo año. El proyecto reúne recetas y técnicas pensadas para quienes quieren iniciarse en el mundo dulce.

Mientras tanto, continuará desarrollando contenido gastronómico y explorando nuevas formas de difundir la cocina chilena.

"Me encantaría seguir haciendo cosas que permitan mostrar nuestra pastelería en otros lugares del mundo", señala. "En Chile somos

muy fans de nuestros propios dulces y estamos orgullosos de ellos. Creo que es algo que vale la pena compartir".

En tiempos donde la gastronomía circula tanto en cocinas como en pantallas, su trabajo confirma que las recetas tradicionales también pueden encontrar nuevos caminos para viajar más allá de las fronteras.



@caroroccos

En el día de la Madre

Convierte tu cariño en una torta perfecta con Collico



CONSULTAS Y
ASESORÍA TÉCNICA
800 200 158



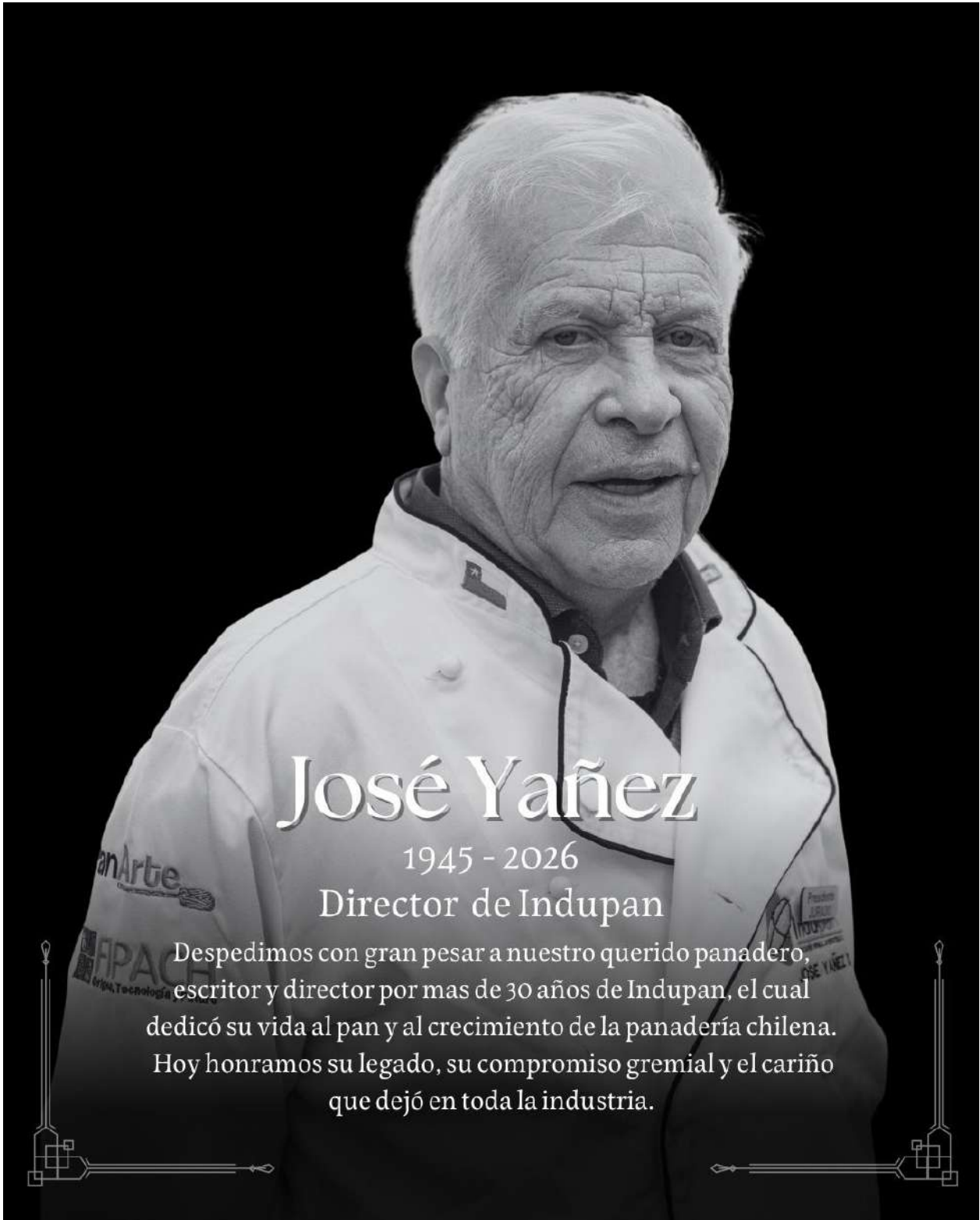
ESCUELA DE PANADERÍA Y
PASTERÍA COLLICO

ESCUELA_COLLICO

www.ventas.collico.cl

Collico M.R.
EN LAS MEJORES MANOS
DESDE 1853

LEVADURAS, PREMEZCLAS, MEJORADORES, MARGARINAS, GRASOS, CREAMAS, POLVOS DE HORNEO Y COBERTURAS DE CHOCOLATE.



José Yañez

1945 - 2026

Director de Indupan

Despedimos con gran pesar a nuestro querido panadero, escritor y director por mas de 30 años de Indupan, el cual dedicó su vida al pan y al crecimiento de la panadería chilena. Hoy honramos su legado, su compromiso gremial y el cariño que dejó en toda la industria.

UN REFERENTE DEL RUBRO PANADERO Y FORMADOR DE NUEVAS GENERACIONES

Su vida estuvo profundamente ligada al oficio de la panadería, donde destacó por su compromiso con la calidad, la tradición y la transmisión de conocimientos a nuevas generaciones.

Con profundo pesar fue recibida la noticia del fallecimiento de José Yáñez Diéguez, reconocido actor del rubro panadero, cuya trayectoria estuvo marcada por el trabajo constante, la defensa del oficio y su aporte al desarrollo de la panadería local.

A lo largo de los años, Yáñez Diéguez se consolidó como un referente dentro del sector, destacando por su dedicación a la elaboración de productos de calidad, el respeto por las técnicas tradicionales y su permanente búsqueda de mejora. Su vínculo con la panadería no solo fue laboral, sino también vocacional, entendiendo este oficio como parte esencial de la identidad cultural.

Quienes compartieron con él en el gremio resaltan su generosidad para enseñar y su interés por formar a nuevas generaciones de panaderos, transmitiendo no solo conocimientos técnicos, sino también valores como la responsabilidad, la constancia y el orgullo por el

trabajo bien hecho.

Asimismo, su participación en instancias gremiales y encuentros del sector lo posicionó como una voz activa en la promoción y fortalecimiento de la panadería, contribuyendo al reconocimiento de este oficio como un pilar fundamental de la vida cotidiana.

En el ámbito personal, será recordado como un hombre cercano, de trato afable y profundamente comprometido con su familia y su comunidad, valores que se reflejaron en cada espacio en el que participó.

Sus restos fueron despedidos en una ceremonia íntima, donde familiares, amigos y representantes del mundo panadero rendirán homenaje a quien deja una huella imborrable en el oficio.

La partida de José Yáñez Diéguez enluta al rubro panadero, pero su legado permanecerá vivo en cada horno, en cada masa trabajada y en cada aprendiz que recibió de él una enseñanza que trascenderá en el tiempo.



Mes de la cocina chilena: el pan, los sabores y la identidad que nos une

En el marco del Mes de la Cocina Chilena, chefs, gremios y actores del rubro relevaron el valor del pan y la sandwichería como pilares de la identidad gastronómica nacional, destacando su rol cultural, social y su proyección hacia el mundo.

Abril no es solo una fecha en el calendario gastronómico. Es, cada vez con más fuerza, una invitación a mirar hacia adentro, a reconocer en la cocina chilena un patrimonio vivo que se expresa en lo cotidiano: en la mesa, en los barrios y, especialmente, en el pan.

En el marco del Mes de la Cocina Chilena, que tiene su hito principal cada 15 de abril, diversas iniciativas buscan relevar el valor cultural,

social y económico de la gastronomía nacional. Una de ellas es "Chile Te Quiero Comer", encuentro que reúne a actores clave del rubro con un objetivo común: proyectar a Chile como un destino gastronómico de nivel mundial, sin perder de vista sus raíces.

Para **Máximo Picallo**, presidente de la Asociación Chilena de Gastronomía, hay un elemento que resulta imposible de separar de esta identidad: el pan. "No se puede entender nuestra



gastronomía sin el pan. Somos de los mayores consumidores del mundo, y eso tiene que ver con una panadería maravillosa, con productos propios como la marraqueta, que están presentes en la mesa de todos los chilenos”, afirma.

La reflexión no es casual. En Chile, el pan no solo acompaña, sino que estructura la alimentación diaria. Está en el desayuno, en el almuerzo, a las once y, muchas veces, también en la cena. Es soporte, pero también protagonista. Es tradición, pero también innovación.

“Somos un país muy sanguchero”, agrega Piccallo. Y en esa frase se sintetiza una cultura completa. Desde las fuentes de soda hasta la cocina de autor, el sándwich chileno ha logrado consolidarse como una expresión gastronómica con identidad propia, donde el pan — crujiente, fresco, bien hecho— es clave.

Esa mirada es compartida por el chef Mikel Zulueta, quien destaca el lugar central que

ocupa el pan en la vida cotidiana. “El pan nos acompaña en todas las comidas del día. Es parte fundamental de nuestra identidad gastronómica”, señala.

Pero no se trata solo de presencia, sino también de evolución. Según Zulueta, el consumidor chileno ha desarrollado un criterio más exigente: “Hoy el chileno sabe comer un buen pan. Busca calidad, crocancia, buen sabor. Hay una valoración mucho mayor”.

En ese contexto, la marraqueta aparece como símbolo transversal. Su textura, su corteza y su versatilidad la han convertido en un emblema que atraviesa generaciones. Y, como base de la sandwichería chilena, se proyecta también como un producto con potencial internacional.

“El sándwich chileno tiene una identidad muy potente y distinta a la de otros países. Cuando vienen extranjeros, llevarlos a una fuente de soda es mostrarles parte de nuestra cultura”,



explica Zulueta. Preparaciones como el charcarero, el lomito o el sándwich de pernil no solo representan sabores, sino también memorias compartidas.

Desde otra vereda, la chef Carolina Bazán, reconocida por su trabajo en Ambrosía y Ambrosía Bistró, pone el acento en la dimensión emocional de la gastronomía.

“El sándwich es cariño, es confort. No hay nada más reconfortante que un buen sándwich que reúne todo entre dos panes”, comenta.

Para Bazán, el vínculo con la industria panadera es evidente y esencial. “Como buenos chilenos, nos gusta el pan. No puede faltar en la mesa. Tenemos panes exquisitos, y la marraqueta, con su crocancia, incluso desde el soni-

do, ya genera felicidad”.

En este escenario, la relación entre panadería y gastronomía aparece como una alianza natural. Gremios, productores, molinos, proveedores y restaurantes forman parte de una misma cadena de valor que no solo sostiene la industria, sino que también proyecta su desarrollo.

“Iniciativas como estas buscan justamente fortalecer esos vínculos”, apunta Picallo, quien también enfatiza la importancia de integrar a todos los actores del sector en estas instancias, incluyendo al mundo panadero organizado.

Así, el Mes de la Cocina Chilena no solo celebra recetas o preparaciones, sino que pone en valor a quienes las hacen posibles. Panade-





ros, chefs, emprendedores y productores que, desde distintos espacios, construyen día a día una identidad gastronómica sólida, diversa y en constante evolución.

Porque en Chile, la cocina no es solo alimento. Es memoria, territorio y encuentro. Y en cada marraqueta compartida, en cada sándwich que reúne a la familia o a los amigos, se reafirma una certeza: que la gastronomía chilena, con toda su tradición y carácter, sigue más vigente que nunca.

Hablando con un experto

En esa misma línea, desde la experiencia de la cocina tradicional y el oficio cotidiano, Zacarías Alarcón, dueño de la emblemática Donde Zacarías, pone el acento en el sándwich como

una de las expresiones más auténticas de la gastronomía chilena.

“En Chile tenemos que demostrar nuestra esencia y nuestra cultura, y eso se ve en algo tan nuestro como el sándwich”, comenta, destacando que la diversidad de preparaciones es reflejo de una cocina viva, cercana y profundamente arraigada en la identidad nacional. Para Alarcón, la base de todo está en el pan, y especialmente en la marraqueta, a la que considera insustituible. Crujiente, versátil y cotidiana, se transforma en el soporte perfecto para una infinidad de combinaciones. “Todo lo que uno quiera preparar en una marraqueta va a quedar bien, porque es un pan delicioso, crujiente, que todos disfrutamos”, afirma. Desde su experiencia, la riqueza del sándwich



chileno está precisamente en su variedad. Preparaciones contundentes, pensadas incluso para largas jornadas laborales —como su clásico “camionero”, con carne, huevo, cebolla y papas fritas— conviven con otras combinaciones igualmente sabrosas, dónde ingredientes como el queso, los champiñones o el pimiento encuentran en la marraqueta el equilibrio perfecto.

Más allá de las recetas, hay un elemento transversal: la experiencia. “¿Quién no ha comido una marraqueta calentita, recién salida, crujiente?”, dice. En esa imagen simple se condensa buena parte del valor cultural del pan en Chile: un alimento que no solo nutre, sino que también convoca, reconforta y forma parte de la vida diaria.

Así, el sándwich —lejos de ser una preparación menor— se posiciona como un verdadero símbolo gastronómico, donde tradición, sabor y oficio se encuentran entre dos mitades de pan.



El horno es importante

Pero entender el oficio lo es más

**Maquipan conoce el proceso productivo del panadero
y acompaña su crecimiento.**



*El equipo es clave.
Pero sin conocimiento
del oficio, no alcanza.*



*Más que vender
equipos, ayudamos a
producir mejor.*

***Conocemos el oficio panadero porque hemos
trabajado junto a quienes lo ejercen todos los días.***

Entendemos tus variables, tus desafíos y tus oportunidades de mejora.
Confía en Maquipan, el crecimiento de tu negocio.



