

# CHILE Y EL MUNDO

## Valeska Oliveira

**Franca! Ferias** y  
Bio Brazil Fair | Biofach  
America Latina

## Ingenieros Agrónomos

**Cambios hacia  
una agricultura  
sostenible**

Entrevista a **Sandra  
Zolezzi**, gerente del Colegio  
de Agrónomos de Chile

## Conoce Millary Cocina

**Cocina Mapuche** y su enfoque  
en ingredientes de temporada

## AOA CHILE

**En los principales  
eventos del sector**

Feria Food & Service - Fruit  
Trade - Emprende tu mente.

## Innovación y conciencia en el mercado orgánico de Chile

**Santiago Nativo**, e-commerce  
referente en comercialización  
de alimentos orgánicos

# AGRO ORGÁNICA

## alimentos saludables



[www.aoachile.com](http://www.aoachile.com)





# ÍNDICE

## Editorial

Un Encuentro con la Sustentabilidad y el Sabor Orgánico.

## AOA Chile

Nuestra Presencia en la Feria Food & Service 2024.

AOA Chile en la Feria Fruit trade 2024: Impulsando la Visibilidad y el Crecimiento del Mercado Orgánico.

Innovación y Emprendimiento en Emprende Tu Mente: AOA Chile Impulsa el Movimiento Orgánico.

Mapa Eventos AOA Chile 2025

## Agricultura Orgánica

**Ingenieros Agrónomos:** Líderes del cambio hacia una Agricultura Sostenible.

**Agricultura Orgánica y Sostenible:** El Rol Fundamental de los Ingenieros Agrónomos.

**El Agromarketing Digital:** Innovación en la Agricultura para Conectar Productores y Consumidores.

## Alimentación Saludable

**La Gastronomía Vegana:** Un Movimiento que Revoluciona Nuestros Platos.

**Innovación y Sabor en la Cocina Orgánica:** Entrevista a Karime Harcha, Recetas Saludables y Orgánicas.

**Recetas Saludables y Orgánicas.**

**Ximena Jurado:** La creatividad al servicio de la gastronomía sostenible y agroecológica.

**Gastronomía Sostenible y Agroecológica:** El Futuro de la Alimentación.

**La Gastronomía Mapuche:** Sabores Ancestrales de la Tierra.

**Entrevista a Juan Carlos Quiñeman:** Millary Cocina, La Cocina Mapuche en el Corazón de la Gastronomía Chilena.

**Raíces y Sabores:** La Innovación de Diego Bustos en la Cocina Mapuche y Sostenible.

**Entrevista a Samuel Moreno:** Innovación y sostenibilidad en la gastronomía internacional.

## Comercialización

**Emporio Vive Vegano:** Transformando el Consumo Consciente y Sostenible en Chile.

**Innovación y conciencia en el mercado Orgánico de Chile:** Entrevista con Santiago Nativo.

**Manare:** Sostenibilidad, Innovación y Salud en el Corazón del Mercado Orgánico en Chile.

**Impulsando un Mercado Saludable:** Entrevista con Nicolás Vittori de Bhumi Distribuidora.

**Entrevista con Diego Granado de Ecovalía:** Promoviendo la producción orgánica y la sostenibilidad.

**Entrevista con Patricio Podstudensek de Espacio Regenera :** Promoviendo la Producción orgánica y la sostenibilidad.

**Transformando la alimentación desde la tierra:** Entrevista con Santiago Nativo.

**Sky:** Mejor aerolínea Low Cost de Suramérica:

## Entrevistas Destacadas

**Franca Feiras y el Crecimiento del Mercado Orgánico en América Latina:** Una Conversación con Valeska Oliveira

## La Ruta Orgánica y Sustentable en Moto

**Rodrigo Rojas:** Un Viaje Sostenible sobre Dos Ruedas

3

8

14

16

18

19

22

26

29

32

40

47

54

57

60

66

73

77

84

88

93

97

102

110

117

120

125

## Editorial



Un Encuentro con la Sustentabilidad y el Sabor Orgánico

## El Camino Continúa:

# Unidos por una Agricultura Orgánica y un Futuro Saludable

En AOA Chile, cada paso que damos está inspirado por un compromiso inquebrantable con la agricultura orgánica, los alimentos saludables y el cuidado del medio ambiente. Con esta tercera edición de nuestra revista digital, seguimos cultivando una visión compartida: construir un mundo más verde, consciente y sostenible.

Esta edición es mucho más que una revista; es un llamado a la acción, una plataforma que conecta a productores, consumidores, empresarios y jóvenes agricultores en un viaje compartido hacia un futuro mejor. Los invitamos a conocer más sobre nuestro Pabellón Sabor Orgánico y Sustentable, en colaboración con Espacio Food & Service, en el cual celebramos no solo la calidad de los productos orgánicos chilenos, sino también el esfuerzo humano y la innovación que los hacen posibles.



## Celebrando el Esfuerzo y la Innovación

En esta nueva entrega, exploraremos historias que inspiran, recetas que deleitan y análisis que nos invitan a reflexionar. Desde el AgroMarketing hasta las cocinas de chefs visionarios, destacaremos el impacto positivo que tienen las elecciones informadas y sostenibles en nuestras vidas y en el planeta.

Este nuevo año, reafirmamos nuestro compromiso con los valores que nos guían; **Calidad sobre cantidad**, al priorizar alimentos que nutran y respeten la tierra; el **respeto por la naturaleza**, al honrar y preservar los ecosistemas que sustentan nuestra vida; **La innovación consciente**, al adoptar prácticas comerciales responsables y éticas y el **apoyo a los jóvenes agricultores**, impulsando a las nuevas generaciones en su camino hacia la sostenibilidad.

## Un Viaje Sustentable para Conectar Corazones y Cultivos

En esta nueva edición, celebramos el espíritu transformador y visionario de la Ruta Orgánica y Sustentable en Moto. Este innovador proyecto,

liderado por Rodrigo Rojas Cheuquenao, fundador de AOA Chile, simboliza mucho más que un recorrido por los paisajes rurales de nuestro país: es un puente entre los pequeños y medianos productores, los consumidores conscientes y las marcas comprometidas con la sostenibilidad.

A través de historias inspiradoras, activaciones de marca y la creación de microdocumentales, la Ruta destaca el esfuerzo de quienes, con amor y dedicación, cultivan alimentos saludables mientras cuidan de nuestra tierra.

¡Te invitamos a sumarte a este viaje que celebra la conexión entre la naturaleza, la innovación y el compromiso por un futuro más orgánico y sustentable!

## Un Pabellón Orgánico que Marca Tendencia: Lo que Nos Espera en 2025

En el marco de Espacio Food & Service, el **Pabellón Sabor Orgánico y Sustentable** se ha consolidado como un espacio pionero que une a productores, marcas y consumidores en torno a la agricultura orgánica y sostenible.

En 2025, este pabe-

llón crecerá significativamente, pasando a ocupar 600 metros cuadrados, lo que permitirá la participación de más personas, empresas y proyectos comprometidos con un futuro más sustentable. Este espacio ampliado albergará nuevas alianzas estratégicas, eventos interactivos, talleres educativos y herramientas tecnológicas innovadoras para destacar las historias detrás de cada producto. Con un enfoque en la trazabilidad, la biodiversidad y el comercio justo, el próximo año será clave para fortalecer los lazos entre quienes trabajan por un sistema alimentario más responsable y los consumidores que buscan calidad con conciencia. ¡El futuro orgánico está aquí y queremos que seas parte de él!

Para los consumidores, es una oportunidad de redescubrir el valor de los alimentos orgánicos; para las empresas, un espacio para fortalecer redes comerciales; y para los jóvenes agricultores, un lugar donde nutrir su liderazgo y visión innovadora.

## Para los Consumidores: Un Encuentro con lo Orgánico y Saludable

Con la expansión del Pabellón, le ofreceremos a los consumidores una experiencia única para sumergirse en el mundo de los alimentos orgánicos. Este año, el espacio estará diseñado para sorprender y educar, con áreas interactivas donde se podrán degustar productos, asistir a demostraciones culinarias y participar en charlas que destacan los beneficios de una alimentación más saludable y responsable.

Queremos llevar a las familias chilenas a descubrir cómo cada elección alimenticia puede contribuir a un planeta más verde y a una vida más consciente.

## Para las Empresas:

## Más Espacio para Conectar y Crear Alianzas

AOA Chile abre más oportunidades para que empresas innovadoras y comprometidas con la sostenibilidad participen en ruedas de negocios, generen alianzas estratégicas y exploren nuevos mercados. Este espacio no solo facilitará conexiones comerciales, sino que

también será un laboratorio de ideas para integrar productos orgánicos en cadenas de valor públicas y privadas, fortaleciendo el crecimiento del sector.

## Para los Jóvenes Agricultores: Una Plataforma para Crecer

El 2025 será un año transformador para los jóvenes agricultores, quienes tendrán más

espacio y actividades dedicadas a ellos en el pabellón. Aquí podrán aprender de expertos, compartir sus experiencias y conocer técnicas innovadoras que potencien sus cultivos.

Este nuevo espacio les permitirá no sólo imaginar, sino también construir el futuro de la agricultura orgánica en Chile, consolidando su liderazgo en esta revolución verde.

La expansión del Pabellón Orgánico no es solo un crecimiento físico, sino una oportunidad para amplificar el impacto de AOA Chile y fortalecer nuestra misión de conectar a productores, empresas y consumidores en un entorno de sostenibilidad y respeto por el planeta.

¡Prepárate para ser parte de esta transformación en 2025!

**¡ÚNETE A NOSOTROS EN AOA CHILE, DONDE CADA PASO ES UNA SEMILLA DE CAMBIO PARA UN MAÑANA MÁS VERDE Y SALUDABLE!**





**SI QUIERES SER PARTE DE NUESTRO AUSPICIADORES FELICES REUNIRNOS PARA CONOCER MÁS A FONDO EL PROYECTO.**

### Gracias a Nuestro Equipo y Colaboradores

Esta edición no sería posible sin la pasión y el esfuerzo de nuestro equipo. Cada artículo, diseño y colaboración es el reflejo de nuestra misión y de la excelencia que perseguimos.

Asimismo, queremos agradecer especialmente a los productores, chefs y expertos que comparten sus conocimientos y experiencias en esta edición. Sus aportes son una fuente de inspiración para todos aquellos que creemos en un futuro más sustentable.

## ¡Un Futuro Orgánico Nos Espera!

Hoy, más que nunca, los invitamos a unirse a este movimiento. Cada elección cuenta, y juntos podemos ser la fuerza que impulse un cambio real hacia un mañana más saludable y sostenible.

Con gratitud,  
Equipo AOA CHILE



**Rodrigo Rojas Ch.**  
CEO | Fundador  
rodrigo@aoachile.com

**Geraldine Olmedo.**  
CO - Fundadora  
Manager General  
geraldine@aoachile.com

Periodista  
comunicaciones@aoachile.com

**Paulina Alcívar Castillo.**  
Diseño Gráfico  
graficas@aoachile.com

**Zwanny Maritza Rincón.**  
Diseño Gráfico  
graficas@aoachile.com

**Maria Heloísa de Luna Silva.**  
Marketing  
marketing@aoachile.com

# AOA CHILE

se hace presente en los principales eventos del sector orgánico



Uno de los pilares de nuestra estrategia de crecimiento y visibilidad es la participación activa en eventos y ferias clave que nos permiten conectar con diferentes actores del sector orgánico.

En esta edición, destacamos nuestra participación en tres eventos importantes de este 2024: La Feria Food & Service, Fruit Trade y Emprende Tu Mente.

Pabellón Orgánico con el Chef Carlo Alberto Von Mühlenbrock



# Nuestra Presencia en la Feria Food & Service 2024

En la Feria Food & Service, AOA Chile tuvo la oportunidad de acercarse a los principales actores de la industria alimentaria, promoviendo productos orgánicos certificados que no solo son saludables, sino que también contribuyen al bienestar del planeta.

Este evento nos permitió estrechar relaciones con distribuidores, proveedores, y actores relevantes del sector, a la vez que consolidamos nuestra posición como referentes en el campo de la agricultura orgánica en Chile. Además, nos permitió destacar la importancia de la certificación orgánica como una garantía de calidad, trazabilidad y sostenibilidad.

## Pabellón “Sabor Orgánico y Sustentable” en Espacio Food & Service 2024: Un Espacio de Innovación y Conexión

Del 1 al 3 de octubre de 2024, AOA

Chile participó activamente en el Espacio Food & Service 2024, uno de los eventos más destacados de la industria alimentaria en Chile. En este espacio, AOA Chile organizó el “Pabellón Sabor Orgánico y Sustentable de Chile y el Mundo”, dedicado a promover y destacar la gastronomía orgánica tanto nacional como internacional.

