

PanArte

Chile

ALIMENTACIÓN SALUDABLE

La marraqueta como
protagonista de las
colaciones

MUNICIPIO DE HUECHURABA

Agilidad municipal y desarrollo
local: el modelo que impulsa
nuevos negocios



 **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.

EL SECRETO DE UN BUEN PAN empieza aquí



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, PEÑAFLOR, SANTIAGO



molinoscunaco.cl

secretaria@molinoscunaco.cl

+56 2 2616 2400

TIENDA
VIRTUAL



LA MARRAQUETA COMO ALIMENTO SALUDABLE PARA NUESTROS NIÑOS

Pablo Piwonka Carrasco
Director revista PanArte

Hoy, la alimentación infantil en Chile enfrenta un escenario complejo. Las colaciones escolares están dominadas por productos ultraprocesados, altos en azúcares, sodio y grasas, muchas veces elegidos por conveniencia, precio o falta de información. En ese contexto, resulta pertinente volver a mirar un alimento cotidiano, accesible y profundamente arraigado en nuestra cultura: la marraqueta.

Elaborada a partir de ingredientes básicos —harina, agua, levadura y sal—, la marraqueta es un pan sin azúcar añadida, bajo en grasas y con un aporte energético adecuado para niños en etapa escolar. Consumida en porciones correctas y acompañada de alimentos frescos como palta, tomate, huevo, quesillo o proteínas magras, puede transformarse en una colación equilibrada, fácil de preparar y económicamente accesible para miles de familias.

El problema no es el pan en sí, sino cómo se ha desplazado su consumo desde una alimentación cotidiana hacia un discurso que, muchas veces, lo asocia erróneamente a un alimento poco saludable. Esta percepción ha sido reforzada por la fuerte presencia de snacks industriales en el entorno escolar y por la falta de educación alimentaria clara y contextualizada.

En paralelo, el sector panadero chileno ha experimentado una transformación relevante. Panaderías asociadas a gremios y organizaciones

han avanzado en mejoras concretas: reducción progresiva de sodio, mejor control de materias primas, incorporación de buenas prácticas de manufactura, capacitación permanente de sus equipos y participación en iniciativas de producción limpia. Estos avances permiten ofrecer hoy un producto más seguro, estandarizado y alineado con las exigencias actuales de salud pública.

El gremio panadero cumple, por tanto, un rol que va más allá de la producción. Es un actor estratégico en la alimentación diaria del país y, especialmente, en la infancia. Integrar la marraqueta como opción válida dentro de programas de colación escolar, promover su consumo responsable y educar sobre su correcto uso nutricional son acciones posibles y necesarias.

La propuesta es clara: revalorizar la marraqueta no como un símbolo nostálgico, sino como una herramienta concreta para mejorar la alimentación infantil. Esto requiere trabajo conjunto entre panaderos, autoridades, nutricionistas, establecimientos educacionales y familias. No se trata de volver al pasado, sino de poner en valor un alimento tradicional con estándares actuales y con foco en la salud de nuestros niños.

En un país donde los desafíos en obesidad infantil y malos hábitos alimentarios son urgentes, recuperar alimentos simples, locales y bien elaborados no es un retroceso. Es una decisión práctica, responsable y posible.



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 ELECTROMECAÑICOS **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

SM

SUMARIO

Director

Pablo Piwonka Carrasco

Comité Editorial

Abelardo Novoa Fernández

Andrés Campeny Talleda

Bruno Arenillas Bignotti

José Barja Yáñez

José Yáñez Diéguez

Juan Mendiburu Azcárraga

Marcelo Gálvez Palma

Nicolás Guzmán Zambrano

Rafael Urra Merino

Ramón Sarratea Vial

Ricardo Sánchez Caballero

Publicidad y Nuevos Negocios

Elizabeth Salas Rubio

Fotografía

Ilenia González Méndez

Periodista

Renato Herrera Lagos

Diseño y Diagramación

Giselle Palominos Fernández

Javiera Prieto Ramos

Indupan Servicios Ltda

Fonos: +569 7215 1995

indupan@indupan.cl

Marín 0559 Providencia, Santiago de Chile



8



34



28



40

8

ALIMENTACIÓN SALUDABLE

La marraqueta como protagonista de las colaciones

34

MAQUIPAN: UN REFERENTE

Innovación y tecnología: los nuevos avances que están transformando la panadería

28

MUNICIPIO DE HUECHURABA:

Agilidad municipal y desarrollo local: el modelo que impulsa nuevos negocios

40

LA INNOVACIÓN DE VALORIZA

De los descartes vegetales a una nueva forma de trabajar el pan

MARZO
2026

N° 1026
Desde 1933



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



Colaciones Saludables:
EL NUEVO
ROL DEL PAN
en la nutrición escolar



En un país que consume cerca de 86 kilos de pan por persona al año, especialistas sostienen que la marraqueta, sin grasas añadidas y con posibilidad de reducir su contenido de sal, puede integrarse de forma equilibrada en la alimentación escolar.

En Chile el pan no es un acompañamiento: es un hábito cultural. Con un consumo que ronda los 86 kilos por persona al año, según cifras sectoriales, cualquier discusión sobre alimentación saludable inevitablemente pasa por él. Y, en particular, por la marraqueta, el formato más extendido en las mesas del país.

Durante años, el pan ha sido señalado como uno de los responsables del sobrepeso y la mala alimentación. Pero nutricionistas y especialistas en tecnología de alimentos coinciden en que el problema no está en el producto en sí, sino en la cantidad y en la forma en que se consume.

“La comparación entre tipos de pan no puede hacerse sin considerar la porción y el contexto de la dieta”, explica Ricardo Sánchez, director de INDUPAN. La marraqueta tradicional —harina, agua, levadura y sal— no contiene grasas ni azúcares añadidos, a diferencia de la hallulla o del pan de molde industrial, que suelen incorporar materia grasa y, en algunos casos, azúcar. Una unidad de marraqueta pesa en torno a 90 gramos, aunque la porción recomendada suele ser la mitad. Su principal aporte son los hidratos de carbono, fuente de energía inmediata, especialmente relevante en niños y adolescentes

en etapa escolar. El debate, por tanto, no es energético sino cuantitativo: cuánto y con qué. El otro eje es la fibra. La Organización Mundial de la Salud recomienda una ingesta diaria de entre 25 y 35 gramos, cifra que buena parte de la población no alcanza. El pan blanco, incluida la marraqueta tradicional, aporta menos fibra que sus versiones integrales, por lo que especialistas sugieren optar por alternativas con grano entero o semillas cuando sea posible. Aun así, incluso en su versión refinada, puede formar parte de una colación equilibrada si se complementa con frutas, verduras y proteínas magras.

La sal es el tercer elemento en discusión. Dado el alto consumo de pan en el país, su contribución a la ingesta total de sodio no es menor. Investigaciones desarrolladas por la Universidad Católica de Chile y la Universidad de Chile evaluaron marraquetas con 400 y 200 miligramos de sodio, observando niveles similares de aceptación entre consumidores. La conclusión fue clara: es posible reducir el contenido de sal sin afectar de manera significativa la percepción de sabor ni la intención de compra.

El hallazgo abre una vía relevante para la industria, que enfrenta la presión de reformular



productos sin alterar hábitos profundamente arraigados. En un alimento de consumo diario y transversal, pequeñas modificaciones pueden tener impacto acumulativo en la salud pública. Pero la dimensión nutricional no se agota en la formulación. Una marraqueta con mantequilla y embutidos no equivale a una marraqueta con huevo, queso o vegetales. El acompañamiento redefine el perfil del alimento. De ahí que los especialistas insisten en desplazar el foco desde la prohibición hacia la educación alimentaria: moderar la porción, diversificar ingredientes y priorizar combinaciones equilibradas.

En tiempos en que las colaciones escolares suelen debatirse entre ultraprocesados y restricciones, el pan, y en particular la marraqueta, aparece como una opción accesible, culturalmente integrada y, bajo ciertos criterios, nutricionalmente defendible. No se trata de reivindicar sin matices, sino de entender que, en una dieta balanceada, su presencia no es incompatible con una alimentación saludable.

En un país que difícilmente renunciará a su pan cotidiano, el desafío no parece ser eliminarlo, sino aprender a consumirlo mejor.

Para Gloria Peña, nutricionista y académica U.Central, en el contexto de una dieta equilibrada, y sobre qué tan recomendable es el consumo de carbohidratos complejos y fibra presentes en alimentos como la marraqueta, "Primero hay que entender que un carbohidrato complejo es aquel que se descompone y absorbe lentamente y se encuentran principalmente en alimentos naturales como granos enteros, legumbres, vegetales entre otros y la fibra dietaria es una parte de alimentos vegetales (especialmente cereales integrales, legumbres, verduras) que nuestro cuerpo no puede digerir ni absorber y que en conjunto con el agua



ayudan a mantener una buena salud intestinal. La marraqueta ni tiene ninguna de estas propiedades, sólo aquellas elaboradas con harina integral”.

Para la académica, y considerando que el pan es una fuente importante de carbohidratos en Chile, es importante afirmar que la marraqueta aporta nutrientes relevantes para la salud de la población. Sobre los sus principales beneficios y limitaciones nutricionales, la nutricionista de la Universidad Central, señala que “En Chile existe la obligación de fortificar la harina de trigo (con la cual se elabora la marraqueta) con hierro, ácido fólico, vitaminas del complejo B, vitamina D3. Sin duda la fortificación contribuye a disminuir la prevalencia de anemia, déficit del tubo neural, mejorar la salud ósea e inmunológica de la población”.

Junto a eso, la académica advierte que Desde una perspectiva nutricional, la porción diaria recomendada de marraqueta para un hombre y para una mujer adulta con actividad física moderada, “En Chile la población es sedentaria, pocas personas tienen una actividad física moderada, por lo tanto, la recomendación debería ser para personas adultas, sanas, sedentarias hombres 3 unidades diarias y para mujeres 2 unidades diarias”.

Hablando de Harinas

Uno de los puntos claves en esta discusión, es conocer sobre cuánto influye el tipo de harina (blanca o. integral) en el aporte de fibra, índice glicémico y saciedad en el caso de la marraqueta.

Sobre este tema, Peña señala que “La Harina blanca no contiene fibra, el pan elaborado con esta harina eleva considerablemente el índice glicémico y la saciedad se produce con la ha-





rina integral, por lo que se recomienda comer pan marraqueta integral”.

“En niños con sobrepeso, diabetes o resistencia a la insulina, ¿es necesario eliminar la marraqueta o es posible incorporar de manera estratégica dentro del plan alimentario?”

No solamente los niños, sino que cualquier persona que presentan las enfermedades señaladas, deben alimentarse considerando un plan de alimentación diseñado por un Nutricionista, que satisfaga las necesidades nutricionales de energía y nutrientes, que considere los gustos y preferencias alimentarias, el nivel de actividad física, la disponibilidad de alimentos, los recursos con los que cuenta, entre otros factores”, dice la profesional.

Finalmente consultada sobre el el alto consumo de pan como ocurre en Chile, el problema está en el pan en sí o en el contexto de consumo (porciones, acompañamientos altos en grasa, sedentarismo). “Los problemas derivados del sobrepeso y obesidad son multicausales, tiene que ver con el estilo de vida de la persona, es decir,

bajo nivel de actividad física, alto consumo de alimentos ricos en azúcares y grasas, bajo consumo de legumbres, pescados, frutas, verduras y alimentos saludables, horarios desordenados para comer”, sentencia la académica.

Sabemos que existen mucha oferta de productos procesados y ultra procesados altos en calorías y poco saludables que contribuyan a aumentar de peso y desarrollar enfermedades como hipertensión, resistencia a la insulina, diabetes, problemas cardiovasculares entre otros, y no se puede responsabilizar al pan corriente hallulla o marraqueta de estas enfermedades.