Agenda una asesoría con expertos en WWW.MAQUIPAN.CL o escríbenos a nuestro WhatsApp +569 3564 9215

AV. DON LUIS 644, LAMPA, REGIÓN METROPOLITANA

+56 2 2747 1452

@MAQUIPANCHILE



A la memoria de Ruperto Pérez Peña: una historia de pan, trabajo y familia

Sus orígenes parten del sueño de su padre. Carlos Pérez creció entre hornos a leña, sacos de harina y madrugadas de trabajo. Hoy, junto a sus hermanos, mantiene vivo el legado de don Ruperto Pérez: un proyecto familiar construido con esfuerzo, memoria y la convicción de que el pan también se hace con historia.





Entrar a la oficina de Carlos Pérez es acceder a la historia de una familia que ha vivido siempre entre harina, hornos, madrugadas y motores. Un espacio de trabajo, donde las decisiones del día conviven con décadas de memoria panadera, resumiendo una trayectoria marcada por el esfuerzo, la herencia familiar y la convicción de que el trabajo es la base de todo.

Carlos Pérez Aliste es uno de los socios de Pan 6 y, como él señala, "hace de todo". En la empresa trabajan casi todos los hermanos: cinco en total, aunque uno de ellos siguió su propio camino en otra marca. Aun así, el proyecto familiar continúa un mismo origen y una misma inspiración, ligada al sueño que alguna vez imaginó su padre, don Ruperto Pérez Peña.

Para Carlos, hablar de su padre no es solo recordar una figura de su historia, con los bemoles propios de los padres del pasado, sino que implica reconocer una presencia permanente en

su vida, en sus recuerdos y en aquellas preguntas que pueden existir. "Las personas mueren cuando uno las deja de recordar", dice. Y en su caso, ese recuerdo sigue vivo en cada jornada de trabajo.

Es acá donde en este relato aparece el origen de un sueño, uno que tenía entre ceja y ceja don Ruperto Pérez, quien fue administrador durante años en la panadería Romagno Campeny, una experiencia que marcaría profundamente su vida. Según recuerda Pérez, el dueño del negocio lo trataba como si fuera parte de la familia, con una confianza que terminó despertando una idea mayor; la de levantar su propio camino en el rubro.

Ese sueño comenzó primero con la participación en otra empresa del sector. Pero con cinco hijos creciendo en un entorno marcado por la panadería, el proyecto familiar tomó un nuevo rumbo. "Él decía: '¿Qué hacemos con los otros tres que quedan?'" , recuerda Carlos. De esa in-



quietud nació la idea de levantar un negocio propio, una iniciativa que con los años se transformaría en Pan 6.

La relación de los hermanos con el rubro no fue casual. Crecieron literalmente dentro de una panadería, viendo el trabajo diario de los maestros panaderos, el movimiento del reparto y las largas jornadas que exigía el oficio. “Nosotros nacimos en la panadería”, cuenta Carlos. “Crecimos viendo la masa, viendo a los panaderos trabajar, viendo el sacrificio que implicaba hacer pan en esos años”.

En los días de lluvia, por ejemplo, el trabajo se volvía particularmente duro. Los panaderos debían alimentar el fuego bajo el agua, muchas veces cubriéndose apenas con un saco para resistir el clima mientras mantenían el horno en funcionamiento.

“Era sacrificada la panadería en ese tiempo”, recuerda. Pero también era un espacio lleno de vida, donde los niños encontraban momentos de juego entre las tareas del día. “A veces quedaba masa y hacíamos guerras de masa entre

nosotros”, dice sonriendo.

Esos recuerdos, aparentemente simples, terminaron construyendo un vínculo profundo con el oficio. “Uno creció en la panadería y por eso ama tanto este rubro”, afirma.

El legado del trabajo

Si hay una enseñanza que Carlos identifica con claridad en la figura de su padre, es la cultura del trabajo. Don Ruperto no sólo administraba la panadería durante el día, sino que muchas veces continuaba trabajando después. “Mi papá siempre decía que había que trabajar, trabajar y actuar bien, porque todo vuelve”, recuerda. Ese principio marcó la vida familiar. Incluso, como anécdota nos cuenta que su padre, en más de una ocasión, después de terminar su jornada en la panadería, salía a conducir taxi por la ciudad. No lo hacía por obligación, sino porque sentía una profunda afinidad con el trabajo constante. Al regresar a casa, muchas veces llegaba con pasteles o algún regalo para la familia.



Ese ejemplo quedó grabado en sus hijos. “Era un hombre de trabajo, de trabajo y más trabajo”, dice Carlos. Y ese espíritu sigue presente hoy en la forma en que la familia dirige el negocio. Y como toda historia viene de la mano con cambios, en este sentido, la transformación del oficio lo es también. Con el paso de los años, la panadería ha cambiado profundamente. Carlos ha sido testigo directo de esa transformación.

En el pasado, prácticamente todo el proceso se realizaba a mano. Hoy, en cambio, gran parte del trabajo está mecanizado. Las máquinas han reemplazado muchas de las labores físicas que antes requerían varias personas.

El propio Carlos recuerda una anécdota que ilustra bien ese cambio. Hace unos quince años llegó a trabajar a la panadería un maestro panadero peruano. En su país estaba acostumbrado a producir cantidades mucho menores de masa al día.

Cuando le explicaron el volumen de producción que debía realizar en Chile, pensó que la jornada sería interminable. Sin embargo, gra-

cias a la maquinaria disponible, el trabajo se completó mucho más rápido de lo que imaginaba. “La panadería hoy está mucho más industrializada”, explica Carlos. “Antes necesitábamos cuatro personas para cocer el pan. Hoy basta una”.

Un modelo de negocio distinto

A diferencia de muchas panaderías tradicionales, Pan 6 no funciona con un salón de venta abierto al público. Su modelo se basa principalmente en la producción y distribución de pan para otros negocios.

Gran parte del trabajo consiste en abastecer almacenes de barrio, un mercado que, según Carlos, sigue siendo el corazón del negocio. “Los negocios de barrio son nuestra base”, explica. “A ellos les debemos mucho y tratamos de entregarles siempre el mejor pan posible”.

La empresa también ha trabajado con programas asociados a la alimentación escolar, lo que implicó un proceso de modernización y adaptación a nuevas normas sanitarias. Las fis-



calizaciones, auditorías y exigencias de higiene han elevado los estándares del sector. Elementos que antes no existían, como el uso obligatorio de cofia o uniformes completos, hoy forman parte de la rutina diaria. “Esos cambios nos han ayudado a ser mejores”, reconoce.

Familia, legado y nuevas competencias

El mundo del pan en la familia Pérez no se limita a una sola empresa. Algunos de los hermanos participan también en otras marcas del rubro, lo que ha generado una dinámica particular: competencia dentro de la propia familia.

Carlos lo explica con franqueza. Aunque existen rivalidades comerciales, el vínculo familiar sigue siendo fuerte. “Somos competencia, pero también somos familia”. “A veces se nos olvida eso, pero siempre tratamos de mantener la armonía”.

Para él, el mercado es lo suficientemente amplio para todos. Lo importante, asegura, es trabajar bien y salir a buscar oportunidades.

La historia personal de Carlos dentro de la panadería comenzó desde abajo. Literalmente.

Cuando era niño, una de sus primeras tareas fue barrer el local. Lo hacía más por iniciativa propia que por obligación: quería ganar su propio dinero. Más adelante trabajó en el despacho, luego en el reparto y con el tiempo asumió mayores responsabilidades dentro del negocio. Su vida cambió temprano. A los 18 años fue padre, lo que lo obligó a asumir responsabilidades rápidamente. “Ahí tuve que salir a la calle a ganarme el sustento”, recuerda. Esa experiencia terminó consolidando su vínculo definitivo con el rubro.



Crecimiento y nuevos proyectos

El crecimiento del negocio ha llevado a la familia a proyectar una tercera planta de producción. La idea no es solo expandirse, sino también aliviar la carga de trabajo de las instalaciones actuales.

Hoy la empresa cuenta con panaderías en San Bernardo y El Bosque, zonas que no fueron elegidas al azar. Allí crecieron los hermanos Pérez y allí también conocen el mercado. “Nacimos y crecimos en San Bernardo”. “Nos sentimos cómodos trabajando en este sector”.

Cuando se le pregunta por su preparación favorita en marraqueta, Carlos no duda demasiado. Prefiere algo simple: pan tostado, mantequilla y mermelada. Una combinación clásica que, según él, sigue siendo insuperable.

Al final de la conversación, el recuerdo vuelve inevitablemente a la figura de su padre.

Don Ruperto llegó a Santiago siendo apenas un adolescente, con solo 13 años. Desde entonces comenzó a construir una vida marcada por el esfuerzo y el trabajo constante.

Hoy, décadas después, sus hijos continúan desarrollando ese sueño.

Para Carlos, el mayor valor de ese camino no es económico. Es emocional. Siente que, de alguna manera, su padre sigue observando lo que ocurre en la panadería. Y esa idea lo acompaña todos los días. “Hacerlo sentir orgulloso es lo que me levanta cada mañana”, dice.

Porque más allá del crecimiento del negocio o de los nuevos proyectos, lo esencial sigue siendo lo mismo: honrar el sueño que comenzó hace más de 15 años entre hornos, harina y madrugadas. Tuercas y el amor a su manera, de don Ruperto Pérez.





Al Grano Pan Centeno:

A fuego lento en el corazón de Independencia

Especializada en panes de masa madre sin levadura industrial, la micropanadería AlGrano Pancenteno apuesta por procesos de fermentación natural, respeto por la materia prima y un crecimiento orgánico que mantiene el oficio panadero en una escala cercana y sustentable.



En un barrio donde la historia del pan forma parte del paisaje cotidiano, el sociólogo y panadero artesanal Eduardo Partarrieu Bravo (43), decidió transformar una inquietud personal en un oficio. Así nació AlGrano, una micropanadería que trabaja exclusivamente con masa madre, donde cada hogaza se concibe como un proceso paciente, casi filosófico, que une historia, comunidad y sabor.

La historia comenzó mucho antes de que el proyecto tuviera nombre. Partarrieu empezó a hacer pan alrededor de 2013, en un formato bastante distinto al actual. “Era el pan con el que muchos partimos: levadura industrial y tiempos de fermentación más apurados. Si bien era bueno, porque era integral, hoy no es lo que me identifica”, recuerda dando el pie para el giro que proyecta su negocio.

El punto de inflexión llegó durante la pandemia al igual que para muchos, pues en ese período decidió profundizar en el oficio, estudiar más sobre panadería y formarse con distintos maestros especializados en masa madre. Fue ahí cuando descubrió una forma de hacer pan que conec-

taba no solo con una técnica, sino con una historia milenaria.

“Me pareció fascinante poder hacer pan en un formato antiguo, como se hacía antes, sin apurar procesos ni añadir levadura industrial, sino trabajando con los fermentos naturales que entrega la propia harina y sus granos”, explica.

Para un sociólogo interesado en los procesos sociales y culturales, el pan también era una puerta hacia algo mayor, ligada en comprender cómo un alimento básico ha acompañado el desarrollo de las civilizaciones. “Con los campos de trigo nacen los pueblos y las ciudades. Incluso se han encontrado granos molidos en cavernas donde se inicia la historia de la humanidad”, comenta.

Un taller que creció como crece el pan

El proyecto comenzó en su propia casa en la comuna de Independencia, un sector con profunda tradición panadera en Santiago. Allí fue armando poco a poco su taller, adquiriendo herramientas a medida que el emprendimiento crecía: un horno de piso, una amasadora, mesones de trabajo.



El crecimiento fue, como él mismo dice, “orgánico, igual que los panes”. Al inicio, las ventas eran pequeñas y el reparto lo hacía él mismo, llevando las hogazas a casas de amigos, oficinas o universidades. Incluso recuerda haber terminado vendiendo afuera de estaciones de metro.

Con el tiempo, la calidad del producto y el boca a boca hicieron lo suyo. Hoy AlGrano cuenta con un taller consolidado, un ayudante en producción y una cooperativa de bicimensajería que se encarga de los despachos.

“Me gusta pensar esto como una panadería de pueblo en la ciudad”, dice. “Mis clientes llevan años comprando pan y con muchos de ellos ya tenemos una relación de amistad”.

Actualmente vive del oficio panadero, algo que considera un logro profundamente personal. “Me independicé completamente y vivo de trabajar con mis manos y convertir harina en pan”.

Pan con historia y respeto por el grano

En AlGrano todo gira en torno a la masa madre. No hay levadura industrial ni aditivos. Los panes se elaboran únicamente con harina, agua, sal y masa madre, respetando tiempos largos de fermentación.

La masa madre que utiliza Partarrieu tiene ya siete años de vida y está elaborada con centeno. Esa identidad se refleja en toda su producción: todos sus panes contienen algún porcentaje de esta harina.

Entre los productos más solicitados destacan el pan 100% centeno, el centeno integral multigrano y distintas variantes de trigo-centeno con sabores como aceituna o nuez. También produce ciabattas y baguettes bajo el mismo principio





de fermentación natural.

“Me gusta trabajar a fuego lento, extraer los sabores de cada grano mediante fermentaciones largas y bien cuidadas, donde los ácidos lácticos y las levaduras naturales se articulan de manera única”, explica.

Para él, la panadería es un ejercicio de respeto por la materia prima y su historia. “La harina son granos molidos que alguien sembró y que pasaron mucho tiempo en la tierra antes de llegar al molino. Me gusta pensar en toda esa cadena: del campesino al molino y del panadero a la mesa”.

Una comunidad en torno al pan

Uno de los rasgos distintivos de AlGrano es su escala humana. La panadería no funciona como un local abierto al público; opera desde un taller que despacha directamente a los clientes mediante bicicletas.

Este formato permite un contacto directo con quienes compran el producto. “Me gusta que la comunidad tenga relación con su panadero. Que puedan escribir y decirme: ‘agregale esto’ o ‘quítale tal semilla’”, cuenta.

