

PanArte

Chile

JUNIO 2026 - EDICION N°1029

LA COCINA COMO REFUGIO,
MEMORIA Y HERENCIA AFECTIVA DE

BENJAMÍN NAST

#COMPLETOUR EN CHILE

Promociones, innovación y tradición marcaron una celebración que volvió a convertir al completo en fenómeno nacional.

LA MEJOR TORTA PARA MAMA

La historia del emprendimiento ganador que conquistó al jurado con creatividad, técnica y sello artesanal.



‘Complé’ Tour





ALGO SE ESTÁ HORNEANDO...

¿Tu marraqueta tiene lo necesario
para hacer historia?





Harinas Cisne
Molinos Cunaco S.A.



TIENDA
VIRTUAL

Preparaciones con AMOR DE PAPÁ



Mejor volumen
y estructura



Textura suave
y uniforme



Harinas de calidad
para resultados
consistentes



Tradición molinera
desde 1955



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, PEÑAFLO, SANTIAGO



molinoscunaco.cl



[@secretaria@molinoscunaco.cl](mailto:secretaria@molinoscunaco.cl)



+56 2 2616 2400



¿POR QUÉ CHILE SIGUE SIENDO UNO DE LOS MAYORES CONSUMIDORES DE PAN?

Pablo Piwonka Carrasco

Director revista PanArte

Chile mantiene uno de los consumos de pan más altos del mundo no sólo por razones culturales y económicas, sino por la existencia de un ecosistema activo que sostiene, promueve y revaloriza este alimento en el espacio público. En ese entramado, la acción gremial de la industria panadera ha sido clave para mantener vigente el vínculo entre el pan y la vida cotidiana del país.

Este consumo se explica, en primer lugar, por una tradición profundamente instalada. La marraqueta, la hallulla y otras variedades locales no solo forman parte de la dieta diaria, sino también de la memoria afectiva de millones de personas. El pan está presente en la mesa chilena y en múltiples momentos informales de alimentación, lo que lo convierte en un alimento estructural más que complementario. Esta centralidad cultural, sin embargo, no se sostiene únicamente por inercia: requiere una red productiva activa, organizada y en permanente renovación.

En ese punto, el rol de organizaciones vinculadas al rubro ha sido relevante para articular industria, pequeños productores y cultura alimentaria. A través de iniciativas sectoriales, ferias, activations

y campañas, el gremio no solo representa a las panaderías, sino que también impulsa la visibilización del oficio panadero como un actor fundamental de la vida urbana y barrial.

Eventos como el Salón del Pan, activations en espacio público y encuentros gremiales han contribuido a mantener el pan en la conversación pública, reforzando su carácter identitario. Estas instancias funcionan como espacios donde el consumo deja de ser solo un hábito privado y se transforma en un acto cultural compartido.

En los últimos años también se han desarrollado concursos y actividades que buscan elevar el estándar del oficio panadero, promoviendo la innovación sin romper con la tradición. Este tipo de instancias contribuye a profesionalizar el rubro y a reforzar el prestigio cultural del pan, destacando el trabajo de panaderos y panaderías que combinan técnica, identidad y creatividad.

Este trabajo gremial adquiere especial relevancia en un contexto de transformación del consumo alimentario. En Chile, el pan enfrenta nuevos desafíos: cambios en las dietas, aumento de productos sustitutos, preocupaciones nutricionales y una mayor diversificación de hábitos.

INDUPAN no sólo acompañan **EL FENOMENO: lo sostienen, lo visibilizan y lo proyectan** hacia el futuro.

Sin embargo, lejos de desaparecer, el pan se adapta. Y esa adaptación no ocurre de manera espontánea, sino a través de panaderías que innovan y de instituciones que sostienen la visibilidad del sector.

En paralelo, la expansión de panaderías de barrio, el auge de formatos híbridos como las panaderías-cafeterías y la revalorización del pan artesanal han contribuido a sofisticar el consumo sin desplazarlo.

En este escenario, el gremio panadero cumple una función de articulación, conectando tradición, industria y nuevas tendencias, asegurando que el pan siga siendo parte del relato cotidiano del país.

Por eso, el alto consumo de pan en Chile no puede

entenderse sólo como una costumbre histórica. Es también el resultado de un ecosistema activo donde confluyen hábitos culturales profundamente arraigados y un trabajo constante de promoción, formación y puesta en valor del oficio panadero.

En esa ecuación, organizaciones como INDUPAN no solo acompañan el fenómeno: lo sostienen, lo visibilizan y lo proyectan hacia el futuro. En definitiva, Chile come mucho pan porque el pan sigue teniendo un lugar central en su vida diaria, pero también porque existe una estructura cultural e institucional que lo mantiene vivo, relevante y en permanente renovación.



Condesa

MARGARINA HOJA Vegetal

Watt's INDUSTRIAL
BAKERY & FOOD SERVICE

El ingrediente esencial que realza cada preparación

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

Ministerio de Salud

SM

SUMARIO

Director

Pablo Piwonka Carrasco

Comité Editorial

Abelardo Novoa Fernández

Andrés Campeny Talleda

Bruno Arenillas Bignotti

José Barja Yáñez

Juan Mendiburu Azcárraga

Marcelo Gálvez Palma

Rafael Urra Merino

Ramón Sarratea Vial

Ricardo Sánchez Caballero

Publicidad y Nuevos Negocios

Elizabeth Salas Rubio

Fotografía

Idenia 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



10

10

BENJAMÍN NAST LOYOLA

Conversó con PanArte sobre paternidad, cocina chilena y memoria afectiva, revelando cómo el acto de cocinar para sus hijos transformó su mirada sobre, los sándwiches y el verdadero significado de compartir la mesa.

16

EL #COMPLETOUR EN CHILE

Filas, y nuevas versiones marcaron una de las celebraciones gastronómicas más masivas del año, consolidando al completo como uno de los grandes símbolos de la cultura culinaria chilena.

32

MOLINO LINDEROS

Diversificando su operación hacia retail e industria, apostando por calidad, tecnología y eficiencia en un mercado panadero cada vez más desafiante.



16



32

JUNIO
2026

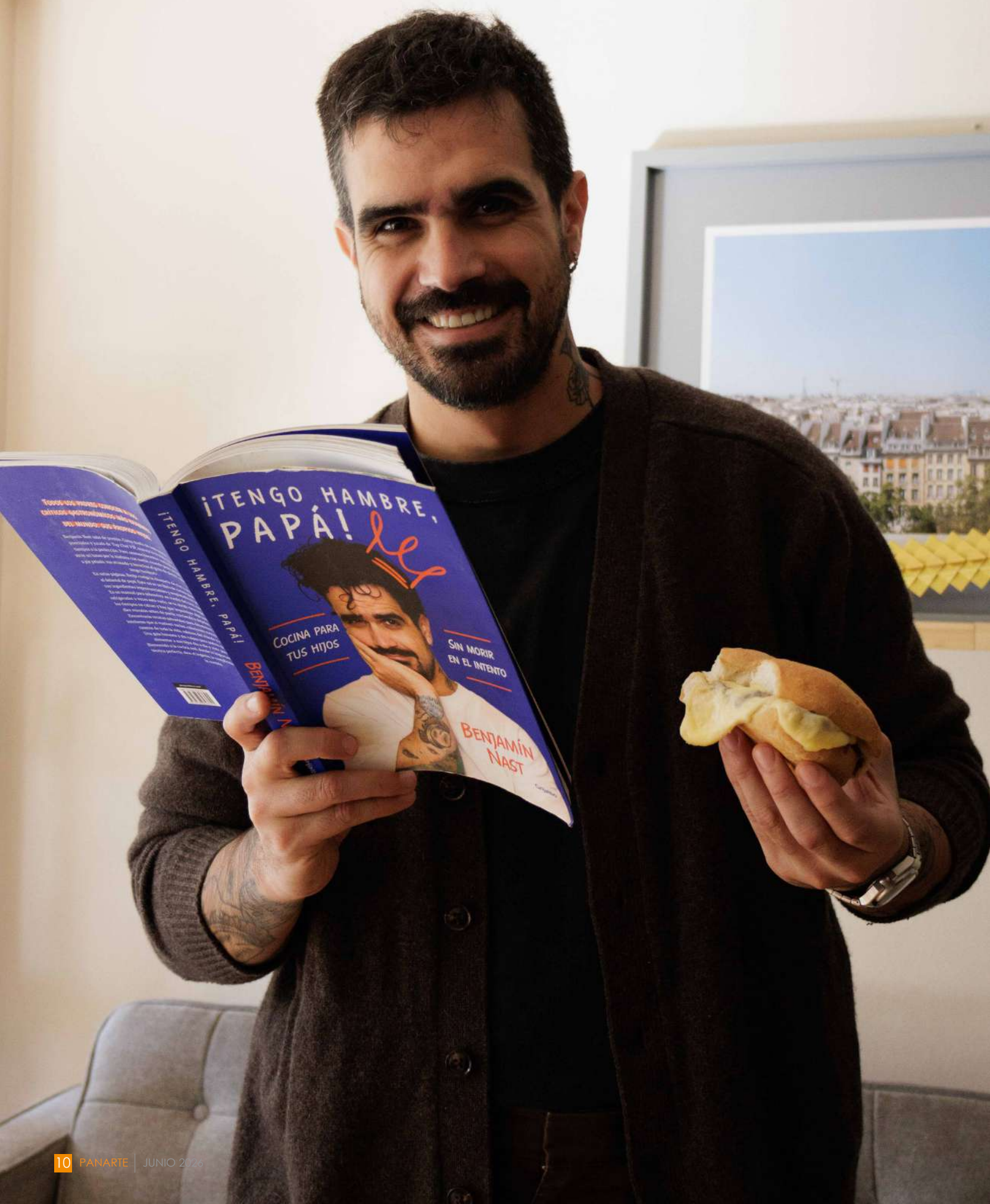
Nº 1029
Desde 1933



Specialista

PERFORMANCE SUPERIOR

DISPONIBLE NUEVA LÍNEA





BENJAMÍN NAST

la cocina como refugio, memoria y herencia afectiva

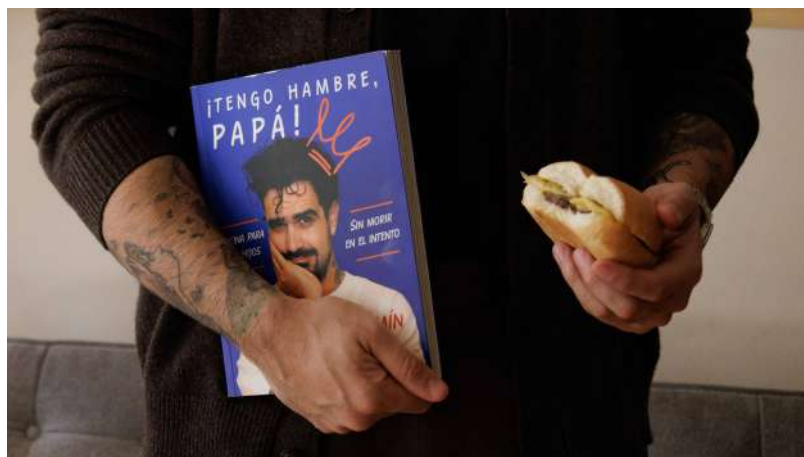
Entre la televisión, las cocinas y la exposición pública, Benjamín Nast encontró en su último libro, una nueva forma de entender la gastronomía. En esta íntima conversación, el chef reflexiona sobre la cocina chilena, el valor emocional del sándwich en marraqueta, y cómo cocinar para sus hijos terminó transformándose en una manera de construir memoria, afecto y permanencia.

Hay cocineros que entienden la gastronomía como técnica, otros la convierten en espectáculo. Algunos la usan como vehículo creativo, mientras otros levantan verdaderos imperios comerciales alrededor de una marca personal.

Pero en el caso de Benjamín Nast Loyola, la cocina parece haberse transformado en algo mucho más profundo y difícil de explicar; una manera de sostener vínculos emocionales en

medio de una vida que avanza demasiado rápido, con un vértigo que ya quisieran algunos pero con la tranquilidad de que el camino es seguro.

La conversación con Nast ocurre en la intimidad de su departamento, con sus gatos que buscan también un poco de protagonismo, una decoración ligada al mundo motor y el movimiento natural de un profesional ligado al mundo de los restaurantes. La velocidad en las



respuestas del cocinero televisivo va y viene, aumenta y se desacelera, y aparece una versión mucho más íntima, reflexiva de uno de los chefs más visibles de la escena gastronómica chilena actual.

Porque detrás del empresario gastronómico, del rostro de televisión y del creador de restaurantes exitosos, existe un hombre que hoy parece obsesionado con una sola idea, que sus hijos lo recuerden cocinando para ellos.

El hombre detrás del personaje televisivo

Durante años, Benjamín Nast construyó una carrera marcada por la intensidad del oficio gastronómico. Formado en Europa, curtido en cocinas de alta exigencia y moldeado por una disciplina casi brutal, regresó a Chile decidido a construir una cocina propia. No una cocina complaciente, sino una que dialoga entre el

producto chileno, la técnica internacional y una mirada profundamente contemporánea. Así nacieron proyectos como De Patio, Demencia, De Calle o De Caleta, restaurantes que, más allá de sus diferencias conceptuales, comparten algo esencial, la búsqueda constante de identidad.