El pabellón tuvo como objetivo resaltar los productos orgánicos de alta calidad, fomentando su consumo y promoviendo la sustentabilidad en la industria alimentaria.



## Conexión con Actores Clave

Durante los días de la feria, el Pabellón Orgánico se convirtió en un punto de encuentro entre productores, expertos y consumidores. AOA Chile facilitó la interacción con diversos actores del sector, fortaleciendo el posicionamiento de los productos orgánicos en el mercado y generando nuevas alianzas estratégicas. Además, este espacio sirvió como un punto clave para las empresas y emprendedores interesados en ingresar al mundo de la agricultura orgánica, quienes pudieron recibir orientación sobre el proceso de certificación y los beneficios de este tipo de prácticas agrícolas.

## Actividades y Exposición

Dentro del Pabellón, organizamos una serie de actividades interactivas para los asistentes, incluyendo demostraciones en vivo de los productos orgánicos, charlas sobre los beneficios de la agricultura orgánica, y presentaciones relacionadas con la sostenibilidad y el futuro de la agricultura en Chile. También se exhibieron productos alimentarios orgánicos de alta calidad, que mostraron la diversidad de la oferta local e internacional, desde frutas y verduras hasta productos procesados como aceites, cereales y conservas.

El pabellón ofreció una oportunidad única para que los consumidores conocieran de cerca los beneficios de los productos orgánicos, y para que los productores pudieran presentar sus productos a una audiencia más amplia. La interacción directa entre el público y los productores fue clave para sensibilizar a los consumidores sobre la importancia de elegir productos que contribuyan al bienestar personal y al cuidado del planeta.





## Actividades Destacadas dentro del Pabellón:

### Seminarios Especializados:

Charlas dirigidas por expertos en diversas áreas del sector, enfocadas en temas técnicos y de actualidad, permitiendo a los asistentes adquirir nuevos conocimientos y herramientas para sus proyectos y negocios.

### Show de Cocina Orgánica y Sustentable:

Demostraciones culinarias en vivo donde chefs reconocidos presentaron recetas innovadoras, fusionando tradición y vanguardia para inspirar a los asistentes.

### Rueda de Negocios:

Espacios diseñados para conectar empresas y emprendedores, promoviendo reuniones rápidas y efectivas para explorar nuevas oportunidades comerciales y establecer alianzas estratégicas.

## Mensaje de Geraldine en la Revista:

### Geraldine Olmedo

Co - Fundadora AOA Chile

## Sabor Orgánico: Un Debut Triunfal en Espacio Food &



## Service 2024

Con gran emoción y compromiso, AOA Chile se enorgullece de haber debutado en la edición 2024 de Espacio Food & Service, a través de nuestro innovador Pabellón Orgánico y Sustentable. Junto a la Agricultura Orgánica | Alimentos Saludables (AOA Chile), llevamos adelante una experiencia inédita, creada con el propósito de resaltar y promover la agricultura orgánica y la alimentación sustentable, tanto a nivel nacional como internacional. Bajo el nombre de "Sabor Orgánico de Chile

y el Mundo", el pabellón no solo fue un espacio para la exhibición de productos orgánicos, sino también un verdadero punto de encuentro para quienes comparten el compromiso con la calidad, la sustentabilidad y la salud en la industria alimentaria.

Este pabellón reunió lo mejor de los productos orgánicos de Chile y otras partes del mundo, ofreciendo una experiencia única para compradores, productores, consumidores, chefs, supermercados y profesionales del sector gastronómico. A través de actividades como

charlas, ruedas de negocios y degustaciones, los asistentes pudieron conocer más sobre los beneficios de los alimentos orgánicos y las últimas tendencias en la cocina sostenible.

Queremos expresar nuestro más sincero agradecimiento al director comercial de Espacio Food & Service, Andrés Ilabaca, y a su equipo, por su compromiso y disposición para hacer posible nuestra coorganización de este pabellón. Su apoyo fue fundamental para que este sueño se hiciera realidad, y no podríamos estar más agradecidos por su colaboración.

Asimismo, agradecemos profundamente a las 20 empresas que confiaron en nuestro trabajo en esta primera versión del pabellón. Emprendedores, empresas privadas y públicas se sumaron con entusiasmo, y gracias a su confianza, este proyecto fue un éxito rotundo. Esta colaboración demuestra la importancia de trabajar en conjunto para promover la agricultura orgánica y los alimentos saludables en todos los niveles.

Rodrigo y yo somos de La Araucanía, con mucho esfuerzo hemos realizado ferias en regiones. Para nosotros, esta experiencia marca un antes y un después en nuestro camino de difundir la agricultura orgánica y los alimentos saludables, especialmente para los productores y campesinos que buscan visibilizarse en el mercado y comercializar sus productos.







ser aún más emocionante! El Pabellón Orgánico contará con el doble de superficie, y desde ya, junto a mi socio, estamos preparando todo para seguir sorprendiendo con lo mejor de la sostenibilidad en esta gran feria. Próximamente, estaremos promocionando en nuestras redes sociales la venta de espacios para la versión 2025. ¡No se lo pueden perder!

## Lo que viene en 2025

Gracias al éxito del Pabellón Orgánico en la Feria Food & Service 2024, AOA Chile reafirma su objetivo de continuar promoviendo el sector orgánico a través de eventos y actividades de alto impacto. Este pabellón será sin duda uno de los pilares para futuras ediciones de la feria, y AOA Chile seguirá trabajando en la creación de espacios que fomenten la educación, la innovación y el compromiso con un futuro más orgánico y sostenible.

Para 2025, tenemos grandes proyectos, como la **ampliación a 600 metros cuadrados del Pabellón Orgánico & Sustentable en el Espacio Food Service 2025**, un evento que reunirá a actores clave del mercado de alimentos orgánicos. Este pabellón será una plataforma ideal para empresas que buscan posicionarse en este mercado en constante expansión.

Además, **conectaremos a los expositores con compradores nacionales e internacionales** a través de ruedas de negocios y actividades de networking.

## Datos Clave

Aprovecho también para agradecer a mi socio, CEO de AOA Chile, por darme la oportunidad de liderar esta empresa y poder crecer tanto de forma personal como profesional junto a AOA Chile. Su apoyo constante y nuestra visión compartida nos han permitido llegar tan lejos y seguir soñando con nuevos logros.

Además, ya estamos trabajando en la siguiente edición. ¡El 2025 promete

# Pabellón Orgánico & Sustentable 2025

## 1- Tendencia en Alza:

El mercado de alimentos orgánicos está creciendo de manera constante. Se espera que el valor global del mercado de productos orgánicos supere los **200 mil millones de dólares para 2025**, con un crecimiento anual promedio de más del 10%. Las empresas que se alineen con esta tendencia verán **mayores oportunidades de crecimiento**.

## 2- Éxito de AOA Chile con Pabellón Orgánico & Sustentable en Espacio Food Service 2024:

Con más de **35 mil visitantes Espacio Food Service**, y el Pabellón Orgánico & Sustentable de AOA Chile fue un punto central de atención, atrayendo a profesionales del sector interesados en los productos orgánicos y sostenibles. El impacto mediático y comercial del pabellón validó la **demand y relevancia** del sector orgánico en el mercado actual.

## 3- Conexiones Directas:

Empresas B2B, logísticas, exportadores e importadores, así como emporios y tiendas digitales, tienen en **AOA Chile** un socio estratégico que **facilita el acceso a nuevos mercados** mediante conexiones y espacios de comercialización.

## Ventajas para

## Empresas: Visibilidad en el Evento Orgánico & Sustentable 2025:

Presencia directa en un evento diseñado para capturar la atención de profesionales, decisores de compra, y consumidores conscientes.

## Acceso a un Mercado en Expansión:

Aprovechar la creciente demanda de productos orgánicos en los canales de distribución, comercio minorista y mayorista.

## Posicionamiento de Marca:

La participación en las actividades y proyectos de **AOA Chile** brindará una **exposición significativa** ante audiencias interesadas en productos orgánicos y sostenibles, tanto a nivel nacional como internacional.

**El Evento Pabellón Orgánico & Sustentable 2025 en Espacio Food Service no solo es una oportunidad para conectar con el público objetivo, sino para liderar el cambio hacia un mundo más saludable y consciente. AOA Chile, como líder en este sector, ofrece una plataforma única para empresas que buscan visibilidad, crecimiento y alianzas estratégicas en el mundo de los productos orgánicos.**



AOA Chile tuvo una destacada participación en la edición 2024 de la Feria FruitTrade, organizada por Fedefruta en el Espacio Riesco de Santiago. Este evento, uno de los más importantes de la industria frutal en el país, se consolida como un punto de encuentro clave para actores del sector agrícola, donde se exploran nuevas oportunidades, se promueven innovaciones y se fortalecen las relaciones comerciales a nivel nacional e internacional.

Nuestra participación en este evento reafirmó el compromiso de la organización con la promoción y el desarrollo del mercado orgánico en Chile.

Durante la feria, AOA Chile presentó un stand donde mostró a los asistentes La Ruta Orgánica en Moto y nuestra revista.

También fue una excelente oportunidad para establecer alianzas con otras

organizaciones y actores clave del sector agrícola, consolidando así redes de apoyo que contribuyan al crecimiento y la sostenibilidad del mercado orgánico en Chile.

La presencia de AOA Chile en la Fruittrade 2024 también incluyó la producción de entrevistas y difusión para los stands que se encontraban ahí, con los cuales pudimos conversar sobre la importancia de la certificación orgánica, las normativas que rigen la producción orgánica, los beneficios para los productores que adoptan prácticas agrícolas sostenibles, entre otros temas.

Con este tipo de iniciativas, AOA Chile sigue consolidándose como un referente en la promoción del mercado orgánico, no solo en el ámbito nacional, sino también en el internacional. La participación en la Feria

Fruittrade 2024 demuestra el creciente interés por los productos orgánicos chilenos y la determinación de la asociación por liderar el camino hacia un futuro más sostenible y saludable para todos.

De cara al futuro, AOA Chile continuará trabajando por un mercado más inclusivo y accesible, apoyando a los productores, distribuidores y consumidores que buscan alternativas saludables y responsables.

La Fruittrade 2024 fue solo una muestra más del dinamismo y las oportunidades que el sector orgánico está ofreciendo, y AOA Chile seguirá siendo un pilar fundamental para la transformación y expansión de este mercado.



# AOA Chile en la Feria Fruittrade 2024: Impulsando la Visibilidad y el Crecimiento del Mercado Orgánico





# Innovación

## y Emprendimiento en Emprende Tu Mente: AOA Chile Impulsa el Movimiento Orgánico

Por otro lado, en Emprende Tu Mente, nuestra participación fue especialmente significativa, ya que nos enfocamos en fomentar la innovación y el emprendimiento dentro del ámbito orgánico, promoviendo a su vez a nuestras empresas y pymes amigas.

Con un stand interactivo, compartimos con los asistentes material audiovisual sumado a nuestra moto que explicaba la Ruta Orgánica, también realizamos entrevistas grabadas que luego subimos a nuestras redes sociales, en donde los participantes pudieron conocer lo que se estaba viviendo en la feria en tiempo real.

Estos espacios siempre son una plataforma ideal para consolidar vínculos con emprendedores, productores y profesionales interesados en potenciar el mercado orgánico.



La interacción directa con el público y la posibilidad de discutir las oportunidades y desafíos del sector fue un gran éxito, y nos motivó a seguir trabajando en la creación de experiencias significativas que promuevan la cultura orgánica en Chile.

La estrategia de AOA Chile en eventos es integral, combinando marketing, producción audiovisual, y la creación de experiencias interactivas que eduquen y sensibilicen a la comunidad sobre la importancia de elegir productos orgánicos.

Estamos comprometidos en seguir participando activamente en más eventos durante el 2025, con el objetivo de continuar fortaleciendo la cultura orgánica en Chile y ampliando nuestra red de contactos y aliados estratégicos.

En estos eventos, facilitamos espacios estratégicos para que las marcas promuevan sus productos en un mercado que sigue creciendo de forma exponencial.

¡No te pierdas la oportunidad de estar con nosotros y conectar con un público consciente y alineado con los valores de la sostenibilidad!