“Un pan tipo marraqueta elaborado con harina integral y consumido con huevo duro o tomate o palta o queso molido con ciboulette, son una buena opción de sándwich saludable. Siempre hay que tener cuidado con las unidades consumidas al día, con los agregados seleccionados, con los horarios en los que se consume, mantener una dieta variada, suficiente, nutricionalmente adecuada nos ayudarán a vivir mejor”, señala Peña.



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





Mejor Helado 2026 y el post del premio para **FREITEZ GELATERIA**





El maestro heladero se quedó con el primer lugar del certamen organizado por Indupan AG gracias a una propuesta técnica y emocionalmente conectada con el público. Tras el reconocimiento, la marca anuncia crecimiento en redes, nuevas líneas de negocio y expansión territorial para 2026.

El concurso Mejor Helado 2026, organizado por Indupan AG, ya tiene ganador. El primer lugar fue para Arnaldo Freitez, de Freitez Gelateria, quien destacó con su propuesta Bruma de Malta, un desarrollo que combinó técnica avanzada, validación con consumidores y rescate de memoria sensorial. El triunfo no fue casual. Según relata el maestro heladero, la decisión de participar respondió a una estrategia familiar orientada a visibilizar su producto y elevar estándares.

“Nos gusta que vean nuestro producto y que nos conozcan. Sabíamos que había grandes competidores, pero nos preparamos muchísimo”, afirma.

Respecto a la preparación estratégica y enfoque técnico, tras haber participado en la versión anterior, la familia Freitez decidió abordar el concurso con mayor planificación. Esperaron las bases, estudiaron los criterios y definieron dos ejes: un limón perfeccionado técnicamente y un helado de innovación que lograra conexión con el público.

“Queríamos algo rico, comercial, replicable en



vitrina. No nos queremos quedar con la receta; la idea es que otras heladerías también puedan desarrollarlo", explica.

El resultado fue Bruma de Malta, un sabor técnicamente desafiante que implicó trabajar con ácidos y alcoholes, elementos que requieren manejo avanzado en formulación y estabilidad, para alcanzar una cremosidad, aroma y perfil sensorial equilibrado.

"Trabajar con ácidos y alcoholes no es sencillo. Es una técnica avanzada. El helado es ciencia, teoría y comprobación", sostiene Arnaldo Freitez

Validación con el público: clave del proceso

Si bien la base técnica estaba resuelta, el equipo decidió "blindar" el producto en todos sus aspectos. Realizaron degustaciones abiertas con clientes, recogiendo datos y ajustando intensidad, dulzor y persistencia en boca. "Nos debemos mucho a la opinión del público. Tomamos datos de 15 o 20 personas y en base a eso perfeccionamos el sabor", explica el patriarca de los Freitez.

El componente emocional fue central. El helado nació a partir de la conversación con un cliente que evocaba sabores de su infancia. Tras el triunfo, ese mismo cliente fue invitado a la heladería. "Le dije que este premio era de los dos, porque recuperamos algo que estaba olvidado", relata.

Desde el concurso, otros consumidores, princi-



palmente adultos mayores, han manifestado que el sabor los transporta al pasado, reforzando el concepto de conexión sensorial que caracteriza a la marca.

Crecimiento digital y posicionamiento como referente

El reconocimiento generó un impacto inmediato en redes sociales y visibilidad. La marca experimentó un crecimiento exponencial en seguidores, mensajes y consultas. "Somos artesanos, no tecnológicos, pero se abrió una ventana muy importante. Nos estamos adaptando a esta nueva etapa", reconoce.

El posicionamiento también se tradujo en nuevos contactos comerciales. Freitez Gelatería ha recibido llamados de empresas interesadas en asesoría en procesos productivos y capacitación de personal, incluso desde regiones como Punta Arenas. "Nos volvimos un referente del helado en Santiago y eso es gracias a esta vitrina", afirma.

Sobre la expansión de cara a este 2026, sus nuevos sabores, la pastelería y más locales, el maestro heladero comenta que en lo más actual, la marca cuenta con tres locales: Bellas Artes, Ñu-

ñoa y Barrio Italia. Tras el premio, el objetivo es ampliar la presencia territorial. "Queremos que haya un Freitez en cada comuna. Soñamos con Providencia y Las Condes", adelanta.

Además, proyectan fortalecer el área de pastelería, integrando productos de alta calidad que complementen la oferta de helados durante todo el año. "Vamos a crecer en heladería y pastelería. Queremos ofrecer productos tanto para verano como para invierno, manteniendo estándares altos y sentido en cada creación", señala.

Un premio que marca el rumbo

El momento en que recibió la llamada de INDUPAN AG quedó grabado en su memoria.

"Me dieron ganas de llorar. Tuve que sentarme y calmarme antes de avisarle a mi familia. Sentí que este es el camino y que hay que seguir luchando".

El Mejor Helado 2026 no sólo distingue una receta, sino un modelo de trabajo basado en técnica, familia, escucha activa del cliente y visión de crecimiento. Un reconocimiento que consolida a Freitez Gelatería como uno de los actores relevantes del rubro heladero nacional.



SIENNA BAKERY

dulzura que redefine la pastelería entre Lima y Santiago

Pasó de los balances financieros a las mangas pasteleras. En solo seis años construyó una marca con cinco locales en Lima y hoy apuesta por Santiago. Esta es la historia de cómo convirtió una pasión en empresa, una empresa en proyecto familiar y el miedo como el motor de expansión.





Cuando Nicolle Pegot-Ogier estudiaba Economía en la Universidad del Pacífico, su camino parecía definido: números, proyecciones, trabajo corporativo. Durante algunos años trabajó en el mundo financiero, en un entorno exigente y competitivo. El aprendizaje fue valioso, pero también desgastante.

“La pastelería siempre fue mi cable a tierra”, cuenta. Desde niña cocinaba con su mamá y su abuela. Hornear era ritual, conversación, afecto. Cuando el ritmo laboral se volvió abrumador, decidió tomarse un año sabático. No para emprender, tampoco para cambiar de vida, solamente para estudiar cocina por convicción.

Ese año la llevó a Italia y luego a Nueva York. En Florencia, rodeada de tradición repostera, tomó una decisión que no estaba en su plan original: dedicarse de manera profesional a la pastelería. Se lo comunicó a sus madre, (hoy socia de Sienna Bakery) y la a respuesta fue inesperada. Generar un trabajo que las mantiene más unidas que nunca.

Y claro, ya que emprender a los 22 años, para muchos puedes ser intuición, números y familia, pero conversando con Nicolle, eso queda corto ya que al volver a su natal Lima, con la formación técnica adquirida en Europa, faltaba algo que sin lugar a dudas radicaba en la estructura empresarial. Empezó produciendo desde la cocina de su casa, tomaba pedidos por redes sociales, horneaba de madrugada y entregaba personalmente. Lo que sí tenía, y marcaría la diferencia, era su formación económica.

Desde el inicio trabajó con estructura de costos, márgenes claros y proyecciones. No era un hobby, era un negocio. Su madre, Hanna Rodrigo, publicista, comenzó aportando capital. Pronto se involucró en branding, administración y estrategia. Lo que empezó como ayuda familiar se transformó en una sociedad formal. Más adelante se sumó su esposo, uno de los hombres de negocios más importante del Perú y así, sin muchos aspavientos se consolidó un modelo empresarial 100% familiar.

En 2019 nació oficialmente Sienna Bakery y en pocos años crecieron hasta alcanzar cinco



locales en Lima y dos centros de producción. La pandemia fue un punto de inflexión que los obligó a profesionalizar aún más la operación, fortalecer delivery y optimizar procesos. “La constancia y la perseverancia están detrás del éxito”, dice Nicolle, rememorando que no solamente se habla de viralidad ni de golpes de suerte, habla de disciplina.

La expansión como objetivo estratégico

Internacionalizar la marca no fue improvisado.

Desde los primeros años estaba en su horizonte.

La cercanía geográfica y cultural convirtió a Santiago en un destino natural. En 2023 conocieron a Claudio Moro, pe-

ruano radicado en Chile, quien se sumó como el esperado socio local. Durante un año completo buscaron ubicación. Evaluaron barrios, flujos peatonales, costos y normativas.

El principal obstáculo fueron los permisos sanitarios y municipales. Para acelerar procesos optaron por adquirir derecho de llave, una decisión que elevó la inversión inicial pero permitió concretar la apertura. “Uno planifica un presupuesto y termina invirtiendo mucho más”, reconoce. “Pero si quieres hacer las cosas bien, tienes que asumirlo”.

Adaptarse o fracasar

Replicar una marca en otro país implica más que trasladar un logo. Los insumos cambian. Las harinas reaccionan distinto. El chocolate tiene otra composición. El clima afecta las texturas.

Algunas recetas funcionaron





desde el primer intento. Otras no. La Red Velvet necesitó doce pruebas para lograr la humedad y estabilidad esperadas. Se reformularon proporciones, tiempos y proveedores.

También hubo adaptación cultural. En Chile incorporaron productos exclusivos como el cheesecake de Lotus y el tres leches de frambuesa, combinando identidad peruana con preferencias locales. “La calidad no se negocia. Si algo no sale como queremos, no se vende”.

Y el salto llegó. Muchos titularían “Abrir desde cero con una marca desconocida, un mercado nuevo y los miedos a lo que no se puede explicar”. Y claro, que a diferencia de Lima, donde el crecimiento fue orgánico, en Santiago de Chile la marca debutó con tienda física y sin reconocimiento previo. “La semana antes de abrir no dormía.

Pensaba: nadie me conoce aquí”, recuerda Nicolle.

Lo que convenció de forma inmediata tuvo que ver con la estrategia, ligada a confiar en el producto y en la experiencia en tienda. Producción diaria en el segundo piso para lograr garantizar frescura, reposición dos veces al día y foco en atención personalizada. Y cuatro meses después, los cuchariables y las galletas rellenas se consolidaron como los productos más vendidos. El flujo peatonal espontáneo fue clave para generar los primeros clientes recurrentes.

Empresa familiar, cultura de trabajo y mirada a futuro

Uno de los mayores desafíos de expandirse fue delegar. Mientras Nicolle viaja entre Lima y Santiago, su equipo en Perú mantiene operativa una estructura de más de cinco locales. “La empresa no depende solo de mí. Eso fue un aprendizaje enorme”.

La cultura interna prioriza procesos estandarizados, control de calidad y mejora continua. Cada nuevo producto pasa por pruebas internas antes de llegar a vitrina.

Hoy el foco está en consolidar la operación chilena antes de abrir un segundo local. La experiencia inicial enseñó que crecer sin bases sólidas puede ser riesgoso.





“Hay que sentar bien las bases antes de crecer”, afirma.

Si tuviera que definir esta etapa, no la describiría como expansión, sino como evolución. Más estratégica, más consciente, más madura.

Y aunque todavía enfrenta desafíos, hay algo que no cambia desde el primer día en su cocina: la convicción de que un postre puede transformar un momento cotidiano en algo especial. “Cuando uno se come un postre no está triste”.

Finalmente la pregunta era un poco obvia: El sabor de Chile en ojos de Nicolle Pegot-Ogier:

“Si me preguntas qué sabor representa Chile para mí, diría que los frutos rojos. La frambuesa, el arándano, la cereza. Hay una torta típica que probé allá que me enamoró: la torta caluga de frambuesa. No existe en Perú y estoy haciendo pruebas para implementarla. Para mí, la frambuesa es el sabor que me hace pensar en Chile”.



@sienna_bakerychile



www.siennabakery.cl



Capacita a tu equipo sin que sea un gasto

Haz que sea inversión

Un maestro capacitado mejora procesos, reduce mermas, optimiza tiempos y eleva la calidad del producto final.



Artebianca es OTEC certificada. Utilizando los **cursos financiados con recursos del Estado, vía Franquicia Tributaria SENCE**, transformas la capacitación en productividad real para tu panadería. Disminuyendo el impacto financiero y potenciando el crecimiento de tu negocio.