Sin embargo, la televisión modificó por completo el alcance de su figura pública.

Él mismo reconoce que jamás alcanzó a dimensionar el impacto que tendría ingresar al ecosistema mediático chileno. “Me llamaron un miércoles y empecé a grabar un lunes”, recuerda. No hubo tiempo para procesar la magnitud de la exposición. Lo que vino después fue una transformación absoluta de su cotidianeidad.

La televisión convirtió al chef en personaje. Un rostro reconocible. En alguien que dejó de



pertenecer únicamente a la cocina para pasar a formar parte del imaginario popular.

Y eso, admite, trae consecuencias inevitables. "Te cambia la vida", dice sin dramatismo, pero con la claridad de quien entendió rápidamente que la fama también modifica los espacios íntimos. La exposición deja de ser individual y alcanza inevitablemente a la pareja, a los hijos y a la familia completa.

El fenómeno, sin embargo, tiene una doble lectura. Por un lado, la televisión fortaleció enormemente sus negocios. Sus restaurantes comenzaron a llenarse de personas que no solamente querían comer, sino también verlo, fotografiarse con él o vivir la experiencia de encontrarse con el chef que observaban en pantalla.

Pero junto con ese reconocimiento apareció una presión constante. "La gente llega con

otra expectativa. Y te están evaluando todo el tiempo", dice.

La frase resume una tensión permanente dentro del mundo gastronómico contemporáneo, ligada a la dificultad de separar la cocina del personaje. Porque en la televisión el cocinero deja de ser únicamente un profesional para transformarse también en símbolo, referente y espectáculo.

Cocinar para la vida de sus hijos

Pero quizás el punto más interesante de Benjamín Nast aparece precisamente cuando abandona el discurso gastronómico tradicional y comienza a hablar de paternidad.

Ahí surge el verdadero corazón de ¡Tengo Hambre, Papá!, el libro que acaba de publicar y que, más que un recetario, funciona como una reflexión emocional sobre la crianza contemporánea, la ausencia, el tiempo y la cocina como espacio afectivo.

El origen del libro está profundamente ligado a la pandemia y a un proceso personal complejo. Separado y compartiendo menos tiempo con sus hijos, Nast comenzó a observar con culpa algo que lo golpeaba directamente, los niños estaban creciendo rodeados de delivery y comida rápida mientras él, paradójicamente, era cocinero profesional.

Y esa contradicción lo obligó a detenerse. "Los pocos momentos que tengo con ellos



tienen que demostrarles que me importan de verdad", reflexiona. Y entonces entendió algo que atraviesa todo el libro: cocinar no era únicamente alimentar. Cocinar era construir memoria.

La frase "Tengo hambre, papá" funciona en el relato casi como una metáfora emocional de la infancia. Porque los niños no solamente tienen hambre de comida. También tienen hambre de atención, presencia, tiempo y afecto.

Nast lo explica desde una observación profundamente cotidiana pero cargada de humanidad, los hijos siempre vuelven a la cocina. Incluso cuando crecen. Incluso cuando ya hicieron su vida. "Uno llega donde la mamá y lo primero que escucha es: ¿quieres comer algo?".

En esa escena aparentemente simple existe toda una estructura emocional latinoamericana construida alrededor de la comida como lenguaje afectivo. La cocina aparece entonces como refugio, como cuidado y como demostración silenciosa de amor.

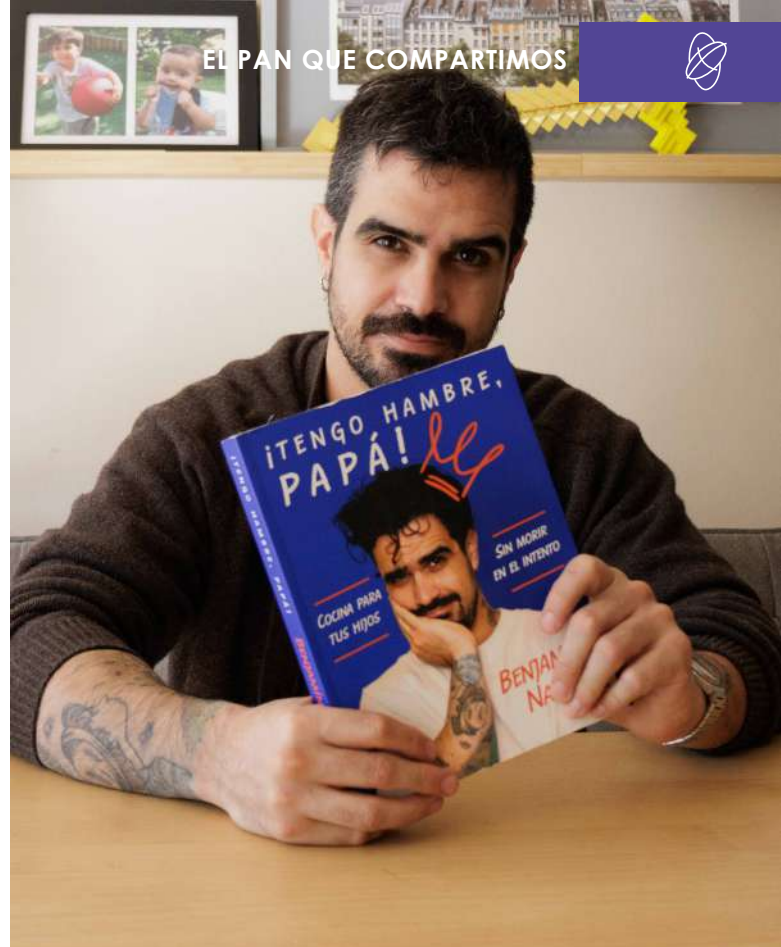
Por eso el chef insiste en que el libro no está pensado para niños, sino para adultos que

necesitan reconectar con ellos. No desde la perfección. No desde recetas complejas. Mucho menos desde la cocina gourmet. Sino desde algo mucho más elemental: preparar juntos un sándwich, una once o cualquier comida que termine transformándose en recuerdo. "La cocina es cariño".

Hay una frase que atraviesa prácticamente toda la conversación con Benjamín Nast: "La cocina es cariño". Y aunque podría sonar como un lugar común, en su relato adquiere una profundidad distinta.

Porque cuando habla de cocinar para sus hijos, no habla de nutrición. Habla de permanencia y existe en él una preocupación muy humana respecto al paso del tiempo y a la inevitabilidad de que los hijos eventualmente construyan una vida propia. "Van a crecer y ya no me van a pescar", dice entre risas, aunque detrás de la frase existe una honestidad brutal sobre la paternidad contemporánea.

Entonces cocinar aparece también como



una estrategia emocional para permanecer. “Trabajo día a día en crear vínculos para que siempre quieran volver”.

Ahí radica probablemente la dimensión más potente de su discurso: entender que la comida puede transformarse en un puente emocional capaz de sobrevivir incluso al paso de los años. No es casualidad que uno de los momentos más conmovedores de la conversación ocurra cuando recuerda el nacimiento de su primer hijo. Ese día tomó el teléfono y llamó a su padre. “Ahora entiendo todo”, le dijo.

La frase resume el instante exacto en que muchos hijos descubren finalmente el peso emocional de la crianza.

El sándwich chileno como identidad cultural

Si hay un territorio donde Benjamín Nast logra unir memoria, técnica, identidad y emoción, es el sándwich chileno.

Y lo interesante es que habla de él con el mismo respeto con el que otros chefs podrían referirse

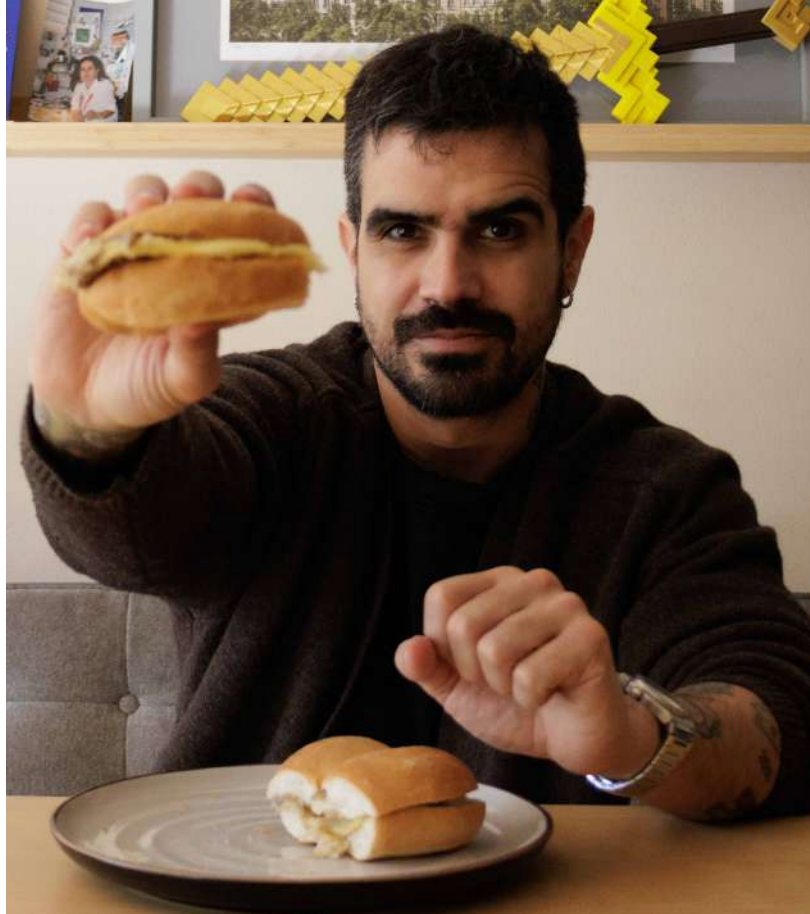
a la alta cocina francesa.

De hecho, incluso en De Patio —su emblemático restaurante de menú degustación— existía un pequeño sándwich dentro de la experiencia gastronómica. Un brioche al vapor relleno con papada de cerdo, chucrut y mayonesa de merkén que reinterpretan el clásico lomito chileno desde una mirada contemporánea. Aquello no era casual, porque se intuye tras un rato hablando con él que el sándwich chileno posee un valor cultural enorme que históricamente ha sido subestimado por ciertos sectores gastronómicos. “Yo traté de reivindicar el sándwich como un plato de alta gastronomía”, explica.

Sin embargo, su relación con este universo está lejos del esnobismo culinario. Porque aunque disfruta sofisticando productos populares, sigue siendo profundamente tradicionalista. “No cambio por nada un lomito chacarero”.

Y la afirmación no responde solamente al gusto, sino también a la memoria emocional que contienen ciertos sabores.

El chef habla del chacarero, del Barros Luco o del completo como parte de un patrimonio



cultural vivo. Preparaciones que no necesitan disfrazarse de otra cosa para tener valor gastronómico.

Poresoemuestra crítico frente a interpretaciones excesivas que terminan desdibujando la esencia del producto original. "El Barros Luco tiene que seguir siendo un Barros Luco".

Claro que existe espacio para mejorar ingredientes, técnicas o panes. Pero no para perder identidad.

La marraqueta y el peligro de olvidar lo propio

Pocas cosas emocionan tanto a Benjamín Nast como hablar de la marraqueta.

Y ahí el chef abandona completamente cualquier discurso sofisticado para instalarse en un terreno mucho más emocional y territorial. "La marraqueta no puede desaparecer del planeta. Y menos de Chile".

La frase no es antojadiza. Surge desde el recuerdo de infancia, desde las caminatas por Ñuñoa con pan caliente recién comprado en la panadería del barrio. "Si el pan venía calentito, no había nada mejor que caminar de vuelta comiéndoselo".

Más que nostalgia, lo que aparece ahí es una defensa activa de ciertos rituales urbanos y populares que, según él, forman parte esencial de la identidad chilena.

En tiempos donde la gastronomía muchas veces parece obsesionada con importar tendencias internacionales, Nast insiste en algo fundamental: cuidar lo propio.

Porque la marraqueta, las fuentes de soda, los completos o los chacareros no solamente alimentan. También construyen memoria colectiva.

Y quizás por eso su discurso resulta tan interesante dentro del panorama gastronómico actual. Porque mientras gran parte de la cocina contemporánea persigue permanentemente la novedad, Benjamín Nast parece haber entendido que el verdadero lujo emocional muchas veces sigue estando en las cosas más simples, nada ligado a la TV, los flashes, la exposición mediática o los eventos de marcas. Para él, la pompa está en un pan caliente, una conversación familiar o un hijo diciendo desde otra habitación: "Papá, tengo hambre".

Delia

HOY RECONOCEMOS A TODOS LOS PADRES
PANADEROS Y PASTELEROS QUE DÍA A DÍA
AMASAN SUEÑOS, ESFUERZO Y DEDICACIÓN
PARA SUS FAMILIAS Y CONSUMIDORES.
GRACIAS POR SU TRABAJO INCANSABLE
Y POR EL AMOR QUE PONEN CADA DÍA.