# CALENDARIO Eventos 2025

**Septiembre** — Espacio Food & Service, Chile  
**Pabellón Orgánico y  
Sustentable Chile y el  
mundo2025**  
30 Septiembre - 2 de Octubre

**Marzo** — **Mednat Expo**  
27- 30 de Marzo  
Palacio de Beaulieu - Lausana, Chile

**Abril** — **World Food Poland**  
8- 10 de Abril  
Expo XXI Varsovia, Polonia

**Junio** — **Bio Brazil Fair | BioFach  
América Latina**  
11- 14 de Junio  
Distrito Anhembi - SP, Brasil

**Agosto** — **Congreso Europeo de  
Productos Orgánicos 2025**  
18- 19 de Agosto  
Copenhague, Dinamarca

**Octubre** — **Fuit Trade 2025**  
22- 23 de Octubre  
Espacio Riesco, Chile

**Noviembre** — **Nat Expo (Feria Internacional  
de Productos Orgánicos)**  
30 Noviembre- 2 de Diciembre  
Paris Expo Porte de Versailles, Francia

# Agricultura Orgánica

## Ingenieros Agrónomos: Líderes del cambio hacia una agricultura sostenible

En esta edición, seguimos con el espíritu de colaboración y visión sostenible que caracteriza a AOA Chile. Es por eso que nos complace contar con la participación de **Sandra Zolezzi**, destacada Ingeniera Agrónoma y anfitriona de esta sección especial dedicada a los **Ingenieros Agrónomos**. Con una amplia trayectoria en el sector agrícola y un fuerte compromiso con el desarrollo de talentos, Sandra nos comparte su visión sobre el papel fundamental de los agrónomos en la construcción de una agricultura más consciente, sostenible e inclusiva. Desde su experiencia como gerenta del **Colegio de Ingenieros Agrónomos de Chile** hasta la creación de su consultora **Zolezzi Consultores**, su recorrido refleja la importancia de fortalecer redes colaborativas y dar visibilidad a quienes trabajan con dedicación en el campo.





En esta conversación, Sandra nos habla sobre su vínculo con **AOA Chile** y su opinión sobre el proyecto **Ruta Orgánica**.

## 1. Cuéntame un poco sobre ti, ¿Cómo te describirías y a qué te dedicas actualmente?

Soy Ingeniera Agrónoma de profesión.

Gracias a mi experiencia como Gerenta del Colegio de Ingenieros Agrónomos de Chile durante seis años, decidí emprender recientemente con mi propia consultora, Zolezzi Consultores. Este proyecto nació del aprendizaje adquirido en la gestión de una asociación gremial y de mi deseo de ofrecer servicios de alta calidad en el desarrollo de talentos en el sector agrícola. Mi enfoque principal es potenciar las ideas de los profesionales del agro, conectarlos a través de la red de contactos que he construido a lo largo de Chile, y fortalecer la presencia y el trabajo de las mujeres en la agricultura. Me considero una persona valiente ante nuevos desafíos, colaborativa y comprometida con el éxito colectivo, buscando siempre que todos avancemos juntos.

## 2. ¿Cómo fue tu primer acercamiento con AOA Chile? ¿Qué te motivó a unirte o colaborar con la organización?

Mi primer acercamiento con AOA Chile fue hace cuatro años, cuando desde el Colegio de Ingenieros Agrónomos comenzamos a apoyar a Rodrigo Rojas y a todo su equipo en diversas actividades. Posteriormente, como profesional independiente, mantuve y fortalecí este vínculo.

Admiro la evolución de la orga

nización y su compromiso con la adopción de prácticas de agricultura orgánica en Chile. La misión de fomentar métodos más respetuosos con el medio ambiente, proteger el suelo y cuidar los recursos naturales —que son finitos— resuena profundamente con mis valores y objetivos profesionales.

## 3. ¿Qué opinas sobre el proyecto de AOA Chile y la labor que se está realizando?

Valoro enormemente la labor de AOA Chile, especialmente su enfoque en potenciar las habilidades de las personas y visibilizar el esfuerzo de tantos agricultores que producen alimentos más inocuos y saludables.

Destaco la iniciativa de la Ruta Orgánica, que llega a zonas rurales y menos conectadas, donde muchos agricultores trabajan con dedicación, a menudo sin



los recursos necesarios. Esta labor no solo resalta la importancia del agro, sino que lo humaniza, mostrando las historias detrás de quienes cultivan la tierra.

## 4. En la tercera edición de la revista de AOA Chile serás la anfitriona de la sección de Ingenieros Agrónomos. ¿Qué podemos esperar de esa sección y cuál será su enfoque principal?

Es un honor ser la anfitriona de esta sección, donde el objetivo principal es ofrecer contenido relevante y actual.

Presentaremos aportes de asesores, consultores, agricultores y expertos que promueven una visión más consciente y sostenible de la agricultura. Abordaremos prácticas innovadoras que están generando un impacto significativo y, aunque menos conocidas, ofrecen alternativas viables a los métodos tradicionales. La sección destacará la importancia de los ingenieros agrónomos en la tarea esencial de alimentar al planeta de manera equilibrada, preservando los recursos naturales y cuidando a las personas.

## 5. ¿Qué mensaje te gustaría transmitir a quienes lean la revista o estén interesados en el trabajo de los ingenieros agrónomos?

Mi mensaje es que esta revista es una ventana al mundo de la agricultura orgánica y ofrece información valiosa y actualizada. Es fundamental fortalecer nuestros conocimientos y comprender cómo cada acción en el agro contribuye a un

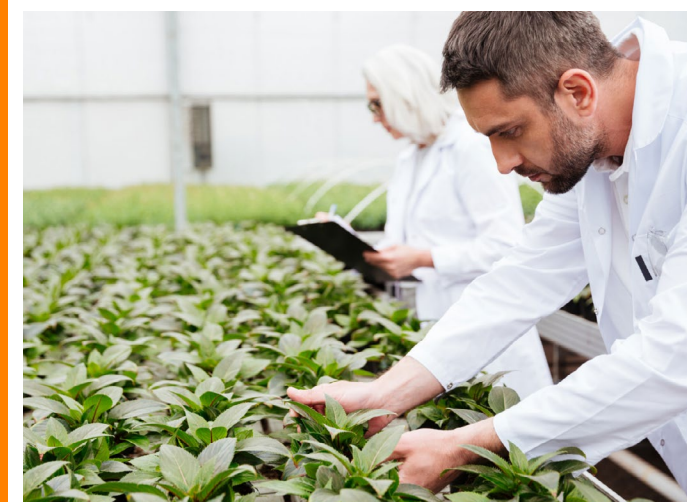
sistema alimentario más sostenible.

Los ingenieros agrónomos desempeñan un rol crucial en este proceso, garantizando prácticas que cuidan tanto del planeta como de quienes lo habitamos.

## 6. Por último, ¿tienes algún consejo para quienes deseen involucrarse en proyectos colaborativos como el de AOA Chile?

Recomiendo involucrarse plenamente en proyectos como los de AOA Chile. Su trabajo refleja un esfuerzo y dedicación notables, con un propósito claro: alimentar al planeta de manera sostenible y respetuosa con el medio ambiente. Participar en estas iniciativas no solo contribuye al crecimiento personal y profesional, sino que también reconoce y apoya la labor fundamental de los agricultores en zonas rurales. Animo a todos a ser parte de este movimiento y a seguir formándose en prácticas sostenibles que benefician a toda la sociedad.

Su mensaje es claro: el rol de los ingenieros agrónomos es esencial para equilibrar la producción de alimentos con el cuidado de los recursos naturales y las personas. Además, Sandra invitó a involucrarse activamente en proyectos como los de AOA Chile, destacando la oportunidad de generar un impacto positivo en el agro y en la sociedad.







# Agricultura Orgánica y Sostenible: El Rol Fundamental de los Ingenieros Agrónomos

En un mundo cada vez más consciente de los impactos ambientales y sociales de la producción de alimentos, la agricultura orgánica y sostenible emerge como una solución clave para enfrentar los desafíos del cambio climático, la pérdida de biodiversidad y la seguridad alimentaria. Este enfoque no sólo busca producir alimentos saludables y libres de químicos sintéticos, sino también preservar los recursos naturales, promover la justicia social y garantizar la viabilidad económica de las comunidades rurales. En este contexto, los ingenieros agrónomos desempeñan un papel esencial como líderes en la implementación de prácticas sostenibles y orgánicas.

## Una Perspectiva Integral

La agricultura orgánica va más allá de evitar el uso de pesticidas y fertilizantes químicos.

Se basa en principios como el cuidado del suelo, la conservación del agua, el respeto por la biodiversidad y el uso eficiente de los recursos. Por su parte, la agricultura sostenible se enfoca en equilibrar la producción agrícola con la preservación ambiental y el desarrollo social.

Ambos enfoques comparten objetivos comunes: proteger la fertilidad del suelo, minimizar el impacto ambiental, optimizar el uso de insumos locales y garantizar una producción alimentaria que sea tanto viable a largo plazo como justa para los agricultores y sus comunidades. En este escenario, los ingenieros agrónomos son agentes de cambio que integran conocimientos científicos y técnicos con la realidad del campo.

## Un Rol Estratégico en la Transformación Agrícola

Los ingenieros agrónomos son el puente entre la ciencia y la práctica agrícola. Gracias a su formación técnica y su compromiso con la sostenibilidad, estos profesionales diseñan e implementan estrategias que optimizan los sistemas de producción, garantizando que sean económicamente via-

bles y respetuosos con el medio ambiente. Desde la planificación de cultivos hasta la gestión de recursos hídricos, su aporte es esencial para enfrentar los retos del cambio climático y la demanda creciente de alimentos.

## Innovación y Educación para un Impacto Global

En el ámbito de la agricultura orgánica, los ingenieros agrónomos trabajan incansablemente para desarrollar métodos que reduzcan la dependencia de químicos sintéticos, fortalezcan la resiliencia de los ecosistemas y

aumenten la productividad sin comprometer la calidad. Además, actúan como educadores, capacitando a agricultores y comunidades sobre prácticas regenerativas, la importancia de la rotación de cultivos, el uso de compost y técnicas de control biológico de plagas.

Su formación les permite aplicar principios biológicos, técnicos y económicos para diseñar sistemas productivos que sean sostenibles y eficientes. En el contexto de la agricultura orgánica y sostenible, su papel incluye:

### 1: Manejo y Conservación de





### Suelos:

El suelo es el recurso más valioso para cualquier agricultor. Los ingenieros agrónomos desarrollan técnicas para prevenir la degradación del suelo, como la rotación de cultivos, el uso de abonos verdes y la implementación de prácticas de labranza cero. Estas medidas no solo mejoran la fertilidad del suelo, sino que también aumentan su capacidad para retener agua y reducir la erosión.

### 2: Fomento de la Biodiversidad:

En sistemas agrícolas sostenibles, la biodiversidad juega un papel crucial en el control biológico de plagas, la polinización y el equilibrio ecológico. Los ingenieros agrónomos diseñan paisajes agrícolas que integran barreras vivas, franjas de flores y refugios para polinizadores, creando entornos que favorecen tanto la producción como la conservación.

### 3: Innovación en Tecnologías Sustentables:

El avance tecnológico es un aliado indispensable para la sostenibilidad. Los agrónomos introducen herramientas como sensores de humedad, drones para monitoreo

de cultivos y sistemas de riego por goteo, que optimizan los recursos y minimizan el impacto ambiental.

### 4: Fomento de la Biodiversidad:

Un aspecto fundamental del rol del ingeniero agrónomo es el acompañamiento técnico a los agricultores. Esto incluye capacitarlos en prácticas sostenibles, ayudarlos a cumplir con las normativas de certificación orgánica y conectarlos con mercados que valoren sus productos.

## Desafíos y Oportunidades

Si bien la agricultura orgánica y sostenible ofrece numerosos beneficios, también enfrenta desafíos como la transición de sistemas convencionales, los costos iniciales y la educación del consumidor. Aquí es donde los ingenieros agrónomos tienen una oportunidad única para marcar la diferencia.

Trabajando en colaboración con gobiernos, ONGs y empresas, los agrónomos pueden influir en

políticas públicas que fomenten incentivos para la adopción de prácticas sostenibles. También pueden promover la investigación y el desarrollo de soluciones adaptadas a las necesidades locales.

## El Contexto Chileno: Un Camino hacia la Sustentabilidad

En Chile, la agricultura orgánica y sostenible está ganando terreno, y los ingenieros agrónomos son actores clave en este desarrollo. El país cuenta

con una gran diversidad de climas y suelos, lo que permite una producción variada y de alta calidad. Sin embargo, también enfrenta desafíos como la escasez hídrica y la necesidad de preservar sus ecosistemas únicos.

En este contexto, los ingenieros agrónomos chilenos trabajan para implementar tecnologías que optimicen el uso del agua, como el riego por goteo y sistemas de captación de agua de lluvia. Asimismo, promueven la transición hacia prácticas orgánicas en cultivos

emblemáticos como las frutas, el vino y los productos hortícolas. Gracias a su labor, Chile se posiciona como un referente en la exportación de alimentos sostenibles, contribuyendo tanto al mercado interno como al internacional.