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

ESCUELA INTERNACIONAL
ARTEBIANCA
PANADERÍA PASTELERÍA GASTRONOMÍA

Escanea el QR y
contacta a nuestros
asesores formativos



+569 4021 1606
+569 4277 0662
www.artebianca.cl
@artebianca.cl



sence 50
Años
1976 - 2026



Marcelo Urrutia, dueño de

VICOZO

“Hay que enamorarse del producto,
de la masa, del proceso que tiene
la marraqueta”



Este empresario, transformó la panadería familiar en un negocio que **distribuye a 20 comunas de la RM**, combinando procesos artesanales, tecnológicos y un modelo de reparto donde la flota se convierte en socios comerciales.

Lo que comenzó como un pequeño negocio heredado de sus abuelos que llegaron como muchos del sur, hoy es una empresa que desafía los límites del pan corriente en Santiago. Marcelo Urrutia, dueño de Vicozo SpA, asumió la panadería hace 15 años, junto a su esposa Nicole Catalán y su cuñada Paulina Catalán, cuando su continuidad estaba en riesgo, y desde entonces ha buscado profesionalizar y modernizar cada etapa de la operación.

“Esto se iba a perder. Yo era joven, no tenía mucha dirección, pero era la oportunidad que me quedaba”, recuerda con una sonrisa un tanto nerviosa al recordar esa historia de novela, que no tenía contemplado construir el rentable negocio de hoy. La panadería nació con su abuelo y pasó a su padre, y tras su fallecimiento quedó en manos de su madre. La producción diaria fluctúa entre 200 y 300 kilos, en condiciones que Marcelo califica como “no buenas”.

Y claro, como toda buena historia, enamorarse

del pan, del proceso y profesionalizar el oficio no es la panacea, pero sí el claro ejemplo de que con un trabajo honesto, donde los costos los maneja de forma individual, se puede salir adelante; y esto, con algo que ellos connotan: “Con mucho amor”.

Marcelo se enamoró del pan, del proceso, de la marraqueta, de la masa y de la precisión que requiere la fermentación y la cocción. En Vicozo no dependen de un solo maestro panadero ya que el conocimiento se comparte y se transmite al equipo. “La masa tiene que tener amor. El maestro tiene que llegar con sus condiciones claras”, señala, y agrega que han sido muy selectivos con el personal: “No queremos gente que venga solo por el sueldo. Queremos que se enamoren del producto”.

Y al recorrer su planta en San Joaquín sin lugar a duda que eso ocurre. Instalaciones de primer nivel dan cuenta de un trabajo arduo, con hombres que piensan su producto y mujeres que han llegado a aportar no solamente de la producción sino que de la amabilidad



que se respira. En total, son 15 las mujeres que trabajan en los turnos de Vicozo.

La familia también fue clave. Nicole, su esposa, y Paulina Catalán, su cuñada, son parte fundamental del equipo. Y la guinda de la torta -si se me permite la analogía pastelera - se relaciona con el nombre Vicozo que surge de la combinación de los nombres de sus hijos: Vi (Vicente), Co (Colomba) y Zo (Zoe).

Crisis, aprendizaje y crecimiento gradual

Entre 2012 y 2013, la panadería atravesó su peor momento: perdieron activos y debieron repensar el negocio de forma temporal. Volvieron en 2014 con un enfoque más estructurado y en 2016 incorporaron su primera máquina industrial y así comenzaron a observar referentes del rubro para aprender estrategias de crecimiento y logística.

Hoy, Vicozo produce de manera continua, a diferencia de otras panaderías tradicionales que concentran la producción en bloques. "Tenemos que controlar pedidos que llegan

hasta las 10 de la mañana para la producción de la tarde. La presión es permanente, pero siempre hay pan y eso lo hacemos extensible a los vecinos, quienes también pueden comprar su pancito a un valor muy por debajo del mercado", afirma Marcelo.

Innovación en logística y modelo de revendedores

Una de las mayores innovaciones de Vicozo es la externalización de la logística. Marcelo diseñó un modelo donde los repartidores no solo entregan el pan, sino que se convierten en socios comerciales. "Les damos el pan a un precio y ellos se encargan de la logística y la venta. Pasan de ser trabajadores a ser sus propios jefes", explica.

El sistema incluye charlas mensuales para evaluar el mercado, ajustes en precios y premios por desempeño. "Si superan la venta mensual, tienen un incentivo. Les damos facilidades para adquirir sus vehículos, financiamiento y respaldo que no encuentran en otras panaderías. Eso



motiva a que busquen clientes y mantengan el negocio vivo", agrega.

Este modelo, poco común en el rubro, permite a Vicozo competir con formalidad y eficiencia, acercando la panadería tradicional a procesos más organizados y formales. Un salto cuantitativo al proceso de mejoras continuas que tiene el rubro panificador y que los tiene con nuevos proyectos como una nueva planta en la misma comuna.

La historia personal detrás de Vicozo

Más allá de la panadería, Marcelo decidió abrir su historia para mostrar la persona detrás del negocio. "Era el momento de saber quién maneja Vicozo. Salir en las redes sociales y que la gente vea que detrás del nombre hay un equipo, una familia", dice.

Agradece la colaboración de quienes lo apoyaron desde los inicios, como Molino San Cristóbal y proveedores históricos. "Se ha armado (sic) un equipo de personas a las que les he tomado mucho cariño a través del tiempo, y

también he cometido errores. Eso es parte del aprendizaje", explica.

Y sobre los planes de expansión y proyección de cara a un 2026 que llegó para quedarse, Urrutia no escatima en su análisis que proyecta crecimiento en la elaboración de pan envasado, pastelería seca y otros productos de panadería, buscando mercados más formales donde las cobranzas y compromisos sean claros y sostenibles.

"El rubro es lindo, pero también es difícil. Queremos atacar mercados donde haya un compromiso real de pago y podamos proyectarnos con más tranquilidad", comenta.

Finalmente, Marcelo reflexiona sobre los sueños que aún le quedan: disfrutar más tiempo con su familia y mantener la pasión por la panadería sin sacrificar la vida personal. "Hoy estoy en paz conmigo mismo. La familia, la esposa, los hijos, todo lo que hemos construido... eso es lo más importante. La ambición empresarial se equilibra con la vida personal. El pan y la familia van de la mano", concluye.



Patente en un Día en
Huechuraba
formalizando oficios para que
el emprendimiento crezca



El municipio implementó una ordenanza y una plataforma digital que permite obtener patentes comerciales y profesionales en menos de 24 horas. La iniciativa, según sus gestores, busca ordenar, formalizar y acompañar el emprendimiento local, con impacto directo en rubros como la panadería y pastelería.

Emprender en Chile suele comenzar con una cocina adaptada, recetas probadas a pulso y una necesidad urgente de generar ingresos. Sin embargo, para miles de pequeños productores, el verdadero cuello de botella está en el trámite. Certificados, idas y vueltas al municipio, plazos inciertos y respuestas poco claras han sido, por años, parte del paisaje que a muchos no los deja crecer.

Patente en un Día nace precisamente desde ese diagnóstico y su respuesta a mejoras; una iniciativa impulsada por la Municipalidad de

Huechuraba que combina una ordenanza municipal con una plataforma digital desarrollada íntegramente de forma interna, permitiendo que una patente, que antes podía tardar hasta 35 días, hoy se obtenga en menos de 24 horas, e incluso en casos excepcionales, en solo 7 días.

Una instancia que nace del mandato político al diseño del proceso, indica el alcalde de la comuna, Max Luksic, quien en conversación con PanArte, nos contó de los alcances, puntos de partida, incipientes resultados y la convicción de que las cosas bien hechas, resultan. Junto a él, Isabel Varas, encargada de Experiencia de Usuario de la Municipalidad de Huechuraba, señala: "Cuando llega el alcalde, uno de los primeros mandatos es cómo potenciamos el comercio local, cómo formalizamos a los vecinos y vecinas y cómo impulsamos el emprendimiento".

"Con Patente en un Día, el comerciante puede abrir su negocio para vender pan, pasteles, empanadas, verdulería pero no fabricar. A futuro sería ideal avanzar hacia Patente en Un Día para fabricación propiamente tal. Esto implicaría un esfuerzo desde la Dirección de Obras que por ley deben inspeccionar si la fábrica es apta, y por supuesto funcionaría siempre y cuando el contribuyente traiga la resolución e informe sanitario, que eso es lo que también toma más tiempo", advierte Varas.

Ese mandato obligó a mirar el problema desde adentro, por ello, el equipo municipal detectó



que la baja formalización no se debía a falta de interés, sino a procesos internos lentos, particularmente en trámites como el certificado de zonificación entregado por la Dirección de Obras.

“Empezamos a estudiar la ley y nos dimos cuenta de que la misma normativa permite entregar patentes de manera inmediata, siempre que se cumplan ciertas condiciones generales y no se trate de giros que requieren legislaciones más específicas”, señala Varas.

La solución no fue solo normativa, sino también técnica; una plataforma digital que guía al usuario paso a paso y que, desde el inicio, informa si el giro es factible, si requiere permisos adicionales, como resolución sanitaria o patente de alcoholes, o si no puede acceder a esta modalidad.

“No prometemos atajos. Prometemos claridad. La persona sabe desde el primer momento a qué puede y a qué no puede acceder”, enfatiza.

Gastronomía: formalizar sin desarmar el negocio

En un contexto marcado por la pandemia y el estallido social, muchos emprendimientos gastronómicos, panaderías, pastelerías, cocinas de barrio, surgieron como respuesta a la pérdida de empleo. Formalizar, sin embargo, fue para muchos un proceso tan complejo que terminó postergándose indefinidamente.

Patente en un Día contempla cinco giros asociados a resolución sanitaria, pero exclusivamente en modalidad de venta: panadería y pastelería, venta de huevos, verdulerías, almacenes y minimarkets. En todos los casos, la patente otorgada es provisoria por dos años.

“La fiscalización no desaparece ni se debilita”, aclara el alcalde Max Luksic. “No estamos desregulando. Estamos ordenando el inicio del proceso para que las personas puedan trabajar tranquilas, dentro de la ley y sin depender de voluntades personales”.

La plataforma, además, indica de inmediato



cuando un emprendimiento requiere autorización sanitaria por manipulación de alimentos, evitando falsas expectativas o pérdidas de tiempo que, en muchos casos, terminaban por desalentar la formalización.

Menos visitas, más certezas

Antes, obtener una patente implicaba al menos cinco visitas presenciales al municipio: preguntar si el giro era posible, reunir documentos, entregar antecedentes, subsanar observaciones, pagar y finalmente retirar la patente. Hoy, todo ese recorrido está digitalizado.

“Pasamos de un sistema basado en la incertidumbre a uno basado en la información”, resume Varas. “Eso tiene un impacto directo en la calidad de vida de los emprendedores”.

En los primeros diez días de funcionamiento, la plataforma recibió más de 50 solicitudes, muchas de ellas provenientes de otras comunas. Para el municipio, ese dato confirma que el problema no era local, sino estructural.

Y como toda idea buena se aplaude, este es un modelo que ha nacido para pensarse y replicarse, ya que uno de los aspectos más relevantes del proyecto es su vocación pública y colaborativa. La plataforma se entrega de forma gratuita, con código abierto, una base de datos simple y sin requerimientos tecnológicos complejos.

“Es un diseño que podría ser muy caro para cualquier municipio, pero lo desarrollamos internamente. Hoy lo entregamos como un paquete completo, con transferencia tecnológica y técnica”, explica Varas.

Actualmente existen planes piloto en Puerto Montt y Paine, comunas que ya están adaptando la ordenanza y la plataforma a sus propias realidades, incorporando mejoras que luego pueden ser compartidas con otros municipios.