FELIZ DÍA DEL PADRE

DOMINGO 21 DE JUNIO



WWW.LESAFFRE.CL

UNA MARCA LESAFFRE



El #CompleTour se toma el país

Gremio panadero impulsa la
semana del completo con
activaciones en la Capital y
otras regiones





La industria panadera chilena inició el despliegue del denominado #CompleTour, en el marco de la **“La Semana del Completo”**, iniciativa impulsada por INDUPAN A.G. junto a FECHIPAN (Federación Chilena de Panaderos), que busca posicionar este producto como un referente del consumo urbano y, al mismo tiempo, relevar el rol de las panaderías en la elaboración del pan.

El programa contempla activaciones en distintas comunas de la Región Metropolitana y regiones, con participación de panaderías asociadas, municipios y actores del rubro alimentario, combinando acciones comerciales, comunitarias y de difusión.

El objetivo central de la campaña es promover el consumo del completo como producto emblemático nacional, fortalecer el vínculo entre la panadería y el consumo masivo, y visibilizar el aporte del sector en la cadena productiva del pan.

Desde el gremio panadero señalan que el completo es un elemento clave dentro de la actividad del sector. “El completo no existe sin el pan, y ahí las panaderías cumplen un rol fundamental en la cadena”, indicaron desde la organización.

“La Semana del Completo” se enmarca en una estrategia de marketing sectorial orientada a dinamizar el consumo y reforzar la presencia del rubro panadero en la vida cotidiana.

Las actividades incluyen promociones en panaderías, difusión en redes sociales, activaciones con proveedores y, en algunos casos, alianzas con marcas de alimentos. El objetivo es incrementar el flujo en puntos de venta y ampliar la conexión con nuevos públicos consumidores.



SAN BERNARDO

Todo partió en la comuna de San Bernardo, donde Juan Mendiburú, presidente de Indupan AG y Fechipan dio el vamos al evento frente a su local La Floresta con un completo de 4 metros de largo, donde el alcalde Christopher White participó en una jornada junto al gremio panadero.

El jefe comunal valoró la actividad y su impacto en el territorio. "Este es el verdadero completo más grande de Chile porque se trata de una sola masa de cuatro metros. Y está espectacular", señaló durante la actividad.

White destacó además el aporte de las panaderías locales en iniciativas comunitarias y su vínculo con el desarrollo del comercio de barrio.





PROVIDENCIA

alto flujo peatonal y visibilidad urbana

Uno de los puntos de inicio del #CompleTour fue la comuna de Providencia, específicamente en el sector de Plaza Baquedano, un eje de alto tránsito en la capital.

El alcalde de Providencia, Jaime Bellolio, destacó la elección del lugar y el rol del gremio panadero en la dinámica urbana. “Esta semana del completo quisimos partir acá en un lugar emblemático no solo para Providencia, sino para toda la Región Metropolitana. Cientos de miles de personas pasan por este punto”, señaló la autoridad.

Agregó además que “cuando todos dormimos, ellos ya están despiertos y nos permiten alimentarnos bien temprano en la mañana”.

La actividad contempló la entrega de miles de completos a transeúntes y vecinos del sector.

Para Daniela Tapia, subgerente de Marketing de San Jorge, el balance que hace San Jorge del trabajo conjunto desarrollado con Indupan AG y Fechipan para potenciar el consumo de pan y vienas durante la celebración que se extendió del 14 al 22 de mayo,

“En San Jorge hacemos un balance muy positivo del trabajo desarrollado junto a Indupan y Fechipan, porque esta celebración permitió seguir destacando al Completo como una preparación profundamente ligada a la



identidad y cultura chilena. Durante estos días reforzamos su carácter transversal, presente en distintos espacios de encuentro y momentos cotidianos, donde la vienesa cumple un rol central: es el alma del Completo y gran parte de lo que define su sabor y personalidad. Para San Jorge, el pueblo más grande de Chile, iniciativas como esta permiten mantener vigente una tradición que reúne a las personas, que pasa de generación en generación y que conecta con ese espíritu de compartir que

acompaña la vida cotidiana de quienes vivimos en Chile".

Expansión regional del #CompletoTour

El despliegue de la campaña también contempló actividades en regiones, con activaciones en ciudades como Rancagua y Coquimbo, donde se realizaron entregas de pan en coordinación con el gremio y proveedores del sector.

El vicepresidente de INDUPAN A.G. y FECHIPAN, Abelardo Novoa, destacó el objetivo de visibilizar el oficio panadero. "La idea es resaltar el oficio artesanal panadero. Hoy estamos regalando 3.000 panes y la fila ha sido incansable", indicó. Asimismo, subrayó el trabajo colaborativo con la industria alimentaria: "Aprovechamos la alianza que tenemos hace 10 años con nuestros amigos de San Jorge, que nos apoyan en estas actividades".

Frente a activaciones masivas de la competencia en regiones, la gerenta de Cial Alimentos advierte que, "En San Jorge nuestra estrategia sigue siendo fortalecer la conexión cotidiana con las personas y estar presentes en esos momentos que reúnen a familias y amigos alrededor de la mesa. Más que concentrarnos únicamente en activaciones masivas, buscamos resaltar el valor cultural y emocional de preparaciones que son parte de nuestra identidad, impulsando experiencias, nuevas propuestas y distintas formas de re descubrirlas, siempre enalteciendo las preferencias locales. A través de iniciativas como nuestro nuevo recetario de completos, disponible en nuestras redes sociales, y de una propuesta que combina calidad, sabor y tradición, queremos seguir acompañando a las personas en todos los lugares donde se comparte una rica comida". Asimismo, señalar que en Coquimbo se entregaron 1.600 completos gratuitos el 22 de



mayo en la Plaza de Armas, evento organizado por el municipio y AGESPAN por el aniversario de la comuna y en Rancagua, la parada del CompleTour (con el carrito San Jorge) se realizó el 20 de mayo, aunque no se publicó una cifra total oficial de unidades para esta comuna.

Proyección: una plataforma de largo plazo

Más allá de las activations puntuales, el #CompleTour busca consolidarse como una plataforma de visibilización del rubro panadero, articulando consumo, territorio y cultura gastronómica en torno a uno de los productos más consumidos del país.

Desde el gremio proyectan que esta iniciativa podría instalarse de manera permanente en el

calendario gastronómico nacional, reforzando el rol de la panadería como actor relevante en la alimentación cotidiana y en la economía de barrio.

Finalmente, para una marca como San Jorge, la visibilidad tanto en RRSS como en prensa respecto al consumo de sus productos es el hito de la celebración. "Estos espacios nos permiten ir más allá del consumo de un producto: nos ayudan a destacar tradiciones arraigadas en nuestra cultura y a fortalecer el sentido de comunidad detrás de San Jorge. Por eso hablamos del pueblo más grande de Chile: una comunidad que se reúne alrededor de una misma".

Tradición que inspira confianza

Generación tras generación



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

Ministerio de Salud



PANIFICADORA CURACAVI

impulsa una nueva etapa bajo su

CUARTA GENERACIÓN

La marraqueta sigue saliendo del horno chileno como hace décadas. Los clientes continúan llegando por el pan de cada día y muchas de las recetas tradicionales permanecen intactas. Pero al interior de Panadería Curacaví algo comenzó a cambiar hace algunos años.

La transformación no vino desde el abandono de la tradición, sino desde la necesidad de ampliarla.

Hoy, la histórica panadería familiar de Curacaví atraviesa una nueva etapa impulsada por Janice Wilzek Barberán, cuarta generación del negocio, y Cristóbal Carvajal Ríos, quienes han



...“Más que participar pensando en ganar, queríamos *salir de la rutina* y **PROBAR NUESTRAS CAPACIDADES**”...

desarrollado una línea de pastelería inspirada en técnicas francesas, aunque adaptada a sabores reconocibles para el público chileno.

Ese trabajo acaba de obtener uno de sus mayores reconocimientos tras quedarse con el primer lugar del concurso “La Mejor Torta para Mamá”, organizado por INDUPAN A.G.

“Más que participar pensando en ganar, queríamos salir de la rutina y probar nuestras capacidades”, explica Janice. La preparación premiada combinó bizcocho de frambuesa y amapola, cheesecake de limón, frutos rojos y crema pastelera de manjar, en una propuesta inspirada en sabores más frescos y menos dulces que la pastelería tradicional.

El reconocimiento llega en medio de un proceso de renovación que busca posicionar a la panadería más allá de su producción histórica de pan corriente y hallullas. La incorporación de vitrinas de pastelería, productos veganos, nuevas técnicas y una futura cafetería forman parte de una estrategia que apunta a diversificar el negocio sin perder identidad.

“Queremos romper el mito de que la pastelería de panadería tiene menor calidad”, sostienen. Pese a la modernización de algunas áreas,





la elaboración del pan continúa siendo el eje principal del negocio. El horno chileno original sigue operativo y buena parte del trabajo mantiene procesos heredados entre generaciones. “Lo que se transmite no son solo recetas, sino también criterio, experiencia e intuición”, comentan.

Desde la panadería reconocen que uno de los principales desafíos del rubro hoy es lograr equilibrio entre tradición e innovación. Mientras el consumo cambia y aparecen nuevas tendencias como el pan de masa madre o productos de inspiración internacional, consideran importante resguardar elementos propios de la panadería chilena, especialmente en un país donde el pan sigue teniendo un rol central en la alimentación cotidiana.

También advierten una menor valoración del

oficio panadero entre las nuevas generaciones. “Las personas disfrutan el producto, pero muchas veces no se reconoce el trabajo que hay detrás”, señalan.

En ese contexto, creen que instancias como las organizadas por INDUPAN A.G. permiten visibilizar el trabajo de panaderías fuera de Santiago y fortalecer comunas con identidad gastronómica propia, como Curacaví.

Actualmente, Panadería Curacaví proyecta seguir fortaleciendo su área de pastelería y avanzar hacia un modelo más integral que combine panadería tradicional, cafetería y productos de elaboración propia.

“Esencia tradicional, espíritu innovador”, resumen. Una definición que hoy intenta sintetizar el momento que atraviesa uno de los negocios históricos de la comuna.



shineray



TÚ ERES LA FUERZA, NOSOTROS TU MOTOR.



DOBLE AIRBAG DELANTERO



AIRE ACONDICIONADO



CONTROL DE ESTABILIDAD



AUTONOMÍA 306 KM

• CARGA HASTA 830 KG O 5 M³ • MOTOR ELÉCTRICO SIN EMISIONES • LICENCIA CLASE B

MODELO ELÉCTRICO X30L EV DESDE:

\$ 13.990.000 +IVA
CON FINANCIAMIENTO

DISPONIBLE TAMBIÉN EN VERSIÓN BENCINERA



GARANTÍA DE 5 AÑOS O 100.000 KM.

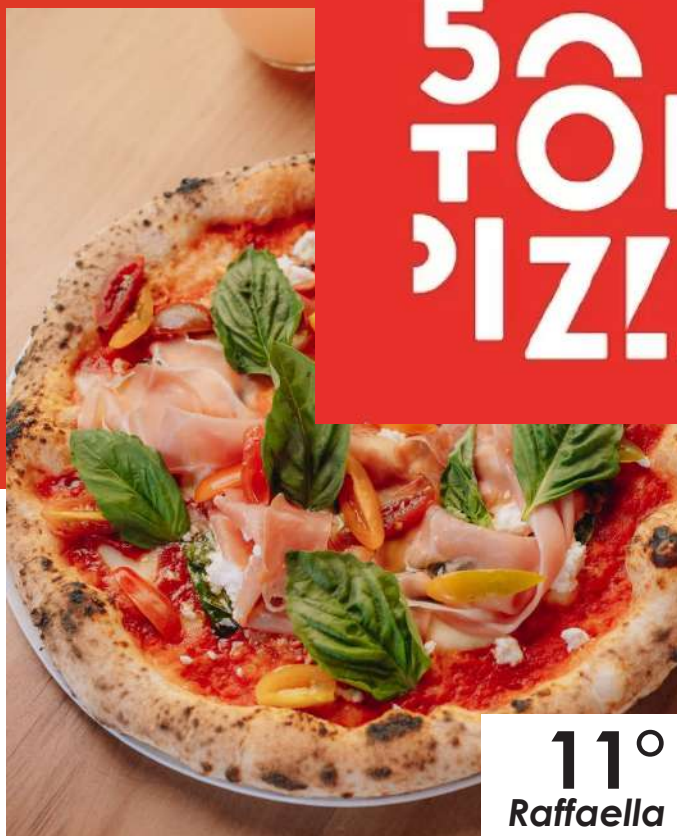
*Condiciones comerciales y técnicas en Shineraychile.cl



GILDEMEISTER®



2°
Allería



11°
Raffaella

50
TOP
PIZZA

Chile entra definitivamente en la LIGA MAYOR de la PIZZA NAPOLITANA

Siete pizzerías chilenas fueron reconocidas en el ranking **50 Top Pizza Latin America 2026**, consolidando un fenómeno gastronómico que dejó de ser tendencia para transformarse en una escena madura, competitiva y con identidad propia.