## Un Futuro Verde y Prometedor

En definitiva, los ingenieros agrónomos son pilares fundamentales en la transición hacia un modelo agrícola más consciente y equilibrado. Su capacidad para integrar ciencia, tecnología y prácticas tradicionales los convierte en actores clave en la construcción de un sistema alimentario resiliente y sostenible.

A medida que avanzamos hacia un futuro donde la sostenibilidad no es solo una opción, sino una necesidad, el compromiso y la innovación de estos profesionales serán determinantes para garantizar la salud del planeta y de las generaciones futuras.





# El Agromarketing Digital: Innovación en la Agricultura para Conectar Productores y Consumidores

El marketing digital ha revolucionado la forma en que las empresas se comunican con su público, y el sector agrícola no es la excepción. El agromarketing digital se presenta como una herramienta clave para conectar a productores agrícolas con consumidores, distribuidores y otros actores de la cadena de valor, promoviendo prácticas más sostenibles y eficaces.

## ¿Qué es el Agromarketing Digital?

El agromarketing digital es el conjun-



to de estrategias que utilizan las herramientas digitales para promocionar productos y servicios agrícolas. Su objetivo es conectar a los actores del sector agroalimentario, destacar los beneficios de los productos agrícolas y fomentar una mayor transparencia y trazabilidad en la cadena de suministro.

Este enfoque no solo se limita a la venta directa, sino que también busca educar al consumidor sobre la importancia de apoyar prácticas agrícolas sostenibles y productos de calidad.

## Beneficios del Marketing

## Digital en la Agricultura

### Ampliación de Alcance

A través de redes sociales, blogs y sitios web especializados, los productores pueden llegar a audiencias globales. Esto es particularmente valioso para pequeños y medianos agricultores que desean competir en un mercado cada vez más digitalizado.

### Mayor Conexión con el Consumidor Final

Las plataformas digitales permiten establecer una comunicación directa con los consumidores, ayudándolos a conocer la historia detrás de los productos, los procesos de cultivo y los beneficios de apoyar prácticas agrícolas responsables.

### Fomento de la Trazabilidad

Los consumidores valoran cada vez más la posibilidad de rastrear el origen de los productos. Las herramientas digitales pueden facilitar información sobre la procedencia, certificaciones y métodos de producción.

### Optimización de Estrategias de Venta

Con el uso de datos, los agricultores pueden entender mejor las preferencias de sus clientes, ajustando su oferta y mejorando su estrategia de distribución.

## Estrategias Clave para

## Implementar el Agromarketing Digital

### • Presencia en Redes Sociales

Plataformas como Instagram y Facebook permiten mostrar los productos agrícolas de una manera visualmente atractiva. Las historias, publicaciones y transmisiones en vivo pueden destacar las prácticas sostenibles, las cosechas y el día a día en el campo.

### • E-commerce y Marketplaces

La creación de tiendas online o la participación en marketplaces especializados en productos agrícolas facilita el acceso directo a los consumidores finales.

### • Marketing de Contenidos

Publicar artículos en blogs, videos informativos y material educativo puede posicionar a los productores como referentes en su área, generando confianza y fidelidad.

### • Email Marketing

Las campañas de correo electrónico son una herramienta eficaz para mantener informados a clientes y colaboradores sobre nuevos productos, promociones y eventos.

### • Publicidad Digital Segmentada

Anuncios en plataformas como Google Ads o redes sociales permiten llegar a un público específico, optimizando la inversión en publicidad.



## El Papel de la Sostenibilidad en el Agromarketing

El enfoque sostenible se ha convertido en un eje central del agromarketing digital. Los consumidores buscan cada vez más productos que respeten el medio ambiente y beneficien a las comunidades locales. Promover prácticas agroecológicas, biodinámicas o regenerativas es una ventaja competitiva que puede destacarse eficazmente a través de estrategias digitales.

## El Futuro del Agromarketing Digital

El sector agrícola enfrenta desafíos como el cambio climático, las fluctuaciones del mercado y la necesidad de optimizar recursos. En este contexto, el agromarketing digital no solo es una herramienta para aumentar las ventas, sino también una plataforma para generar conciencia, educar y construir relaciones de valor a largo plazo entre productores y consumidores.

En AOA Chile, creemos firmemente en el poder del marketing digital para transformar el sector agrícola.

Seguiremos trabajando para impulsar iniciativas que integren la innovación tecnológica y la sostenibilidad, conectando a los productores con nuevas oportunidades y fomentando un consumo más consciente y responsable.

# Alimentación Saludable

## La Gastronomía Vegana:

### Un Movimiento que Revoluciona Nuestros Platos.

La gastronomía vegana ha dejado de ser una tendencia pasajera para convertirse en un estilo de vida que gana cada vez más adeptos en todo el mundo. Más que una dieta, el veganismo es una forma de conectarse con la naturaleza, proteger el medioambiente y adoptar hábitos alimenticios conscientes y sostenibles. En esta edición, exploramos las maravillas de la cocina vegana, sus beneficios y cómo se alinea con los valores del movimiento orgánico.

### ¿Qué es la Gastronomía Vegana?

La cocina vegana se basa en la exclusión de productos de origen animal, como carne, lácteos, huevos y miel, y apuesta por una alimentación rica en vegetales, legumbres, cereales, frutos secos, semillas y frutas. Lo que hace especial a esta gastronomía es su capacidad de transformar ingredientes simples en platos innovadores y deliciosos, sin comprometer el sabor ni la textura.





## Beneficios para la Salud y el Medioambiente

Adoptar una dieta vegana ofrece múltiples ventajas:

### Salud:

Diversos estudios asocian el veganismo con un menor riesgo de enfermedades crónicas, como problemas cardiovasculares, diabetes tipo 2 y ciertos tipos de cáncer. Además, una dieta basada en plantas favorece la digestión y es rica en antioxidantes y nutrientes esenciales.

### Sostenibilidad:

La producción de alimentos veganos tiene un impacto significativamente menor en el medioambiente, ya que reduce la emisión de gases de efecto invernadero, el uso de agua y la deforestación.

### Ética:

La gastronomía vegana fomenta el respeto por los animales y promueve un sistema alimentario más justo y compasivo.

## Innovación en la Cocina Vegana

Uno de los mayores logros de la gastronomía vegana es su capacidad para reinventar platos tradicionales, creando alternativas a quesos, leches, hamburguesas y postres sin sacrificar el sabor.

Ingredientes como el tofu, el seitán y la harina de garbanzo son aliados clave para quienes buscan experimentar con esta cocina.

Además, la tecnología alimentaria ha permitido la creación de productos innovadores, como carnes vegetales y quesos fermentados a base de frutos secos, que logran conquistar incluso a los paladares más escépticos.

## Gastronomía Vegana y Productos Orgánicos: Una Combinación Perfecta

El movimiento orgánico y la cocina vegana comparten una visión común: respetar la naturaleza y promover una alimentación libre de químicos y pesticidas. Usar productos orgánicos en recetas veganas garantiza no solo un sabor más auténtico, sino también un aporte adicional de nutrientes y beneficios para la salud.

## Brownie Vegano de Batata:

### Ingredientes:

- 2 tazas de batata cocida y hecha puré
- 1 taza de harina de avena
- 1/2 taza de cacao en polvo
- 1/4 taza de aceite de coco derretido
- 1/2 taza de endulzante natural (dátiles o jarabe de agave)
- 1/2 taza de nueces picadas (opcional)

### Preparación:

1. Precalienta el horno a 180 °C
2. Mezcla todos los ingredientes hasta obtener una masa homogénea.
3. Vierte la mezcla en un molde engrasado y hornea por 25 minutos.
4. Deja enfriar antes de cortar en porciones.



# Receta Destacada

## El Futuro de la Gastronomía Vegana:

La cocina vegana no solo transforma nuestros hábitos alimenticios, sino que también redefine cómo interactuamos con el mundo. Cada vez más restaurantes, chefs y consumidores se suman a este movimiento, haciendo de la gastronomía vegana una experiencia inclusiva y deliciosa.



# Innovación y Sabor en la Cocina Orgánica

Entrevista a **KARIME HARCHA**

En esta edición de nuestra sección dedicada a la cocina orgánica y sustentable, nuestra anfitriona Karime Harcha nos invita a adentrarnos en la trayectoria y visión de un talento comprometido con el valor de los productos naturales y locales.

Desde la calidez de la cocina familiar hasta la creación de proyectos que conectan con la tierra y las tradiciones, **Karime nos comparte su pasión por una gastronomía consciente y en equilibrio con el entorno.**

A través de técnicas ancestrales, sabores innovadores y una misión clara de preservar los recursos naturales, descubrimos cómo su trabajo no solo resalta la riqueza culinaria de Chile, sino que también impulsa un cambio en la manera de consumir y valorar los ingredientes que nos rodean.

**¿Cómo comenzó tu camino en el mundo de la gastronomía?**

Desde los seis años, el calor de la cocina familiar fue mi refugio.

Allí, experimenté, fallé y aprendí. Sin darme cuenta, la vida me llevó por caminos diversos: trabajé en empresas forestales, crecí explorando los cerros y me adentré en el fascinante mundo de los productos no maderables del bosque. Pero siempre volvía a mi esencia, a esa conexión con los ingredientes, a ese deseo de compartir historias a través de los sabores.

**¿Podrías contarnos sobre tus proyectos gastronómicos**

**y cómo han evolucionado a lo largo de los años?**

Mi camino en la gastronomía comenzó en 2009 con la fundación de Terralia® hoy Conservas Karime Harcha®, una empresa de conservas que combinó la riqueza de los productos locales del sur de Chile con mi herencia árabe. Este proyecto marcó un punto de inflexión en mi vida y me llevó a crear productos que no solo conservan sabores, sino que también cuentan historias.

Mis conservas comen-

zaron a ser reconocidas dentro y fuera de Chile, lo que me permitió valorar la importancia de visibilizar los recursos locales y apoyar a los pequeños productores.

En 2012, creé Cabo Blanco Cocina & Taller, un espacio en Valdivia donde desarrollé mi cocina, impartí talleres y exploré nuevas formas de llevar los sabores del sur al mundo. Este proyecto consolidó mi visión como empresaria gastronómica y me posicionó como una de las principales exponentes de la cocina regional.

Hoy, mi cocina ha regre-

**¿Qué desafíos has enfrentado al trabajar con ingredientes orgánicos y cómo los has superado?**

El verdadero desafío radica en homogeneizar los estándares de producción orgánica y garantizar su cumplimiento en todas las etapas de la cadena productiva. Esto implica no solo asegurar la calidad, sino también diversificar los cultivos y generar mayores volúmenes de producción. La masificación es clave para disminuir los costos y hacer que los productos orgánicos sean más accesibles, dejando de ser un lujo exclusivo para pocos.

sado a mi hogar, donde sigo desarrollando productos, asesorando, impartiendo talleres y compartiendo mi experiencia con emprendedores. Mi estilo culinario fusiona productos locales y cocina árabe, reflejando mi identidad como chilena, árabe y valdiviana. Mi misión es poner en valor nuestras raíces y proyectar la riqueza de nuestra gastronomía hacia el mundo.

**¿Por qué crees que es importante fomentar la cocina**



## orgánica y sustentable?

Fomentar la cocina orgánica y sustentable es clave para mí porque permite valorar los recursos locales, preservar la biodiversidad y fortalecer la identidad territorial. Además, impulsa el empoderamiento de pequeños productores, democratiza el acceso a productos de calidad y podría proyectar a Chile como un referente internacional en alimentos orgánicos.

A través de la educación y la promoción de prácticas sostenibles, también se busca construir un futuro gastronómico más consciente y respetuoso con el entorno.

## ¿Qué plato preparaste durante el Pabellón Orgánico y Sustentable de Food & Service 2024 y qué significado tuvo para ti, por qué lo escogiste y podrías darnos la receta?

En Food & Service 2024, preparé un salmón orgánico escabechado, una receta que combina tradición, sabor y funcionalidad. Este plato no solo destaca por su colorido y delicioso sabor, sino también por su versatilidad: puede disfrutarse inmediatamente como una propuesta fresca y diferente, o conservarse durante varios días, alineándose con la temática de preservación que siempre he promovido en mi cocina.

Lo escogí porque el escabeche es una técnica clásica que refleja mi enfoque en el aprovechamiento integral de los recursos. En un contexto donde el acceso a productos de calidad no siempre es sencillo, la conserva se transforma en una solución para mantener los sabores y la identidad gastronómica vigentes durante todo el año. Además, es un recordatorio

de cómo la cocina puede ser una herramienta para conectar con nuestro entorno y preservarlo.