“El impacto está en generar soluciones replicables, especialmente para comunas con menos recursos”, añade el alcalde.



ACTI

ESPACIO IMPULSA
Oportunidades Huechuraba.

CDI
Chile

brother
at your side

PROGRAMA
Conectadas
Huechuraba.



Digitalización con enfoque humano

Patente en un Día forma parte de una estrategia mayor de modernización municipal. En alianza con CAF, Huechuraba inició un proceso de digitalización con una inversión cercana a los 50 mil dólares, orientado a mejorar la experiencia ciudadana y optimizar la gestión pública.

Pero la tecnología no opera sola. La comuna cuenta hoy con tres espacios de cowork —Impulsa, Textil y próximamente Gastronómico— que acompañan a los emprendedores en su proceso de formalización, capacitación, crecimiento y que tuvimos la oportunidad de conocer en un recorrido con la autoridad comunal y su equipo de trabajo.

“Sabemos que hay brechas digitales. Por eso estamos trabajando en escuelas digitales para dirigentes, vecinos y emprendedores, junto a universidades y asociaciones público-privadas”, señala Luksic.

Formalizar también es parte del oficio

Más allá de la recaudación, siempre necesaria en municipios con recursos limitados, el foco del proyecto está puesto en la formalización como condición básica para un desarrollo sostenible para los vecinos de la comuna.

Más aún en rubros donde el trabajo manual, la técnica y el tiempo son fundamentales, iniciativas como Patente en un Día recuerdan que el inicio del oficio también importa. Porque antes de vender pan, pasteles o platos preparados, alguien necesita algo esencial: certeza para empezar.

“Cuando una persona puede trabajar tranquila, con reglas claras, el emprendimiento crece mejor. Y eso beneficia a toda la comuna”, concluye el alcalde.

SÉ PARTE DE ESTA VUELTA A CLASES

Tus productos mucho más ricos y saludables



LIVENDO®
MASA MADRE

Crux



Atrévete a innovar e identifícate con lo diferente

MASA MADRE LIVENDO CRUX nace a partir de la fermentación natural producida por las levaduras y bacterias lácticas cultivadas por Lesaffre en Francia. Este fermento permite diversidad de sabores, texturas y aromas, a todos tus productos horneados.

UNA MARCA LESAFFRE • www.lesaffre.com • síguenos en:





“La innovación no está en la máquina,
está en cumplir la promesa”

Pietro Gattavara, Gerente General



MAQUIPAN®



El ejecutivo redefine el rol de la empresa en la industria panadera chilena: pasar de proveedor de maquinaria a socio estratégico integral.



Automatización, servicio técnico propio, adaptación tecnológica local y formación especializada son parte de una apuesta que busca anticipar el nuevo ciclo del rubro de la mano de Maquipán y la dirección de Pietro Gattavara, gerente general de la firma, quien sabe que la industria panadera chilena no está en crisis, pero sí en transición. Cambian las reglas laborales, suben los costos energéticos, se ajustan las exigencias regulatorias y el consumidor se vuelve más sofisticado. En ese escenario, la pregunta ya no es qué horno comprar, sino cómo sostener un negocio en el tiempo.

Para Gattavara, quien se ha desempeñado los últimos 15 años en la industria gastronómica, viendo panadería, heladería, restaurante, gastronomía en general, trabajando en negocios mineros, en supermercados, y ex ejecutivo de

Marsol, que es del mismo grupo que absorbió Maquipán hace cuatro años, el error está en reducir la conversación a equipamiento. "La innovación no solo tiene que ver con traer equipos nuevos. Tiene que ver con cambiar el andar, mover piezas y hacer que las cosas funcionen distinto. Si no cumples la promesa productiva, la máquina no sirve de nada".

La frase no es retórica sino que es claramente un marco estratégico, esto porque la empresa piensa no solamente como un importador de equipamiento para el sector panadero, pastelero o pizzero, sino que en un integrador entre ellos y sus clientes.

Maquipán, con más de cinco décadas en el mercado chileno, fue históricamente reconocida como proveedor de maquinaria para panadería y gastronomía, pero bajo el liderazgo de Gattavara, la compañía está redefiniendo



MAQUIPAN
CHILE



su posicionamiento. “Las máquinas las puede traer cualquiera. La diferencia está en todo lo que pasa después de la venta”.

Ese “después” es lo que el ejecutivo llama servicio 360: instalación propia, capacitación, ajuste de parámetros productivos, financiamiento, disponibilidad de repuestos y acompañamiento técnico continuo.

La lógica es simple: en una panadería, un día detenido no es un problema técnico, es una pérdida directa de ingresos y reputación. Por eso la empresa mantiene una bodega de repuestos valorizada en más de mil millones de pesos y un equipo técnico que opera a nivel nacional. “No somos one-timers. No vendemos y nos olvidamos. Nuestro propósito es que el cliente crezca”.

Automatización como respuesta estructural

La reducción de jornada laboral y el aumento sostenido de costos obligan a repensar procesos. Gattavara lo plantea sin ambigüedades: “Creo que el gran salto de la industria va a ser la automatización de procesos”.

Pero no habla de reemplazar oficio, sino de estandarizar tareas críticas para liberar capacidad productiva. Líneas automatizadas para hallullas y marraquetas, marmitas con revolvedor automático que aseguran consistencia en rellenos, hornos combinados de alta eficiencia energética y equipos que reducen tiempos de cocción en punto de venta son parte de la transformación que proyecta.

“El panadero ya no puede depender solo de mano de obra intensiva. Necesita eficiencia y



“Nosotros somos panaderos.
Tenemos el oficio.
Respiramos pan”.

previsibilidad”, señala el ejecutivo dando pie a que la automatización no es lujo, es estrategia de supervivencia.

Adaptar tecnología a la realidad chilena

Un punto central en la visión de Gattavara es la adaptación local. “La masa chilena es dura, poco hidratada. Muchas máquinas estándar no funcionan igual acá”.

La empresa ha trabajado con fabricantes internacionales para ajustar especificaciones técnicas a la materia prima y prácticas productivas nacionales. No se trata solo de importar; se trata de interpretar el mercado.

Ese enfoque se replica en la segmentación comercial: canal tradicional, grandes cuentas industriales y emprendimiento. Cada uno con necesidades distintas de escala,

financiamiento y soporte.

En el segmento emprendedor, Maquipán ha desarrollado un canal digital especializado y programas formativos a través de Escuela Arte Blanca, buscando que quienes inician pequeños puedan escalar en el tiempo. “Decir ‘emprende’ no basta. Hay que enseñar a producir bien y a proyectarse”, remarca el ejecutivo.

Anticipar la regulación y la eficiencia energética

Otro eje estratégico es la sostenibilidad operativa. Gattavara advierte que la eficiencia energética no es una tendencia, sino una inevitabilidad regulatoria. “Va a llegar un minuto en que ciertos equipos no estarán permitidos. Hay que anticiparse”, comenta.

La transición hacia hornos combinados, equi-



pos eléctricos optimizados y sistemas con menor pérdida térmica forma parte de una lectura de mediano plazo. Ya que, quien no invierta hoy en eficiencia, pagará mañana en costos o restricciones normativas.

Un nuevo tipo de panadero

Para el ejecutivo, el perfil del panadero chileno también evolucionó. Y esto queda demostrado no solamente en los requerimientos que el rubro hace a Maquipán, sino que en la manera como la firma piensa y trabaja con sus cluster. “Ya no solo hace pan. Está entrando en pastelería, bollería, empanadas, incluso heladería. Está pensando en su mix y en su margen”.

Para el ejecutivo, el negocio dejó de ser exclusivamente producción; ahora integra logística, punto de venta ágil y diversificación de oferta. En ese proceso, justo ahí es donde Maquipán busca posicionarse como articulador integral. “No vendemos máquinas para ganar plata y pasar al siguiente cliente. Vendemos máquinas para que los clientes crezcan. Si ellos crecen, nosotros crecemos”.

Liderazgo con oficio

Gattavara no proviene únicamente del mundo comercial; su trayectoria incluye distintas áreas de la industria gastronómica. Esa mirada transversal le permite leer la panadería como sistema, no como catálogo. “Nosotros somos panaderos. Tenemos el oficio. Respiramos pan”.

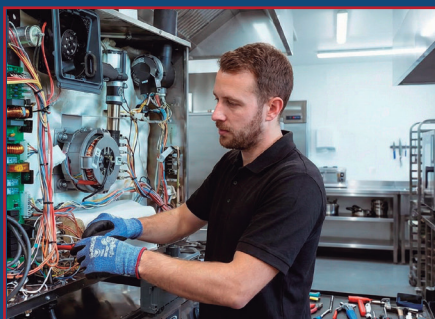
La frase sintetiza el posicionamiento que impulsa su liderazgo en el actual 2026 de Maquipán, donde la tecnología sí es parte de la nueva mirada, pero con comprensión profunda del proceso productivo.

En un mercado donde abundan importadores ocasionales, la apuesta es construir permanencia y en esa lógica, la innovación deja de ser acero nuevo, muy por el contrario, ese material se transforma en algo más exigente, ligado a cumplir la promesa productiva todos los días, porque el cliente quiere pan de calidad, todos los días.



De la asesoría a la postventa: *todo bajo un mismo estándar*

Asesoría, financiamiento, logística, instalación y puesta en marcha coordinadas por un solo socio estratégico.



**En un mercado cada vez más exigente,
fragmentar la responsabilidad aumenta el riesgo.**

Con Maquipan, cada etapa del proyecto se gestiona de forma integrada, desde la planificación inicial hasta el soporte posterior.



Menos terceros, Más control.



Más continuidad operativa.



Tu operación comienza bien desde el primer día.



AGENDA UNA ASESORÍA INTEGRAL EN:

WWW.MAQUIPAN.CL

AV. DON LUIS 644, LAMPA, REGIÓN METROPOLITANA

+56 2 2747 1452

@MAQUIPANCHILE



**Del descarte al pan del futuro:
Empresa chilena convierte residuos
vegetales en innovación científica
para la industria panadera**

La startup de base tecnológica nacida en la Universidad Bernardo O'Higgins transforma hojas y tallos descartados en ingredientes funcionales para panadería, combinando economía circular, nutrición avanzada y validación científica.



Tras adjudicarse el concurso Startup Ciencia-Investigación y Desarrollo, Valoriza inicia una nueva etapa de consolidación con un objetivo claro: escalar su modelo de biotransformación de residuos vegetales, fortalecer su capacidad productiva y proyectar a Chile como referente regional en “panadería circular”, integrando ciencia, nutrición y sostenibilidad en uno de los alimentos más emblemáticos de la mesa nacional.

Y no es menor el desafío. En un país donde el pan forma parte del ADN cultural—con uno de los consumos per cápita más altos de América Latina—la innovación alimentaria encontró un punto de partida inesperado: el residuo vegetal. Hojas, tallos y descartes que antes terminaban en vertederos hoy se convierten en ingredientes funcionales con alto valor nutricional. El proyecto es liderado por la directora Ximena Rodríguez Pallares y la gerente Fancy Rojas Gonzales, quienes impulsan una propuesta que no nació desde una lógica comercial, sino desde la evidencia académica. “Detectamos esta oportunidad al contrastar dos realidades críticas: la inseguridad alimentaria que vive Chile y las toneladas de descartes vegetales con alto valor nutricional en mercados mayoristas. La urgencia ambiental nos dio el ‘por qué’, pero la ciencia nos dio el ‘cómo’”, explica Rodríguez.

Así, Valoriza busca cerrar el círculo entre desperdicio y nutrición, transformando un problema estructural en una oportunidad de desarrollo sostenible para la industria panadera.

Para Rojas, la diferencia estructural de Valoriza frente a otros proyectos circulares está en su profundidad técnica: “No solo reciclamos; hacemos biotransformación. Utilizamos descartes que nunca estuvieron destinados a alimentación humana e integramos validación nutricional desde el laboratorio hasta la escala industrial. No es solo gestión de residuos, es salud pública basada en evidencia científica”.