Los clientes se dividen en dos grandes grupos. Por un lado, familias y consumidores particulares que reciben pan semanalmente en sus hogares. Por otro lado, clientes mayoristas como emporios, queserías, bares y cafés que utilizan estos panes en sus cartas.

Además, el proyecto ha comenzado a expandirse hacia el ámbito gastronómico mediante servicios de banquetería para eventos culturales, como lanzamientos de libros, exposiciones o encuentros artísticos.

También participa regularmente en ferias de oficios y artes del barrio Yungay, espacios que,



según comenta, conectan muy bien con el espíritu del proyecto.

Un nombre con doble significado

El nombre AlGrano sintetiza la filosofía del emprendimiento. Por un lado, alude literalmente al grano de trigo y a la búsqueda por extraer lo mejor de cada variedad de harina. Pero también remite a una expresión muy chilena: “ir al grano”, es decir, ir directo a lo esencial.

“Me gusta esa idea de algo verdadero, sin rodeos. Un pan que va directo al grano, que llega directo a tu casa o a tu local comercial, en este caso en bicicleta”, explica.

Crecer, pero sin perder el oficio

De cara al futuro, Partarrieu no sueña con convertir su proyecto en una gran fábrica. Su visión de crecimiento es deliberadamente gradual. “Quiero mantener algo que sea disfrutable, humano y que no me haga perder el contacto con la masa”, afirma.

Entre sus planes está sumar más ayudantes, am-

pliar la red de despachos y continuar desarrollando el área de eventos gastronómicos. También valora mucho el proceso de transmisión de conocimientos: actualmente trabaja junto a un pasante a quien está enseñando el oficio.

A más largo plazo, no descarta abrir un café o un espacio de venta directa, pero sin abandonar el ritmo que ha marcado la evolución del proyecto.

“El pan es un trabajo duro, a veces agotador, pero una de las mejores cosas que te pueden pasar es ver salir tus panes del horno tal como los imaginaste, mientras tomas un café y amanece”, dice y en esa escena —simple y cotidiana— parece resumirse la esencia de AlGrano. Pan hecho con paciencia, memoria y respeto por el tiempo.



@algrano.pacenteno



Independencia, Santiago

La Triguena

Feliz Pascua



INSUMOS PANADEROS

GRASAS • MANTECAS • MANTECA VEGETAL
MARGARINAS • LEVADURAS • DULCES DE LECHE

WWW.LATRIGUENA.CL



PAN 360°



El Mobil Gourmet

Panadería artesanal europea y energía solar que marca un hito en sustentabilidad

Desde Talagante, esta panadería fundada por Michelle y Cristian Gómez combina tradición europea, producción artesanal y una planta fotovoltaica propia, convirtiéndose en un referente de innovación sustentable en la Región Metropolitana.



En un sector donde la tradición suele imponerse sobre la innovación tecnológica, El Mobil Gourmet decidió integrar ambos mundos. La panadería artesanal, ubicada en Talagante, dio en 2025 un paso inédito en la industria; operando con una mini planta fotovoltaica propia, convirtiéndose en pionera en incorporar energía solar a un proceso productivo panadero de escala artesanal en Chile.

El proyecto no nació desde la eficiencia energética, sino desde la cultura del oficio. Michelle vivió más de 27 años en Bergen, Noruega, donde estudió Administración de Empresas y se vinculó estrechamente con la tradición gastronómica escandinava.

En 2003, durante una visita a Chile, conoció a Cristian Gómez, chef ejecutivo y maestro panadero artesanal, quien decidió radicarse en Noruega. Durante cinco años trabajaron en cocina, perfeccionando técnicas y absorbiendo la cultura panadera europea que más tarde trasladaron a Chile.

En 2011 regresaron con una convicción clara: introducir en el mercado local una propuesta basada en recetas tradicionales del viejo con-

tinente, respeto por la materia prima y procesos artesanales reales. Así nació El Mobil Gourmet, inicialmente con un formato ambulante, un canasto en la calle y luego un carrito impulsado por una moto eléctrica, hasta consolidar una red que llegó a abastecer más de 15 locales en la Región Metropolitana.

Tradición europea con identidad local

La propuesta productiva integra variedades como ciabatta italiana, pan pita, panes españoles, alemanes y franceses, elaborados bajo técnicas aprendidas en Europa. Mientras Cristian lideró la ejecución técnica y estandarización de recetas, Michelle estructuró el modelo de negocio, desarrolló la presencia digital y articuló la estrategia comercial que permitió expandir la marca hacia Santiago.

El modelo combinó diferenciación por calidad, relato cultural y cercanía territorial. Sin embargo, el punto de inflexión llegó durante la pandemia, cuando el cierre masivo de locales obligó a reconfigurar el negocio. La empresa trasladó su taller, abrió sala de ventas en Talagante y fortaleció el canal de delivery, reduciendo dependencia del canal horeca y acer-



*El Mobil Gourmet instala una señal relevante: **la tradición no es incompatible con la innovación tecnológica.***

cándose directamente al consumidor final.

El salto estratégico: energía solar y reducción de CO2

En 2025, El Mobil Gourmet se adjudicó el programa Proyecto Crece Rural de Sercotec, lo que permitió financiar la instalación de una planta fotovoltaica compuesta por nueve paneles solares de última generación, con una potencia instalada de 5,4 kW.

El sistema abastece hornos, iluminación y refrigeración, evitando aproximadamente 3,1 toneladas de CO2 al año, equivalente a la plantación de cerca de 140 árboles, según estimaciones técnicas del proyecto.

Para una industria intensiva en consumo energético como la panadería, donde los hornos representan uno de los principales costos operativos, la incorporación de energía solar

no solo responde a criterios ambientales, sino también estratégicos: reducción de costos a mediano plazo, estabilidad frente a alzas tarifarias y diferenciación competitiva en un mercado cada vez más consciente.

Economía circular aplicada al oficio

La sustentabilidad del proyecto no se limita a la matriz energética. El modelo productivo incorpora prácticas de economía circular ligadas a residuos orgánicos convertidos en compost, borra de café y cáscaras reutilizadas como abono, cuescos de palta transformados en infusiones y pan no comercializado destinado a familias vulnerables de la comuna.

Esta lógica reduce mermas, optimiza recursos y fortalece el vínculo comunitario, elemento clave en una operación ubicada fuera del radio central metropolitano.



En un contexto donde la industria panadera enfrenta presión por modernización, eficiencia energética y sostenibilidad, El Mobil Gourmet instala una señal relevante: la tradición no es incompatible con la innovación tecnológica.

Desde Talagante, el emprendimiento demuestra que es posible integrar recetas europeas, producción artesanal y energía solar en un mismo modelo de negocio, manteniendo escala controlada pero impacto estratégico.

Más que posicionarse únicamente como panadería artesanal, el proyecto se presenta como un caso de transformación productiva en el rubro, donde trabajo, gestión empresarial y sustentabilidad convergen en una propuesta coherente y replicable.

En una industria históricamente intensiva en energía y de márgenes ajustados, experiencias como esta abren una discusión más amplia: cómo evolucionar sin perder identidad.



TU MARCA TAMBIÉN PUEDE SER PARTE DE LAS GRANDES HISTORIAS DEL PAN.

Llega directamente a los principales actores de la **industria panadera y pastelera de Chile.**

Publicita tus productos o servicios en la revista digital PanArte y conecta con **panaderías, proveedores, emprendedores y líderes del rubro.**



CONVERSEMOS

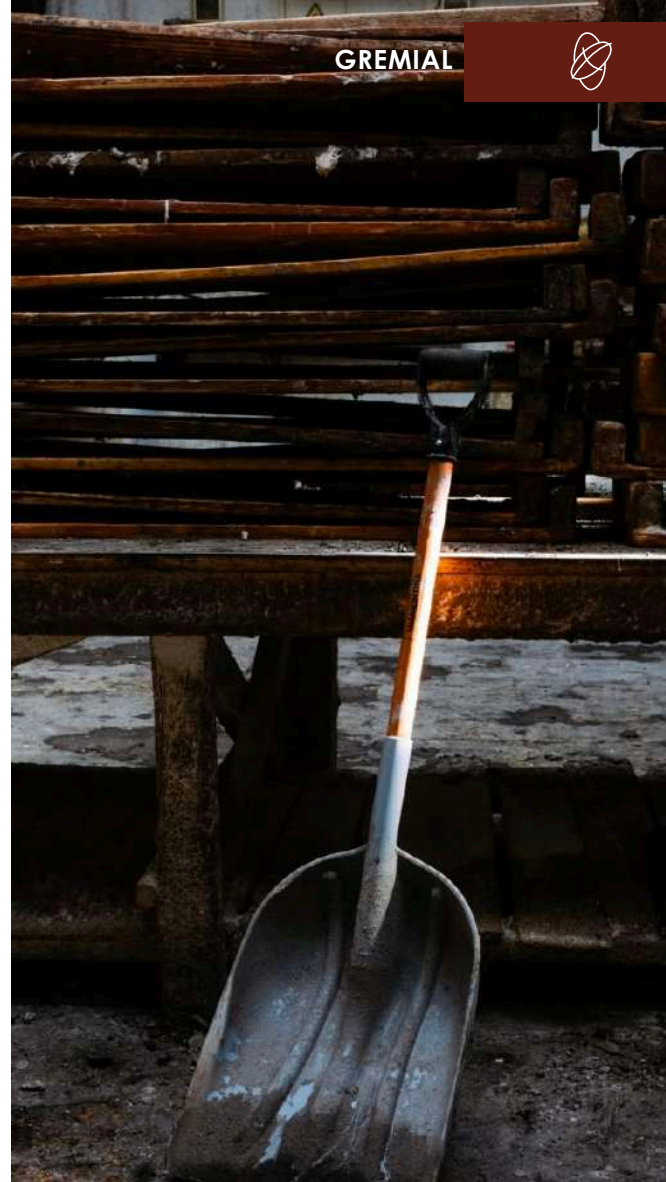
indupan@indupan.cl
+569 7125 1931

PanArte



PREVENCIÓN DE INCENDIOS EN PANADERÍAS: riesgos que no se pueden ignorar

El reciente incendio que afectó a la tradicional panadería La Superior volvió a poner en el centro del debate la importancia de la seguridad en panaderías y amasanderías, espacios donde conviven altas temperaturas, gas, electricidad y materiales altamente combustibles.



El incendio que afectó recientemente a la histórica Panadería La Superior no solo impactó a los vecinos del sector y al rubro panificador. El siniestro también reabrió una conversación clave dentro de la industria: la necesidad de reforzar las medidas de prevención y seguridad en panaderías y amasanderías.

Este tipo de establecimientos reúne una combinación de factores que pueden elevar el riesgo de incendios si no se gestionan adecuadamente: hornos que funcionan durante largas jornadas, instalaciones de gas, equipos eléctricos de alto consumo y la presencia permanente de harina y residuos combustibles.

Para Oscar Arredondo, entender estos riesgos es fundamental para prevenir incidentes que pueden tener consecuencias graves tanto para

los trabajadores como para la continuidad del negocio.

Las causas más frecuentes de incendios

Según explica el especialista, los incendios en panaderías suelen originarse por una combinación de factores técnicos y operacionales.

“Las causas más comunes se relacionan con fallas eléctricas, fugas o manipulación incorrecta de gas y sobrecalentamiento de hornos. También influye la acumulación de residuos combustibles como harina o grasa en filtros, ductos y campanas”, señala.

A esto se suma un elemento propio del rubro: la operación continua de equipos durante muchas horas al día. Cuando esta exigencia no va acompañada de mantenimiento preventiva, las probabilidades de un



incidente aumentan significativamente.

Un rubro con riesgos específicos

El funcionamiento cotidiano de una panadería combina condiciones que, en caso de fallas o descuidos, pueden facilitar la propagación del fuego.

“El rubro panificador mezcla altas temperaturas, combustibles y equipos eléctricos de alto consumo. Los hornos industriales trabajan muchas horas seguidas, los sistemas de gas requieren control permanente y el polvo de harina puede ser inflamable cuando está en suspensión”, explica Arredondo.

Si a este escenario se agregan instalaciones eléctricas sometidas a alta carga o sistemas de ventilación que no reciben limpieza periódica, el riesgo se incrementa.

Respecto a las medidas básicas de prevención, es importante considerar que frente a este panorama, los especialistas coinciden en que la prevención es la herramienta más eficaz para reducir riesgos.

Entre las medidas básicas que toda panadería debería implementar se encuentran, contar con extintores operativos y correctamente señalizados, mantener instalaciones eléctricas certificadas y revisadas periódicamente.

Asimismo, implementar sistemas de gas seguros y con controles regulares, realizar limpieza frecuente de campanas, filtros y ductos de extracción, aplicar protocolos de orden y limpieza para evitar acumulación de harina o grasa y capacitar al personal en uso de extintores y procedimientos de emergencia.

Estas acciones, aunque básicas, pueden mar-



car la diferencia entre controlar un principio de incendio o enfrentar una emergencia mayor.

La importancia del mantenimiento preventivo

Uno de los aspectos más críticos en la prevención de incendios es la mantención periódica de equipos e instalaciones.

“La mantención permite detectar fugas de gas, conexiones eléctricas defectuosas o fallas en hornos antes de que generen un accidente. Muchos siniestros en locales comerciales se originan por equipos que no han tenido revisión técnica”, advierte el especialista.

Por esta razón, incorporar programas de mantenimiento planificado no solo mejora la seguridad, sino que también protege la continuidad operativa del negocio.

Una lección para el rubro

Casos como el incendio de La Superior funcionan como una señal de alerta para toda la industria panificadora. Más allá del impacto material, estos episodios evidencian la importancia de integrar la seguridad como parte central de la gestión del negocio.

Para Arredondo, el mensaje es claro: “La principal recomendación es incorporar la mantención preventiva como parte de la gestión diaria. Mantener instalaciones certificadas, evitar acumulación de harina y capacitar al personal en seguridad son medidas clave”.

Y concluye con una reflexión que resume el desafío del sector. “En seguridad, prevenir siempre será más seguro y menos costoso que enfrentar las consecuencias de un incendio.”

LISTO!

para calentar
y disfrutar

Rápido, fácil y a todos les encanta



PÍDELO YA!