### Salmón orgánico escabechado

#### Ingredientes:

- 300 g de salmón fresco (idealmente orgánico)
- 1 cebolla cortada a pluma (orgánica)
- 1 zanahoria en rodajas finas (orgánica)
- Pimiento rojo a gusto (orgánico)
- 3 hojas de laurel
- 60 ml de vinagre (orgánico si es posible)
- 200 ml de aceite de oliva + extra para freír (orgánico)
- 30 ml de vino blanco
- 1 diente de ajo (orgánico)
- ½ cucharadita de pimentón o páprika (orgánico)
- 12 granos de pimienta negra
- Harina (la necesaria)
- Sal a gusto



#### Preparación:

1. Cortar el salmón en trozos y pasarlo por harina, sacudiendo el exceso.
2. En una sartén con un poco de aceite, sellar los trozos de salmón hasta formar una costra firme por ambos lados. Retirar y reservar.
3. En la misma sartén, cocinar la cebolla, el ajo, la zanahoria y el pimiento con una pizca de sal a fuego lento hasta que la cebolla esté semitransparente.
4. Añadir el laurel, el pimentón, los granos de pimienta, el aceite, el vinagre y el vino blanco. Llevar a hervor.
5. Incorporar el salmón al sartén y cocinar por 3 a 5 minutos, dependiendo del grosor de los trozos.

## ¿Cómo fue compartir ese espacio con otros profesionales del ámbito?

A pesar que no tuve mucho tiempo, pues también esta con mi Stand de mi producto estrella, @queenfizzsyrup, una innovación que me llena de orgullo, siempre es un agrado compartir con personas que están en la misma sintonía, comprometidas y esforzándose incluso más que uno mismo por hacer del mundo un lugar mejor.

Encontrarme con pares que disfrutan y valoran la gastronomía, especialmente cuando para todos nosotros es más que un oficio: es una forma de vida, resulta una experiencia enriquecedora e inspiradora. Estos espacios no solo nos permiten conectar, sino también aprender y compartir visiones que nos impulsan a seguir adelante con pasión y propósito.

## ¿Qué consejo le darías a alguien que está comenzando a cocinar con productos orgánicos?

Mi consejo es comenzar desde lo simple y cercano, explorando primero los productos orgánicos disponibles en tu entorno o incluso cultivando algunos en casa. Aunque no siempre es fácil lograrlo, cocinar con ingredientes orgánicos es una experiencia que no solo enriquece tus platos, sino también tu conexión con la tierra y tu bienestar. Al hacerlo en casa, se vuelve más accesible y auténtico, permitiéndote alimentar no solo el cuerpo, sino también el alma. Es un camino lleno de aprendizaje y satisfacción que transforma la forma en que te relacionas





## ¿Podrías compartir una o dos recetas sencillas con productos orgánicos para los lectores?

Acá van dos recetas que resaltan sabores frescos y saludables, con ingredientes orgánicos y locales.

### Ensalada de Quinoa y Verduras Orgánicas

#### Ingredientes:

- 1 taza de quinoa (orgánica)
- 1 pepino (orgánico), picado
- 1 tomate grande (orgánico), picado
- 1 zanahoria (orgánica), rallada
- 1 palta (orgánica), en cubos
- Hojas de albahaca fresca (orgánica)
- 2 cucharadas de aceite de oliva (orgánico)
- Jugo de 1 limón
- Sal y pimienta al gusto

#### Preparación:

1. Cocina la quinoa según las instrucciones del paquete y deja enfriar.
2. En un bol grande, mezcla la quinoa con el pepino, tomate, zanahoria, palta y albahaca.
3. Añade el aceite de oliva y el jugo de limón. Mezcla bien y sazonar con sal y pimienta al gusto.
4. Sirve fría o a temperatura ambiente.



### Merluza al Horno con Limón y Romero

#### Ingredientes:

- 2 filetes de merluza fresca (orgánica y local)
- 1 limón (orgánico), en rodajas
- Ramitas de romero fresco (orgánico)
- 2 cucharadas de aceite de oliva (orgánico)
- Sal y pimienta al gusto

#### Preparación:

1. Precalienta el horno a 180°.
2. Coloca los filetes de merluza en una bandeja para hornear y unta con el aceite de oliva.
3. Agrega sal y pimienta al gusto. Coloca las rodajas de limón y el romero sobre el pescado.
4. Hornea por 12-15 minutos, o hasta que la merluza esté cocida y se desmenuce fácilmente con un tenedor.



5. Sirve con una guarnición de verduras al vapor o una ensalada fresca.

## ¿Qué esperas aportar a nuestros lectores y a la comunidad gastronómica desde esta sección?

Espero aportar un enfoque que valore nuestros productos orgánicos y de recolección, resaltando su importancia en la identidad y sostenibilidad gastronómica. Quiero compartir técnicas y recetas que maximicen su uso sin desperdicio y fomenten un aprovechamiento responsable, destacando la labor de los productores y recolectores locales y respetando siempre el equilibrio entre disfrute y conservación.

## ¿Tienes recomendaciones de otros chefs interesados en la cocina orgánica y sustentable que podrían unirse a nuestra iniciativa?

Ya recomendé a Alejandra Toloza para Food & Service y una imperdible es Lorna Muñoz de Chiloe.

## ¿Cómo imaginas el futuro de la cocina sustentable en Chile?

Imagino un futuro donde la cocina sustentable en Chile se convierta en un pilar de nuestra identidad gastronómica, destacando el uso de productos locales, de temporada y con un enfoque en la protección del medio ambiente. Visualizo un movimiento que impulse a chefs y consumidores a valorar y apoyar a



los pequeños productores, fomentando una economía más justa y respetuosa con nuestros recursos naturales.

Dicho esto, es importante mencionar que, a veces, la visibilidad que tienen ciertos líderes de la gastronomía puede concentrarse más en la proyección de su arte que en resaltar el valor y el esfuerzo de quienes trabajan en la preservación y difusión de nuestros productos y territorio.

Sería positivo que se diera mayor espacio a los productores y recolectores que, de manera comprometida, contribuyen al cuidado de nuestras tradiciones y al desarrollo de una cocina más consciente y sostenible.

## ¿Qué proyectos personales o profesionales tienes en mente relacionados con la gastronomía?

En el ámbito de la gastronomía, me encuentro desarrollando hace años, proyectos que buscan fortalecer la conexión entre los pequeños productores de alimentos y el acceso a mercados de mayor retorno. Uno de mis enfoques principales es implementar un sistema que no solo potencie la productividad de estos procesadores a pequeña escala, sino que también les facilite la comercialización de sus productos de manera sostenible y justa. La idea es que estas iniciativas contribuyan a la preservación de recursos, el empoderamiento de las comunidades locales y la creación de modelos de negocio inclusivos.

Además, me interesa trabajar en proyectos que permitan visibilizar y valorar la labor de quienes recolectan y producen ingredientes de alta calidad, fomentando una mayor conciencia sobre la importancia de consumir productos locales y sostenibles.

Mi objetivo es impulsar un enfoque que resalte las características de los productos y respete la tradición, sin dejar de innovar y adaptarse a las necesidades del mercado

actual.

Karime Harcha nos ha brindado no solo recetas llenas de sabor y tradición, sino también una reflexión profunda sobre la importancia de conectar con la tierra, valorar a los pequeños productores y avanzar hacia una cocina sustentable. En esta sección, **hay más voces y proyectos destacados que, como Karime, trabajan con compromiso para un futuro gastronómico más consciente, equitativo y respetuoso con nuestro territorio.**



# DE LA GRANJA a tu mesa

Somos una empresa familiar de agricultores. Líderes en Chile, en el negocio de las hortalizas orgánicas. Trabajamos para introducir una mayor conciencia de la opción saludable de los productos orgánicos.



**Conoce Nuestros  
Productos**





# Recetas Saludables y Orgánicas:

En esta edición de la revista de AOA Chile, queremos inspirarte a explorar el mundo de los alimentos saludables y orgánicos con estas deliciosas recetas. Cada una está pensada para resaltar los beneficios de los ingredientes orgánicos y su impacto positivo en nuestra salud y el medio ambiente. ¡Manos a la obra!

## Crema de Zapallo y Leche de Coco

### Ingredientes:

- 1 zapallo orgánico (tipo butternut o calabaza), pelado y troceado.
- 1 cebolla mediana orgánica, picada.
- 2 dientes de ajo orgánicos, picados.
- 1 taza de leche de coco.
- 2 tazas de caldo de verduras (preferentemente casero y orgánico).
- 2 cucharadas de aceite de oliva orgánico.
- Sal y pimienta al gusto.
- Semillas de zapallo para decorar (opcional).

### Preparación:

1. En una olla grande, calienta el aceite de oliva a fuego medio. Sofríe la cebolla y el ajo hasta que estén dorados.
2. Agrega el zapallo troceado y el caldo de verduras. Cocina a fuego medio hasta que el zapallo esté tierno (unos 20 minutos).
3. Retira del fuego y deja enfriar un poco. Luego, licúa hasta obtener una mezcla suave y cremosa.
4. Vuelve a calentar la crema en la olla, incorpora la leche de coco y ajusta la sal y la pimienta.
5. Sirve caliente y decora con semillas de zapallo si lo deseas.  
¡Perfecta para un día frío!





## Tacos Vegetarianos con Verduras Asadas

### Ingredientes:

- 2 tazas de vegetales frescos (pimentones, berenjenas, champiñones y calabacines) cortados en tiras.
- 1 cebolla morada orgánica, en rodajas.
- 2 cucharadas de aceite de oliva orgánico.
- 1 cucharadita de comino en polvo.
- 1 cucharadita de pimentón dulce.
- Tortillas de maíz orgánico.
- 1 taza de guacamole casero.
- Cilantro fresco para decorar.

- Sal y pimienta al gusto.

### Preparación:

1. Precalienta el horno a 200°C.
2. En un recipiente, mezcla los vegetales con el aceite de oliva, comino, pimentón dulce, sal y pimienta.
3. Extiende los vegetales en una bandeja para horno y ásalos durante 20-25 minutos, revolviendo a la mitad del tiempo para que se cocinen de manera uniforme.
4. Calienta las tortillas de maíz en un sartén seco.
5. Rellena cada tortilla con los vegetales asados, un poco de guacamole y cilantro fresco. ¡Un plato lleno de sabor y nutrientes!

## Ensalada Fresca de Legumbres y Hortalizas

### Ingredientes:

- 1 taza de lentejas cocidas.
- 1 zanahoria orgánica, rallada.
- 1 pepino orgánico, en rodajas finas.
- 1 tomate orgánico, picado.
- 1 puñado de espinacas frescas orgánicas.
- 2 cucharadas de jugo de limón fresco.
- 2 cucharadas de aceite de oliva orgánico.
- Sal y pimienta al gusto.

### Preparación:

1. Lava y prepara todos los vegetales.
2. En un bol grande, mezcla las lentejas cocidas con la zanahoria, el pepino, el tomate y las espinacas.
3. Aliña con el jugo de limón, aceite de oliva, sal y pimienta.
4. Mezcla bien y sirve como acompañamiento o plato principal ligero.





## Budín de Plátano y Avena

### Ingredientes:

- 3 plátanos maduros orgánicos.
- 1 taza de avena integral orgánica.
- 1/2 taza de leche vegetal (almendra, avena o coco).
- 1/4 taza de azúcar de coco o panela.
- 1 cucharadita de esencia de vainilla.
- 1 cucharadita de canela en polvo.
- 1 cucharadita de polvo de hornear.
- Nueces o almendras picadas (opcional).

### Preparación:

1. Precalienta el horno a 180°C y engrasa un molde para budín.
2. En un bol, tritura los plátanos hasta obtener un puré. Agrega la leche vegetal, el azúcar, la esencia de vainilla y mezcla bien.
3. Incorpora la avena, la canela, el polvo de hornear y las nueces o almendras si las estás usando. Mezcla hasta integrar.
4. Vierte la mezcla en el molde y hornea por 35-40 minutos, o hasta que al insertar un palillo este salga limpio.
5. Deja enfriar antes de desmoldar y disfrutar. ¡Ideal para el desayuno o una merienda saludable!

## Garbanzos Crocantes con Especias

### Ingredientes:

- 1 taza de garbanzos cocidos (pueden ser de conserva, enjuagados y escurridos).
- 1 cucharadita de cúrcuma.
- 2 dientes de ajo orgánicos, picados.
- 1/2 cucharadita de comino.
- 1/2 cucharadita de pimentón ahumado.
- 1 cucharada de aceite de oliva orgánico.
- Sal al gusto.