13°
Brunapoli



22°
Davvero Pizzeria

Hubo un tiempo en que la pizza napolitana en Chile era casi un gesto de nicho. Un lenguaje reservado para pequeños círculos gastronómicos obsesionados con las fermentaciones largas, los hornos importados y la liturgia exacta de la masa. Hoy, esa escena ya no pertenece a los márgenes. Entró de lleno al centro de la conversación culinaria nacional.

La confirmación llegó esta semana desde Italia. El **ranking 50 Top Pizza Latin America 2026**, una de las guías más influyentes del mundo especializado, incluyó a siete restaurantes chilenos dentro de su listado regional, consolidando a Santiago como una de las capitales emergentes de la pizza napolitana en América Latina.

La señal no es menor. Detrás de cada posición hay años de trabajo técnico, inversión en producto, profesionalización del servicio y una búsqueda persistente por replicar —o reinterpretar— la tradición napolitana en un mercado que hasta hace pocos años seguía dominado por modelos más industriales o

adaptaciones locales.

El mejor ubicado fue **Allería**, en Providencia, que alcanzó el segundo lugar del ranking latinoamericano. Más abajo aparecen **Raffaella, Brunapoli, ST Giovanni's, Capri, 400 Pizzería y Davvero Pizzeria**, conformando un mapa que ya no parece excepcional, sino estructural.

Pero quizás el caso más simbólico sea el de Brunapoli, que debutó este año en el listado ocupando el puesto número 13. Su ingreso no representa solo una incorporación más, sino el reconocimiento a uno de los proyectos que ayudó a instalar la cultura de la pizza napolitana auténtica en Chile.

Brunapoli fue además la primera pizzería chilena certificada por la Associazione Verace Pizza Napoletana (AVPN), institución con sede en Nápoles que resguarda los estándares tradicionales de elaboración. En términos gastronómicos, esa certificación funciona casi como una denominación de origen cultural: una validación de técnica, ingredientes y método. El auge de esta escena no ocurre en el vacío.



28°
ST Giovanni's



32°
Capri

Según un estudio de Cadem publicado en marzo de este año, la pizza napolitana ya es la favorita de los consumidores chilenos, concentrando un 23% de las preferencias nacionales. Entre las mujeres, esa cifra sube al 26%.

Lo interesante es que el fenómeno no parece responder únicamente a una sofisticación gastronómica de élite. La pizza napolitana logró algo más complejo: transformarse en un producto transversal sin perder su narrativa artesanal. La masa aireada, el borde inflado, la acidez controlada del tomate y el protagonismo de ingredientes simples dejaron de ser códigos exclusivamente gourmet para convertirse en parte del consumo cotidiano de amplios sectores urbanos.

También hay un cambio cultural detrás de este fenómeno. Durante años, buena parte de la gastronomía chilena aspiró a validar su sofisticación mirando hacia Francia o España. La irrupción de la pizza napolitana cambió esa lógica: instaló una idea de cocina donde la técnica convive con la simpleza, y donde el producto cotidiano puede alcanzar niveles de alta precisión sin perder masividad.

La presencia de siete locales nacionales en el ranking no solo confirma el crecimiento de la industria pizzera local. También revela algo más profundo: Chile comienza a consolidar una



38°
400 Pizzeria

generación gastronómica capaz de dialogar de igual a igual con estándares internacionales, sin necesidad de abandonar su propio contexto de consumo.

Porque detrás del reconocimiento italiano no hay únicamente hornos, masas o mozzarella. Hay una transformación silenciosa en la manera en que el país entiende la comida urbana, el oficio gastronómico y la experiencia de comer afuera.

Y en esa transformación, la pizza napolitana dejó de ser tendencia para convertirse en cultura.

www.molinolinderos.cl

Instagram Facebook @molinolinderos



El Milagro del
Pan

Hijos, que tengan hoy un pedazo de pan en sus manos,
es un camino largo, que ha sido mejorado
durante muchos años.

¿Quieren conocerlo?



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



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

TELÉFONO: +56 2 2821 2424

MOLINO LINDEROS *y* LA DIVERSIFICACIÓN DE SU NEGOCIO

La compañía controlada por la familia Méndez avanza en nuevos mercados, fortalece su presencia en retail y plantas industriales, y proyecta inversiones en eficiencia energética en medio de una industria cada vez más concentrada y desafiante.





En la comuna de Buin, en un terreno de cerca de cuatro hectáreas que hace décadas estaba rodeado únicamente de campos, opera una de las empresas molineras tradicionales más relevantes del país. Allí, donde antiguamente existía un molino impulsado por agua proveniente de un canal de regadío, hoy funciona Molino Linderos, una firma familiar que ha transitado desde una estructura artesanal hacia una operación industrial con capacidad para moler 400 toneladas diarias. La historia de la compañía se remonta incluso antes de 1900, cuando el sector era conocido como la “Chacra del Molino”. Sin embargo, el punto de inflexión ocurrió en 1958, cuando los hermanos Méndez —familia ligada históricamente al rubro panadero y propietaria de diversas panaderías en Santiago y Valparaíso— adquirieron la operación como parte de una reorganización empresarial. “En ese tiempo el molino era completamente distinto. Un edificio de madera, con maquinaria también de madera y correas, movido por una turbina impulsada por agua ya que la energía

eléctrica no tenía la capacidad suficiente para entregar al Molino, recuerda Ricardo González Méndez, gerente comercial de Molino Linderos y representante de la tercera generación familiar ligada a la compañía.

En 1965 se produjo una de las primeras grandes modernizaciones: se demolió la antigua estructura y se levantó el edificio actual, incorporando maquinaria italiana de la marca Ocrim. Décadas más tarde, entre los años 2000 y 2010, la empresa enfrentó un nuevo cambio generacional que trajo consigo una profunda reconversión tecnológica.

“Con la llegada de la tercera generación hubo cambios importantes. Se incorporan Andres Mendez y Ricardo Gonzalez y con esto una nueva renovación del equipamiento ahora pasamos a trabajar con tecnología Bühler, de origen suizo. Ahí el molino creció a cerca de 300 toneladas diarias y empezamos también a diversificarnos hacia otros mercados”, explica. Hoy, la operación alcanza las 400 toneladas de molienda diaria y ha ampliado significativamente su portafolio. Si históricamente el foco estuvo



en abastecer panaderías tradicionales, en los últimos años la empresa ingresó con fuerza al retail y a la industria alimentaria.

Actualmente, Molino Linderos participa en la fabricación de marcas propias para importantes cadenas supermercadistas y abastece a plantas industriales de pan, fábricas de pastas y productores de masas y empanadas. “Hoy estamos divididos prácticamente en tres grandes segmentos”, resume González Méndez.

Calidad como principal activo

En un mercado altamente competitivo y con márgenes cada vez más estrechos, el ejecutivo asegura que el principal factor diferenciador de la compañía sigue siendo la estabilidad y calidad de sus harinas.

“Nos dicen que somos los más caros, pero también los mejores”, comenta. La firma opera con un laboratorio compuesto por siete personas que monitorean muestras cada hora para garantizar consistencia en los productos. “Más allá de vender una buena harina, lo que entregamos es una harina estable durante todo el año”, afirma.

Parte importante de esa estrategia se sostiene en el uso de trigo importado. Según explica, cerca del 70% de las mezclas que utiliza la compañía

proviene de mercados internacionales, mientras que algunas líneas específicas operan incluso con trigo 100% importado, lo que les permite alcanzar estándares técnicos demandados por clientes industriales y panaderías especializadas.

Entre los productos que han ganado reconocimiento destacan las harinas para pan francés, masa madre y bizcochería, segmentos donde —asegura— no todos los molinos tienen capacidad técnica para competir.

A ello se suma una estructura organizacional “plana”, que la compañía considera otro de sus activos estratégicos. “La distancia entre un cliente y el gerente general son dos pasos, no siete u ocho. Conocemos a prácticamente todos nuestros clientes y eso nos permite responder rápido y construir relaciones de largo plazo”, señala.



Un sector que se concentra y cambia

La evolución del negocio ocurre en medio de una industria que atraviesa un proceso de transformación estructural. González Méndez sostiene que el consumo per cápita de pan en Chile ha disminuido en los últimos años y que el crecimiento del sector molinero se ha vuelto cada vez más complejo.

“Hace décadas existían cerca de 150 molinos en Chile. Hoy quedan menos de 80”, afirma. A su juicio, el mercado cuenta con suficiente capacidad instalada, lo que implica que crecimiento es muy difícil.

En ese escenario, una de las principales tendencias ha sido la proliferación de panaderías boutique y negocios especializados, especialmente después de la pandemia. Esto ha modificado la lógica comercial y operativa del sector.

“Antes un pedido pequeño eran 100 bolsas. Hoy un pedido grande puede ser eso”, comenta. Para responder a esa fragmentación, Molino Linderos desarrolló el programa “Harina a la Medida”, una plataforma orientada a panaderos especializados que buscan productos ajustados a necesidades específicas de fermentación, hidratación o procesos técnicos.

Según explica, el creciente nivel técnico de los panaderos ha elevado las exigencias hacia la industria molinera. “Hoy el cliente tiene mucho más conocimiento y necesita estándares exactos. Ya no depende de corregir manualmente una masa. La harina tiene que comportarse igual siempre”, sostiene.

Certificaciones, trazabilidad y eficiencia energética

Otro de los focos estratégicos de la empresa ha sido el fortalecimiento de sus procesos de calidad y trazabilidad. En 2009 implementaron

HACCP, antes de que fuera una exigencia obligatoria para la industria, y actualmente operan bajo la certificación internacional FSSC 22000 (Food Safety System Certification). “Hoy podemos tomar un kilo de harina y rastrear exactamente en qué barco y en qué camión llegó el trigo utilizado para producirla”, explica González Méndez.

En paralelo, la compañía analiza proyectos vinculados a eficiencia energética y generación propia mediante paneles solares. Aunque descarta una autosuficiencia total debido al alto consumo eléctrico de la operación, reconoce que buscan avanzar en porcentajes parciales de autogeneración.

“Es una industria muy limpia. Aquí prácticamente no se desecha nada. Entran 100 kilos de trigo y salen 100 kilos de productos entre harina y subproductos”, afirma.

La defensa de la panadería tradicional

Pese a la diversificación hacia retail e industria, González Méndez sostiene que la compañía mantiene una mirada estratégica respecto al fortalecimiento de la panadería tradicional chilena y su representación gremial.

“La panadería tradicional enfrenta desafíos enormes: supermercados, competencia irregular y cambios de consumo. Nosotros creemos que es importante fortalecer al gremio porque mantiene ciertos equilibrios dentro del negocio”, señala el entrevistado.

En ese contexto, valoró el rol que actualmente ejerce el dirigente panadero Juan Mendiburu en la articulación del sector y reiteró la importancia de proteger símbolos culturales como la marraqueta. “Ojalá podamos declarar la marraqueta patrimonio. Sería el primero en anotarme para apoyar eso”, concluye.



INTELLECTO

apuesta por modernizar la
GESTION DOCUMENTAL en la
industria panadera



La transformación digital dejó hace tiempo de ser exclusiva de grandes corporaciones.

Hoy, industrias tradicionales como la panadería comienzan a enfrentar una presión creciente por ordenar procesos, centralizar información y responder de manera más eficiente a exigencias sanitarias, laborales y tributarias.

En ese escenario aparece la propuesta de INTELLECTO, firma chilena que desde 2015 desarrolla soluciones de gestión documental e infraestructura digital, y que hoy busca abrir espacio en un rubro históricamente operativo y poco digitalizado: las panaderías.

La compañía identificó una brecha común en pequeñas y medianas empresas: información crítica dispersa entre archivadores, correos electrónicos, computadores personales, fotografías y conversaciones de mensajería. Según explican desde la firma, el problema no es la ausencia de documentación, sino la

incapacidad de gestionar de forma eficiente. "Muchas empresas creen que digitalizar es simplemente escanear documentos o guardar PDFs. Pero si la información sigue desordenada, sin trazabilidad ni estructura, el problema continúa, solo que en pantalla", señalan desde la compañía.

Para ellos, esto es un *problema silencioso para un sector tradicional, y su diagnóstico apunta a un fenómeno ampliamente extendido en la industria panadera. Aunque existen negocios con altos niveles de profesionalización, gran parte del sector aún opera con sistemas documentales informales, altamente dependientes de personas específicas y con escasa capacidad de respuesta frente a fiscalizaciones y/o auditorías.

Entre los errores más frecuentes detectados aparecen el almacenamiento sin criterios únicos, documentos vigentes mezclados con archivos vencidos, ausencia de nomenclaturas estandarizadas y falta de respaldos centrali-



zados.

El impacto no es menor. Contratos laborales, documentación sanitaria, registros tributarios, pólizas de seguros o antecedentes de proveedores pueden tardar horas en ser encontrados o, derechamente, perderse en medio del desorden administrativo. “En una fiscalización no basta con tener el documento; hay que encontrarlo rápidamente, acreditar su vigencia y demostrar consistencia con la operación”, explican.

La apuesta: transformar documentos en información útil

La solución desarrollada por la firma —denominada GDI— busca precisamente convertir archivos dispersos en información estructurada para la toma de decisiones.