- 100% asado
- Entero
- Envasado al vacío
- Caliente y sirve

**FRÍO
FOOD**



+56 9 6536 5357

friofood.cl

+56 2 2879 6521

ventas@friofood.cl



“Nuestro propósito es potenciar
el espíritu emprendedor”

Borja Besa, Líder de Sostenibilidad en
Abastible

*Desde la transición energética hasta el apoyo directo a las Pymes, **Abastible proyecta una hoja de ruta donde la sostenibilidad** deja de ser un concepto aspiracional para transformarse en una herramienta concreta de desarrollo.*

En un escenario donde la sostenibilidad dejó de ser una tendencia para convertirse en una exigencia transversal, las empresas del sector energético enfrentan el desafío de equilibrar crecimiento, eficiencia y responsabilidad ambiental. En ese contexto, Borja Besa, explica cómo la compañía está abordando este proceso con una mirada estratégica de largo plazo.

Sobre la denominada hoja de ruta en sostenibilidad que Abastible se ha propuesto de cara a

2026, señala que “La hoja de ruta de Abastible hacia 2026 se apoya en una visión integral de sostenibilidad que articula crecimiento económico, cuidado del medio ambiente y bienestar social de manera equilibrada, con una implacable gobernanza corporativa.

Junto a eso, el ejecutivo plantea que cuentan con una estrategia de sostenibilidad que está completamente integrada con la estrategia de negocio y con nuestro propósito empresarial, lo cual nos entrega un plus muy importan-



te como compañía. “Para nosotros no se trata solo de suministrar energía, sino de tener una visión más integral sobre cómo generar un impacto positivo en las personas y en el desarrollo del país”, dice.

¿Cuáles son los principales compromisos ambientales que la compañía ha definido para los próximos años?

Uno de los principales compromisos ambientales para los próximos años es ser un actor relevante en el proceso de transición energética. Abastible comprende la transición energética como una evolución gradual y progresiva y no sólo como meta única. Las energías renovables tienen un rol creciente, pero su disponibilidad, los costos asociados a su despliegue y las limitaciones tecnológicas actuales hacen necesario contar con fuentes complementarias que aseguren accesibilidad, continuidad y confiabilidad del suministro.

Es por eso que tenemos el desafío de aportar en este proceso tanto a través del gas licuado, como también mediante las nuevas soluciones que está impulsado nuestra filial AbastibleTec. Aquí se busca incorporar herramientas de mo-

nitoreo e inteligencia de datos para ayudar a industrias y Pymes a tomar mejores decisiones para un uso eficiente de la energía que utilizan, por ejemplo, a través de sistemas de automatización.

¿Qué metas concretas —en reducción de emisiones, eficiencia energética o innovación— se están implementando en nuestro rubro?

En el rubro energético hoy se están impulsando metas concretas que apuntan principalmente a tres frentes: reducción de emisiones, mayor eficiencia en el uso de la energía e incorporación de innovación tecnológica en los procesos. Por ejemplo, estamos avanzando en el uso de energías renovables y soluciones híbridas que diversifican nuestra matriz energética y potencian soluciones con menor impacto ambiental.

En estas acciones estamos avanzando con metas concretas de impacto medible, alineadas a las expectativas del mercado, con un enfoque transversal en la mejora continua y en el cumplimiento de estándares internacionales. Adicionalmente, hemos desarrollado una herramienta corporativa de medición de huella



de carbono, implementada por AbastibleTec, con el objetivo de estandarizar la recopilación y consolidación de información en todos los países donde operamos. Esta plataforma fortalece la trazabilidad, comparabilidad y calidad de los datos, y permite avanzar hacia una huella corporativa única y consolidada.

¿Qué soluciones específicas están desarrollando para que pequeñas y medianas empresas puedan avanzar hacia una operación más eficiente y sustentable?

Nuestro propósito es potenciar el espíritu emprendedor, donde una de las iniciativas más destacadas, que ayuda a la sostenibilidad financiera de las Pymes, es el Pago a 7 Días.

Este programa permite que puedan recibir los dineros por los servicios que nos prestan en máximo una semana, con el objetivo de mejorar su flujo de caja y capacidad de crecimiento. En tres años esta medida ha beneficiado a más de 3.000 pymes, ayudándolas a mantener sus finanzas sanas y cumplir con sus obligacio-

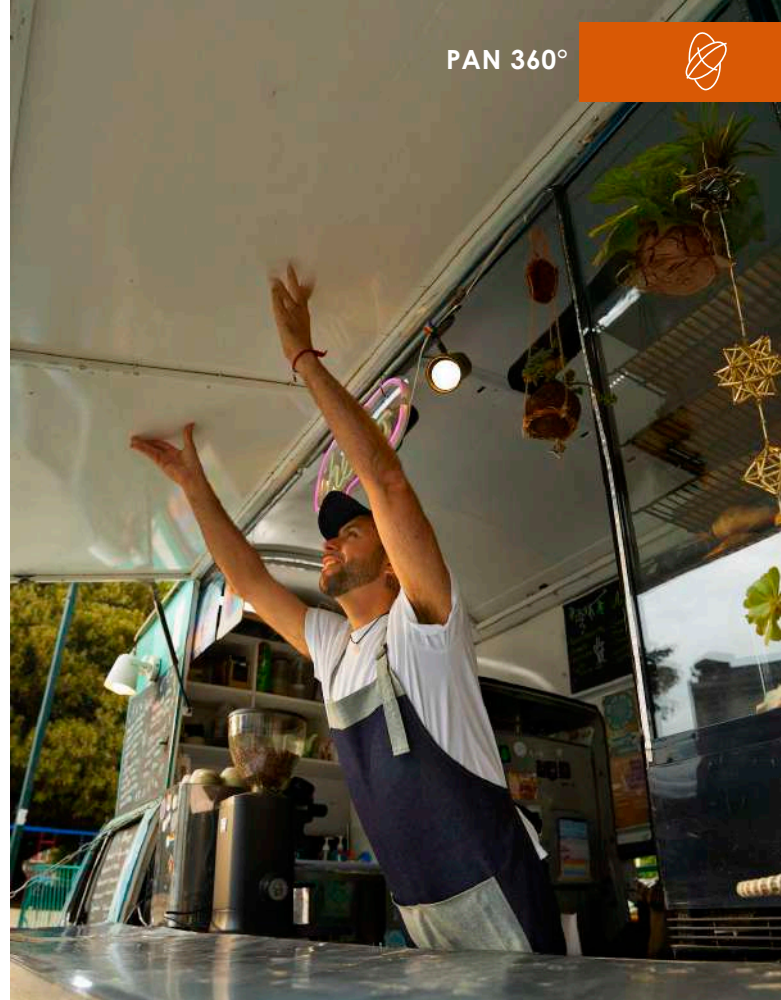
nes financieras.

Otro apoyo destacado que estamos brindando es la entrega del Fondo Pyme², que busca colaborar y apoyar a startups que desarrollen soluciones tecnológicas, precisamente, para resolver los problemas transversales que enfrentan a diario las pequeñas y medianas empresas de nuestro país. Es decir, Pymes trabajando y buscando soluciones para otras Pymes.

Este fondo de 100 millones de pesos en total, ya fue adjudicado a seis startups que están llevando a cabo pilotos para hacer su modelo de negocio escalable y poder crecer impactando positivamente a todo el ecosistema Pyme.

¿Qué relevancia tiene la pequeña y mediana empresa dentro de la estrategia de sostenibilidad corporativa?

Nuestra relación con las micro, pequeñas y medianas empresas chilenas no es reciente ni circunstancial. Durante nuestras siete décadas de vida, hemos construido con ellas vínculos cercanos, colaborativos e íntegros, basados



en la confianza. Trabajamos con más de 2.000 distribuidores, instaladores, transportistas y proveedores Pyme a lo largo del país. Es gracias a esta colaboración que Abastible existe.

Por todo lo anterior, para Abastible, las Pymes no son un segmento más: son el motor que impulsa el desarrollo social y económico del país. Y cuando ellas enfrentan desafíos, nosotros decidimos estar presentes. Así, el fortalecimiento del sector emprendedor está directamente ligado a nuestros pilares de sostenibilidad, por lo que estamos impulsado varias medidas para apoyarlas.

¿Qué mensaje le daría hoy a los emprendedores panaderos que ven la sostenibilidad como un desafío complejo o costoso?

La sostenibilidad no es un obstáculo, sino una oportunidad para fortalecer el negocio. Mejorar la eficiencia energética, integrar buenas prácticas operativas y adoptar tecnologías adecuadas puede traducirse en reducción

de costos y mayor competitividad. El enfoque de Abastible es acompañar este proceso con soluciones accesibles, asesoría continua y una visión de largo plazo que agrega valor real al emprendimiento.

Contamos con una alianza con la Federación Chilena de Industriales Panaderos (Fechipan), la que se traduce en un impulso económico para el sector panadero, a través de precios preferenciales en la compra de este insumo clave para sus negocios, asegurando un acceso más económico. De hecho, en 2024 se firmó un convenio que permitió que cerca de 18.000 mil locales a nivel nacional –de los cuales el 85% son Pymes y MiPymes–, puedan acceder a descuentos en la compra de cilindros de gas licuado.

¿Qué rol aspira a jugar Abastible en esa transformación energética?

Abastible aspira a ser un actor relevante en la transición hacia una matriz energética más limpia y eficiente, acompañando a las personas,



las Pymes y las industrias en ese proceso. Nuestro rol es facilitar esa transformación con soluciones energéticas cada vez más sostenibles, combinando el gas licuado —que hoy es una alternativa más limpia frente a otros combustibles fósiles— con nuevas tecnologías, eficiencia energética y energías renovables.

El gas licuado ocupa un lugar relevante en la transición energética, al presentar una menor intensidad de emisiones en comparación con otras fuentes fósiles más intensivas en carbono, contar con una amplia cobertura territorial relacionada a su facilidad de transporte y almacenamiento y ser una alternativa económicamente competitiva para hogares y sectores productivos. Adicionalmente le estamos dando mucha fuerza a AbastibleTec, que impulsa la eficiencia y la sostenibilidad de empresas de todos los tamaños a través de la inteligencia energética, sistema basado en el análisis de datos que es capaz de optimizar recursos y reducir emisiones en cualquier industria.

Nuestro foco es habilitar energía que contribuya al desarrollo sostenible, a través de prácti-

cas responsables y tecnologías que permitan a nuestros clientes operar de forma más eficiente y competitiva.

¿Qué buenas prácticas recomendarían hoy a una panadería que busca modernizar su operación energética?

Desde la mirada de Abastible creemos que lo primero es hacer un diagnóstico y medir el consumo energético actual para identificar oportunidades de mejora. Es clave avanzar hacia tecnologías más eficientes, por ejemplo, hornos y quemadores de última generación que optimicen el uso del gas y se ajusten a la demanda real de producción, lo que puede reducir significativamente el consumo energético.

También es bueno optimizar procesos y revisar la eficiencia de equipos térmicos y eléctricos; capacitar a los equipos en buenas prácticas operacionales y de seguridad; así como trabajar con aliados técnicos que faciliten la adopción de soluciones energéticas más eficientes y sostenibles.

ESCUELA INTERNACIONAL

ARTEBIANCA

PANADERÍA | PASTERERÍA | GASTRONOMÍA

DIPLOMADOS 100% PRESENCIALES

Capacitate con cursos financiados con recursos del Estado, vía Franquicia Tributaria

48 horas académicas

Iniciación en técnicas culinarias • Pastelería o Panadería y emprendimiento



sence 50 años 1976 - 2026



Impulsa tu talento y transforma tu pasión en profesión en Artebianca este 2026 en gastronomía, panadería y pastelería. *Formación práctica, certificada y presencial.* Ideal para iniciar o potenciar tus conocimientos y *crecer profesionalmente.*



ORGANISMO TÉCNICO DE CAPACITACIÓN
ARTEBIANCA SpA

Invertir en formación no es un lujo

Es la manera más directa de fortalecer tu operación, profesionalizar tu equipo y proyectar tu panadería hacia el futuro.

CONOCE CÓMO ACCEDER A LA FRANQUICIA TRIBUTARIA Y CAPACITA A TU EQUIPO HOY

+569 4021 1606

www.artebianca.cl

+569 4277 0662

@artebianca.cl

Escanea el QR y contacta a nuestros asesores formativos





DELICIAS DE LA COCINA CHILENA, ¿Son realmente chilenas?

Por: **Claudia Narbona**

C. Ing. en Alimentos, Mg. Docente Nutrición Y
Dietética Universidad Central de Chile



Nuestra cocina tradicional chilena, abarca muchísimas preparaciones que nosotros defendemos con declaraciones como, “Nada más chileno que los porotos con rienda”. ¿Y si esto no fuera así?

La verdad de la cocina chilena es que esta surgió gracias a la fusión de tres tradiciones culinarias: el sustrato indígena, el elemento hispano y el influjo de la cultura francesa a fines del siglo XIX.

La cocina chilena tiene sus raíces en los pueblos originarios, quienes utilizaban materias primas como el maíz, las papas, la quínoa, los porotos, el zapallo, el ají y el charqui. Estos ingredientes constituyen la base de nuestra identidad culinaria. El charqui, en particular —propio de la cocina mapuche— da origen a uno de los platos más representativos del país: el charquicán. Su nombre proviene del quechua ch'arki (carne seca) y del morfema mapuche kan, asociado a la acción de asar, lo que refleja la fusión cultural presente desde sus inicios.

Con la llegada de los conquistadores españoles se inicia un proceso de transformación profunda. Se incorporan nuevos ingredientes como el trigo, la cebolla, el ajo, el aceite de oliva y diversas carnes —vacuno, cerdo y pollo—, además del desarrollo de la vitivinicultura, que daría origen a los primeros vinos chilenos.

Producto de esta mezcla entre tradiciones indígenas y españolas surgen preparaciones que hoy consideramos típicas, como la cazuela,

la empanada de pino, el pastel de choclo, el charquicán, la carbonada, el chancho en piedra, los porotos con rienda y las sopaipillas. En este punto, se hace evidente que muchos de los llamados “platos chilenos” no son completamente originarios, sino el resultado de un proceso de mestizaje culinario.