### Preparación:

1. Precalienta el horno a 200°C.

2. Seca los garbanzos cocidos con un paño de cocina.
3. En un bol, mezcla los garbanzos con el aceite de oliva y las especias.
4. Extiende los garbanzos en una bandeja para horno y hornea durante 20-30 minutos, revolviendo a la mitad del tiempo, hasta que estén dorados y crocantes.
5. Deja enfriar y disfruta como snack o como complemento para ensaladas y sopas.

¡Esperamos que estas recetas te inspiren a cocinar y disfrutar de alimentos saludables, sabrosos y en armonía con la naturaleza! Comparte tus creaciones con nosotros usando el hashtag #RecetasAOAChile en las redes sociales.







# Cooperativismo

Ofrecemos productos lácteos de origen local y de primera calidad

**Conoce Nuestros Productos**

- Sin Preservantes
- Sin endulzantes
- Sin Lactosa



## La creatividad al servicio de la gastronomía sostenible y agro

### Entrevista a **XIMENA JURADO**

La chef ecuatoriana Ximena Jurado nos compartió su inspiradora trayectoria, marcada por su pasión por la gastronomía sustentable y el trabajo con productos agroecológicos. Desde su restaurante “El Jardín de las Gardenias” en Tumbaco, combina creatividad culinaria y compromiso con la comunidad, generando experiencias únicas que reflejan su profundo respeto por la naturaleza y las tradiciones culturales.

### El inicio de una pasión culinaria

#### ¿Cómo surgió tu interés por la gastronomía?

Mi interés por la gastronomía viene desde siempre, con una influencia muy grande de mi familia, donde cocinar era algo cotidiano. La comida siempre estuvo muy presente.

Inicialmente me dediqué a las leyes, pero

luego cambié a la gastronomía porque me atraía más lo creativo, lo espontáneo y, sobre todo, la relación con los productores. Me formé en Argentina, trabajé varios años en Alemania, y luego llegué a Quito, Ecuador, donde consolidé más mi marca, combinando la cultura culinaria con eventos y productos dulces. Posteriormente





te fundé “El Jardín de las Gardenias”, mi restaurante actual en Tumbaco, donde trabajo con productos agroecológicos. Mi enfoque principal es la sustentabilidad, trabajando directamente con comunidades y productores para ofrecer una comida rica, sana y consciente.

## Influencias culturales en la cocina

**¿Cómo influenciaron tus raíces y la mezcla de culturas en el enfoque gastronómico que tienes actualmente?**

Mis raíces tuvieron una gran influencia. Soy Quiteña de nacimiento, pero mi madre es arequipeña, de Perú. Esto hizo que en casa siempre tuviéramos una mezcla de gastronomía peruana y ecuatoriana, sumada a influencias de otras culturas. Mi familia vivió muchos años en Alemania, así que también tengo un fuerte arraigo europeo. En mi cocina uso muchas técnicas y sabores diversos. Por ejemplo, hay fermentos, cocciones lentas, envueltos y preparaciones con masas. Ecuador tiene una tradición culinaria muy rica: la influencia española y francesa, además de las técnicas locales ligadas a produc-

## Alimentación Saludable

tos autóctonos y tropicales. Todo esto se refleja en los sabores y técnicas que aplico, adaptándome al territorio y los productos disponibles.

## Aprendizajes internacionales

**¿Qué aprendizajes adquiriste en tu formación internacional que más hayan marcado tu estilo y filosofía culinaria?**

Creo que mi mayor influencia fue mi experiencia en Berlín trabajando en un restaurante ubicado en un bosque urbano. Allí, la cocina se sostenía con productos locales de temporada.

La creatividad y la técnica culinaria eran fundamentales para tratar adecuadamente los ingredientes frescos y ofrecer nuevas creaciones al público. Algo que marcó mi estilo es la importancia de la relación entre producto, sabor y presentación. Tres elementos que siempre están presentes en mi cocina son el chocolate, el ají y los fermentos. Estos ingredientes son claves en la gastronomía ecuatoriana y peruana, y los incorporo de diversas maneras.



## “El Jardín de las Gardenias”: una apuesta por la comunidad

**¿Cómo surgió la idea de fundar “El Jardín de las Gardenias” y qué impacto ha tenido en tu comunidad?**

La idea surgió cuando me mudé de Quito a Tumbaco, a una propiedad grande que me permitía desarrollar un espacio similar a los jardines urbanos que había conocido en Alemania. El

restaurante lleva el nombre de la calle donde está ubicado: Las Gardenias. Lo inauguramos justo antes de la pandemia, lo que fue un gran desafío. Durante ese tiempo, comenzamos con experiencias gastronómicas cerradas y un mercadito orgánico donde productores locales y emprendedores podían ofrecer sus productos. Hoy seguimos promoviendo experiencias que combinan sabores del mundo con productos locales, fortaleciendo la comunidad y manteniendo vivo el espacio.





oferta atractiva y diversa. Por ejemplo, nuestra carta siempre tiene elementos que varían según la temporada, pero mantenemos ciertos conductores como los “tiestos” o panes, que recuerdan a las sopaipillas chilenas y son versátiles para distintas presentaciones.

## **Creatividad y sustentabilidad: un binomio esencial**

### **¿Cómo conecta la creatividad culinaria con el concepto de sustentabilidad en tus proyectos?**

La creatividad es indispensable para la sustentabilidad, porque es lo que permite aprovechar al máximo los elementos del entorno. La combinación de colores, olores y texturas se plasma en el plato, que se convierte en un lienzo donde puedes transmitir no solo sabores, sino también un mensaje de respeto y conexión con la naturaleza.

## **Retos de la agroecología en la gastronomía**

### **¿Qué retos has enfrentado al implementar prácticas agroecológicas en la gastronomía profesional?**

Uno de los mayores retos es que el público a veces no entiende o no está acostumbrado a la variabilidad que implica trabajar con productos de temporada. Lo agroecológico es como pintar un lienzo cada día; se trabaja con lo que está disponible en el momento.

Esto requiere una logística y flexibilidad constante, tanto para comunicar al cliente como para mantener una

## **Experiencia internacional en el Pabellón Orgánico y Sustentable**

### **¿Participaste en el Pabellón Orgánico y Sustentable en Food & Service 2024. ¿Cómo fue esa experiencia?**

Fue una experiencia maravillosa, tanto por las conexiones humanas como por la oportunidad de mostrar sabores locales de Ecuador en Chile. Preparé un ceviche de salmón con miel de cacao, carne regenerativa, pickles de guineo y un pisco sour con maíz morado, murta y manzana. Fue un recorrido por Ecuador a través de sabores nuevos para el público chileno. Además, me impresionó encontrar similitudes en productos y técnicas entre ambos países.

## **Redes internacionales en torno a la agroecología**



## **¿Qué rol tienen estos eventos en el fortalecimiento de redes internacionales en el ámbito de alimentos orgánicos?**

Son fundamentales. Estos espacios permiten compartir experiencias y entender que el trabajo de un territorio se replica en otro. Es una forma de aprendizaje paralelo que ayuda a desarrollar soluciones comunes y fortalece las conexiones entre productores, cocineros y consumidores.

## **Reflexiones sobre la cocina como vínculo cultural**

### **¿Qué aprendizajes destacas de la interacción con los productores y cocineros del pabellón?**

Aprendí que la cocina es la base de la comunicación humana. Es el fuego que une a las personas. Viajar y conocer nuevos paladares y territorios enriquece enormemente. Cada experiencia aporta algo único y valioso.

## **Hacia un futuro prometedor para la gastronomía agroecológica**

### **¿Cómo visualizas el futuro de la gastronomía agroecológica en América Latina?**

Creo que tiene un futuro prometedor. Cada vez hay más conciencia sobre la importancia de fortalecer las conexiones sociales, económicas y políticas en torno a la agroecología. Se necesita mucho apoyo para que los productores puedan liderar esta lucha



contra los agrotóxicos y fomentar la inclusión de productos orgánicos en la dieta diaria. Es una solución que beneficia tanto al medio ambiente como a la sociedad.

## Consejos para cocineros y emprendedores

**¿Qué consejo le darías a cocineros y emprendedores que desean incorporar la agroecología en su trabajo diario?**

Que salgan al campo, conozcan a los productores y prueben la diversidad de productos disponibles. Es importante vincular a los productores en los proyectos y explorar cómo usar los productos sin químicos al 100%. La cocina también debe ser un reflejo del territorio, de las estaciones y del respeto por los ciclos naturales. Mi consejo es que no tengan miedo de experimentar y que siempre trabajen de la mano con quienes producen los alimentos, porque esa conexión es esencial para lograr una gastronomía realmente sostenible y auténtica.

Con una trayectoria que

abarca múltiples culturas y experiencias, Ximena Jurado inspira a cocineros, emprendedores y amantes de la gastronomía a acercarse al origen de los alimentos y a repensar la cocina como un espacio de creatividad, comunidad y respeto por la naturaleza. Su visión agroecológica, aplicada con pasión y dedicación, es un ejemplo de cómo la gastronomía puede ser un puente hacia un futuro más sustentable.



# Recetas



## Falso Pisco

### Ingredientes:

- Miel de cacao
- Ají feroz
- Macerado de capuli en caña (6 meses).
- Vinagre de guineo
- Almíbar de maíz

morado con caña  
50/50

### Preparación:

Partes iguales de almíbar de maíz morado, caña, limón, jugo de manzana maqui, una parte de miel de cacao, 3 claras, hielo.

## Pastrami

Res curada 24h en café candelaria molido con sal. Limpiar exceso y agregar 300 ml de macerado de capuli. Reposar una hora y Cocinar seco por 20 min 180\*. Cortar como pastrami.

### Puré de zapallo diaguita:

2 zapallo horneado hasta dorar. Procesar con dos dientes de ajo, sal, mezcla de partes iguales de aceite de oliva, miel de cacao, ralladura de 3 limón amarillo. Ruculla, brotes de mostaza, flores.

### Ají feroz:

Ají feroz, miel de cacao, vinagre de guineo.

Servir, base de pure, Pastrami, ruculla y brotes de decoración. Terminar con un dashbde miel de cacao

## Salmón laminado tipo tiradito

Limón meyer y 1/4 de su total con vinagre de guineo para curar el salmón. Zanahoria 3' juliana, cebollín, cilantro, miel de cacao, sal y ají feroz (encurtido hasta desaguar, el líquido reservar y mezclas con el jugo de limón anterior). Remolacha en láminas ultra finas. Cocidas hasta punto al dente. Maceradas con miel de cacao y vinagre de guineo partes iguales ambos y sal. Servir como tiradito con salmón, una loncha de remolacha, los pilkles in the top.



# Gastronomía Sostenible y Agroecológica:

## El Futuro de la Alimentación

La gastronomía sostenible y agroecológica es una propuesta innovadora que pone en el centro de la mesa no solo el sabor, sino también el bienestar del planeta y la salud humana.

Esta tendencia busca recuperar prácticas tradicionales de cultivo y producción alimentaria, promoviendo el uso responsable de los recursos naturales y la reducción de impactos ambientales.

### ¿Qué es la gastronomía sostenible y agroecológica?

La gastronomía sostenible implica una forma de cocinar y consumir alimentos que considera el ciclo completo de producción, desde el cultivo hasta el consumo final. En este contexto, la agroecología juega un papel fundamental, ya que

se basa en principios ecológicos que buscan armonizar la producción de alimentos con el cuidado del medio ambiente, sin recurrir a productos químicos sintéticos ni a prácticas agrícolas intensivas.

La agroecología se enfoca en sistemas agrícolas diversificados que respetan la biodiversidad y los ciclos naturales. Este enfoque también pone énfasis en la justicia social y la soberanía alimentaria, promoviendo la inclusión de comunidades locales en la producción de alimentos y asegurando una distribución justa y equitativa de los recursos.

## Beneficios para la salud y el medio ambiente

Los alimentos agroecológicos, al estar libres de pesticidas y químicos sintéticos, son más saludables tanto para quienes los consumen como para quienes los cultivan. Además, la producción agroecológica ayuda a conservar los suelos, protege los ecosistemas y reduce la huella de carbono, contribuyendo significativamente a la lucha contra el cambio climático.

Por otro lado, la gastronomía sostenible promueve el consumo local y de temporada, lo que no solo apoya a los productores locales, sino que también reduce el impacto ambiental asociado al transporte de alimentos a largas distancias. El uso de ingredientes frescos y naturales garantiza platos más sabrosos y nutritivos, además de fortalecer la conexión entre la cultura gastronómica y el entorno.