Ciencia aplicada: del rescate a la inocuidad

Uno de los principales cuestionamientos cuando se habla de valorización de residuos es la seguridad alimentaria. En ese punto, el equipo es categórico. “Aplicamos protocolos estrictos de selección en origen, procesos de sanitización validados y tratamientos térmicos controlados que eliminan patógenos sin degradar compuestos bioactivos. Operamos bajo estándares de laboratorio que aseguran un perfil nutricional estandarizado”, detalla Rodríguez.

El primer laboratorio social de la iniciativa fueron sopas y compotas funcionales distribuidas a organizaciones vulnerables. Esa etapa dejó aprendizajes decisivos.

“Entendimos que el valor nutricional debe ir de



la mano con el sabor y la versatilidad. De ahí evolucionamos hacia ingredientes en polvo: son más fáciles de escalar, tienen mayor vida útil y permiten que la industria los incorpore sin alterar procesos base", afirma Rojas.

¿Por qué panadería?

La elección del rubro no fue azarosa. "Chile es uno de los mayores consumidores de pan a nivel mundial. Si mejoramos el perfil nutricional de un alimento básico, democratizamos la salud desde la alimentación diaria", sostiene Rodríguez.

El nuevo ingrediente aporta fibra dietética, compuestos antioxidantes y coloración natural a las masas. Desde el punto de vista técnico, también mejora la retención de humedad, extendiendo la frescura del producto.

Rojas lo resume en tres dimensiones concretas para panaderías artesanales e industriales, ligadas a lo nutricional, donde más fibra y compuestos bioactivos con una de las claves. En segundo punto la estética, ligada al color vibrante natural sin aditivos sintéticos y la operativa, ligada a la estabilidad en mezcla y mejor comportamiento en la masa.

Un verdadero Clean label y un storytelling con impacto dirían algunos, ya que en un mercado donde el consumidor exige transparencia, el ingrediente dialoga directamente con la ten-

dencia clean label. "Permite declarar 'vegetales rescatados' en la etiqueta y eliminar colorantes artificiales. Es una respuesta concreta a un consumidor que quiere ingredientes reales y trazables", afirma Rojas.

Además, abre una nueva narrativa comercial para el rubro panadero. "Las panaderías pueden dejar de vender solo pan para vender impacto positivo cuantificable. Cada unidad producida evita que vegetales terminen en vertederos. Convertimos el desperdicio en nutrición", agrega.

Medir para transformar

El impacto no es simbólico. Se mide en toneladas de residuos evitados, reducción de emisiones de metano (CH₄) y ahorro hídrico asociado al descarte. "La panadería puede transformarse en un agente de mitigación climática. No es solo producción de alimentos, es transición hacia una dieta circular", enfatiza Rodríguez.

Ambas coinciden en que la valorización de descartes no será una moda pasajera.

"Estamos convencidas de que el upcycling food se convertirá en estándar operativo de la industria global. Frente a la crisis climática y la escasez de suelos, transformar basura en ingredientes de alto valor es la única vía sostenible", afirma Rojas.



El desafío 2026: escalar sin perder trazabilidad

Tras adjudicarse Startup Ciencia 2025, el foco ahora está en el escalamiento productivo. “El principal desafío es robustecer la cadena de suministro y logística de rescate para asegurar volumen constante sin perder trazabilidad”, explica Rojas.

Las alianzas con gremios panaderos, empresas logísticas y distribuidores de insumos serán clave. “Queremos que nuestro ingrediente sea tan accesible como la harina o la levadura”, proyecta.

Valoriza mantiene su sello social mediante alianzas con bancos de alimentos y el foco en poblaciones vulnerables, especialmente personas mayores. Pero su visión es más amplia.

“Imaginamos a Valoriza como referente latinoamericano de ingredientes circulares. Queremos que el pan chileno sea reconocido no solo por su tradición, sino por ser vehículo de nutrición avanzada y sostenibilidad”, concluye Rodríguez.

En tiempos donde la industria alimentaria enfrenta presión ambiental y social, esta startup demuestra que la innovación no siempre nace desde lo nuevo. A veces comienza exactamente donde otros dejaron de mirar: en aquello que considerábamos desperdicio.



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

contacto@panarte.cl / +569 7125 1931

PanArte





NUESTRAS ACTIVIDADES EN LA PRENSA NACIONAL

El concurso del Mejor Helado del verano 2026 copó nuestra agenda noticiosa a finales de enero y comienzos de febrero. Antes de realizarse la actividad, la chef Carolina

Berríos estuvo en espacios televisivos junto al ganador del concurso 2025, Felipe Brant (Di Lusso Gelato), calentando motores para la II versión.



01 Carolina Berríos y Felipe Brant en el programa La Once de la tarde en la señal de cable TVR

Despacho en vivo para el programa "La Tarde es Nuestra" de Canal 13, quienes fueron los primeros en conversar con Arnaldo. La periodista Rocio Villalobos, una habitué de nuestras pautas, disfruta de las preparaciones.

02





03 Daniela Herrera, periodista de CHV Noticias también nos acompañó en la premiación y realizó un hermoso trabajo audiovisual con la historia del ganador y de los helados artesanales.

04 Arnaldo Freitez en los estudios de Radio ADN, compartió su experiencia tras el concurso, contó detalles de su inspiración y cómo Chile le abrió las puertas para emprender.



05 En una grata conversación con los periodistas Rodrigo Ried y Loreto Alvarez, el flamante ganador del Mejor helado 2026, revolucionó a toda "La Radio" con sus preparaciones.

06 Nicolás Gutiérrez, periodista del programa "El mediodía de TVN", conversando con Arnaldo Freitez en su local de Barrio Italia.





Municipio de San Bernardo
distingue a
JUAN MENDIBURU
como ciudadano benemérito



En el marco del aniversario número 205 de la comuna, la Municipalidad de San Bernardo reconoció a vecinos y vecinas cuyo compromiso social, cultural y humano ha sido clave en el desarrollo local, destacando el valor del aporte comunitario y la responsabilidad social.

Al son de la Tonada a San Bernardo, obra del compositor local Manuel González Pérez —presente en la ceremonia—, la Ilustre Municipalidad de San Bernardo celebró un nuevo aniversario de la comuna, fundada en 1821, con un acto oficial encabezado por el alcalde Christopher White Bahamondes y el Honorable Concejo Municipal.

La actividad puso en valor la historia, identidad y patrimonio humano de San Bernardo, destacando su tradición cultural y el rol de sus habitantes como pilares del desarrollo comunal. En ese contexto, se distinguió a ciudadanos ilustres y beneméritos por su trayectoria, vocación de servicio y compromiso con el bienestar colectivo.

Entre los reconocidos se encuentra Juan Mendiburu Azcárraga, destacado como Ciudadano Benemérito, por su trayectoria empresarial y su permanente aporte social desde la emblemática panadería La Floresta. Además, en su rol como presidente de Indupan AG, ha liderado el

gremio panadero a nivel nacional, consolidándose como un referente del comercio tradicional y de la alimentación básica en Chile.

Tras recibir el reconocimiento, Mendiburu valoró la distinción desde una mirada profundamente comunitaria. “Yo soy nacido y criado en San Bernardo. La verdad es que uno siempre da, dona y ayuda a la gente sin esperar recompensa. Este reconocimiento me sorprendió mucho, no tenía idea, y lo agradezco sinceramente al Concejo Municipal, al alcalde y a la comuna”.

El presidente gremial además subrayó que su labor se ha guiado por un fuerte sentido de responsabilidad social, especialmente en un territorio con múltiples necesidades. “San Bernardo es una comuna con muchas carencias y pocos recursos, y siempre llegan a mí instituciones que necesitan ayuda. A veces se puede colaborar con un poco, junto a otros empresarios, pero ese apoyo hace la diferencia”.

En ese mismo sentido, destacó el potencial deportivo local y la importancia de respaldarlo cuando los recursos son escasos. “Aquí hay



una tremenda semillera de deportistas, con mucho talento y esfuerzo, pero con pocos medios. Necesitan recursos para implementos, viajes o competencias, y cuando las autoridades no pueden, nosotros tratamos de estar ahí, ayudarlos y escucharlos".

Mendiburu agregó que muchas veces ese apoyo nace del contacto directo con historias de esfuerzo y superación. "De repente uno escucha historias increíbles de deportistas que, con muy pocos recursos, han llegado muy lejos. Eso te hace sentir que hay que ayudar, que hay que ser responsables en ese sentido".

Por su parte, desde el municipio, el alcalde Christopher White destacó la relevancia de este tipo de reconocimientos para la comuna. "Para nosotros son muy importantes porque reflejan lo mejor de San Bernardo. Estamos hablando de personas que nacieron en la comuna o que llegaron a vivir acá y que se han transformado en actores relevantes, actores sociales, que buscan el bienestar de sus vecinos y de su comunidad".

El jefe comunal agregó que estas distinciones apuntan a relevar valores que van más allá del éxito individual. "El premio que entregamos tie-

ne que ver con reconocer la labor, la disposición y el permanente deseo de colaborar con los demás. A propósito de que a alguien le puede ir bien en la vida, uno nunca puede desconocer que ese éxito también se construye junto a otras personas".

En ese sentido, White subrayó que la figura de Juan Mendiburu representa un ejemplo para la comunidad: "Eso es lo que él representa hoy día para nosotros, y queremos ponerlo como un ejemplo para que muchos otros sigan su camino y puedan hacer de San Bernardo una mejor comuna".

La ceremonia también distinguió a destacados deportistas locales, como Franco Bahamondes, campeón juvenil de Taekwondo en Croacia 2025, y Matías González, joven de Catemito que, con solo 17 años, se ha coronado campeón mundial de esquí náutico; además de vecinos y vecinas que han dedicado su vida al servicio público, la cultura, la memoria y el desarrollo comunitario de San Bernardo.

El acto concluyó con un llamado a valorar la historia local y a quienes, desde distintos ámbitos, contribuyen día a día a construir una comuna más solidaria, justa y con sentido de identidad.

La Triguena



INSUMOS PANADEROS

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

 LATRIGUENA.CL

 +56 2 2949 3344

 CONTACTO@LATRIGUENA.CL

 ANTILLANCA NTE 576, PUDAHUEL



INDUSTRIA PANIFICADORA:

La logística como nuevo eje competitivo

Por: Tracy Dunstan,
Gerente Comercial Procentro.



Durante décadas, el corazón del negocio panificador estuvo en la receta, el horno y la calidad del producto. Ese ADN sigue vigente. Sin embargo, hoy el verdadero diferenciador del sector ya no está únicamente en el sabor o en la tradición, sino en algo menos visible, pero mucho más determinante: la logística.

El escenario es desafiante. Aumento sostenido en el precio de los insumos, volatilidad del trigo, presión por despachos más tempranos y mayores exigencias de trazabilidad configuran una ecuación compleja. En este contexto, la eficiencia operativa dejó de ser una ventaja competitiva y pasó a ser un requisito básico para sostener márgenes.

Uno de los principales puntos críticos está en la distribución. El modelo tradicional —producir, almacenar y despachar desde un mismo punto— comienza a mostrar límites cuando el volumen crece. Espacios saturados, movimientos duplicados, camiones esperando carga en plena madrugada y personal que alterna entre producción y despacho son señales de una estructura que funciona, pero que no necesariamente escala.

Cuando producción y almacenamiento compiten por el mismo espacio físico, se generan fricciones que impactan directamente en tiempos, costos y capacidad de respuesta. Cada metro cuadrado mal utilizado es eficiencia perdida. Y en un mercado donde el margen es estrecho, esos desajustes pesan.

A esto se suma el valor creciente del inventario.