El sistema funciona mediante indexación inteligente y clasificación por variables como sucursal, proveedor, trabajador, fecha, vigencia o proceso operativo. De esta forma, los

usuarios pueden encontrar documentos no necesariamente recordando el nombre del archivo, sino buscándolos según lógica de negocio.

La plataforma además incorpora trazabilidad, control de versiones, perfiles de acceso y alertas automatizadas de vencimientos documentales.

Desde la empresa sostienen que el enfoque apunta especialmente a pymes y asociaciones gremiales, donde existe una necesidad concreta de soluciones simples, escalables y de costos razonables. “El objetivo no es implementar plataformas sobredimensionadas, sino entregar herramientas aterrizadas a la realidad operacional de las pymes”, afirman.

El rol de los gremios y la estandarización

Uno de los focos estratégicos de INTELLECTO es trabajar junto a asociaciones gremiales, bajo la lógica de impulsar estándares comunes de orden documental y acelerar procesos



de adopción tecnológica.

La tesis detrás de esta estrategia es que muchas pequeñas empresas no cuentan con estructuras internas robustas para liderar por sí solas procesos de transformación digital.

En ese contexto, una implementación gremial permitiría homologar criterios, facilitar capacitaciones y construir modelos comunes de buenas prácticas.

“Cuando el cambio se impulsa desde el gremio, deja de percibirse como una carga individual y pasa a entenderse como una ventaja competitiva sectorial”, sostienen.

Mirando hacia adelante, la firma anticipa que la industria panadera avanzará hacia operaciones más medibles, trazables y estandarizadas.

En paralelo, herramientas basadas en inteligencia artificial comenzaron a jugar un rol creciente en clasificación automática, búsqueda semántica, alertas y detección de anomalías documentales.

Sin embargo, desde la empresa advierten que la IA no reemplaza el orden básico.

“Primero se necesita estructura. Después, la inteligencia artificial puede acelerar y escalar ese orden”, remarcan.

La compañía asegura que los primeros resultados de una implementación pueden observarse en pocos días, especialmente en reducción de tiempos de búsqueda y mayor disponibilidad de información crítica. Los cambios más profundos —relacionados con cultura organizacional y control operacional— suelen requerir algunos meses.

Más eficiencia y menos urgencia

Según la experiencia de la firma, uno de los beneficios más valorados por las empresas no es necesariamente tecnológico, sino operativo y mental. Menor estrés administrativo, sensación de control, disminución de urgencias y mayor capacidad para responder ante auditorías aparecen entre los principales efectos reportados por clientes.

“El primer aprendizaje suele ser darse cuenta de cuánto tiempo y espacio físico se destina a documentos mal gestionados”, explican.

En una industria donde el foco históricamente ha estado puesto en la producción diaria, la digitalización documental comienza lentamente a instalarse como un componente estratégico de eficiencia, cumplimiento y competitividad.



LA MEJOR ASESORÍA COMIENZA ENTENDIENDO TU PANADERÍA



Asesoría
Integral



Innovación
Constante



Soporte Técnico
Especializado



Equipamiento
de Calidad

*En Innovapan, entendemos que cada negocio tiene necesidades únicas
y estamos aquí para ayudarte a lograr el éxito que buscas.*



Innovapan
SOLUCIONES PARA EL FUTURO DE LA PANADERÍA

**INNOVAPAN TU ALIADO EN
PANADERÍA Y PASTELERÍA**

- HORNOS ROTATORIOS
- HORNOS DE PISO
- AMASADORAS
- SOBADORAS
- DIVISORAS DE MASA
- FERMENTADORAS
- CARROS
- BANDEJAS
- BATIDORAS
- REBANADORAS
- LAMINADORAS
- VITRINAS
- MURALES
- CAMARAS
- REPUESTOS



Backen



BIGA FORNI

SINMAG



DE RIGO
REFRIGERATION



*El aliado que tu producción necesita **para seguir creciendo.***



LEÓN DE LA BARRA #9371



contactanos

clientes@innovapan.cl

¡VISITANOS!

WWW.INNOVAPAN.CL



Entre capas y sabores:



reunió a pasteleros en jornada
de innovación realizada en
INACAP Puente Alto



*La actividad realizada en INACAP Puente Alto reunió a estudiantes, emprendedores, chefs y representantes de la industria gastronómica en torno a **clases magistrales, innovación pastelería y nuevas soluciones desarrolladas por Watt's Industrial y su línea Doña Juanita**, enfocadas en optimizar procesos, mejorar costos y responder a las nuevas tendencias del mercado.*

Con una convocatoria que reunió a estudiantes, emprendedores, docentes, chefs y representantes de la industria gastronómica, Watt's Industrial desarrolló el encuentro "Entre Capas y Sabores", una instancia orientada a presentar las nuevas soluciones de pastelería de la línea Doña Juanita y generar un espacio de formación, inspiración e intercambio de conocimientos para el rubro.

La actividad se realizó en INACAP sede Puente Alto y contó con la bienvenida de Karin Vargas, directora de la institución, quien destacó la importancia de vincular a la academia con las nuevas tendencias y desafíos que enfrenta hoy la gastronomía profesional.

La jornada incluyó clases magistrales, demostraciones técnicas y espacios de conversación donde los asistentes pudieron conocer aplicaciones, tendencias y posibilidades de innovación en torno a productos diseñados para optimizar procesos sin sacrificar calidad ni sabor.

Respecto a los dueños de casa, Cristina Oyarce, jefa de marketing y servicio. Watt's Industrial señala que "Para el equipo de Watt's Industrial, esta instancia representa una valiosa

oportunidad para compartir junto a nuestros clientes, vendedores y comunidad estudiantil el lanzamiento de nuestra nueva línea de bases de pastelería, desarrollada como la solución ideal para obtener productos de alta calidad y excelentes resultados en pastelería".

Respecto a los productos, la ejecutiva señaló que la línea Gourmet está compuesta por dos productos: Bizcocho Chocolate Extrema y Bizcocho Tres Leches. El primero permite obtener un bizcocho con intenso sabor y color a chocolate, además de una textura húmeda y esponjosa, ideal para preparaciones de alta calidad. Por su parte, Bizcocho Tres Leches facilita la elaboración de tortas y postres tres leches con una textura suave y altamente húmeda, gracias a su gran capacidad de absorción, superior al 120% de remojo tres leches. La línea Golden, consta también de 2 productos Cake y Brownie Golden, que permiten lograr productos cero huevo.

Uno de los momentos centrales estuvo liderado por Leslie Morales, asesor técnico de Watt's Industrial y licenciada en Artes Culinarias, quien explicó que el foco de la compañía está puesto en acompañar a distintos segmentos



del mercado, desde pequeños emprendedores hasta grandes industrias.

“Nosotros queremos llegar tanto a los estudiantes como a las emprendedoras, a las industrias intermedias y grandes industrias. Lo que buscamos es capacitar a las personas con todos los productos industriales que tenemos, porque están diseñados especialmente para entregar mejores aplicaciones y mejores resultados”, señaló.

Morales destacó además que detrás de cada solución existe un trabajo técnico y de innovación que permite facilitar procesos productivos y abrir nuevas posibilidades creativas para los pasteleros.

“El bien que hacemos como empresa es facilitar los procesos. Nuestro rol es mostrar la tecnología, la versatilidad de los productos y enseñar cómo aplicarlos correctamente. Muchas veces alguien ve una base de bizcocho y piensa que solo sirve para una torta, pero también puede transformarse en un postre de vaso o en nuevas preparaciones. Ayudamos a que las personas puedan escalar y proyectar mejor sus negocios”, explicó.

“Es muy lindo poder ayudar y acompañar a los alumnos y emprendedores en este camino. Nosotros somos un pilar importante entregando conocimiento y nuevas herramientas para que puedan renovar su pastelería, mejorar su rentabilidad y ampliar su línea de productos”, comentó.

Innovación, participación y nuevas tendencias

La chef pastelera colombiana Jenny Carolina Quintero González, embajadora de la línea Difácil para Euroyer Andina y con más de diez años de experiencia internacional, fue otra de las protagonistas de la jornada, destacando el carácter participativo del encuentro.

“Siento que en la pastelería todos podemos sacar el artista que llevamos dentro. Por eso me gusta que las personas participen conmigo, que despejen dudas y aprendan desde la experiencia. No se trata solo de hacer una clase demostrativa, sino de incluir a las personas y hacerlas parte del proceso”, afirmó.

La chef también abordó la importancia de la innovación dentro del rubro, señalando que la transformación constante es parte esencial de



la evolución gastronómica.

"El mundo cambia, las tendencias cambian y los gustos también. Nosotros buscamos transformar productos para que sean más llamativos y funcionales. Muchos de estos postres son reinterpretaciones modernas de preparaciones tradicionales. Innovar no significa perder la esencia", indicó.

Quintero además destacó el valor de adaptar la pastelería a nuevas necesidades alimentarias y estilos de vida.

"Hoy existen consumidores con distintas restricciones y preferencias alimentarias. Por eso es importante desarrollar productos funcionales y trabajar con ingredientes que permitan disfrutar un buen postre sin perder calidad ni creatividad", sostuvo.

Formación, industria y nuevas oportunidades

Desde el ámbito académico y gremial, Mauricio Contreras Vidal, profesor de gastronomía y socio de FECACHA, valoró el impacto que tienen este tipo de encuentros para las futuras generaciones.

"Que una industria tan posicionada como Watt's genere estas instancias es súper importan-

te. Aquí había emprendedores, estudiantes, profesionales y docentes compartiendo experiencias. Además, son productos que facilitan procesos, reducen costos y mantienen la calidad, algo muy relevante para quienes están comenzando", señaló.

El docente agregó que la innovación ya es parte fundamental del desarrollo gastronómico. "La gastronomía siempre está buscando vanguardia y nuevas experiencias. Estos productos simplifican tiempos, pero no reducen calidad, y es importante que las nuevas generaciones conozcan tanto las técnicas tradicionales como las más modernas", comentó.

En la misma línea, Carolina Medina González, chef miembro de Les Toques Blanches y directora de la Asociación de Pasteleros de Chile, destacó la transversalidad del evento y la importancia de acercar soluciones reales a distintos actores del rubro.

"Estamos cautivando a un segmento muy amplio: estudiantes, emprendedores, artesanos e industrias. La idea es presentar alternativas que entreguen un equilibrio entre un buen producto y buenos costos de producción", explicó.



Una industria que evoluciona junto a nuevas generaciones

Desde el área comercial, Damaris Suárez, supervisora de ventas de Arcaya —operador comercial de Watt's—, destacó la importancia de estas actividades para fortalecer el vínculo entre marcas, clientes y futuros profesionales.

“Para nosotros estos eventos son súper relevantes porque no solo conocemos los detalles técnicos de los productos, sino que también aprendemos nuevas aplicaciones y herramientas que después podemos transmitir a nuestros clientes”, explicó.

Suárez valoró además el interés creciente de jóvenes por el mundo de la pastelería y el emprendimiento gastronómico.

“Sería muy bueno que las nuevas generaciones mantengan viva la pastelería artesanal y la mezclen con nuevas tendencias como productos veganos o alternativas para personas con restricciones alimentarias. Hoy los jóvenes vienen con otra mirada y eso también nos ayuda a desarrollar nuevos productos”, indicó.

La jornada “Entre Capas y Sabores” dejó en evidencia cómo la colaboración entre industria, academia y profesionales puede transformarse en una plataforma concreta para impulsar innovación, formación y nuevas oportunidades dentro de la pastelería chilena.

La chef también se refirió a los desafíos de la profesión y al crecimiento que ha tenido el rubro pastelero en Chile.

“La pastelería requiere mucha perseverancia, planificación y estructura. Es un área muy detallista, pero también tiene un gran potencial de desarrollo y permite vivir cómodamente dentro del rubro si se trabaja con constancia”, señaló.

Respecto al trabajo de la Asociación de Pasteleros de Chile, Medina adelantó que seguirán impulsando capacitaciones, torneos y actividades orientadas a fortalecer el desarrollo profesional de nuevas generaciones.

“Estamos trabajando con colegios técnicos, institutos y profesionales para motivar e innovar dentro del área pastelera. Queremos que más personas se interesen y encuentren oportunidades reales en este rubro”, afirmó.



Sabor que se hace fácil

CONOCE NUESTRAS NUEVAS BASES DE PASTELERÍA DOÑA JUANITA



Fácil de elaborar.



Sabor y textura garantizados.



Recetas convenientes.

Línea Golden



Línea Gourmet



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

Ministerio de Salud



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



@molinerasancristobal



www.sancristobalonline.cl

Crea los mejores momentos
junto a PAPÁ y **HARINA**
Pizza



Call Center



Consultas
y Pedidos

800 123 300
¡Llama Gratis!

Mayor fuerza y extensibilidad

Molinera
San Cristóbal





El futuro de la panadería chilena depende de la formación de sus personas

Por: Verónica Ortega,

Psicóloga y directora de PANOVISIÓN Coaching



La panadería chilena enfrenta un escenario desafiante, pero también lleno de oportunidades. Aunque el pan continúa siendo un alimento esencial en la mesa de los hogares y mantiene una demanda constante, las empresas del rubro deben desenvolverse en un contexto marcado por el aumento de costos, una mayor competencia y consumidores cada vez más exigentes al momento de comprar.