## Prácticas clave en la gastronomía sostenible

- 1. Uso de ingredientes locales y de temporada:** Al elegir productos que crecen en la región y en la temporada adecuada, se optimizan los recursos naturales y se apoya a los productores locales.
- 2. Reducción del desperdicio de alimentos:** Promover el uso integral de los alimentos, evitando el derroche y buscando soluciones como la compostaje y la reutilización de restos.
- 3. Cocina de bajo impacto:** Utilizar métodos de cocción que respeten los recursos y minimicen el uso de energía, como el uso de hornos eficientes o técnicas de cocina al vapor.
- 4. Fomentar dietas basadas en plantas:** Reducir el consumo de productos de origen animal no solo es beneficioso para la salud, sino que también contribuye a la reducción



de emisiones de gases de efecto invernadero.

## El desafío de la gastronomía sostenible en Chile

En Chile, la gastronomía sostenible está comenzando a ganar terreno gracias a la creciente conciencia sobre el impacto ambiental de nuestros hábitos alimenticios. Organizaciones como AOA Chile juegan un papel crucial en la promoción de prácticas agroecológicas y sostenibles en la producción de alimentos, ayudando a sensibilizar tanto a consumidores como a productores sobre la importancia de cuidar nuestro entorno.

Desde los mercados locales hasta los grandes restaurantes, el interés por integrar la sostenibilidad en la cocina va en aumento. Sin embargo, aún existen desafíos importantes, como la necesidad de infraestructura para apoyar la producción agroecológica a gran escala y la educación continua de los consumidores sobre los beneficios de una dieta sostenible.

La gastronomía sostenible y agroecológica no es una moda pasajera, sino una necesidad para garantizar la salud del planeta y de sus habitantes. A medida que más personas se suman a este movimiento, se genera un cambio positivo en la forma en que cultivamos, cocinamos y consumimos alimentos, sentando las bases para un futuro más justo, saludable y respetuoso con el medio ambiente. La clave está en seguir apostando por prácticas responsables y conscientes que nos permitan disfrutar de la riqueza gastronómica sin comprometer los recursos de las futuras generaciones.



## La Gastronomía Mapuche: Sabores Ancestrales de la Tierra

La gastronomía mapuche, rica en historia y cultura, es una de las más representativas de Chile. Los Mapuche, pueblos originarios del sur del país, han desarrollado a lo largo de siglos una cocina profundamente ligada a la tierra, los ciclos naturales y la cosmovisión de su pueblo.



Esta gastronomía, basada en productos locales y técnicas tradicionales, ha logrado sobrevivir y evolucionar, manteniendo sus raíces intactas.

## Ingredientes Base

Los ingredientes fundamentales de la cocina mapuche incluyen una gran variedad de productos autóctonos como el maíz, la papa, el mote, el merkén (un ají ahumado), y los berries como la murta y el maqui. El maíz, en sus diversas variedades, es esencial

en muchos platos, destacando en preparaciones como la muday (bebida fermentada) y en la base de sopas y guisos.

## Platos Representativos

Uno de los platos más emblemáticos de la gastronomía mapuche es el curanto, una preparación que involucra carne, mariscos, papas y verduras, cocinados en un hoyo bajo tierra con piedras calientes. Este método de cocción, tradicionalmente realizado durante celebraciones, refleja la relación del pueblo mapuche



con su entorno natural.

Otro plato destacado es el paila de mariscos, una sopa espesa preparada con mariscos frescos, papas, ají y otros ingredientes nativos, como la menta y el cilantro. La humita (un tamal de maíz relleno) y el pulmay (guiso de cordero con verduras) también son platos populares.

## Técnicas de Cocina

La cocina mapuche destaca por el uso de técnicas tradicionales, como el huerto (siembra de cultivos en las márgenes de ríos o quebradas), y la cocción en fogones o en hoyos de tierra, lo que le otorga un sabor único a los alimentos. La importancia del fuego y las piedras calientes en su preparación refleja la conexión de la gastronomía mapuche con los elementos naturales.



## Bebidas Tradicionales

La bebida más conocida de la cultura mapuche es el muday, que se obtiene a partir de la fermentación del maíz. También destaca el tereré, una bebida a base de hierbas que se consume especialmente en el sur del país.

## Valor Cultural y Actualidad

La gastronomía mapuche no solo es un reflejo de su historia, sino también una expresión viva de su cultura. En tiempos recientes, ha

ganado reconocimiento por su capacidad de adaptación y por la utilización de ingredientes autóctonos que hoy se presentan en restaurantes y ferias de todo el país.

En conclusión, la gastronomía mapuche es una muestra de la riqueza cultural y la conexión profunda de este pueblo con la naturaleza. Cada receta y cada ingrediente cuentan una historia, no solo sobre el arte culinario, sino también sobre la resistencia y la identidad mapuche.





# La Cocina Mapuche en el Corazón de la Gastronomía Chilena

Entrevista a **JUAN CARLOS QUIÑEMAN**



Tuvimos el privilegio de conversar con Juan Carlos Quiñeman, chef con una destacada trayectoria y un profundo amor por la gastronomía mapuche. En esta entrevista, Juan Carlos nos comparte su historia personal, su enfoque hacia la cocina ancestral y cómo integra la sostenibilidad y la agroecología en su propuesta culinaria.

## La Pasión por la Gastronomía y el Legado Mapuche

**¿Cómo surgió tu interés por la gastronomía y qué te motivó a enfocarte en resaltar la cocina mapuche?**

Llegué a la cocina casi por casualidad.

Estudí mecánica en la enseñanza media, pero mi primer trabajo fue en un hospital lavando platos, y allí me metí

de un hotel en Santiago, participé en un campeonato gastronómico organizado por la Asociación de Chilenas de Gastronomía, donde presentamos un plato tradicional mapuche. Ese momento fue clave, ya que causó gran impacto en los medios y me abrió muchas puertas. Desde entonces, sigo aprendiendo y compartiendo recetas y conocimientos mapuches, lo que me permite conectar con las raíces de nuestra cultura.

## La Experiencia en Hoteles y el Aprendizaje Profesional

**Trabajaste en importantes cadenas hoteleras, ¿qué aprendizajes te dejaron esos años de experiencia?**

Trabajé en el Marriott, Monticello, Menuda y otros hoteles, lo que me enseñó mucho sobre liderazgo, administración de cocina, costos y servicio. La hotelería me permitió trabajar con productos excepcionales, como centolla, atún de Isla de Pascua y carnes de caza. Además, aprendí la importancia de la higiene y manipulación de alimentos. La experiencia fue fundamental para perfeccionar mis habilidades y conocer la diversidad de materias primas, algo que valoro enormemente hasta el día de hoy.

## La Cocina Mapuche: Saludable y Sostenible

**¿Qué diferencias encuentras entre la gastronomía mapuche y otras tradiciones culinarias chilenas?**

La gastronomía mapuche se distingue por su simplicidad y honestidad. Utiliza productos de la tierra, basados en la estacionalidad y la recolección. No se emplean condimentos secos, sino



frescos, lo que hace que los platos sean sabrosos y naturales. Por ejemplo, los piñones y otros productos como el maqui o la murta, que son completamente orgánicos, destacan por sus propiedades nutricionales. Es una cocina saludable que ha perdurado gracias al conocimiento ancestral de nuestras abuelas.

## La Cocina Mapuche en la Actualidad

### ¿Qué plato mapuche consideras tu favorito?

El pisku es un plato que siempre me gusta hacer, comer y mostrar. Es versátil y tiene un relato interesante, ya que hay varias versiones. Es un plato que representa el concepto de la cocina mapuche, con habas cocidas, legumbres, cereales y carne ahumada. Es un plato maravilloso que, además, nos conecta con las tradiciones más profundas.

## El Agroecoturismo y la Sostenibilidad

### ¿Cómo se integra la agroecología y la sostenibilidad en tu propuesta gastronómica?

Los productos orgánicos y de recolección son fundamentales en nuestra cocina. No solo usamos productos frescos de nuestra huerta, sino que también promovemos la reforestación y el cuidado del medio ambiente. De hecho, destinamos un porcentaje de nuestras utilidades a plantar árboles nativos.

Además, trabajamos en educar a los clientes sobre la importancia de conocer el origen de los productos que consumen, lo que también nos ayuda a mantener una gastronomía más responsable.



## Desafíos y Oportunidades en la Gastronomía Mapuche

### ¿Cuáles son los principales desafíos que enfrentan al promover una gastronomía sostenible y mapuche?

El principal desafío es la viabilidad de estas prácticas. Hay que atreverse a mostrar estos productos y ser responsables en su uso.

También, es importante educar a los consumidores sobre la importancia de la sostenibilidad y cómo las prácticas responsables pueden mejorar la calidad de vida. A pesar de los desafíos, veo grandes oportunidades para la gastronomía mapuche,

especialmente en la globalización, donde cada vez más personas están interesadas en nuestras tradiciones culinarias.

## Visibilización Internacional de la Gastronomía Mapuche

### ¿Cómo describirías la experiencia de estar en el Pabellón Orgánico y Sustentable en la Food & Service?

Fue una experiencia inolvidable. Fue una gran oportunidad para mostrar nuestra gastronomía y cómo la cocina mapuche se puede integrar en un contexto global. La feria permitió visibilizar nuestro trabajo y promocionar Chile como un destino gastronómico sostenible. Además, tuvimos la oportunidad de cocinar





platos típicos de la Araucanía y compartirlos con una audiencia internacional.

## Un Futuro Sostenible para la Gastronomía Mapuche

¿Qué mensaje te gustaría dar a las nuevas generaciones de cocineros interesados en la cocina de raíz y la agroecología?

Les diría que tomen conciencia de lo que están cocinando y de dónde provienen los ingredientes. La gastronomía mapuche no solo es una forma de preservar nuestras tradiciones, sino también de crear platos saludables y sostenibles. Si los cocineros logran entender la importancia de utilizar productos orgánicos, de huerta agroecológica, y aplicar técnicas responsables, sin duda podremos ofrecer una gastronomía única y mejorar la salud de quienes nos eligen.

Agradecemos a Juan Carlos Quiñeman por compartir con nosotros su visión sobre la gastronomía mapuche, la sostenibilidad y el futuro de la cocina de raíz en un mundo cada vez más globalizado. Su pasión por la cocina ancestral y su compromiso con la agroecología nos sirven de ejemplo para entender cómo la tradición puede fusionarse con la modernidad para crear propuestas culinarias responsables y deliciosas.



## Te ofrecemos Banquetes a base de PRODUCTOS LOCALES

Trabajamos directamente con productores e ingredientes de temporada aplicando Gastronomía circular



Coffe Break  
con  
Pertinencia  
Cultural



Servicios  
Corporativos



**Contáctanos Aquí**



contacto@millary.cl



+569 99 92 66 98



Millary.cocina



# Raíces y Sabores

## La Innovación de **DIEGO BUSTOS** en la Cocina Mapuche y Sostenible

Nos sumergimos en el fascinante mundo de la gastronomía mapuche de la mano de Diego Bustos, un chef que ha dedicado su carrera a rescatar y revitalizar las tradiciones culinarias de su tierra. Conversamos con él sobre su trayectoria, las innovaciones que ha implementado y cómo está trabajando para integrar saberes ancestrales con técnicas modernas y sostenibles.

## ¿Cómo surge tu interés por la cocina y, en especial, por la cocina mapuche?

Bueno, en realidad soy autónomo hace más de 20 años. He trabajado en hoteles en Santiago y también en el área industrial. Decidí estudiar para obtener un título en gastronomía, y fue durante ese proceso que se presentó la oportunidad de volver al sur. Yo soy de Nueva Imperial, y me ofrecieron hacerme cargo de un hotel en Pucón. Sin embargo, el hotel quebró al poco tiempo y tuve que buscar nuevas oportunidades, lo que me llevó a emprender en la región.

Fue entonces cuando comencé a explorar mi identidad como cocinero. Me di cuenta de que la cocina que hacía en Santiago no me llenaba. Así que decidí rescatar recetas tradicionales mapuches, como el pavito con harina, y modernizarlas para crear platos innovadores como el mote cremoso o preparaciones con quinua. Este camino no solo ha llenado mi corazón, sino que también ha renovado mi respeto por la gastronomía mapuche.

## ¿Implementas

## la gastronomía circular en tus proyectos. ¿Cómo funciona esta práctica?

Por supuesto. Ahora trabajamos casi sin residuos. Por ejemplo, utilizamos vegetales enteros, los lavamos bien y aprovechamos al máximo sus propiedades y vitaminas.

Este enfoque no solo reduce desperdicios, sino que también promueve una cocina más sustentable.

## ¿Cómo crees que estas prácticas influyen en la percepción global de la cocina chilena?

Siempre he dicho que la cocina mapuche es el





corazón de la gastronomía chilena. Muchos de los ingredientes y principios agroecológicos que utilizamos provienen de nuestras tradiciones. Adoptar una cocina más sustentable y respetuosa con los productos beneficia tanto a nuestra salud como al medio ambiente.