A este desarrollo se suma, entre los siglos XIX y XX, la influencia de inmigrantes europeos. Alemanes, italianos y franceses aportaron nuevas técnicas y preparaciones que enriquecieron la cocina nacional. Los alemanes destacaron en la repostería y en la preparación de carnes, los italianos introdujeron sus pastas —especialmente visibles en localidades como Capitán Pastene— y los franceses refinaron la pastelería y profesionalizaron la cocina.

Pese a estas influencias, la cocina chilena ha logrado preservar técnicas ancestrales que siguen definiendo su identidad. El curanto en hoyo, por ejemplo, es una de las formas de cocción más emblemáticas, basada en el uso de piedras calientes enterradas. Asimismo, métodos de conservación como el charqui y el chuño evidencian la capacidad de adaptación de los pueblos originarios a las condiciones geográficas del país.

La cocina chilena continúa evolucionando, pero lo hace sin perder sus raíces. En esa tensión entre tradición y cambio se construye una identidad gastronómica que, hasta hoy, sigue alimentándose de su historia.

**NUEVO
PRODUCTO**

@molinerasancristobal



Línea Panadera

Logra una corteza dorada
y miga perfecta con nuestro nuevo

Premix Ciabatta



¡Contiene
Masa
Madre!

Fermentación en 2 horas

Call Center



www.sancristobal.cl

Molinera
San Cristóbal



El eslabón olvidado de la productividad panadera: El vendedor

Por: **Verónica Ortega**,
Psicóloga y directora de PANOVISIÓN Coaching



Durante años, cuando en la industria panadera hablamos de productividad, casi siempre miramos hacia el obrador: la masa, los tiempos de fermentación, el uso del horno o la organización del trabajo en la producción. Y sin duda, allí existe una parte fundamental de la eficiencia de una panadería.

Pero existe otro espacio dentro de la empresa panadera donde se juega una parte igual de importante del valor del negocio, y que muchas veces pasa desapercibido: **la sala de ventas y el reparto.**

Porque el pan no termina cuando sale del horno. **El pan termina cuando llega a manos del cliente.**

Y en ese momento, el rol del vendedor, ya sea en mostrador o en repartos, se vuelve determinante.

Sin embargo, en muchas panaderías aún persiste una lógica del pasado: se invierte tiempo en mejorar la producción, pero se asume que vender el producto es una tarea sencilla que no requiere mayor preparación.

La realidad es muy distinta. **Un vendedor bien formado no solo entrega un producto: construye la experiencia del cliente.**

Sabe recomendar, orientar, explicar, resolver

dudas, generar cercanía y transmitir confianza. Y en un mercado cada vez más competitivo, esa experiencia puede marcar la diferencia entre un cliente ocasional y un cliente fiel.

Algo similar ocurre con los vendedores de reparto, quienes en muchos casos son **la cara de la panadería frente a almacenes, restaurantes o pequeños comercios de barrio.** En cada visita no solo entregan pan; también construyen relaciones comerciales, detectan necesidades, escuchan comentarios del cliente y representan la reputación de la empresa.

Por eso, cuando hablamos de productividad, no solo debemos pensar en cuántos kilos de pan produce un obrador por hora. También debemos preguntarnos **¿Cuánto valor genera cada interacción con nuestros clientes?**

Un vendedor que conoce bien los productos puede impulsar ventas complementarias.

Un vendedor que comprende la importancia de la atención puede fidelizar clientes.

Un repartidor que entiende su rol comercial puede fortalecer relaciones de largo plazo con los puntos de venta.

Pequeñas acciones pueden tener grandes efectos: una recomendación oportuna, una explicación sobre el producto, una actitud cordial o una respuesta clara frente a una duda.

Todo eso impacta directamente en la percepción del cliente, en la frecuencia de compra y en la sostenibilidad del negocio. Por eso, en un contexto donde los costos laborales aumentan, **la capacitación del personal de ventas deja de ser un lujo para convertirse en una estrategia de productividad.**

Formar vendedores no solo mejora la atención al cliente.

También mejora el uso del tiempo de trabajo, aumenta el valor de cada venta y fortalece la relación entre la panadería y su comunidad.

Porque al final del día, una panadería no compete solo por el sabor de su pan. Compete tam-

bién por la experiencia que ofrece a quienes cruzan su puerta cada día. Y quizás ahí se encuentra una de las claves del futuro del sector: comprender que **cada persona dentro de la panadería, desde el maestro panadero hasta el vendedor de mostrador o el repartidor, es parte de la cadena de valor que sostiene el negocio.**

Cuando todos entienden ese rol y cuentan con las herramientas para desempeñarlo bien, la productividad deja de ser solo un concepto técnico. Se transforma en una cultura. Y esa cultura es la que permite que una panadería no solo venda pan, sino que construya confianza, comunidad y futuro.

Tradición que inspira confianza

Generación tras generación



ALIMENTO CON SELLO "ALTO EN", EVITA SU CONSUMO.

Ministerio de Salud



MENOS HORAS, MÁS VALOR: EL VERDADERO DESAFÍO DE LA PANADERÍA CHILENA

La industria panadera chilena está entrando en una nueva etapa. En los últimos años hemos visto cómo el costo de la mano de obra ha aumentado de forma sostenida, mientras al mismo tiempo se vuelve cada vez más difícil encontrar y fidelizar trabajadores calificados que quieran integrarse y permanecer en este oficio.

A esta realidad se suma ahora un cambio importante en el marco laboral: la implementación progresiva de la jornada de 42 horas semanales, que pronto será una realidad para muchas PYMES panaderas del país.

Para algunos, estos cambios pueden sentirse como una presión adicional sobre un rubro que históricamente ha operado con márgenes estrechos y jornadas exigentes. Sin embargo, quizás el mayor riesgo no está en los cambios que vienen, sino en intentar enfrentarlos con las mismas lógicas del pasado.

Durante décadas, muchas panaderías resolvieron sus desafíos productivos aumentando las horas de trabajo o incorporando más mano de obra para sostener el ritmo de producción. Ese modelo funcionó en otro contexto económico y social, pero hoy comienza a mostrar sus límites. Hoy el desafío es distinto. Si seguimos enfrentando el aumento de los costos laborales con la ló-

gica del pasado, estaremos siempre corriendo detrás del problema. Pero si cambiamos el foco hacia la productividad de la hora hombre, la conversación cambia completamente. Dejamos de hablar únicamente de costos y comenzamos a hablar de valor.

Valor en cómo organizamos el trabajo dentro de la panadería.

Valor en la capacitación y experiencia de quienes trabajan en el oficio. Valor en la planificación de los procesos productivos. Valor en la reducción de pérdidas, reprocesos y tiempos muertos.

En una panadería, muchas veces las mejoras más importantes no provienen de grandes inversiones, sino de decisiones pequeñas pero estratégicas: ordenar la secuencia del trabajo, estandarizar recetas, mejorar la coordinación entre producción y venta, planificar con mayor anticipación o cuidar el clima laboral dentro del equipo.

Cuando estos elementos se gestionan con conciencia, la productividad deja de depender de trabajar más horas y comienza a depender de trabajar mejor las horas que tenemos.

Pero hay un elemento aún más profundo que debemos considerar: el capital humano.

Hoy muchas panaderías enfrentan una realidad

compleja. Cada vez es más desafiante atraer y fidelizar trabajadores jóvenes al oficio, y que además posean experiencia y conocimiento lo transforma más difícil aún. Cuando el trabajo se vuelve poco organizado o carente de proyección, los trabajadores naturalmente buscan otras alternativas laborales.

Por el contrario, cuando una panadería logra construir un entorno laboral ordenado, respetuoso y con oportunidades de aprendizaje, aumenta significativamente la posibilidad de fidelizar a sus trabajadores y formar equipos estables. Y en un oficio artesanal como el nuestro, la estabilidad del equipo es una de las mayores fuentes de productividad.

La implementación de la jornada de 42 horas puede convertirse entonces en una oportunidad para revisar nuestros procesos, fortalecer la capacitación, mejorar la planificación del trabajo y desarrollar liderazgos más conscientes dentro de nuestras panaderías.

Porque mejorar la productividad no significa perder la esencia del oficio panadero. Significa cuidar ese oficio para que pueda seguir existiendo en el futuro.

El pan que cada día llega a la mesa de millones de chilenos no es solo el resultado de una receta. Es el resultado de un oficio, de una tradición

y del trabajo de miles de personas que, madrugada tras madrugada, mantienen viva una parte fundamental de nuestra cultura alimentaria. Por eso, el verdadero desafío que hoy enfrenta la industria panadera no es simplemente adaptarse a nuevas condiciones laborales. El verdadero desafío es aprender a generar más valor en cada hora de trabajo.

Porque cuando una industria logra transformar el tiempo de trabajo en valor, valor productivo, valor humano y valor cultural, no solo mejora su competitividad. Construye futuro.



Por: Abelardo Novoa,
Vicepresidente de Indupan AG.

Mes de la cocina en Chile:

El pan como corazón del patrimonio gastronómico

Por: **Rafael Urra,**
Director ejecutivo de Indupan A.G.



En este 2026, la gastronomía local ha dejado de ser solo una herencia para convertirse en el motor de nuestra identidad y resiliencia cultural.

La cocina chilena refleja una historia viva; es la fotografía de nuestras transformaciones, donde convergen las tradiciones ancestrales con las influencias de las nuevas migraciones que han enriquecido nuestro paladar. En este escenario, la panadería artesana se mantiene como el eslabón fundamental de un patrimonio culinario que viaja entre generaciones.

Mantener la identidad de nuestra mesa es un desafío colectivo. Así como el mundo reconoce a Italia por su pasta o a Japón por su sushi, Chile ha consolidado a la marraqueta, el pan amasado, los dulces chilenos y nuestras icónicas sopaipillas como símbolos inconfundibles de nuestra esencia. Estos productos no son solo alimento; son hitos de nuestra industria que hoy, más que nunca, debemos proteger frente al avance de los ultraprocesados.

La misión actual no es solo fomentar el consumo, sino salvaguardar las técnicas de elaboración artesanal. El consumidor de 2026 es más consciente y exigente; busca calidad, trazabilidad y nutrición.

Por ello, el camino es combinar la pureza del ofi-

cio con toques de innovación sostenible. Al mejorar nuestros procesos y seleccionar ingredientes de proximidad, convertimos al pan en un alimento cada día más atractivo y funcional, capaz de enriquecer la experiencia culinaria cotidiana.

En este Mes de la Cocina Chilena, es imperativo unir fuerzas con todo el sector gastronómico. Debemos potenciar la sinergia entre el pan y platos emblemáticos como el pastel de choclo, la cazuela o el mote con huesillos.

Esta oferta integrada es irremplazable y constituye un pilar estratégico para el turismo y la proyección de la "Marca Chile" en el exterior. Un país que valora su cocina es un país que se posiciona con fuerza a nivel global.

Finalmente, debemos generar conciencia sobre los beneficios de la comida tradicional. Los atributos de nuestra cocina no solo definen la personalidad de la nación, sino que ofrecen una alternativa nutritiva y saludable frente a los productos importados de laboratorio.

Apostar por el pan de panadería y la cocina local es, en última instancia, una decisión política y económica: es apoyar el desarrollo de nuestros territorios y asegurar que la mesa chilena siga siendo el espacio donde se hornea nuestro futuro, acompañada de una marraqueta.



Harinas Cisne
Molinos Cunaco S.A.



TIENDA
VIRTUAL



Diferentes harinas para excelentes preparaciones

San Fernando

AVDA. CENTENARIO N°410
SAN FERNANDO

San Felipe

MANSO DE VELASCO N°20
SAN FELIPE

Coronel

MANUEL MONTT N°01099
CORONEL

Cunaco

CAMINO A PICHILEMU S/N
CUNACO - NANCAGUA

Casa Matriz

CHACRA EL DESCANSO S/N,
LOTE 3, PEÑAFLORES, SANTIAGO



Hospitalidad a la chilena: cuando la mesa habla por nosotros



En nuestra cultura, la hospitalidad no se declama: se cocina. Desde la sopaipilla con pebre, una empanada “caldua” o un ave palta generosa, la mesa se convierte en un lenguaje de afectos.





En Chile, abrir la puerta de la casa es extender la mesa. No hay visita que no venga acompañada de algo caliente, algo dulce y algo fuerte para brindar. La hospitalidad no responde a un protocolo formal, sino a un impulso arraigado: alimentar es cuidar.

La escena no es exclusiva del territorio chileno. En Brasil, el pan de queijo recién horneado y el café corto inauguran el encuentro. En Argentina, el mate circula como contraseña de confianza, hasta que se diga "gracias". En México, los tamales humean mientras el tequila marca el brindis y en Venezuela, los tequeños fritos anuncian que el invitado ya es parte del hogar.

Pero en Chile el gesto adquiere un tono particularmente íntimo y cotidiano, proque no necesita celebración formal ni fecha especial. Basta el timbre inesperado para que el aceite se caliente.

El lenguaje de la bienvenida chilena

Si hubiera que condensar la "bienvenida chilena" en tres preparaciones emblemáticas, la tríada podría ser clara: sopaipilla con pebre, empanada y ave palta.

La sopaipilla con pebre representa inmediatez y calidez. Es democrática: se comparte en la

calle, en la casa, en invierno o en Fiestas Patrias. El pebre, picado fino, fresco, intenso, añade carácter y territorialidad.

La empanada, especialmente la de pino, es el símbolo transversal. Está en celebraciones oficiales, cumpleaños familiares y visitas espontáneas. Su estructura cerrada y su relleno generoso sintetizan una idea muy chilena del hogar: sobriedad exterior, abundancia interior. Es versátil, pino, queso, mariscos, pero siempre cumple la misma función social: convocar.

El ave palta, por su parte, encarna la hospitalidad cotidiana. No es minimalista ni ornamental; es abundante, reconfortante y práctico. Su presencia habla de una cocina que privilegia la satisfacción del invitado por sobre la estética del plato.