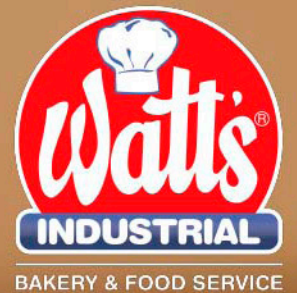
Con insumos más caros y reposiciones ajustadas, el control del stock se vuelve estratégico. No se trata solo de orden, sino de trazabilidad, planificación y gestión financiera. Un error logístico puede significar sobrecostos, quiebres de stock o mermas que afectan la rentabilidad.

La ubicación también juega un rol determinante. La frescura del pan no depende únicamente del proceso productivo, sino del tiempo de traslado. Rutas mal planificadas o emplazamientos poco estratégicos se traducen en retrasos acumulativos que impactan la experiencia del cliente y la reputación del negocio. Frente a este escenario, cada vez más empresas del rubro están optando por separar funciones: producción en un punto y almacenamiento o consolidación en otro. Esta decisión permite ordenar flujos, optimizar rutas, liberar espacio productivo y proyectar crecimiento sin colapsar la operación.

Profesionalizar la logística no implica necesariamente grandes inversiones, sino decisiones estratégicas. Espacios flexibles, escalables y con adecuados sistemas de control pueden marcar la diferencia. El cambio de mentalidad es clave: entender que la logística no es un gasto operativo, sino una herramienta de competitividad.

La industria panificadora siempre ha sido resiliente. Pero hoy el desafío no es solo hornear mejor pan. Es estructurar mejor la operación. Porque en un mercado cada vez más exigente, la cadena logística puede ser el eslabón que limite el crecimiento... o el que lo impulse.

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



VOLVER AL ORIGEN:

menos ingredientes, más pan

Ricardo Sánchez,
Director de Indupan



El debate sobre la alimentación saludable ha polarizado la dieta entre ultraprocesados y modas, dejando al pan atrapado en una simplificación injusta. Un producto con 15 o 16 ingredientes, ya no es pan en su sentido original, sino un producto industrializado alejado de su génesis y función básica.

La elaboración del pan nace desde la sencillez. Harina, agua, levadura y sal han sido, históricamente, suficientes para alimentar a generaciones enteras. Ese principio básico no responde a una nostalgia romántica ni a un discurso artesanal vacío: es una base técnica, nutricional y cultural. Cuando la lista de ingredientes se extiende, lo que se incorpora no es valor nutricional, sino soluciones industriales destinadas a alargar la vida útil, estandarizar textura, resistir transporte y adaptarse a la lógica del retail.

Es vital la postura de INDUPAN al diferenciar el pan tradicional de los ultraprocesados de góndola. Más que cuestionar la producción masiva, se busca dar transparencia al consumidor sobre el origen del pan: si nace del oficio o de un laboratorio.

El problema no es solo el número de ingredientes, sino lo que estos representan. Conservantes, emulsionantes, mejoradores de masa, estabilizantes, azúcares añadidos y exceso de sodio con-

figuran un escenario donde el consumidor —y especialmente las familias— pierde referencias claras sobre lo que está comiendo. En ese contexto, volver a hablar de pan es también volver a hablar de educación alimentaria, de información comprensible y de decisiones conscientes.

INDUPAN ha entendido que su labor no termina en la producción diaria. Hoy el gremio impulsa mejoras en procesos, reducción de sodio, estandarización de buenas prácticas, mayor control de materias primas y un diálogo permanente con el mundo de la nutrición, la salud pública y la educación. Poner en valor el pan bien hecho es también asumir una responsabilidad social: el pan sigue estando todos los días en la mesa de Chile, en todos los estratos y en todas las edades.

Defender un pan con menos ingredientes no es ir contra el progreso, es darle dirección. Es recordar que la calidad no siempre está en sumar, sino en saber qué no es necesario agregar. En tiempos donde la alimentación infantil y la salud pública son desafíos urgentes, volver a la génesis del pan puede ser una de las decisiones más simples y, a la vez, más relevantes.

Porque cuando el pan se entiende desde su origen, vuelve a ser lo que siempre fue: alimento, no fórmula.

“Menos es Más”.

TU PREMEZCLA DE SIEMPRE

AHORA EN FORMATO DE 5 y 25 KG

MÁXIMA VERSATILIDAD Y CONSISTENCIA EN SUS PREPARACIONES.



PREMEZCLA BIZCOCHO CHOCOLATE

- ✓ Resiste más remojo sin desarmarse.
- ✓ Producto de calidad con rico aroma a cacao.



PREMEZCLA QUEQUE

- ✓ Queques más esponjosos y suaves.
- ✓ No se baja en el horno.



ESCUELA DE PANADERÍA Y
PASTELERÍA COLLICO

ESCUELA_COLLICO

www.collico.cl

Collico M.R.
EN LAS MEJORES MANOS
DESDE 1853

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



EL DESAFÍO DE POSICIONARNOS COMO PRODUCTORES DE ALIMENTOS FUNCIONALES

Por Paulina Abarzúa,

Asesora de calidad y inocuidad de Indupan AG.



Las panaderías en Chile vivimos un momento clave. Hoy no basta con elaborar productos que solo alimentan; debemos posicionarnos como generadoras de alimentos funcionales, capaces de nutrir y aportar beneficios reales a la salud de la población.

La reciente modificación al Reglamento Sanitario de los Alimentos, que establece la fortificación obligatoria de la harina de trigo con vitamina D3, responde a un problema de salud pública ampliamente documentado: el alto déficit de vitamina D en los chilenos. Esta deficiencia afecta a niños, adultos y adultos mayores, y se asocia a baja exposición solar y hábitos de vida urbanos.

La fortificación no es una medida aislada. Chile ya ha demostrado que enriquecer alimentos básicos puede generar impactos positivos, como ocurrió con la incorporación de hierro y vitaminas del complejo B en la harina. Ahora, la vitamina D se suma como un nutriente clave para la salud ósea, la absorción de calcio y el adecuado funcionamiento del sistema inmune. El pan, por su consumo masivo y transversal, se convierte en un vehículo estratégico para mejo-

rar la nutrición del país. Desde el punto de vista tecnológico, la incorporación de vitamina D no altera la calidad ni las características sensoriales del producto, lo que facilita su implementación en la industria panadera.

Sin embargo, este cambio no debe verse solo como una exigencia normativa que entrará plenamente en vigencia en 2026. Es una oportunidad para reposicionar al rubro. El consumidor actual valora cada vez más alimentos con respaldo técnico y beneficios concretos. Comunicar adecuadamente la fortificación y educar sobre su aporte nutricional fortalece la imagen de la panadería como un actor responsable y comprometido con la salud pública.

Además, este avance abre la puerta a nuevas mejoras: reducción de sodio, mayor contenido de fibra, uso de fermentaciones naturales y desarrollo de productos con mejor perfil nutricional.

El pan ha sido históricamente símbolo de sustento. Hoy puede transformarse también en símbolo de prevención y bienestar. Depende de nosotros asumir ese rol y demostrar que el pan no solo alimenta: también nutre y cuida.

**NUEVO
PRODUCTO**

@molinerasancristobal



Línea Panadera

Logra una corteza dorada
y miga perfecta con nuestro nuevo

Premix Ciabatta

Molinera
San Cristóbal 
Mix

PREMIX
CIABATTA
LÍNEA PANADERA

Importado por
Zerandia
HOLANDA

10 kg
NETO

¡Contiene
masa
madre!

Fermentación en 2 horas

Call Center



www.sancristobal.cl

Molinera
San Cristóbal 



Corea del Sur gana
**COPA MUNDIAL DE
PANADERÍA 2026**
y consolida el liderazgo
asiático en el oficio



Corea del Sur se impuso en la Copa Mundial de Panadería 2026, disputada en París durante la feria Sirha Bake & Snack, en una competencia que reunió a diez equipos internacionales y confirmó el liderazgo asiático en la panadería de alto nivel. El certamen contó con la participación de Marcelo Gálvez, presidente de Fechipan, como jurado de degustación.



La Copa Mundial de Panadería 2026, uno de los certámenes más exigentes y prestigiosos de la industria panadera a nivel global, concluyó esta semana en París con un claro mensaje: Asia marca el ritmo del oficio contemporáneo. Corea del Sur se quedó con el primer lugar del podio, seguida por China en la segunda posición y Francia, país anfitrión, en el tercer puesto.

La competencia se desarrolló en el marco de la feria Sirha Bake & Snack, realizada en el recinto Porte de Versailles, y reunió a los mejores panaderos artesanos del mundo, representando a 10 países seleccionados por su nivel técnico, trayectoria y capacidad de innovación.

Cada equipo estuvo compuesto por tres especialistas, responsables de áreas clave del certamen: uno enfocado en panadería,

otro en bollería —que incluye elaboraciones como croissants y brioches— y un tercero dedicado a la pieza artística, una prueba que combina técnica, creatividad y dominio del material.

Un sistema de evaluación riguroso y multidisciplinario

La Copa Mundial de Panadería no solo evalúa el resultado final de los productos, sino también el proceso completo de trabajo, bajo estándares de alta exigencia. El jurado se divide en distintos grupos con funciones específicas, que observan desde la ejecución técnica en el obrador hasta aspectos como la limpieza, el orden, el control de pesos y la coherencia del trabajo en equipo.

En esta edición, Chile estuvo representado en el jurado por Marcelo Gálvez, presidente de la



Federación Chilena de Industriales Panaderos (Fechipan), quien participó como jurado de degustación, una de las instancias clave del certamen.

“Siempre es un orgullo representar al país en el Campeonato del Mundo de Panadería. Es una gran experiencia, porque aquí compiten los mejores panaderos del mundo”, señaló Gálvez, destacando el nivel técnico y humano del evento.

El dirigente explicó que el jurado de degustación está compuesto por seis especialistas, organizados en dos grupos. “Nos dividimos en tres jurados que evaluamos panadería y pieza artística, y otros tres que revisan bollería y pieza artística. Todos trabajamos con una pauta de

evaluación definida, y por supuesto, probamos los productos”, detalló.

Tradición en tensión creativa

Más allá del resultado, la edición 2026 volvió a poner sobre la mesa uno de los debates centrales del oficio panadero actual: la tensión entre tradición e innovación. Mientras Europa —y especialmente Francia— ha sido históricamente la cuna de la panadería moderna, los equipos asiáticos han logrado reinterpretar ese legado con una mirada contemporánea, caracterizada por precisión técnica, control de procesos y una ejecución extremadamente limpia.

“El concurso es muy completo. Hay jurados que



observan cómo se trabaja en el obrador, otros que controlan pesos y limpieza, y nosotros que evaluamos desde la degustación. Todo está normado y se evalúa con mucho detalle”, explicó Gálvez.

Este enfoque integral ha permitido que propuestas provenientes de Asia destaquen no solo por su creatividad, sino también por su consistencia técnica, algo que el jurado valoró especialmente en esta edición.

Un podio que refleja un cambio de era

El triunfo de Corea del Sur, seguido por China, confirma una tendencia que ya se venía observando en ediciones anteriores: el creciente protagonismo asiático en la panadería de alto nivel, capaz de competir —y superar— a las potencias tradicionales del rubro.

Francia, que históricamente ha dominado el

certamen y que en esta edición actuó como país anfitrión, cerró el podio en el tercer lugar, reafirmando su vigencia, pero también evidenciando un escenario cada vez más competitivo y globalizado.

La Copa Mundial de Panadería, creada en 1992, se ha consolidado como una vitrina estratégica para el sector, donde no solo se exhibe excelencia técnica, sino también las tendencias que marcarán el futuro del oficio, desde nuevas interpretaciones del pan hasta el desarrollo de piezas artísticas que combinan diseño, narrativa y materia prima.

En ese contexto, la participación de representantes latinoamericanos en instancias como el jurado adquiere especial relevancia, al permitir una conexión directa con los estándares internacionales y una lectura anticipada de los cambios que atraviesan a la industria.