Hoy, el desafío ya no consiste únicamente en vender más pan. La verdadera diferencia estará en la capacidad de cada empresa para producir con mayor eficiencia, optimizar sus procesos y entregar una experiencia de calidad a sus clientes. En este escenario, la productividad se transforma en un factor clave para la sostenibilidad y el crecimiento del sector.

La presión sobre los costos de materias primas, energía, transporte y operación obliga a las panaderías a revisar permanentemente sus formas de trabajo. Reducir mermas, mejorar la planificación, ordenar los procesos productivos y fortalecer la gestión interna son acciones indispensables para mantener la competitividad.

Sin embargo, ninguna de estas mejoras puede sostenerse en el tiempo sin personas preparadas para llevarlas a cabo.

La experiencia demuestra que las empresas más productivas no son necesariamente las que cuentan con más recursos, sino aquellas que desarrollan mejor a sus equipos de trabajo. Un maestro panadero capacitado mejora la calidad del producto y reduce errores. Un encargado con herramientas de liderazgo organiza mejor a su equipo. Un administrador formado en gestión toma decisiones más

efectivas. Cada trabajador capacitado aporta directamente a la eficiencia de la empresa.

Por esta razón, la profesionalización del capital humano debe transformarse en una prioridad estratégica para el sector. La capacitación ya no puede verse como una actividad complementaria, sino como una inversión necesaria para enfrentar los desafíos actuales y futuros de la industria.

La escasez de mano de obra calificada continúa siendo una de las principales preocupaciones del rubro. Frente a esta realidad, formar, desarrollar y fidelizar trabajadores se vuelve tan importante como invertir en equipamiento o infraestructura. Las empresas que apuesten por el aprendizaje continuo estarán mejor preparadas para adaptarse a los cambios del mercado y responder a las nuevas necesidades de los consumidores.

Chile posee una tradición panadera reconocida y productos emblemáticos que forman parte de nuestra identidad cultural. Sin embargo, preservar y fortalecer este patrimonio requiere algo más que experiencia: requiere conocimiento, innovación y formación permanente.

El futuro favorecerá a las panaderías que logren evolucionar desde un modelo tradicional hacia una gestión más profesional, donde la calidad, la productividad y el desarrollo de las personas avancen de manera conjunta.

Porque, en definitiva, la transformación de la panadería chilena no comenzará en las máquinas ni en la tecnología. Comenzará en las personas. Y será a través de la capacitación y la formación continua la forma como podremos construir empresas panaderas más eficientes, productivas y preparadas para los desafíos del mañana.



Harinas Cisne
Molinos Cunaco S.A.

CREA SIN LIMITE

con harina
de calidad



San Fernando
AVDA. CENTENARIO N°410
SAN FERNANDO

San Felipe
MANO DE VELASCO N°20
SAN FELIPE

Coronel
MANUEL MONTT N°01099
CORONEL

Cunaco
CAMINO A PICHILEMU S/N
CUNACO - NANCAGUA

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

 molinoscunaco.cl

 secretaria@molinoscunaco.cl

 +56 2 2616 2400



TIENDA
VIRTUAL



LEY DE 40 HORAS

DT ENTREGA NUEVAS REGLAS PARA IMPLEMENTAR REBAJA A **42 HORAS SEMANALES**

Por: Jose Miguel Cerda

Abogado de Indupan AG

La Dirección del Trabajo emitió nuevos dictámenes que aclaran cómo deberá aplicarse la reducción de jornada desde abril de 2026 y qué ocurre cuando no existe acuerdo entre empleador y trabajadores.

¿QUÉ CAMBIA DESDE **ABRIL DE 2026?**



44 hrs → **42** hrs
semanales



VIGENCIA

26 de abril
de 2026

La reducción debe reflejar una disminución real y efectiva del tiempo de trabajo.



La regla principal:
EL ACUERDO

La DT privilegia el acuerdo entre:

- » Empleador
- » Trabajadores
- » Organizaciones sindicales

Si existe acuerdo, las partes pueden definir la forma de implementar la rebaja.

¿QUÉ PASA SI NO HAY ACUERDO?

En ausencia de acuerdo, la DT establece una regla supletoria

JORNADA DE 5 DÍAS

Reducir **1 hora** al término de la jornada en **2 días distintos**.

JORNADA DE 6 DÍAS

Reducir **50 minutos** al término de la jornada en **2 días distintos**.
Reducir **20 minutos** en un **3er día**.



Cronograma *Ley 40 Horas*

2024

45 → 44
hrs hrs

1er ajuste de jornada

2025

44 → 42
hrs hrs

2do ajuste de jornada

2028

42 → 40
hrs hrs

3er ajuste de jornada

EXCLUSIÓN DE JORNADA: *¿QUÉ ACLARÓ LA DT?*



Se analiza caso a caso

La exclusión depende de la naturaleza real de las funciones desempeñadas y del nivel de autonomía del trabajador.



La autonomía es relevante, pero no suficiente

La autonomía efectiva no constituye por sí sola una causal de exclusión de jornada, y debe evaluarse junto con las funciones y la forma de supervisión existente.



Tecnología ≠ supervisión directa

Los sistemas de control, registro o reporte no constituyen por sí solos fiscalización superior inmediata. Lo relevante es si existe un control directo y efectivo sobre la ejecución del trabajo.

¿Qué deben hacer las empresas ahora?

- 1** Revisar contratos vigentes.
- 2** Evaluar la distribución actual de jornada.
- 3** Conversar con trabajadores y sindicatos.
- 4** Definir la forma de implementación.
- 5** Documentar los acuerdos alcanzados.



IMPORTANTE

El empleador deberá acreditar que intentó alcanzar un acuerdo con trabajadores o sindicatos, aunque éste no se concrete. La acreditación podrá realizarse por cualquier medio idóneo.



CUANDO EL COMPLETO también habla del pan

Por: Ricardo Sánchez
Director de Indupan AG



En Chile, pocas preparaciones logran representar de manera tan transversal nuestra identidad gastronómica como el completo. Está presente en celebraciones familiares, salidas nocturnas, fuentes de soda tradicionales, estadios, estaciones de servicio y reuniones improvisadas entre amigos. Sin embargo, detrás de cada completo exitoso existe un protagonista silencioso que muchas veces pasa inadvertido: el pan.

La celebración del Día del Completo no solo moviliza a cadenas gastronómicas, restaurantes y consumidores. También representa una oportunidad enorme para la industria panadera chilena, un sector históricamente ligado a la cultura alimentaria del país y que hoy busca nuevas formas de conectar con las audiencias, especialmente con las generaciones más jóvenes. Porque cuando se celebra un completo, también se celebra el oficio panadero.

El pan del completo no es un mero acompañamiento. Su textura, frescura, estructura y sabor son fundamentales para la experiencia completa del producto. Un buen pan puede transformar un completo sencillo en una experiencia memorable; uno deficiente puede arruinar incluso los mejores ingredientes. Y ahí existe una conversación que la industria debe volver a liderar: revalorizar el pan como patrimonio vivo y no solo como un soporte funcional.

Chile posee una tradición panadera profundamente arraigada. Desde la Marraqueta hasta la hallulla, pasando por recetas regionales y nuevas corrientes de fermentación natural, el país ha construido una relación cultural con el pan que pocas naciones poseen. Sin embargo, durante años, gran parte del relato gastronómico contemporáneo se concentró en toppings, carnes, salsas o conceptos gourmet, dejando en segundo plano el trabajo panadero.

Celebraciones como el Día del Completo permiten revertir eso.

Son instancias donde panaderías, escuelas gastronómicas, proveedores e industrias pueden conectar tradición con innovación. El completo puede transformarse en una vitrina para hablar de masas, fermentación, calidad de ingredientes, identidad local y creatividad culinaria. Incluso puede convertirse en una plataforma educativa para mostrar a nuevas generaciones que detrás de un producto cotidiano existe técnica, historia y oficio.

Además, estas celebraciones generan algo fundamental para cualquier industria: la conversación cultural. En tiempos donde las marcas necesitan pertenecer emocionalmente a la vida de las personas, el pan tiene una ventaja enorme: forma parte de la memoria afectiva de Chile. Está en la once familiar, en la infancia, en la salida del colegio y también en el completo

compartido después de una fiesta.

La industria panadera no debería mirar estas efemérides como simples campañas comerciales. Debiese entenderse como oportunidades estratégicas para fortalecer identidad, valor agregado y posicionamiento cultural.

A nivel regional también los panes de completos, tienen nombres como lengua y copihue. A su vez tenemos los famosos completos mojados en la séptima región, donde mantienen los panes en ollas con vapor.

El completo es social, esto por juntas de amigos, estudiosos. Familias y viajeros. Haciendo una variedad compleja, al tener distintas posiciones de los agregados (tomate, palta, mayo, chucrut, americana, huevo, carne, etc.) haciendo que sea un producto único debido al gusto de quien los come.

Debemos comentar que se agregaron completos de otros lados Hispanoamericanos, donde el corte y su presentación y productos agregan más sabores nuevos a nuestros paladares.

Al final es un producto que nos acompaña de por vida desde niños hasta de 3° edad. Transversal porque no tiene envidia y ante el hambre siempre sirve.

Viva el completo, el italiano o el especial. O solo con vienesa, de preferencia artesanal, la que crujе. Con lechuga, papas, hilo, cebolla, solo mayo, es infinito y más allá.

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



Red de Alimentos y Ministerio de Desarrollo Social

firman convenio para apoyar a
personas vulnerables en albergues
durante el invierno



La alianza permitirá entregar alimentos y productos de higiene a cientos de personas en situación de vulnerabilidad en siete regiones del país, en el marco del Plan Invierno.

Con una visita a la Despensa Social de La Florida y un recorrido por sus instalaciones, Red de Alimentos y el Ministerio de Desarrollo Social y Familia concretaron este miércoles la firma de un convenio de colaboración orientado a fortalecer el apoyo alimentario para personas en situación de vulnerabilidad durante el invierno.

La iniciativa permitirá canalizar alimentos rescatados y productos de higiene hacia albergues y rutas calle habilitados en el marco del Plan Invierno, beneficiando aproximadamente a 800 personas en siete regiones del país, sin contemplar transferencia de recursos públicos.

Durante la actividad, las autoridades y re-

presentantes de la organización conocieron el funcionamiento de las Despensas Sociales de Red de Alimentos, espacios comunitarios ubicados en La Florida, Puente Alto, Renca y San Bernardo, que entregan semanalmente alimentos complementarios y productos esenciales a más de 7.500 personas mayores en situación de vulnerabilidad.

Además de la ayuda alimentaria, estas despensas funcionan como espacios de encuentro y acompañamiento, donde las personas mayores participan en talleres, actividades recreativas y redes de apoyo orientadas a disminuir el aislamiento social y fortalecer su bienestar integral. Cerca del 80% de las personas beneficiarias vive sola.

“Este convenio nos permitirá apoyar albergues en el plan de invierno en los meses más duros del año, con un alcance concreto de cientos de personas vulnerables en albergues o rutas de calle en siete regiones del País”, señaló Carlos Ingham Presidente de Red de Alimentos.

Por su parte, “la colaboración entre el Ministerio de Desarrollo Social y Familia y Red de Alimentos refleja la importancia del trabajo conjunto entre el Estado y la sociedad civil para llegar de manera oportuna a quienes más lo necesitan. Este convenio permitirá apoyar a personas en situación de vulnerabilidad que viven el invierno en albergues, entregando alimentos y productos esenciales, pero también dignidad, acompañamiento y una respuesta concreta frente a las dificultades que enfrentan miles de familias y personas mayores en nuestro país”, explicó María Jesús Wulf, ministra de Desarrollo Social y Familia.

Red de Alimentos, organización sin fines de



lucro fundada hace 15 años y operadora del Banco de Alimentos de Chile, trabaja rescatando alimentos aptos para el consumo humano que no serán comercializados, redistribuyéndolos a personas y familias en situación de vulnerabilidad a través de organizaciones sociales, despensas comunitarias y su red virtual de distribución.

Actualmente, la organización cuenta con alcance nacional, desde Arica a Magallanes, beneficiando recurrentemente a más de 220 mil personas mediante 602 organizaciones sociales y más de 1.800 puntos de entrega en

todo Chile.

Desde 2010, Red de Alimentos ha rescatado más de 100 millones de kilos de alimentos — equivalentes a más de 291 millones de platos de comida— además de más de 45 millones de artículos de higiene y aseo.

El modelo impulsado por la organización contribuye al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, promoviendo una articulación efectiva entre empresas, Estado y sociedad civil para enfrentar la inseguridad alimentaria y reducir la pérdida y desperdicio de alimentos en Chile.

Nuestros Resultados a Marzo 2026

230.234

Personas en condición de vulnerabilidad y 8.578 mascotas beneficiadas en los últimos 12 meses

107.543.478

Kilos de alimentos rescatados desde 2010, que equivalen a más de 291 millones de plato de comida

8.323

Personas mayores vulnerables atendidas en 4 Despensas Sociales cada mes

22.670.817

Unidades de pañales de Adultos y Niños rescatados desde 2018

606

Organizaciones sociales con 1.885 centros de atención entre Arica y Magallanes

29.449.779

Unidades de artículos de higiene personal, aseo y otros productos rescatados desde 2018

1.621

locales de empresas conectados en todo Chile con más de 6.400 retiros mensuales, a través del Retiro Directo en Tiendas.