Y de hablar de dulces y delicatesses, el cuchufli relleno, como premio sabroso, suele cerrar el círculo.

La insistencia como identidad

"Sírvete más" no es una fórmula automática de amabilidad, es una declaración cultural que viene desde el campo a la alta mesa. En Chile, insistir en repetir la porción es reafirmar el vínculo porque la comida no es solo alimento; es validación emocional y cariño.

Ese gesto habla de una identidad que, aunque



pueda parecer reservada en lo verbal, es expansiva en la mesa. Donde no siempre sobran palabras, sobran porciones.

La sobremesa larga, acompañada de café o pisco, extiende el ritual. La conversación fluye mientras el tiempo pierde rigidez. En ese espacio, la mesa deja de ser soporte físico y se convierte en territorio relacional.

Tradición que se transforma

Las nuevas generaciones han incorporado influencias globales y formatos más contemporáneos, picoteos diversos, preparaciones más livianas, integración de sabores internacionales, pero el núcleo permanece: nadie llega a una casa sin que algo aparezca para compartir.

Puede cambiar la receta, pero no el impulso. La hospitalidad chilena no depende de sofisticación ni de despliegue escénico; depende de presencia y calor.

En comparación con otros países latinoamericanos, donde la recepción puede estar marcada por rituales más festivos o ceremoniales, la forma chilena destaca por su cotidianidad. No requiere gran producción. Puede ocurrir un martes cualquiera, con pan recién hecho y una sopaipilla improvisada.

Porque en Chile el afecto no se anuncia: se sirve caliente; y querer a alguien, casi siempre, empieza por invitarlo a la mesa.



Shineray



TÚ ERES LA FUERZA, NOSOTROS TU MOTOR.



DOBLE AIRBAG DELANTERO



VOLUMEN DE CARGA



CONTROL DE ESTABILIDAD

• VÁLIDO PARA MODELO X30 E6C • TODOS LOS MODELOS CON AIRE ACONDICIONADO
• CARGA HASTA 850 KG • MOTOR 1,5L • LICENCIA CLASE B



GARANTÍA DE 5 AÑOS O 100.000 KM.

Rendimiento: Ciudad: 10,3 km/l Carretera: 17,3 Km/l Mixto 13,8 km/l

*Condiciones comerciales y técnicas en Shineraychile.cl



GILDEMEISTER®



Tapas y Más

tradición española con alma artesanal en Santiago



+56 9 9012 6823



@tapasymas_

En el corazón de Las Condes, entre Manquehue y Colón, hay un emprendimiento que no solo vende comida: comparte memoria, identidad y herencia. Se trata de Tapas y Más, el proyecto de Nicole Cazenave de la Vega (52), emprendedora gastronómica que transformó los recuerdos de infancia junto a su madre madrileña en una propuesta culinaria con sello propio.

La historia de este negocio nace en la cocina familiar. Entre recetas tradicionales, técnicas respetadas y sabores auténticos, Nicole aprendió que la gastronomía española no es solo preparación: es paciencia, cariño y oficio. Hoy, esa herencia se convierte en productos artesanales que buscan replicar exactamente esa experiencia: sabor real, identidad y tradición.

En Tapas y Más destacan preparaciones emblemáticas de la cocina española, elaboradas con respeto por la receta original. La tortilla de papas, las croquetas, la ensaladilla rusa y la clásica empanada gallega forman parte del corazón de la propuesta.

A ello se suma una línea de repostería tradicional difícil de encontrar en el mercado local: pannellets en distintos sabores, tarta de Santiago, turrón de yema quemada y el infaltable roscón de Reyes, pensado especialmente para la comunidad española residente en Santiago que busca reencontrarse con su tradición del Día de Reyes. Cada producto está trabajado de manera artesanal, cuidando textura, sabor y presentación. El resultado no es solo gastronómico, sino también emocional: muchos clientes encuentran en es-



tas preparaciones un puente directo a sus recuerdos familiares o a sus viajes por España.

El nombre Tapas y Más sintetiza su esencia. Las tapas representan la cultura del encuentro, del compartir alrededor de la mesa. El "Más" amplía esa experiencia: más tradición, más productos, más identidad. No se trata únicamente de ofrecer comida, sino de construir momentos.

Nicole lo resume con claridad: cada pedido implica dedicación

y confianza. Sus productos suelen acompañar celebraciones familiares, reuniones íntimas o eventos especiales, lo que convierte cada preparación en parte de una experiencia significativa.

De cara a los próximos años, la proyección es consolidarse como referente de productos españoles artesanales en Santiago, ampliando la variedad pero manteniendo siempre el sello que la distingue: calidad, detalle y respeto por la tradición.



RESERVA TU ESPACIO HOY

✉ rafael.urra@indupan.cl

☎ +56 9 7215 1995

ESPACIO
**FOOD
SERVICE**

SEP 29 • 30
OCT 01 **2026**
ESPACIO RIESCO

 **Indupan A.G.**
ASOCIACIÓN GREMIAL DE INDUSTRIALES DEL PAN SANTIAGO



El Barquillero:

artesanía en cada crujido



+56 9 9509 4329



@elbarquillero.chile

Detrás de El Barquillero está Cristian Villagra, diseñador industrial y gráfico de 43 años que decidió transformar los sabores de su infancia en un emprendimiento gastronómico inspirado en la simpleza y el encanto de la repostería tradicional.

Aunque su formación profesional está ligada al diseño, su relación con la cocina nació mucho antes. La memoria familiar, especialmente ligada a su abuela y a su madre, marcó su vínculo con los alimentos hechos en casa. “En la casa de mi abuela se hacía manjar de campo con leche fresca, pan amasado en cocina a leña, mantequilla y quesos. Eran productos naturales, con ese sabor que hoy cuesta encontrar”, recuerda.

Su familia proviene de Panguipulli, donde la cocina casera y los ingredientes de temporada forman parte de la vida cotidiana. Esa tradición continuó en su hogar en Santiago, donde desde niño participaba junto a su hermana en la preparación de panes, queques y dulces.

De esa herencia nació la idea de crear un producto simple pero profundamente ligado a la tradición: barquillos rellenos.

El sello del emprendimiento se resume en su eslogan: “Frescos, crujientes y deliciosos”. Cada barquillo es preparado de forma artesanal y relleno principalmente con manjar blanco de campo, buscando rescatar el sabor más auténtico de este clásico dulce.



El barquillo tradicional es el protagonista del proyecto, aunque con el tiempo se han incorporado algunas variaciones, como versiones bañadas en chocolate bitter, rellenos con Nutella o presentaciones pensadas para niños, decoradas con pequeñas bolitas de colores.

La formación de Villagra como diseñador también influye en su propuesta. Para él, la estética es parte esencial de la experiencia gastronómica. "Todo entra por la vista. Siempre me ha gustado lo armónico y lo bonito. Quiero que mis productos, además de ricos, sean atractivos e inviten a probarlos", comenta.

Su público principal está compuesto por personas entre 30 y 50 años que buscan

sabores reconocibles y menos industrializados. La idea es ofrecer un producto que conecte con la memoria: "Es como cuando llueve y sentimos el olor a tierra mojada, que nos transporta a momentos que nos dan tranquilidad".

Hoy el proyecto funciona con producción diaria para asegurar frescura y con el apoyo de su hermana en algunos momentos de mayor demanda. Su proyección es crecer de manera natural, sin perder el espíritu artesanal.

En tiempos donde la repostería tiende a sofisticarse, El Barquillero apuesta por lo esencial: ingredientes simples, tradición familiar y un sabor que sigue evocando recuerdos.



El amor también se hornea



Tu talento merece vitrina

CLASIFICATORIAS
MARTES 22 DE ABRIL

CIERRE DE INSCRIPCIÓN *
20 DE ABRIL, 2026

*Ver bases en www.indupan.cl





Pastelería Con Onda:

sabor artesanal que nació en pandemia



Limache 861, La Florida



@pasteleriacononda

El chef pastelero Johans Burchard (48) decidió transformar la incertidumbre de la pandemia en una oportunidad. Con 28 años de experiencia en pastelería y panadería, creó Pastelería Con Onda, un emprendimiento que apuesta por la elaboración artesanal y el cuidado en cada preparación.

“Decidí emprender gracias al conocimiento que tengo en el área de la pastelería. He trabajado durante años en la elaboración de cartas para cafeterías, además de liderar equipos en panadería y pastelería”, comenta.

El sello del proyecto está en su forma de producir. “No usamos productos preelaborados: todo es artesanal, y eso hoy marca la diferencia”, explica Burchard.

Entre las especialidades que más buscan sus clientes destacan los sándwiches, tortas, cheesecake semifríos y tartaletas, preparaciones que reflejan el espíritu del local: una propuesta cercana, casera y con personalidad. A futuro, el chef proyecta consolidar su base de clientes, ampliar la producción hacia servicios de banquetería y abrir una nueva sucursal para llegar a más público.



Calidad y Tradición
para crear los mejores productos



Conoce más sobre nosotros



molineradelvalle.cl
[@molineradelvalle](https://www.instagram.com/molineradelvalle)



+56 2 2565 5400
+56 9 3100 4200



Longitudinal Sur KM.39
Parcela 69, Paine - Chile



Fluevitos de Pascua:

la dulce tradición que crece cada SEMANA SANTA

La llegada de Semana Santa no solo marca un momento de recogimiento religioso para muchas familias, sino también el inicio de una de las temporadas más dulces del año.

Los huevos de chocolate y los tradicionales fluevitos de Pascua se han convertido en protagonistas de vitrinas, supermercados y chocolaterías, consolidando una tradición que sigue creciendo en Chile.

A medida que se aproxima Semana Santa, el chocolate comienza a ocupar un lugar central en el comercio gastronómico. Desde pequeñas chocolaterías artesanales hasta grandes cadenas de supermercados, la oferta de huevos y figuras de chocolate aumenta significativamente,

reflejando una demanda cada vez mayor por estos productos.

En los últimos años, el consumo de fluevitos de Pascua ha experimentado un crecimiento sostenido, impulsado tanto por el interés de las familias como por la diversificación de la oferta. Hoy es posible encontrar desde pequeñas bolsas de fluevitos tradicionales hasta elaborados huevos de chocolate rellenos, figuras temáticas y productos premium elaborados por chocolateros especializados.





Una tradición que combina juego y chocolate

La costumbre de esconder huevitos de chocolate para que los niños los busquen en jardines o casas se ha instalado con fuerza en Chile, replicando una tradición ampliamente extendida en Europa y Norteamérica.

Para muchas familias, esta actividad se ha transformado en uno de los momentos más esperados de la celebración de Pascua, donde el juego, el chocolate y la reunión familiar se combinan en una experiencia que trasciende lo religioso.

El huevo, históricamente asociado al renacimiento y la vida nueva, fue adoptado como símbolo de la Pascua en distintas culturas. Con el desarrollo de la industria chocolatera en el siglo XIX, ese símbolo comenzó a elaborarse en chocolate, dando origen a los primeros huevos de Pascua tal como se conocen hoy.

El auge del chocolate artesanal

El crecimiento del interés por estos productos también ha impulsado el trabajo de chocolateros y emprendedores gastronómicos, quienes cada año preparan colecciones especiales para esta fecha.

En chocolaterías y pastelerías artesanales es posible encontrar huevos pintados a mano, chocolates rellenos, figuras temáticas y

creaciones de autor que buscan ofrecer una experiencia distinta frente a los productos industriales.

Esta tendencia ha permitido que muchos pequeños productores encuentren en Semana Santa una temporada clave para sus ventas, potenciando la creatividad y el uso de cacao de mayor calidad.

Una temporada clave para el comercio gastronómico

Para el rubro gastronómico y del retail, la temporada de Pascua representa uno de los momentos más importantes del calendario del chocolate. Durante las semanas previas a la celebración, las ventas de productos asociados a esta tradición aumentan considerablemente, impulsadas por compras familiares, regalos y actividades escolares.

El fenómeno refleja cómo una costumbre que hace algunos años era más limitada hoy forma parte de las celebraciones habituales en muchos hogares chilenos.

Así, entre vitrinas llenas de color, figuras de chocolate y pequeños huevitos escondidos en jardines o patios, Semana Santa confirma que el chocolate también tiene su propio lugar en esta fecha, transformando una antigua tradición en una celebración cada vez más presente en la cultura local.





PANADERÍA

todo el año
cómo se adapta el
oficio a **cada estación**

Del pan amasado del invierno a los productos más frescos del verano, el trabajo en la panadería cambia con el clima, las costumbres de consumo y el ritmo de las ciudades. Panaderos y expertos del rubro coinciden en que entender la estacionalidad se ha vuelto clave para mantener la calidad y el negocio activo durante todo el año.



En Chile, la panadería no solo depende de la harina, el horno y la tradición. También depende del calendario. Las estaciones del año, las temperaturas y las dinámicas sociales influyen directamente en la producción, los horarios y los productos que llegan al mesón.

Aunque el consumo de pan es alto y constante en el país, Chile se mantiene entre los mayores consumidores de pan del mundo, el comportamiento de los clientes cambia según la época del año. Para los panaderos, anticiparse a esos cambios es parte esencial del oficio.

En lo relativo al Invierno, se presume que el trabajo se relaciona con la generación de más pan y productos calientes, porque durante los meses fríos, las panaderías viven uno de sus períodos de mayor movimiento. El consumo de pan aumenta, especialmente de variedades tradicionales como la marraqueta y el pan amasado, que acompañan comidas más contundentes y preparaciones caseras.

A esto se suman productos que ayudan a combatir el frío: sopaipillas, calzones rotos, berlines o dulces fritos que suelen aparecer con mayor frecuencia en las vitrinas.

El invierno también exige mayor control en los procesos de fermentación. Las bajas temperaturas ralentizan la actividad de la levadura,

por lo que muchos panaderos ajustan tiempos de reposo o utilizan cámaras de fermentación para mantener la estabilidad del proceso.

Primavera: renovación y diversificación

Con la llegada de la primavera, las panaderías comienzan a diversificar su oferta. El clima más templado y el aumento de actividades al aire libre impulsan la venta de productos para colaciones, brunch o reuniones sociales.