**Para los expertos
en fritura**

**Formato disponible:
5 y 10 Litros**

**Frito
Master
Plus**



Alto rendimiento y duración



Ideal para todo tipo de frituras



Dorado perfecto y crujencia excepcional



Klugas Artesanales

la magia hecha y que rescata el valor de lo simple



@klugasartesanales



+56 9 6828 1775

En el contexto de la pandemia, cuando muchas familias redescubrieron la cocina como espacio de encuentro, surgió Klugas Artesanales, un emprendimiento liderado por Marcela Maturana Fernández (56), empresaria, y su hija Trinidad Riobó Maturana (23), periodista. La iniciativa nació de manera espontánea, a partir de la elaboración casera de pan y la posterior exploración de recetas dulces compartidas en familia.

Con el tiempo, esa experiencia doméstica dio paso a la creación de calugas artesanales elaboradas en pequeñas partidas, con énfasis en sabores tradicionales y procesos cuidadosos. “No se trata solo de vender un producto, sino de compartir algo hecho con las propias manos”, señalan sus creadoras, quienes destacan el valor emocional que la comida tiene para quienes la consumen.

Actualmente, Klugas Artesanales ofrece una línea acotada de productos, donde destacan

las calugas tradicionales, preferidas por sus clientes, y una reciente versión de chocolate que ha tenido una alta aceptación. La propuesta privilegia recetas simples, bien ejecutadas y sin excesos, manteniendo una identidad casera y cercana.

El nombre del emprendimiento tiene un origen familiar: Caluga era la gata de la casa, muy querida por todos. Al momento de buscar un nombre, optaron por conservar ese vínculo afectivo, adaptándolo gráficamente con una “K” para diferenciarlo y hacerlo propio.

Hoy, Klugas Artesanales se ha posicionado principalmente a través del boca a boca y las redes sociales, conectando con un público que valora lo artesanal, lo hecho con dedicación y la producción a pequeña escala. A futuro, el proyecto busca consolidarse sin perder su esencia, explorando nuevos sabores y canales de venta, pero siempre manteniendo su carácter familiar y artesanal.



Harinas Cisne
Molinos Cunaco S.A.

Preparaciones refrescantes, con harina de calidad



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, PEÑAFLOR, SANTIAGO



**TIENDA
VIRTUAL**

molinoscunaco.cl

secretaria@molinoscunaco.cl

+56 2 2616 2400



Mamipán

cuando el pan se transforma
en oficio, resiliencia y cariño

A los 40 años, Eusebio Banda Yávar, ingeniero en sonido y músico, encontró en el pan mucho más que un medio de sustento. Encontró un oficio, una salida en momentos difíciles y una forma honesta de conectar con las personas. Así nace Mamipán, un emprendimiento que hoy apuesta con fuerza por el pan de masa madre y por hacer las cosas bien, sin atajos.

Su vínculo con el mundo panadero comenzó desde la necesidad. Tras el fracaso de un emprendimiento anterior y con deudas encima, Eusebio empezó vendiendo productos de invierno en la calle. Cuando esa etapa terminó, observó algo simple pero revelador: personas vendiendo pan que se agotaba rápido. Con experiencia previa en pan casero, decidió intentarlo. Partió con pocos panes hechos en su

horno doméstico y ventas modestas, pero con una obsesión clara: mejorar.

Anotó recetas, tiempos, harinas y ajustes mínimos. Esa búsqueda constante dio resultado. Pasó de vender 80 panes diarios a cerca de mil, instalándose fuera de una estación de Metro en Maipú, donde formó una clientela fiel. Luego llegaron el estallido social, la pandemia, el cierre de una panadería física y nuevas dificultades. Pero también llegaron nuevas oportunidades.

En ese proceso, Eusebio se formó en panadería online, ventas digitales y marketing. Ahí profundizó en el pan de masa madre y decidió reinventar su modelo. Hoy Mamipán funciona principalmente de forma online, elaborando pan en una dark kitchen en Santiago y despachando a gran parte de la Región Metropolitana, con ventas en crecimiento sostenido.



+569 5340 9802



@mamipan_cl



La propuesta es clara y enfocada: pan de masa madre blanco, integral e integral con semillas. Pocos productos, pero hechos con extremo cuidado. "Prefiero hacer menos, pero hacerlo excepcionalmente bien", resume.

El nombre Mamipán nació de forma espontánea, pero terminó cargándose de sentido: masa madre, hogar, cariño y comida hecha con dedicación. Una mezcla perfecta entre técnica y afecto. Sus clientes son personas que buscan comer mejor, que valoran los procesos largos y que muchas veces no toleran el pan industrial. Más que vender pan, Mamipán ofrece una experiencia que se siente bien antes, durante y después.

A futuro, el sueño es claro: consolidar la venta online, abrir un local físico en la Región Metropolitana y, más adelante, llegar a otras regiones. Siempre con la misma premisa: crecer sin perder identidad.

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



Nera Bakes

Los croissants en miniatura de oficio en grande



@nera_bakes



+56 9 6828 1775

Inspirada por una vida entre viajes, cocina y materias primas de excelencia, Antonia Díaz dio forma a un emprendimiento artesanal (Nera Bakes) que pone al croissant en el centro de la experiencia.

Mini croissants y palmeritas elaborados con mantequilla y productos de primera calidad construyen una propuesta pensada para eventos, cafeterías y banquetería, donde la técnica, la estética y el sabor conviven en equilibrio.

Desde pequeña, Antonia Díaz creció rodeada de alimentos y cocina. Su padre, gran cocinero, recorrió distintos países buscando innovaciones para la industria alimenticia, transmitiéndole una enseñanza clave: la calidad de un producto comienza siempre en la materia prima. Acompañarlo en esos viajes marcó su mi-

rada y despertó una temprana fascinación por la panadería, en especial por los hojaldres y su precisión técnica.

Fue en Europa donde esa admiración se transformó en proyecto. Allí descubrió la versatilidad del croissant elaborado con ingredientes de primer nivel y decidió reinterpretarlo desde una sensibilidad chilena, incorporando dulzor, chocolate y formatos pequeños, pensados para compartir. El objetivo fue claro: crear bocados delicados, atractivos y fieles al oficio panadero. Hoy, el emprendimiento se sostiene en dos líneas principales. Por un lado, los mini croissants dulces, 100% mantequilla, disponibles en versiones clásicas con azúcar, chocolates y distintos toppings. Por otro, los mini croissants salados, equilibrados y precisos, junto a palmeritas ar-



tesanales que se ofrecen tanto en su formato tradicional como en versiones intervenidas con chocolate.

La propuesta ha tenido una recepción muy favorable, con presencia tanto en eventos privados como en el ámbito corporativo. Hoy, el foco está en la venta directa y en un crecimiento orgánico basado en el boca a boca, mientras se avanza en nuevas plataformas y alianzas con cafeterías.

Con una propuesta clara y un fuerte cuidado por el detalle, Antonia Díaz construye un emprendimiento donde el tamaño es pequeño, pero el oficio —y la ambición— son grandes.

HORNITO

Formato: 20 x 1 kg

Vuelve el icónico formato 1 kg

Margarina de repostería especial para la elaboración de masa de hoja, croissant y medialunas. Su formato de 1 kg permite una óptima dosificación y control de stock.

Excelente plasticidad en el proceso de laminado

Adecuada tolerancia a la variación de temperaturas de trabajo.

Se obtienen productos de excelente volumen y sabor, además de bajo tenor graso al paladar.

HORNITO
Margarina de Hoja
Margarina combinada de repostería especial para elaborar masas hojaldradas
Cant. Neto 1kg

ALTO EN GRASAS SATURADAS
ALTO EN CALORÍAS

Watts INDUSTRIAL



APL de INDUPAN

avanza en **metas estratégicas** y proyecta **nueva postulación a tecnologías limpias en 2026**

El gremio panadero continúa consolidando su Acuerdo de Producción Limpia como una herramienta clave para mejorar procesos, aportar mayor valor nutricional a los productos y fortalecer la competitividad del sector. Aunque el financiamiento para tecnologías limpias no fue adjudicado en esta etapa, INDUPAN AG ya proyecta una nueva postulación para el próximo año.

En el marco del Acuerdo de Producción Limpia (APL), INDUPAN AG sigue avanzando en el cumplimiento de metas orientadas a modernizar y fortalecer a las panaderías y pastelerías del país, en un contexto económico desafiante y de creciente exigencia por parte del mercado.

Uno de los ejes centrales del proceso apunta a la incorporación de mejoras que permitan agregar valor nutricional a los productos y ge-

nerar diferenciación comercial, alineando la producción con tendencias de consumo más conscientes y con estándares que elevan la competitividad del rubro.

En relación con la Meta 6, vinculada al financiamiento para la adquisición de tecnologías limpias, los recursos postulados no fueron adjudicados en esta etapa. No obstante, desde el gremio confirmaron que durante 2026 se volverá a presentar la postulación, reafirmando



el compromiso con la eficiencia energética, la optimización de recursos y la sostenibilidad ambiental del sector.

Un contexto desafiante para el rubro

Para Paulina Abarzúa, asesora de calidad y seguridad de INDUPAN AG, el desarrollo del APL ha permitido dimensionar con mayor claridad el momento que vive la industria. “Durante el desarrollo de este proyecto he podido ver con mayor claridad que hoy las panaderías y pastelerías necesitan más que nunca el apoyo de su gremio y también el acompañamiento de las entidades estatales”.

La especialista subraya que el aumento sostenido de los costos operacionales, energía, materias primas, logística y mano de obra, ha tensionado la estructura financiera de muchas empresas del sector. “Los costos de operación han aumentado mucho en los últimos años, y eso impacta directamente en nuestros socios y socias, quienes deben asumir estos incrementos para poder seguir funcionando. Finalmente, estos costos también se reflejan en el precio de los productos que ofrecemos a la comunidad”.

Más que una meta, una herramienta estratégica

En ese escenario, el APL se posiciona como una

herramienta concreta para enfrentar el nuevo ciclo económico con mayor planificación y eficiencia.

“Creo firmemente que un proyecto como el Acuerdo de Producción Limpia no es solo un requisito o una meta por cumplir. Es una oportunidad real para ordenar procesos, optimizar recursos y buscar soluciones concretas que nos permitan enfrentar este escenario de mejor manera”.

La implementación de prácticas más eficientes, desde la gestión energética hasta la reducción de mermas y el mejor uso de insumos, no solo contribuye a disminuir costos, sino que también fortalece la imagen del sector frente a consumidores cada vez más informados. “Si logramos implementar bien este APL, podemos generar un beneficio económico, social y ambiental para el sector, fortaleciendo a nuestras panaderías y pastelerías”, señala la profesional del gremio.

Con la mirada puesta en 2026 y en nuevas oportunidades de financiamiento, INDUPAN AG reafirma su compromiso con una panadería más moderna, sostenible y competitiva, entendiendo que la asociatividad y el trabajo gremial son claves para enfrentar los desafíos actuales y proyectar el futuro del rubro.



Crónica del pan y Netflix: mezclando

STRANGER THINGS

y Hawkins en la mesa

Entre nostalgia ochentera, cultura pop y conciencia alimentaria, el universo de Stranger Things se traslada a la cocina con una miscelánea de recetas vegetales que reinterpretan el confort food desde el oficio, la memoria y una mirada hacia el futuro.





Hay despedidas que no terminan cuando se apagan los créditos y eso es lo que le ha ocurrido a muchos con la serie de Netflix, *Stranger Things*. Ha cerrado su historia, pero nos dejó algo más persistente que una trama, para los expertos quedó una atmósfera.

Bicicletas al atardecer, sótanos convertidos en refugio, amistades forjadas a punta de snacks, gofres y comida compartida. Una épica doméstica, cotidiana, donde comer también era una forma de estar juntos. Y ya lo saben aquellos denominados «Generación X», la última que jugó en la calle.