4.547.670

kilos de productos comprados o donados para reforzar el mix desde 2020 (emergencias)

236.384

Toneladas de CO₂ evitadas desde 2010 a la fecha.
(Estudio de Greenlab-Dictuc)

266

Empresas son parte de la Red

15.708.206

Kilos de alimentos rescatados en los últimos 12 meses





Calidad y Tradición
para crear los mejores productos



Conoce más sobre nosotros



molineradelvalle.cl



@molineradelvalle



+56 2 2565 5400
+56 9 3100 4200



Longitudinal Sur KM.39
Parcela 69, Paine - Chile



GRAN COBERTURA

EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

La Semana del Completo se transformó en uno de los grandes hitos gastronómicos y mediáticos de las últimas semanas, con una amplia presencia en televisión, radios, prensa escrita, medios digitales y redes sociales, gracias a su #CompleTour

La iniciativa, organizada por la INDUPAN y FECHIPAN, junto a la colaboración de Cecinas San Jorge, logró instalar nuevamente al completo como uno de los productos más representativos y queridos de la gastronomía chilena.

Durante la semana, distintas actividades, promociones y celebraciones realizadas en pa-

naderías, fuentes de soda y locales gastronómicos del país captaron el interés de los medios de comunicación, destacando el valor cultural y económico de esta preparación típica.

Además, diversas entrevistas y apariciones en prensa permitieron relevar la importancia del pan en la identidad culinaria nacional, así como el trabajo que realiza el rubro panadero para impulsar iniciativas que conectan tradición, consumo y encuentro familiar.

¡Gracias a todos quienes fueron parte de esta gran celebración y ayudaron a visibilizar el trabajo de nuestra industria!





Más de 1.600 completos se repartieron en Coquimbo por el Día del Completo

22 Mayo 2026



Un evento familiar y gastronómico

Organizada por la Municipalidad de Coquimbo junto a la Asociación Gremial de Industriales Panaderos (Indupan), la actividad incluyó:

- Entrega gratuita de completos
- Música en vivo
- Activaciones recreativas
- Espacios de encuentro familiar

El evento generó filas de hasta tres cuadras, reflejando el alto interés de la comunidad.



“Pan Nuestro” el documental que preservó *la memoria viva* de LA PANADERÍA CHILENA



Impulsado por INDUPAN A.G. y FECHIPAN, el registro audiovisual se transformó en uno de los documentos patrimoniales más importantes sobre el oficio panadero en Chile. La obra adquiere hoy un valor aún más profundo tras el fallecimiento de José Yáñez, histórico dirigente del rubro y pieza clave en la investigación del proyecto.

En Chile se habla mucho del pan, pero pocas veces de quienes lo hacen posible. De las madrugadas en los hornos, de los barrios que crecieron junto a una panadería, de las recetas transmitidas entre generaciones o de los trabajadores que sostienen diariamente uno de los alimentos más consumidos del país.

En ese escenario, el documental Pan Nuestro terminó convirtiéndose en mucho más que una producción audiovisual ligada a la gastronomía. Hoy aparece como uno de los registros patrimoniales más relevantes que se han realizado sobre la historia, el oficio y la identidad de la pa-

nadería chilena.

La obra, impulsada por INDUPAN A.G. y FECHIPAN, recorrió distintas zonas del país documentando panaderías tradicionales, maestros panaderos, procesos artesanales, hornos históricos y testimonios que reflejan el profundo vínculo entre el pan y la vida cotidiana chilena.

Su importancia adquiere una dimensión aún mayor tras el reciente fallecimiento de José Yáñez, histórico dirigente del sector panadero y figura fundamental dentro del proceso investigativo y conceptual del documental. Su presencia atraviesa buena parte del relato y hoy queda registrada como parte de una memoria audiovisual invaluable para el rubro.

Más que un representante gremial, Yáñez aparece en Pan Nuestro como alguien que entendía el pan desde una dimensión cultural y social. Sus reflexiones sobre el oficio, la transmisión generacional y la evolución de la panadería chilena terminan convirtiéndose en uno de los



hilos más significativos de la obra.

Pero el documental también refleja algo más amplio: la consolidación de una línea de trabajo impulsada durante años por INDUPAN A.G. para relevar el valor cultural del pan en Chile.

Durante la última década, el gremio ha desarrollado múltiples iniciativas orientadas no solo al fortalecimiento productivo del sector, sino también a la preservación de su identidad y patrimonio. Concursos como “La Mejor Marraqueta”, “El Mejor Pan de Pascua”, “La Mejor Torta para Mamá” y actividades como la Semana del Completo forman parte de una agenda que busca visibilizar el oficio panadero desde distintos ámbitos.

A eso se suma el desarrollo de publicaciones históricas, encuentros técnicos, actividades comunitarias, rescate de recetas tradicionales, trabajo con escuelas panaderas y espacios de reflexión sobre el futuro del rubro frente a fenómenos como la industrialización y la pérdida de

mano de obra especializada.

En ese contexto, Pan Nuestro aparece como una síntesis de esa mirada: entender que la panadería chilena no es únicamente una actividad económica, sino también parte de la memoria productiva, social y cultural del país.

A diferencia de otros contenidos gastronómicos centrados en tendencias o consumo, el documental pone el foco en el trabajo cotidiano. En las manos, los tiempos y los procesos. Las imágenes recorren madrugadas de producción, hornos encendidos, conversaciones entre generaciones y pequeños gestos que forman parte de un oficio históricamente silencioso.

El resultado es un registro que no busca idealizar la panadería, sino dignificarla.

Y probablemente ahí reside hoy su mayor valor: haber dejado testimonio de un Chile que sigue existiendo detrás de los mostradores, la harina y los hornos, pero que rara vez queda documentado con esta profundidad.



Estoico Brand

biscottini artesanales con relato y experiencia de marca



@elestoicobrand



www.estoicobrand.cl



+56 9 8469 7313

Detrás de Estoico Brand está Spartaco Magnolfi Orsini, biólogo de 40 años, quien ha transformado su herencia culinaria en un proyecto gastronómico con identidad propia, donde la historia, el producto y la experiencia conviven en un mismo concepto. “Mi vínculo es familiar y generacional, no académico. Crecí aprendiendo a cocinar con mis nonnos: pastas, pizzas, pollo alla cacciatore, zuppe inglese, biscottini y mucho más. Ese es mi punto de partida”, explica el fundador, quien hoy busca adaptar ese legado al mercado chileno con un enfoque de calidad y diferenciación. El corazón de la marca son los Biscottini, elaborados con ingredientes premium, en producción por lotes limitados y con un diseño de packaging pensado para el regalo y la experiencia.

“El Contenedor Estoico, que incluye un refill de biscottini a elección, se ha convertido en el producto más solicitado porque crea una experiencia de uso continuo, no una compra única”, señala Magnolfi. Además, de impulsar el concepto del Club Estoico, una comunidad que busca dar continuidad al vínculo entre producto, consumidor y relato.

El nombre del proyecto no es casual. Estoico Brand se inspira en el estoicismo, corriente filosófica nacida alrededor del 300 a.C., que propone herramientas prácticas para enfrentar la vida con mayor claridad y entendimiento. “No es autoayuda, es una forma de ver la vida diferente. Quise que la marca lleve ese mensaje: un producto rico, hecho con cuidado, que llega con algo más que sabor”, afirma.

Únete a la **Tradición** para **Crear** el **Futuro** **¡Masa Madre para todos!**

Conoce nuestras nuevas
Masas Madres Líquidas



Para mayor información, contacta a tu Asesor Comercial o ingresa a MyPuratos

Puratos Chile | Avda. Aeropuerto 9790, Cerrillos, Santiago, Chile | +562 27194400 | contactochile@puratos.com



Javi'Sweeties

dulces hechos con cariño para compartir y celebrar



+56 9 6187 2157



@javi.sweeties

Desde Ñuñoa, Javiera Ignacia Muñoz Bermedo ha logrado transformar su pasión por la repostería en un emprendimiento que apuesta por los sabores caseros, la dedicación artesanal y el valor emocional de cada preparación.

A sus 29 años, y tras estudiar Gastronomía Internacional en INACAP Temuco, dio vida a Javi'Sweeties.

"El emprendimiento nace desde mi amor por la cocina y especialmente por la repostería casera, esa que reúne a las personas y crea momentos especiales", comenta Javiera, quien encontró en la cocina una mezcla perfecta entre formación profesional y tradición familiar. El sello de Javi'Sweeties está en las preparacio-

nes hechas con dedicación y cercanía. Entre sus productos más destacados aparecen las tortas artesanales, especialmente la torta hojascas con manjar, frambuesas, crema y merengue tostado, además de las tortas heladas de merengue, cookies rellenas y alfajores.

El nombre del emprendimiento también refleja esa identidad cercana. "Javi" se mezcla con "Sweeties", palabra asociada a dulces y cosas hechas con cariño. "Quería un nombre cálido, fácil de recordar y que representara la esencia de lo que hago", señala.

Actualmente, sus principales clientes son familias, jóvenes y personas que buscan productos personalizados, frescos y con un sello artesanal. A futuro.



Más capacidad



Más eficiencia



**Más futuro para
tu producción**

**Una oportunidad para modernizar tu producción
con respaldo técnico y condiciones especiales.**

Las panaderías que evolucionan no esperan a quedarse atrás.



Hoy es el momento de preparar tu producción para el segundo semestre con hornos rotatorios **Zucchelli: tecnología diseñada para mejorar capacidad, eficiencia y continuidad operativa.**

**Aprovecha un
20%
de descuento**

y da el siguiente paso en el crecimiento de tu negocio
junto al respaldo técnico de Maquipan.

Descuento válido hasta el 15 de junio o hasta agotar stock.
Consulta unidades disponibles.

El futuro de tu producción comienza hoy.



Solicita asesoría técnica para tu próximo proyecto en

WWW.MAQUIPAN.CL o escríbenos a nuestro WhatsApp +569 3564 9215

AV. DON LUIS 644, LAMPA, REGIÓN METROPOLITANA

+56 2 2747 1452

@MAQUIPANCHILE



Ofen

apostando por crecer en Santiago



@ofenpanaderia



Cerro Castillo 17,
Lo Barnechea

Lo que comenzó como una inquietud personal en plena pandemia terminó transformándose en un proyecto panadero con identidad propia. Fernando Silva Adasme, de 30 años, ex seleccionado de mountainbike y técnico de nivel superior en gastronomía, es el creador de Ofen, una micro panadería ubicada en Lo Barnechea que apuesta por las fermentaciones naturales y la panadería de inspiración europea.

La iniciativa nació en 2020, mientras cursaba sus estudios de gastronomía y comenzaba a investigar por cuenta propia el mundo de la masa madre. “Me interesó el pan fermentado naturalmente y empecé a experimentar junto a una profesora de pastelería. Ahí descubrí que quería dedicarme a esto”, comenta.

Con una inversión inicial de \$600 mil prestados por sus padres, Silva remodeló una bodega familiar y comenzó a producir panes y bollería artesanal desde su casa, coordinando repartos durante las cuarentenas junto a su padre.

El nombre Ofen —“horno” en alemán— refleja el corazón del proyecto: panes de larga fermentación, sin mejoradores ni conservantes químicos, además de productos como croissants de almendra, pretzels alemanes y bollería estacional.

Hoy, sus hogazas de masa madre se han transformado en uno de los productos más reconocidos de la marca, especialmente entre clientes del sector oriente de Santiago que buscan sabores más tradicionales y productos elaborados con técnica y carácter.



**Cuando tu equipo mejora,
tu negocio también lo nota.**

*Capacitación técnica enfocada
en productividad, estandarización
y crecimiento para panaderías
y pastelerías.*



**La capacitación
no solo desarrolla
habilidades.**

*También mejora procesos,
optimiza tiempos y
fortalece la calidad
del producto final.*



**En Artebianca
trabajamos junto a
empresas panaderas
y pasteleras**

*formando equipos
preparados para enfrentar
los desafíos reales de la
operación diaria.*



**Programas
personalizados,
formación práctica**

*y acompañamiento
enfocado en generar
impacto concreto dentro
del negocio.*

**Porque detrás de una mejor producción,
siempre hay un equipo mejor preparado.**

CONOCE NUESTROS PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN PARA EMPRESAS EN





MASA MADRE Y MICROBIOTA:

la conexión que impulsa
nuevas tendencias en panadería

Cada vez son más las investigaciones que relacionan la salud intestinal con el bienestar general. En ese escenario, alimentos fermentados como el pan de masa madre han comenzado a ganar protagonismo gracias a sus procesos naturales de elaboración y su relación con la microbiota.



En el marco del Día Mundial de la Salud Digestiva, conmemorado cada 29 de mayo por la World Gastroenterology Organization, especialistas destacan la importancia de mantener una microbiota equilibrada, entendida como el conjunto de microorganismos que habitan el intestino y participan en funciones esenciales del organismo.