En esta época suelen aparecer preparaciones más livianas, panes especiales o productos con semillas y harinas integrales. También es un período en que muchas panaderías aprovechan de innovar o introducir nuevos productos en sus vitrinas.

Además, la primavera suele marcar un repunte en celebraciones familiares, lo que impulsa la demanda por pastelería, tortas y productos para compartir.

Verano: producción más ligera y control del calor

El verano plantea desafíos distintos para los panaderos. Las altas temperaturas aceleran los procesos de fermentación y pueden afectar la estabilidad de masas y rellenos, por lo que el control de los tiempos de trabajo se vuelve fundamental.



En esta temporada, muchas panaderías reducen la producción de productos más pesados y aumentan la oferta de preparaciones más frescas o de menor tamaño. Las ventas también se ajustan a los nuevos hábitos de consumo, con clientes que privilegian comidas más rápidas o livianas.

En zonas turísticas, además, el verano puede significar un fuerte aumento de la demanda, obligando a reforzar la producción y adaptar los horarios de trabajo.

Otoño: preparación para la temporada fuerte

El otoño suele ser una etapa de transición en la panadería. A medida que las temperaturas comienzan a bajar, el consumo de pan y productos tradicionales empieza a recuperarse. Para muchos panaderos, este período es clave para ajustar procesos, planificar la producción de invierno y revisar equipos o maquinaria an-

tes de los meses de mayor trabajo.

También es una época en que se retoman preparaciones más tradicionales y sabores asociados al clima frío, anticipando la temporada en que el pan vuelve a ocupar un lugar central en la mesa de los hogares.

Más allá de la tradición, la panadería moderna exige capacidad de adaptación. Las variaciones del clima, los cambios en los hábitos de consumo y las nuevas tendencias alimentarias obligan a los panaderos a observar con atención lo que ocurre fuera del horno.

Entender cómo trabajar en cada estación del año no solo permite mantener la calidad del producto, sino también sostener el negocio en un mercado cada vez más competitivo.

Porque, aunque el pan esté presente todos los días, el oficio de hacerlo bien depende —en gran parte— de saber leer el tiempo. Y también las estaciones.

www.molinolinderos.cl

Instagram Facebook @molinolinderos

El Milagro del
Pan

Llegó un instante donde nace uno de los oficios más nobles, el panadero. Quién muchas veces es el primero en levantarse y último en llegar a su hogar.

¿Quieren conocerlo?



Visita nuestra SALA DE VENTAS:
Lunes a Viernes 09:00 a 12:00



OFICINAS GENERALES Y PLANTA
Villaseca 1195, Buín, Santiago - Chile

TELÉFONO: +56 2 2821 2424



PRODUCTOS “SIN GLUTEN”

Investigación reabre
debate en seguridad
alimentaria en
personas celíacas





La fiscalización iniciada por la autoridad sanitaria **tras denuncias de consumidores** encendió nuevamente las alertas sobre la correcta elaboración y rotulación de alimentos libres de gluten. Especialistas advierten que **la rigurosidad en los protocolos es clave para proteger la salud de quienes viven con enfermedad celíaca.**

Una investigación iniciada por la autoridad sanitaria a raíz de denuncias de consumidores por la posible presencia de gluten en productos comercializados como “libres de gluten” volvió a poner en el centro del debate la seguridad alimentaria de las personas que viven con Enfermedad Celíaca.

El proceso de fiscalización se activó luego de que personas celíacas informaron sobre síntomas adversos tras consumir alimentos que eran promocionados como aptos para su dieta. A partir de estas alertas, la autoridad inició un sumario sanitario y detectó irregularidades en el etiquetado y en las autorizaciones sanitarias asociadas a la producción de los productos investigados.

Entre los antecedentes levantados durante la inspección se identificó el uso de una resolución sanitaria correspondiente a una dirección distinta al lugar donde se elaboraban los alimentos, además de la utilización de etiquetas modificadas sin permiso de la autoridad competente. Asimismo, análisis preliminares habrían detectado presencia de gluten en algunos productos rotulados como “libres de gluten”.

El caso generó preocupación en la comunidad celíaca, ya que incluso pequeñas trazas de gluten pueden provocar efectos negativos en la salud.

Según explica Carla Reyes, la enfermedad celíaca es una condición autoinmune en la que el sistema inmunológico reacciona frente al gluten —proteína presente en cereales como el trigo, la cebada y el centeno— generando una inflamación que daña el intestino delgado. “Cuando una persona celíaca consume gluten puede presentar dolor abdominal, diarrea y daño en la mucosa intestinal. A largo plazo, la exposición repetida puede provocar problemas nutricionales, anemia y otras complicaciones de salud”, explica la especialista.

Por esta razón, el único tratamiento efectivo para quienes padecen esta enfermedad es mantener una dieta estricta y permanente libre de gluten.

En ese contexto, los especialistas advierten que uno de los principales riesgos en la elaboración de estos productos es la contaminación cruzada. Este fenómeno ocurre cuando alimentos sin gluten entran en contacto con ingredientes o



superficies que sí lo contienen, lo que puede suceder fácilmente en cocinas donde no existen protocolos claros de separación.

La académica Tatiana Soto señala que en panaderías, restaurantes y servicios de alimentación los errores más frecuentes están asociados al uso compartido de utensilios, superficies o aceites de cocción.

“Pequeños descuidos pueden ser suficientes para contaminar un alimento, como utilizar el mismo cuchillo o freír productos sin gluten en aceite donde previamente se cocinaron alimentos con harina”, advierte.

Por ello, la capacitación del personal y la implementación de protocolos estrictos de manipulación son fundamentales. Separar áreas de preparación, utilizar utensilios exclusivos, almacenar materias primas de forma diferenciada y verificar siempre el etiquetado de los ingredientes son algunas de las medidas básicas recomendadas.

Para los especialistas, la investigación en curso también abre una oportunidad para reforzar la educación en torno a la enfermedad celíaca y a la responsabilidad sanitaria que implica ofrecer productos rotulados como libres de gluten.

“No se trata de una preferencia alimentaria, sino de una condición médica”, recalca Carla Reyes. “Por eso, el respeto de los protocolos y la correcta información al consumidor son esenciales”.

Mientras avanza el proceso sanitario, la autoridad anunció que reforzará las fiscalizaciones en este tipo de productos, en un escenario donde cada vez más consumidores dependen de la transparencia del etiquetado y de la rigurosidad de los procesos para mantener una alimentación segura.



BENEFICIOS DE LA **LEVADURA SECA:**

No necesita rehidratarse

- Mayor rendimiento 1 a 3
- Ideal para fermentaciones largas
- Estabilidad fermentativa en procesos industriales o automatizados
- Almacenamiento ambiente
- Bajo costo transporte – carga seca

Además:

- No requiere almacenamiento en refrigeración
- Empaque al vacío con cobertura de 3 a 4 capas de aluminio
- Se adapta a procesos de panificación industrial y artesanal

Ahorros en energía eléctrica por qué no requiere almacenamiento en refrigeración.



<https://en.angelyeast.com/>



angella@angelyeast.com



+569 5615 7865





Red de Alimentos celebra 15 años de rescate y distribución de alimentos en Chile



La organización trabaja rescatando más de 100 millones de kilos de alimentos y distribuyéndolos a personas en situación de vulnerabilidad, promoviendo la solidaridad y reduciendo el desperdicio alimentario.

En un país donde el desperdicio alimentario convive con la inseguridad alimentaria, el trabajo de Red de Alimentos se ha transformado en un puente clave entre el excedente de la industria y las personas que más lo necesitan.

La organización celebrará el próximo 26 de marzo de 2026 sus 15 años de trayectoria, consolidándose como el principal banco de alimentos del país y destacando el impacto de una red colaborativa que une a empresas, organizaciones sociales y voluntarios en torno a un mismo propósito: avanzar hacia un Chile sin hambre.

Desde su creación en 2010, la Red ha logrado rescatar más de 100 millones de kilos de alimentos y más de 40 millones de unidades de productos de primera necesidad, los cuales han sido destinados íntegramente a personas en situación de vulnerabilidad. Gracias a este trabajo, cerca de 250 mil personas han recibido apoyo directo a lo largo del país.

Actualmente, la iniciativa cuenta con la participación de más de 230 empresas donantes y cerca de 600 organizaciones sociales, que per-

miten distribuir los productos en más de 1.800 centros de atención desde Arica a Magallanes. "Esta es una instancia para agradecer a todos quienes han colaborado en este gran proyecto, que hoy se ha transformado en el banco de alimentos de Chile. También es una oportunidad para recordar la importancia de seguir trabajando de manera conjunta entre el sector privado, el sector público y la sociedad civil para avanzar hacia nuestro propósito: un Chile sin hambre", señaló Alicia Hidalgo, gerenta general de Red de Alimentos.

Un trabajo necesario frente a la inseguridad alimentaria

El aniversario de la organización coincide con un escenario complejo en materia social. Según datos compartidos por la propia Red, alrededor de 700 mil personas en Chile enfrentan un elevado grado de inseguridad alimentaria, mientras que 1,3 millones viven en situación de extrema pobreza.

En este contexto, el rescate y redistribución de alimentos se vuelve una herramienta concreta



para mejorar la nutrición y calidad de vida de miles de familias.

“Estos 15 años reflejan el compromiso, la entrega y la convicción de un equipo que trabaja todos los días por un mismo propósito. La labor de la Red solo es posible gracias al apoyo de empresas, organizaciones y personas que creen que es posible avanzar hacia un país más solidario”, agregó Hidalgo.

Además de su trabajo permanente, la organización ha tenido un rol activo en momentos de emergencia, colaborando en la distribución de alimentos y productos esenciales durante incendios, catástrofes naturales y durante la pandemia, apoyando a comunidades afectadas en distintos territorios.

Despensas sociales: apoyo directo a las comunidades

Entre los hitos de la organización también desta-

ca la implementación de cuatro despensas sociales, ubicadas en Renca, San Bernardo, Puente Alto y recientemente en La Florida.

A través de estos espacios se entrega apoyo directo a más de 7.000 personas mayores en situación de vulnerabilidad, fortaleciendo el acceso a alimentos y productos básicos para quienes más lo necesitan.

Este modelo busca acercar el apoyo a las comunidades y generar una respuesta más directa frente a las necesidades alimentarias de la población.

Reducir el desperdicio alimentario

Uno de los grandes desafíos que enfrenta el país es el alto nivel de desperdicio de alimentos. Cada año en Chile se pierden 3.700 millones de kilos de alimentos, lo que representa una pérdida aproximada de \$200.000 por persona.

Frente a esta realidad, Red de Alimentos ha desarrollado una plataforma tecnológica que permite gestionar con eficiencia y trazabilidad los productos rescatados, facilitando su distribución a lo largo del territorio.

Su operación se articula a través de tres canales



principales. El primero radica en el retiros desde su centro de distribución en San Bernardo. Una red de centros de retiro desde Arica a Punta Arenas, conectados mediante una aplicación digital y despensas sociales, que entregan apoyo directo a personas mayores en situación de vulnerabilidad.

El impacto ambiental también es significativo. Desde 2010, el trabajo de la Red ha permitido evitar la emisión equivalente a 224.650 toneladas de CO₂, contribuyendo a reducir residuos y avanzar hacia un modelo más sostenible.

Mirada hacia el futuro

Tras 15 años de trabajo, Red de Alimentos busca consolidar su cobertura nacional y seguir visibilizando la problemática del hambre y del desperdicio alimentario en Chile.

En esa línea, campañas como "Esto sí es un combo" buscan acercar esta causa a la ciudadanía, mostrando cómo el rescate de alimentos puede convertirse en apoyo real para quienes más lo necesitan.

La invitación, señalan desde la organización, es a seguir ampliando esta red de colaboración, entendiendo que cada alimento rescatado puede convertirse en una oportunidad para mejorar la vida de miles de personas.

manteca
Crucina
me fascina

La línea de mantecas profesionales que garantiza un horneado perfecto.



ALIMENTO CON SELLO "ALTO EN", EVITA SU CONSUMO.

Ministerio de Salud



EJECUTIVOS DE ATENCIÓN AL SOCIO A SU SERVICIO



- ✓ ORIENTACIÓN
- ✓ SERVICIOS PROFESIONALES
- ✓ PREVENCIÓN
- ✓ SOLUCIÓN DE PROBLEMAS

ESTOS SON LOS ASESORES DE INDUPAN A.G. A LOS QUE PUEDE CONTACTAR PARA SOLICITAR AYUDA EN DIFERENTES ÁREAS DE INTERÉS.



José Miguel Cerda
Abogado

Profesional de la Universidad Bernardo O'Higgins, con 10 años de experiencia en tramitación y litigación en tribunales y cortes. Especialista en derecho laboral, con una destacada trayectoria en la defensa de pequeñas y medianas empresas. Su trabajo en Indupan se enfoca en brindar una asesoría personalizada y de calidad para los asociados, con el objetivo de que estos puedan desarrollar sus industrias de forma tranquila y eficaz.

jcerda@indupan.cl
+56 9 5907 9175

Ignacio Rojas Reyes
Técnico en prevención de riesgos

Cuenta con 10 años de experiencia en asesorías a diferentes empresas, implementando mejoras continuas en los procesos de las organizaciones, definiendo los procedimientos de trabajo seguro, planes de emergencia y reglamentos internos, así como en el apoyo de la gestión con las mutualidades. Realiza charlas de inducción para trabajadores nuevos, reinstrucciones de personal y coordinación de actividades preventivas. Tiene amplio conocimiento en la gestión de accidentes graves y fatales y sus descargos, tanto con la Seremi de Salud como con la Inspección del Trabajo.



Ignacio@indupan.cl
+569 6757 0973

CALIDAD Y VARIEDAD QUE POTENCIA TU NEGOCIO

Mylpan
CADA DÍA EN TU MESA

La calidad puede ser conveniente con nuestras materias grasas y jamones Mylpan.