En Chile, donde la serie encontró un público fiel y transversal, ese adiós coincidió con enero y con un fenómeno que crece silenciosamente: *Veganuary*, la invitación global a probar una alimentación basada en plantas como ejercicio de conciencia más que como declaración ideológica. En ese cruce improbable, donde la cultura pop, la nostalgia ochentera y la reflexión alimentaria, el universo de *Hawkins* encontró un nuevo escenario: la cocina.

No se trata de replicar platos ni de forzar guiños,

ya que la propuesta de cuatro recetas inspiradas en la serie funcionan más bien como una traducción sensible, ligadas a llevar el espíritu del confort food a una versión vegetal, manteniendo textura, sabor y memoria, pero dialogando con los desafíos del presente. Comer rico, pero también comer con sentido.

Detrás de la iniciativa aparece Matthew Modine, el actor que encarnó al inquietante Dr. Brenner y que hoy, lejos de laboratorios ficticios, plantea una idea sencilla y concreta, las decisiones cotidianas importan. Reducir el consumo de productos de origen animal no como dogma, sino como gesto posible, repetido, accesible. Una lógica que conecta con una generación que empieza a preguntarse no sólo qué come, sino de dónde viene y hacia dónde va. Los platos elegidos no son sofisticados ni pretenden serlo. Son comidas de refugio, de pausa, de encuentro.

Los gofres de Eleven, esponjosos y dulces, reparecen sin huevos ni lácteos, listos para un desayuno lento o una maratón de episodios.

Los donuts del Upside Down, asociados al anto-



jo y al desorden emocional, se transforman en un capricho vegetal para la sobremesa.

La hamburguesa doble estilo Hawkins, símbolo del imaginario estadounidense de los 80, demuestra que lo vegetal también puede ser jugoso y contundente, algo que ya empieza a verse con naturalidad en el mercado chileno. Y finalmente la **pizza Surfer Boy con piña**, polémica y festiva, mantiene ese cruce entre lo dulce y lo salado que sigue dividiendo opiniones, incluso a este lado del mundo.

Aquí no hay misterio, solo oficio. Cambian los ingredientes, no la intención. Cambia la base, no la experiencia. La cocina vegetal aparece no como renuncia, sino como adaptación, una forma de mantener viva la tradición sin congelarla en el tiempo.

Desde Chile, donde la panadería, la masa y

el horno siguen siendo espacios de identidad y encuentro, esta lectura resulta cercana. Porque el oficio siempre ha sabido transformarse. Y porque la tradición no se quiebra cuando evoluciona, sino cuando deja de dialogar con su contexto.

Veganuary, en este marco, no opera como consigna, sino como invitación. A probar y a ajustar la receta. A equivocarse y volver a intentar. Como en cualquier cocina que se toma en serio su rol cultural.

Así, mientras *Stranger Things* se despide definitivamente de la pantalla, su universo encuentra otra forma de permanecer: en la mesa, en las manos que amasan, en el horno que espera, en la comida que se comparte. Porque, al final, tanto en la ficción como en la vida real, las historias que importan no se consumen solas: se reparten.



shineray



TÚ ERES LA FUERZA, NOSOTROS TU MOTOR.



DOBLE AIRBAG DELANTERO



CÁMARA DE RETROCESO



CONTROL DE ESTABILIDAD

• VÁLIDO PARA MODELOS T30, T32, T50, T52 Y E6C • TODOS LOS MODELOS CON AIRE ACONDICIONADO
• CARGA HASTA 2 TONELADAS* • MOTOR 1,5L/1,6L* • LICENCIA CLASE B



GARANTÍA DE 5 AÑOS O 100.000 KM.



GILDEMEISTER®



Bélgica en una mordida: *el país donde el chocolate es cultura*

Pequeña en territorio pero inmensa en experiencias, Bélgica se confirma como uno de los grandes destinos europeos: patrimonio medieval, cultura viva y una tradición chocolatera que sigue marcando el pulso del mundo.

Bélgica es uno de esos países que no necesitan exagerar para deslumbrar. Compacta, precisa y profundamente cultural, condensa en pocos kilómetros una versión refinada de Europa. Para los viajeros que miran el continente desde la gastronomía, el diseño y la historia, este destino ofrece ciudades de postal y sabores que forman parte del ADN europeo.

Las imágenes comienzan en Bruselas, una capital donde la modernidad convive con siglos de tradición. La Grand Place, considerada una de las plazas más bellas del continente, articula el corazón histórico de la ciudad, mientras el Ato-

mium y su red de museos revelan su vocación contemporánea.

A corta distancia aparece Brujas, con sus canales, puentes de piedra y arquitectura medieval intacta. Gante, más joven y alternativa, suma castillos, iglesias góticas y una escena cultural vibrante que dialoga con su pasado.

Pero Bélgica también se recorre desde el paladar, desde las ganas de sabor y ese gusto que era imposible no darselo. En el marco de la reciente visita a SIGEP 2026, en Rímini, Italia, un equipo de revista PanArte, se internó en lo más profundo del país para conocer de cerca uno de sus productos más emblemáticos y re-



conocidos a nivel mundial: el chocolate belga. Lejos de ser solo un souvenir, aquí el chocolate es oficio, herencia y cultura viva.

Dónde comprar el mejor chocolate belga del mundo

Si el mejor chocolate belga se compra en Bélgica, la pregunta es inevitable: ¿dónde empezar? Bruselas concentra algunos de los templos imprescindibles. En plena Grand Place se encuentra La Maison des Maîtres Chocolatiers Belges, un espacio que reúne a las principales casas chocolateras del país y permite recorrer, en un solo lugar, la diversidad y excelencia de esta tradición centenaria.

También en la capital, Wittamer, fundada en 1910 y ubicada en la elegante Place du Grand Sablon, combina alta chocolatería con pastelería de autor. Un lugar pensado para la degustación, donde cada pieza refleja precisión técnica y sensibilidad estética.

Godiva, probablemente la firma belga más reconocida a nivel global, ofrece en su tienda insignia de la Grand Place una experiencia distinta a la de sus sucursales internacionales: más íntima, más ligada a su origen y a su historia.

Entre las casas históricas destaca Neuhaus, fundada en 1857 y reconocida por haber creado el praliné. Aunque Bruselas es su epicentro, sus tiendas se extienden a otras ciudades del país,

recordando que la cultura chocolatera belga no se limita a la capital.

La mirada contemporánea llega de la mano de Pierre Marcolini, maestro chocolatero de prestigio mundial, presente en ciudades como Brujas y Amberes. Su trabajo conecta origen del cacao, innovación y una estética refinada que redefine el chocolate como experiencia sensorial completa.

Leonidas representa el equilibrio entre calidad y accesibilidad. Reconocida por sus pralinés y su enfoque de "lujo asequible", su tienda en Gistel, a pocos minutos de Brujas, es una parada obligada para quienes buscan excelencia sin solemnidad.

Moverse por Bélgica es sencillo pero también intrigante. Su eficiente red ferroviaria permite recorrer ciudades en menos de una hora, facilitando un viaje intenso pero sin apuro. A esto se suma una infraestructura turística sólida, seguridad, limpieza y un ambiente multicultural donde el inglés se habla con fluidez. Para muchos, Bélgica no se impone, se descubre ya que en sus calles de adoquinadas, en sus vitrinas de chocolate y en sus ciudades detenidas en el tiempo, el viajero encuentra una Europa auténtica, cercana y profundamente inspiradora. Un país pequeño en tamaño, pero enorme en relatos, sabores y memoria.



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.

jderda@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

Nuevas

Descubre Gran Delice

Versátiles pastas para rellenar, cubrir y decorar tus creaciones.



Pistacho 15%



Nocciola 12%



Cacao 20%



Ideal para pastelería y panadería profesional



MASTER
Martini



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

Ministerio de Salud



EJECUTIVOS DE ATENCIÓN AL SOCIO A SU SERVICIO



- ORIENTACIÓN
- PREVENCIÓN
- SERVICIOS PROFESIONALES
- SOLUCIÓN DE PROBLEMAS

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



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.

pabarzua@indupan.cl
+56 9 3695 9846

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

LA VUELTA A CLASES ES MÁS RICA CON MYLPAN



Con los jamones, mantequillas y margarinas Mylpan ahorras sin comprometer sabor y calidad.

Cotiza en www.mylpan.cl

+56 2 2611 0470

+56 9 5619 1705

Síguenos @mylpan.cl



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 ,
Peñaflor, 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




TELEFÓNO
+562 2821 2424

www.molinolinderos.cl

HORARIO DE ATENCIÓN
DE LUNES A VIERNES DE 09:00 AM - 12:00 PM
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

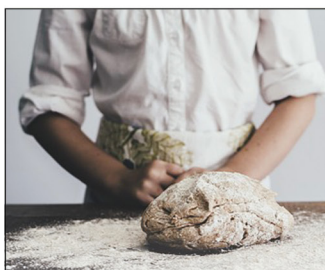
Sucursal Concepción:
Av. Vicuña Mackenna 735.

41 223 32 09 - 41 223 27 66

contacto@latriguena.cl

www.latriguena.cl

Publique aquí



WWW.MOLINERADELVALLE.CL

@molineradelvalle

+56 2 2565 5400
+56 9 3100 4200

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

Publique aquí



Calidad Europea

- Margarinas
0% Hidrogenadas
- Mantecas
- Cremas
- Chocolates
- Aceites
- Premezclas
- Helados

América Vespucio Norte 1385,
Módulo 6 / Quilicura - Santiago
Fono: (56-2) 26611700 /
contacto@maestremartini.cl



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



Dolcetto®

- ✓ Bases para preparar
Crema pastelería
Merengue

RAPIDOX®

- ✓ Mejoradores de panadería
Marraquetas
Hallullas
Pan especial
- ✓ Premezclas de panadería
Pan soft, pan Italiano y pan amasado
- ✓ Premezclas de pastelería
Bizcocho 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



BAKERY & FOOD SERVICE

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	

Instagram Facebook /wattsindustrial.cl

www.wattsindustrial.cl

Atención al Cliente
600 200 0017

ESTAMOS CONTIGO DÍA A DÍA
Insumos Panaderos



(+562) 26110470 CONTACTO@MYLPAN.CL
AV. FRESIA 1685, LA PINTANA - STGO WWW.MYLPAN.CL

LESAFFRE

LESAFFRE INDUSTRIAL CHILE S.A.
Las Esteras Norte 2751, Quilicura.
Teléfono: (56 2) 2640 8500
Email: contacto.cl@lesaffre.com
Web: www.lesaffre.cl




Publique aquí

Publique aquí

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

*Capacítalos
en la Escuela
Internacional
Artebianca*

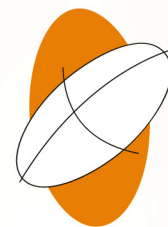


■ Si quieres entender cómo podemos ayudarte a mejorar tu productividad y rentabilizar tu negocio a través de la formación, escríbenos al WSP
+56965971305 o contáctanos en 

www.artebianca.cl



ESUELA INTERNACIONAL
ARTEBIANCA
PANADERIA | PASTELERIA | GASTRONOMIA



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**

Publique aquí

Publique aquí

más informaciones en
indupan@indupan.cl

www.molinolinderos.cl

  @molinolinderos

*El Milagro del
Pan*

Tenemos la suerte de poder tener harina en nuestro hogar para poder cocinar lo que tanto nos gusta. Hoy tenemos la suerte de tener el inicio de una alimentación saludable.

¿Quieren conocerlo?




Molino®
Linderos

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

NCh 2891
BUREAU VERITAS
Certification



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

TELÉFONO: +56 2 2821 2424



 **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.

MEJOR HARINA, Grandes resultados



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



**TIENDA
VIRTUAL**

molinoscunaco.cl

secretaria@molinoscunaco.cl

+56 2 2616 2400