Aunque tradicionalmente la conversación sobre microbiota se ha concentrado en productos como yogures o suplementos probióticos, hoy también existe interés científico y nutricional por algunos tipos de pan, especialmente aquellos elaborados mediante fermentaciones naturales.

Uno de los principales ejemplos es el pan de masa madre, cuya preparación considera una fermentación lenta donde interactúan levaduras y bacterias lácticas presentes naturalmente en la harina y el ambiente. Este proceso no solo entrega características diferenciadoras en sabor, aroma y textura, sino que también genera cambios en la composición del alimento.

“Estamos viviendo un cambio de paradigma respecto a la salud digestiva. Hoy entendemos que el intestino cumple un rol mucho más amplio dentro del organismo y que la alimentación tiene un impacto directo sobre ese equilibrio”, explica Josefa Rodríguez, nutricionista jefa de desarrollo del servicio de tercerización del Laboratorio FNL.

Según detalla la especialista, la microbiota intestinal participa en procesos vinculados al sistema inmune, metabolismo, inflamación e incluso la regulación del estado de ánimo y el descanso.

¿Qué pasa con el pan?

En el caso del pan de masa madre, si bien la mayoría de los microorganismos presentes en la fermentación no sobreviven a las altas temperaturas del horno, el proceso fermentativo sí puede aportar beneficios asociados a una mejor digestibilidad y transformación de ciertos componentes de la harina.

Especialistas sostienen que las fermentaciones largas ayudan a descomponer parcialmente azúcares y proteínas, además de modificar algunos compuestos presentes en los cereales. Esto ha llevado a que muchas personas perciban este tipo de pan como más liviano o fácil de digerir frente a opciones industriales elaboradas con fermentaciones rápidas.

El interés por este tipo de elaboración también se enmarca en una tendencia más amplia hacia alimentos menos procesados y con métodos tradicionales de producción.

Sin embargo, los especialistas advierten que la salud digestiva no depende de un único alimento. Factores como el estrés, la falta de sueño, el sedentarismo, el consumo excesivo de ultraprocesados y el uso indiscriminado de antibióticos también pueden alterar el equilibrio intestinal.

Por ello, se recomienda mantener hábitos sostenidos como una alimentación rica en fibra, frutas, verduras, legumbres y alimentos fermentados, además de actividad física e hidratación adecuada.

“La microbiota es altamente sensible a nuestros hábitos diarios. Más que soluciones rápidas, lo importante es construir una alimentación equilibrada y consistente en el tiempo”, concluye Rodríguez.



London Chocolate

la chocolatería artesanal que
redefine el cacao en el corazón
de Londres



La propuesta de London Chocolate se aleja completamente del modelo industrial. Aquí no existen producciones masivas ni fórmulas estandarizadas. Cada tableta busca expresar las características propias del origen del cacao, tal como ocurre en el mundo del vino con las cepas y terroirs.

En una ciudad donde las guías turísticas suelen repetir las mismas direcciones gastronómicas, existe una chocolatería que permanece fuera de los circuitos tradicionales, pero que para muchos amantes del cacao representa una verdadera joya escondida. Se trata de London Chocolate, un pequeño espacio ubicado en el barrio de Connaught Village donde el chocolate se trabaja bajo una filosofía profundamente artesanal y casi obsesiva por el origen del cacao.

Detrás del proyecto está Asel Nova, quien elabora cada producto siguiendo el método bean to bar, sistema que implica controlar todo el proceso: desde la selección de los granos hasta la producción final de tabletas, bombones y bebidas.

Al cruzar la puerta del local, el aroma intenso a cacao anticipa que no se trata de una chocolatería convencional. En el subterráneo funciona el obrador donde se tuestan, refinan y trabajan granos provenientes de distintos países productores, seleccionados cuidadosamente entre pequeños agricultores y microlotes de alta calidad.

Actualmente, Nova trabaja con once orígenes distintos, utilizando variedades provenientes de países como Perú, Venezuela, México, Colombia, Filipinas, Madagascar y República Dominicana. Muchas de estas partidas corresponden a cacaos raros y de disponibilidad limitada.

“Queremos que las personas entiendan el verdadero potencial del cacao fino”, explica la chocolatera, quien abrió la tienda hace seis años luego de descubrir el movimiento bean to bar durante un viaje a Estados Unidos.

En las vitrinas del local se pueden encontrar ta-



tina, ingredientes frecuentes en chocolates industriales. Según Nova, estos añadidos suelen emplearse para corregir sabores o modificar texturas derivadas de materias primas de menor calidad.

La chocolatería sostiene que un buen chocolate no necesita más que dos ingredientes: cacao y azúcar. El resto del trabajo ocurre en los tiempos de fermentación, molienda, conchado y maduración, procesos que pueden extenderse durante semanas o incluso meses.

Más allá de la elaboración, el proyecto también busca generar conciencia sobre el comercio ético del cacao y las condiciones de producción en países de origen. Parte de su trabajo consiste en explicar a los visitantes cómo funciona la cadena productiva y por qué el cacao fino requiere estándares completamente distintos a los del mercado masivo. Ubicada a pasos de Marble Arch y muy cerca de Hyde Park, la tienda se ha convertido en un punto de encuentro para especialistas y amantes del chocolate artesanal. No por casualidad Londres también alberga a la Academy of Chocolate, una de las instituciones más influyentes del sector a nivel mundial.

bletas de chocolate negro elaboradas únicamente con cacao y azúcar, además de bombones rellenos, bollería, pasteles y uno de los productos más solicitados durante el invierno londinense: el chocolate caliente artesanal. Uno de los elementos que más distingue a London Chocolate es su defensa del cacao puro. Sus productos no utilizan vainilla ni leci-

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 horneó.



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.



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.



jcerda@indupan.cl
+56 9 5907 9175

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.

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

La historia de Mondial Forni se remonta a 1947, cuando Arturo Benini, quien, al acabar la guerra, decide contribuir a la reconstrucción del país abriendo en Verona un taller mecánico artesanal para fabricar máquinas de uso alimentario.

Mondial Forni, un Horno para cada necesidad.



Hornos de Tubos Anulares, hogar metálico y cerámico modelos **Ecomondial** y **Mondial**. Gas, Petróleo, Leña, Pellet.



Horno de Tubos Anulares, compacto modelo **LEM** 4 y 6 mt2.



Horno modular de piso eléctrico modelo **DOMINO**, versión Panadero, Pastelero y Pizzero



Horno giratorio Industrial para carro modelo **TECHNO 2.0**, bandejas 75x45; 60x80; 80x100; 80x120, Gas, Petróleo o Eléctrico.



Horno giratorio para carro, modelo **BASIC 3.0** bandejas 40x60; 45x75; 60x80, Gas, Petróleo o Eléctrico.



Horno giratorio compacto eléctrico, modelo **SLIM 9T**, para bandejas 40x60 cms.

Teknomeal SpA | Bío Bio 441 | Santiago | CHILE

Teléfono: +56 2 2 682 29000

www.teknomeal.cl

Escribanos a: ventas@teknomeal.cl

patricio@teknomeal.cl - saul@teknomeal.cl



Panel Touch intuitivo de Serie

**MONDIAL
FORNI**





EJECUTIVOS DE ATENCIÓN AL SOCIO A SU SERVICIO

ORIENTACIÓN

SERVICIOS PROFESIONALES



PREVENCIÓN



SOLUCIÓN DE PROBLEMAS



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



pabarzua@indupan.cl
+56 9 3695 9846

Paulina Abarzúa

Tecnóloga en alimentos

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



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

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

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

CONTÁCTANOS

indupan@indupan.cl
+569 7125 1931



PanArte

La Trigueña



NOS AVALAN

60
AÑOS

DE EXPERIENCIA



+56 9 9844 9977



Contacto@latriguena.cl



@latriguena.cl

*¡El aliado perfecto
para tus recetas!*

SERVICIOS QUE **IMPULSAN Y PROTEGEN** A NUESTRAS PANADERÍAS



BENEFICIOS DE SER SOCIO

Al ser parte de **INDUPAN A.G.**, accedes a un conjunto de beneficios orientados a fortalecer tu negocio y acompañar el crecimiento de tu empresa.



ATENCIÓN PREFERENCIAL

Recibe apoyo técnico, legal y laboral para fortalecer tu operación diaria.



VALORES PREFERENCIAL

Los socios cuentan con tarifas especiales en distintos servicios y asesorías gremiales.



REPRESENTACIÓN GREMIAL

Mantente informado sobre normativas, tendencias y novedades relevantes para la industria.

TU PANADERÍA, **MÁS RESPALDADA**

En Indupan AG seguimos impulsando el desarrollo de la panadería nacional.
Más apoyo, más asesoría y más beneficios para fortalecer tu panadería.



PREVENCIÓN DE RIESGOS

Servicios **gratuitos** para socios:

- Reglamento interno de higiene y seguridad
- Orientación ante accidentes laborales
- Política de seguridad ocupacional
- Capacitaciones y charlas
- Matriz de riesgos
- Procedimientos de trabajo seguro
- Formación de delegados y seguimiento documental

Servicios con **valor preferencial**:

- Protocolos PREXOR
- Riesgos psicosociales
- Manejo manual de carga (MMC)
- TMERT
- Planes de emergencia
- Comité Paritario
- Asesoría en accidentes graves



INOCUIDAD DEL ALIMENTO

Servicios **gratuitos** para socios:

- Asesoría sanitaria preventiva
- Orientación en BPM y HACCP
- Apoyo en etiquetado nutricional
- Implementación de registros sanitarios
- Capacitación en manipulación de alimentos
- Revisión de sistemas de calidad
- Asesoría legal sanitaria
- Apoyo ante Seremi de Salud

Servicios con **valor preferencial**:

- Etiquetado nutricional y fichas técnicas
- Implementación BPM
- Apertura o ampliación de giro
- Gestión de reclamos sanitarios



ASESORÍAS LEGALES

Servicios **gratuitos** para socios:

- Contratos y anexos laborales
- Cartas de despedido y amonestación
- Contratación de extranjeros
- Asesoría telefónica y online
- Descargos ante Inspección del Trabajo

Servicios con **valor preferencial**:

- Ley Karin
- Representación ante Inspección del Trabajo
- Juicios laborales
- Negociación colectiva
- Reclamo de multas
- Accidentes del trabajo
- Cobranza previsional



ESCRÍBENOS
HAZTE SOCIO
HOY

✉ 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

HEREDIA

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](https://www.facebook.com/herediamolinos.cl)

 [herediamolinos](https://www.instagram.com/herediamolinos)



Molino Linderos

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



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



Completa gama
de productos
de panadería,
pastelería y chocolatería

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



WWW.MOLINERADELVALLE.CL

@molineraDelValle

+56 2 2565 5400
+56 9 3100 4200

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

**Publique
aquí**

**más informaciones en
indupan@indupan.cl**



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



Doleetto®

✓ Bases para preparar
Crema pastelera
Merengue

RAPIDOX®

✓ Mejoradores de panadería
Marraquetas
Hallullas
Pan especial

✓ Premezclas de panadería
Pan soft, pan Italiano y pan amasado

✓ Premezclas de pastelería
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



**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.lineron@watts.cl
RM	
RM sur	juan.nogueira@watts.cl
Concepción	gonzalo.troncoso@watts.cl
Los Angeles	
Valdivia	romulo.carrillo@watts.cl
Temuco	
Puerto Montt	
Osorno	guillermo.lopez@watts.cl
Coyhaique	
Punta Arenas	

/wattsindustrial.cl

www.wattsindustrial.cl

Atención al Cliente
600 200 0017

**ESTAMOS CONTIGO
DÍA A DÍA**
Insumos Panaderos



+5623 26110470 CONTACTO@MYLPAN.CL
AV. FRESIA 1685, LA PINTANA - STGO WWW.MYLPAN.CL



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



**Publique
aquí**

más informaciones en
indupan@indupan.cl

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

**Capacítalos
en la Escuela
Internacional
Artebianca**



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

www.artebianca.cl



ESUELA INTERNACIONAL
ARTEBIANCA
PANADERIA • PASTELERIA • GASTRONOMÍA



Indupan A.G.

**COMERCIALIZADORA
DE PRODUCTOS**

HAGA SU PEDIDO

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

**CONTACTE
A SU EJECUTIVO
EN TERRENO**

***SOLICITE SU DESPACHO
A REGIONES**

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

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



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



CALIDAD Y VARIEDAD QUE POTENCIA TU NEGOCIO

Mylpan
CADA DÍA EN TU MESA

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



+56 2 2611 0470

+56 9 5619 1705

Cotiza en
www.mylpan.cl

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

INNOVACIÓN & EXCELENCIA

Más de 70 años de

CALIDAD



Harinas Cisne
Molinos Cunaco S.A.



Mejor volumen
y estructura



Miga más suave
y esponjosa



Ideal para masa madre
y fermentación natural



Harinas de calidad
para resultados
consistentes



Tradición molinera
desde 1955



TIENDA
VIRTUAL

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



molinoscunaco.cl



[@secretaria@molinoscunaco.cl](mailto:secretaria@molinoscunaco.cl)



+56 2 2616 2400