+56 2 2611 0470

+56 9 5619 1705

Cotiza en
www.mylpan.cl

Síguenos
[@mylpan.cl](https://www.instagram.com/mylpan.cl)



EJECUTIVOS DE ATENCIÓN AL SOCIO A SU SERVICIO



- ✓ ORIENTACIÓN
- ✓ SERVICIOS PROFESIONALES
- ✓ PREVENCIÓN
- ✓ SOLUCIÓN DE PROBLEMAS

ESTOS SON LOS ASESORES DE INDUPAN A.G. A LOS QUE PUEDE CONTACTAR PARA SOLICITAR AYUDA EN DIFERENTES ÁREAS DE INTERÉS.



pabarzua@indupan.cl
+56 9 3695 9846

Paulina Abarzúa

Tecnóloga en alimentos

Asesora sanitaria y de aseguramiento de calidad, con 12 años de experiencia en diferentes tipos de industrias de alimentos. Presta servicios presenciales, entregando recomendaciones específicas por áreas, con el fin de dar cumplimiento a las exigencias de la normativa vigente y evitar sumarios sanitarios. También brinda apoyo en la obtención de resoluciones sanitarias o en la actualización de ellas, así como en la elaboración de fichas técnicas o tablas nutricionales de productos y en capacitaciones ajustadas a las necesidades de cada panadería con un enfoque cercano y colaborativo hacia los socios y sus trabajadores.

TU MARCA TAMBIÉN PUEDE SER PARTE DE LAS GRANDES HISTORIAS DEL PAN.

Llega directamente a los principales actores de la **industria panadera y pastelera de Chile.**

Publicita tus productos o servicios en la revista digital PanArte y conecta con **panaderías, proveedores, emprendedores y líderes del rubro.**

CONTÁCTANOS

indupan@indupan.cl
+569 7125 1931



PanArte



Innovapan

SOLUCIONES PARA EL FUTURO DE LA PANADERÍA

Toda la tecnología y asesoramiento para tu producción

BIGA FORNI Italia

- DISEÑADO, FABRICADO Y ENSAMBLADO EN **ITALIA**
- CÁMARA DE COCCIÓN Y FACHADA **INTEGRA EN ACERO INOXIDABLE**
- ALTO DESEMPEÑO Y PRODUCCIÓN EN **ESPACIOS REDUCIDOS**
- NO NECESITA MANO DE OBRA ESPECIALIZADA EN SU **OPERACIÓN**
- INTERCAMBIADOR DE CALOR DE **ACERO REFRACTARIO**
- PREPARADOS PARA COCCIONES EN ALTAS TEMPERATURAS, **300 C°**
- **VAPORIZACIÓN POR CASCADA** GRAN SUPERFICIE, FÁCIL DE DESMONTAR Y LIMPIAR
- CONTROLADORES ELECTROMECÁNICOS **ELIWELL**
- DISPONIBLE EN **60X40, 50X70, 60X80 Y 80X80**

DISEÑAMOS TU PROYECTO



+56 9 2936 0773

WWW.INNOVAPAN.CL

León de La Barra 9371
Lo Espejo, Región Metropolitana



SERVICIOS GREMIALES Y PROFESIONALES

Estimados socios, les damos a conocer los servicios entregados por INDUPAN A.G.



SERVICIOS PROFESIONALES AL ASOCIADO



PREVENCIÓN DE RIESGOS



INOCUIDAD Y CALIDAD DE ALIMENTOS



LEGALES

PREVENCIÓN DE RIESGOS

GRATUITOS

- Reglamento Interno de Orden Higiene y Seguridad.
- Orientación en procedimiento de accidentes laborales graves o fatales.
- Charla de inducción a trabajador nuevo (ODI).
- Inspección en terreno (check list) para dar cumplimiento a las exigencias de la ley

16.744, DS.40, DS.54 y DS.594

- Política de seguridad y salud ocupacional.
- Capacitación, charla o curso de orientación en prevención de riesgos y aspectos legales.
- Entrega de documentos (formatos).
- Seguimiento a la documentación (registro de EPP – ODI, entre otros).
- Formación de monitor en prevención de riesgos.
- Orientación en la conformación del Comité Paritario de Higiene y Seguridad.

VALOR PREFERENCIAL AL ASOCIADO

- Formación, funcionamiento y seguimiento del Comité Paritario de Higiene y Seguridad (DS.54). Incluye participación mensual en el comité.
- Procedimiento de trabajo seguro.
- Plan de emergencia y evacuación.
- Matriz de riesgo.
- Charla en manejo de extintores.
- Capacitación, charla o curso en prevención de riesgos (primeros auxilios, manejo de residuos, manejo manual de cargas, incendios, brigada de emergencia y trastornos musculoesqueléticos).
- Implementación de protocolo Prexor.
- Implementación de protocolo de factores psicosociales.
- Implementación de protocolo MMC (Manejo Manual de Carga).
- Implementación de protocolo Tmert.
- Programa preventivo con mención en máquinas Prosemeg.

INOCUIDAD Y CALIDAD DE LOS ALIMENTOS

GRATUITOS

- Inspecciones preventivas de fiscalizaciones sanitarias.



- Orientación para la implementación de BPM y HACCP.
- Orientación de etiquetado nutricional según ley de sellos.
- Implementación de registros básicos de temperatura, higiene y salud de los colaboradores y limpieza de áreas. Capacitación al personal sobre estos temas.
- Capacitación en manipulación de alimentos e higiene personal (art. 52, DS 977).
- Visitas coordinadas con empresa especialistas para levantamiento de control de plagas.
- Revisión general del sistema BPM para panaderías que ya cuentan con su implementación.
- En caso de sumario sanitario:
 - Elaboración de descargos.
 - Reposición o solicitud de baja de sentencia.

VALOR PREFERENCIAL AL ASOCIADO

- Implementación del sistema de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM).
- Implementación POE.
- Implementación de POES.
- Implementación del sistema HACCP.
- Etiqueta con rotulación de antecedentes

- definidos por RS.977 y etiquetado nutricional.
- Programa de capacitaciones en temas de inocuidad y seguridad alimentaria.
- Desarrollo de documentos, apertura de giro y/o ampliación de giro y trámites ante la Seremi de Salud.

LEGALES

- Asesorías legales -en términos generales- relacionadas con el rubro.
- Descargos ante Inspección del Trabajo.
- Descargos ante Seremi de Salud.
- Descargos ante Sernac.
- Revisión de documentación.
- Actualización de contratos de trabajo y anexos (formatos).
- Comprobantes de vacaciones (formato).
- Licencias médicas con fiscalización SUSESO.
- Cartas de amonestación.
- Cartas de despido.
- Finiquitos.

BENEFICIOS AL ASOCIADO

- Proyectos asociativos.
- Comercializadora de productos.
- Participación en actividades gremiales.
- Recibir información relevante del sector panadero.



TE INVITAMOS
A HACERTE
SOCIO

ESCRÍBENOS A
indupan@indupan.cl
+569 7125 1931

GUIA PROVEEDORES




PanArte

Molinera  **San Cristóbal.**

Productos de calidad y confiabilidad para la industria panadera y pastelera.



Harinas Industriales

Mezclas Completas

Productos de Pastelería

Levaduras Instantáneas

Coberturas de Chocolate

Exposición 1657 · Santiago
www.sancristobal.cl

Call Center
800 123 300



Harinas Cisne
Molinos Cunaco S.A.

EL MEJOR PAN, COMIENZA CON LA MEJOR HARINA...

Entregamos el mejor servicio a la Industria Panadera Nacional, siempre manteniendo la calidad que nos ha dado prestigio por más de 60 años.

Dirección casa matriz:
Chacra El Descanso s/n, lote 3, Peñaflo, Santiago.
www.molinoscunaco.cl
secretaria@molinoscunaco.cl



Con nuestras Premezclas ¡TE CONViertes EN UN EXPERTO!

-  Estandarización de métodos de procesos
-  Facilidad de Calcular costos
-  Conocimiento exacto de los rendimientos
-  Fácil control de stock y mermas
-  Disminuye el riesgo de errores de preparación

CABILDO, Valparaíso (33) 276 1026
MAIPÚ, R.M. (56) 22 429 1300
TALCA, Región del Maule (71) 224 2960
YUNGAY, Región de Ñuble (42) 268 0114

 herediamolinos.cl
 Heredia Molinos
 herediamolinos




Molino Linderos

TELEFONO
+562 2821 2424

www.molinelinderos.cl

HORARIO DE ATENCIÓN
DE LUNES A VIERNES DE 09:00 AM - 12:00
CONTACTO@MOLINOLINDEROS.CL

OFICINA GENERALES Y PLANTA
VILLASECA 1195, BUIN, SANTIAGO

La Triguena

INSUMOS PANADEROS



- GRASA •
- MANTECA •
- MANTECA VEGETAL •
- MARGARINAS •
- LEVADURAS •
- DULCES DE LECHE •

¡Más de 60 años de experiencia!



Casa Matriz Santiago:
Antillanca Norte 576-590, Pudahuel.

+56 22 949 3344

Sucursal Concepción:
Av. Vicuña Mackenna 735.

41 223 32 09 - 41 223 27 66

contacto@latriguena.cl

www.latriguena.cl

puratos
Food Innovation for Good

Completa gama de productos de panadería, pastelería y chocolatería

Av. Aeropuerto 9790, Cerrillos
Servicio al Cliente:
+56 2 2719 4417
www.puratos.cl



WWW.MOLINERADELVALLE.CL

@molineradelvalle

+56 2 2565 5400
+56 9 3100 4200

Longitudinal Sur KM. 39, Parcela 69, Paine - Chile



Contáctanos

- +56 9 7859 5438 **Ventas**
- +56 9 6272 4578 **Ivan Ulloa**
- el.salon.del.panadero.cl
- contacto@elsalondelpanadero.cl
- www.elsalondelpanadero.cl
- Canal Zone #8422, Pudahuel

TODO PARA TU PANADERIA Y PASTERIA!

Publique aquí

más informaciones en indupan@indupan.cl

ASITEC S.A.
INNOVACIÓN - TECNOLOGÍA - SERVICIO

Desde 1994 desarrollando premezclas de panadería, pastelería y productos para la industria de alimentos



Doletto®

- ✓ Bases para preparar
Crema pastelera
Merengue

RAPIDOX®

- ✓ Mejoradores de panadería
Marraquetas
Hallullas
Pan especial
- ✓ Premezclas de panadería
Pan soft, pan italiano y pan amasado
- ✓ Premezclas de pastelería
Biscocho de vainilla y chocolate
Masas dulces
Queque vainilla
- ✓ Insumos de molinería y desarrollos para la industria de alimentos

CASA MATRIZ
Chañarillo 691 Maipú
F. 22 6160200
www.asitec.cl



CONTÁCTANOS DESDE DONDE ESTÉS

Zona	Correo
Arica	
Antofagasta	arnoldo.pfeiffer@watts.cl
Iquique	
La Serena	
Copiapó	hugo.correa@watts.cl
La Serena	
Viña del Mar	mauricio.lineros@watts.cl
RM	
RM sur	juan.nogueira@watts.cl
Concepción	gonzalo.troncoso@watts.cl
Los Angeles	
Valdivia	romulo.carrillo@watts.cl
Temuco	
Puerto Montt	
Osorno	guillermo.lopez@watts.cl
Coyhaique	
Punta Arenas	

[/wattsindustrial.cl](https://www.facebook.com/wattsindustrial.cl)

www.wattsindustrial.cl

Atención al Cliente
600 200 0017

ESTAMOS CONTIGO DÍA A DÍA
Insumos Panaderos



+56 23 26110470 CONTACTO@MYLPAN.CL
AV. FRESIA 1685, LA PINTANA - STGO WWW.MYLPAN.CL

**Publique
aquí**

más informaciones en
indupan@indupan.cl

**ENTRÉGALE A TUS
TRABAJADORES
LAS HERRAMIENTAS
PARA
POTENCIAR TU
NEGOCIO**

**Capacítalos
en la Escuela
Internacional
Artebianca**



► Si quieres entender cómo podemos ayudarte a mejorar tu productividad y rentabilizar tu negocio a través de la formación, escríbenos al WSP
+56965971305 o
contáctanos en

www.artebianca.cl



ESUELA INTERNACIONAL
ARTEBIANCA
PANADERÍA | PASTELERÍA | GASTRONOMÍA



Indupan A.G.

**COMERCIALIZADORA
DE PRODUCTOS**

HAGA SU PEDIDO

- BOLSAS PLÁSTICAS
- CAJAS PLÁSTICAS
- GUANTES / CADENAS
- GUANTES DESECHABLES
- JOCKEY
- MASCARILLAS
- PANTALONES
- PAÑOS MARRAQUETA
- POLERAS POLO
- ROLLO DE PAPEL
- SACOS DE PAPEL
- ZAPATOS DE SEGURIDAD

**CONTACTE
A SU EJECUTIVO
EN TERRENO**

***SOLICITE SU DESPACHO
A REGIONES**

**MARIN #0559,
PROVIDENCIA
SANTIAGO, CHILE.**


**FONO 2 2274 6818
INDUPAN@INDUPAN.CL**




 **FIPACH** 2026
Origen, Tecnología y Futuro
PABELLÓN DE LA PANADERÍA



RESERVA
TU ESPACIO
HOY

 rafael.urra@indupan.cl

 +56 9 7215 1995

ESPACIO **FOOD**
SERVICE

SEP 29 • 30
OCT 01 **2026**
ESPACIO RIESCO

 **Indupan A.G.**
ASOCIACIÓN GREMIAL DE INDUSTRIALES DEL PAN SANTIAGO



Harinas Cisne

Molinos Cunaco S.A.



**TÚ CREAS,
nosotros te
apoyamos**



San Fernando

AVDA. CENTENARIO N°410
SAN FERNANDO

San Felipe

MANSO DE VELASCO N°20
SAN FELIPE

Coronel

MANUEL MONTT N°01099
CORONEL

Cunaco

CAMINO A PICHILEMU S/N
CUNACO - NANCAGUA

Casa Matriz

CHACRA EL DESCANSO S/N,
LOTE 3, PEÑAFLOL, SANTIAGO

 molinoscunaco.cl

 secretaria@molinoscunaco.cl

 +56 2 2616 2400