## **Has mencionado productos innovadores como el chocolate con envoltorio comestible. ¿Estás desarrollando otros proyectos similares?**

Sí, estamos trabajando en una convención de gastronomía sin residuos. Por ejemplo, estamos explorando la creación de papel comestible hecho de yuyo, además de nuevas preparaciones con quinua, como ensaladas dulces que puedan servir como postre o entrada. También nos enfocamos en educar a las personas sobre cómo preparar estos productos.

## **¿Cómo abordas los desafíos para integrar estas innovaciones en el mercado chileno?**

Principalmente a través de charlas y entrevistas. Además, es importante que las políticas públicas apoyen la gastronomía sustentable mediante subvenciones y recursos que nos permitan trabajar de manera más completa.

## **¿Cómo decides qué técnicas modernas son adecuadas para realzar los saberes ancestrales?**

Trabajamos con la gastronomía molecular y técnicas de vanguardia para transformar texturas y presentaciones sin alterar el sabor original. Por ejemplo, convertimos yuyo en polvo o lo incorporamos en bombones. Estas innovaciones hacen que los productos sean más atractivos, sobre todo para quienes no están familiarizados con ellos.

## **¿Cómo contribuye tu cocina a fortalecer la identidad mapuche frente al público local e internacional?**

Nos enfocamos en presentaciones bajas en sal y azúcar, con muchos colores y flores comes-



tibles. Trabajamos con productores locales que no utilizan agroquímicos, lo que da un valor único a nuestros productos. Esto permite que las personas reconozcan y valoren la nobleza de nuestra cocina.

## **¿Cómo educan a las personas para que valoren las culturas originarias?**

El relato es clave. Contamos historias sobre la resistencia y el legado de la quinua o el amaranto, por ejemplo. Esto ayuda a las personas a conectarse emocionalmente con los alimentos, recuperando memorias y entendiendo la importancia de estos productos en su historia familiar.

## **¿Qué rol juega la comunidad mapuche en tus proyectos?**

La comunidad tiene un rol fundamental. Todo lo que hacemos se realiza con respeto y consulta. Hay tradiciones que no se pueden mostrar, y debemos ser cuidadosos al compartir estos saberes con audiencias que no tienen esa ascendencia.

## **¿Cómo visualizas el futuro de la gastronomía mapuche a nivel global?**

Creo que será una punta de lanza. La gastronomía mapuche está borrando prejuicios y mostrando que se puede comer sano y sabroso. Estamos cocinando para que las personas no se enfermen, promoviendo una alimentación basada en productos locales y sustentables.

## **¿Qué proyectos tienes para seguir promoviendo esta cocina?**

Estamos trabajando en proyectos con médicos para investigar cómo la gastronomía mapuche puede ayudar en enfermedades crónicas, como la diabetes y la hipertensión. También queremos incidir en políticas públicas que protejan la gastronomía mapuche y los sistemas alimentarios orgánicos.

Diego Bustos nos recuerda que la cocina no solo es alimento, sino también identidad, historia y sostenibilidad. Su trabajo demuestra que es posible innovar sin perder de vista nuestras raíces, creando una experien-



cia gastronómica que honra la cultura mapuche y nos invita a reflexionar sobre nuestra relación con los alimentos. Sin duda, un ejemplo a seguir para el futuro de la gastronomía chilena.

# Recetas de Diego Bustos

## Quinoa tres sabores, tres colores

### Ingredientes (4 porciones):

#### Base Quinoa:

- 1 taza de quinoa blanca
- 2 tazas de agua
- Polvo de cochayuyo tostado

#### Salsa de betarraga:

- 2 betarragas medianas cocidas y peladas
- 1/2 taza de crema (puede ser vegetal o de leche)
- 1 diente de ajo pequeño
- 1 cda. de aceite de oliva
- Pimienta a gusto
- 1/2 cda. de jugo de limón

#### Aceite de cilantro:

- 1/2 taza de hojas de cilantro fresco
- 1/4 taza de aceite de oliva extra virgen

#### Decoraciones y texturas:

- Crocante de merkén
- Polvo de cochayuyo tostado (como sazónador y decoración)

- Semillas tostadas (sésamo o zapallo)
- Flores comestibles

### Preparación:

1. Lavar bien la quinoa bajo agua fría.
2. Cocerla en las 2 tazas de agua. Llevar a ebullición, reducir el fuego, tapar y cocinar por 20 minutos hasta que se absorba y se evapore el agua. Soltar con un tenedor y reservar.
3. Licuar las betarragas cocidas con la crema, ajo, aceite de oliva, pimienta y jugo de limón hasta obtener una textura suave. Si es necesario, agregar un poco de agua para aligerar. Reservar.
4. Blanquear las hojas de cilantro (sumergirlas en agua hirviendo por 10 segundos y luego enfriarlas en agua con hielo). Licuar las hojas con el aceite de oliva hasta obtener un aceite verde intenso. Colar para una textura más fina, si se desea.

#### Para el crocante de merkén:

Para el crocante de merkén, haremos una mezcla de harina, agua, aceite de maravilla y merkén y la sofreímos en

un sartén caliente.

Tostar cochayuyo en horno o sartén, molerlo y reservar como polvo fino.

Separar la quinoa cocida en tres partes iguales, una parte la mezclaremos betarraga, otra con aceite de cilantro y la otra parte la mezclaremos con un sofrito de cebolla, zanahoria y pimiento morrón rojo y verde.

Decorar con hilos de aceite de cilantro alrededor del plato.

Espolvorear crocante de merkén y

polvo de cochayuyo por encima de la preparación. Colocar puntos de salsa de betarragas y semillas tostadas. Finalizar con flores comestibles para un toque elegante.

### Tips:

El polvo de cochayuyo aporta un sabor marino único y puede intensificarse según el gusto personal. Acompaña el plato con vegetales asados o una proteína suave, como pescado blanco o pollo.







# PROPONEMOS

soluciones para promover  
buenas **prácticas medio  
ambientales**

Nuestras certificaciones:  
garantía de compromiso



y más certificaciones



[www.ecocert.com](http://www.ecocert.com)



[groupeecocert](https://www.linkedin.com/company/groupeecocert)

# Innovación y sostenibilidad en la gastronomía internacional

Entrevista a  
**SAMUEL  
MORENO**



Tuvimos el privilegio de conversar con Samuel Moreno, **chef español galardonado con una estrella Michelin** y reconocido por su enfoque innovador y sustentable en la alta cocina. En esta entrevista, Samuel nos comparte su experiencia en el evento Food & Service 2024 en Chi-

le, así como su visión sobre la sostenibilidad en la gastronomía y el impacto de los productos locales en su cocina.

**La experiencia en Food & Service 2024**

**Samuel, nos gustaría preguntarte ¿cómo describirías la**

**experiencia que tuviste en Food & Service 2024 y qué opinas del impacto de estos eventos en la gastronomía internacional?**

Bueno, pues la verdad es que vine gratamente sorprendido de ver la forma en que se conci-



ben este tipo de eventos, con un enfoque principal en la sostenibilidad, que fue también lo que me motivó a asistir. La magnitud del evento era impresionante, y considero que Chile, siendo un país con una gastronomía muy interesante y diferente a la nuestra, tiene mucho que ofrecer. Me encantó conocer las diferencias culturales, tanto en ingredientes como en la forma de entender la cocina. Además, debo destacar la acogida tan cálida que recibí de todos. Fue fascinante.

## El camino hacia la excelencia: 30 años de trayectoria

**Si nos puedes contar un poco sobre tu evolución como chef. ¿Qué influencias marcaron tu camino hacia la estrella Michelin?**

Bueno, llevamos ya 30 años trabajando en este negocio familiar. Mis padres decidieron montar un pequeño hotel en un molino harinero en la Sierra Norte de Guadalajara, una zona bastante despoblada de España. Fue un proyecto complicado al principio, sobre todo en una época sin internet, pero poco a poco apostamos por la exce-

lencia y logramos diversos reconocimientos. Decidimos formar parte de una asociación hotelera prestigiosa, lo que nos impulsó a elevar el nivel de nuestra gastronomía.

En lo personal, me enfoqué en trabajar con productos de calidad. Por ejemplo, comencé a hacer pan artesanal en un momento en que la panadería industrial estaba dominando el mercado. Esto me llevó a colaborar con productores locales de cereales antiguos, trabajando juntos para promover una agricultura más sostenible y regenerativa. Fue así como logramos transformar nuestra cocina, destacando ingredientes auténticos y sostenibles, lo que finalmente nos llevó a obtener la estrella Michelin y un Sol Sostenible.

## Sostenibilidad e innovación en la alta cocina

**Con este enfoque tan marcado en la sostenibilidad y la innovación, ¿cómo integraste estos valores en tu participación durante el evento Food & Service?**

Lo que traté de comunicar fue precisamente esa visión de la gastro-



nomía sostenible. Encontré en Chile a personas que comparten los mismos valores y entienden los retos de la hiper industrialización de la alimentación. Mi enfoque estuvo en destacar la importancia de los productores locales, a quienes considero los verdaderos "guardianes del territorio". Ellos son quienes cuidan la biodiversidad y nos proveen ingredientes excelentes, con los que nosotros, como chefs, podemos contar historias a través de nuestros platos. La idea es siempre ensalzar esos productos y darles el protagonismo que merecen.

## Sabores de Food & Service 2024

**Como chef estrella Michelin, generaste muchas expectativas en este evento. ¿Qué crees que fue lo más destacado de tu presentación y qué platos ofreciste?**

Fue gratificante compartir con otros chefs y presentar una pequeña muestra de nuestra cocina. Por ejemplo, preparé un aperitivo utilizando salmón de alta calidad: una pasta crujiente rellena con tartar de salmón, emulsión de cebollino y huevas del propio salmón. También presenté una versión renovada de la sopa de ajo, un plato tradicional de Castilla-La Mancha. Este platillo incluía un caldo denso de pollo de corral, ajo negro, croquetas de bacalao, setas y un huevo estilo ramen. Es una mezcla de tradición e innovación, con sabores intensos y texturas delicadas.





## Una mirada a la cocina chilena

**¿Qué opinas sobre la cocina chilena? ¿Tuviste oportunidad de probar sabores locales durante el evento?**

La cocina chilena es muy diferente a la española, con sabores potentes y un marcado acento en los productos del mar. Me impresionaron mucho los mariscos y pescados del Pacífico, que son totalmente distintos a los que tenemos en el Mediterráneo o el Cantábrico. Aunque no tuve tiempo de

explorar mucho, me fui con ganas de recorrer Chile de norte a sur y descubrir su diversidad gastronómica.

## Un mensaje para la industria gastronómica

**¿Finalmente, ¿qué mensaje te gustaría transmitir a los chefs emergentes y a la industria alimentaria en general?**

Creo que, como chefs, tenemos una gran responsabilidad. Somos creadores de tendencias y prescriptores dentro del sector alimentario. Por eso, debemos usar nuestra visión para promover iniciativas que transformen nuestro entorno hacia algo mejor. Es esencial educar, informar y apoyar modelos sostenibles que beneficien tanto al medio ambiente como a las comunidades locales. Al final, nuestra misión es ensalzar el trabajo de quienes hacen posible nuestra cocina: los productores.

Samuel Moreno nos deja con una reflexión profunda sobre el papel de la gastronomía como motor de cambio hacia un mundo más sostenible. Su compromiso con la excelencia y la sostenibilidad sirve de inspiración para chefs, productores y consumidores por igual. Desde AOA Chile, agradecemos la oportunidad de compartir su visión y esperamos que su mensaje siga generando impacto a nivel global.



## Comercialización



Sebastián Campos lidera Emporio Vive Vegano, una tienda en línea dedicada a ofrecer productos veganos, orgánicos, sin lactosa, sin gluten y sin azúcar. Su misión es promover una alimentación consciente, libre de sufrimiento animal y con respeto por el medio ambiente. En esta entrevista para Agro Orgánica | Alimentos Saludables de Chile y el Mundo, exploramos los valores, desafíos y logros de su empresa.

## Transformando el Consumo Consciente y Sostenible en Chile y Más Allá

### Emporio Vive Vegano

### Entrevista a SEBASTIAN CAMPOS, CEO de Emporio Vive Vegano

**¿Qué te motivó a crear Emporio Vive Vegano, y cómo nació la idea de esta tienda en línea?**

Todo comenzó en 2020, cuando mi familia y yo, cada uno con distintas motivaciones, cambiamos nuestra alimentación. Cuando comenzamos Emporio Vive Vegano, no había muchas opciones de productos en los supermercados tradicionales (sólo hamburguesas) y tampo-



co había oferta online. Además, nuestro querido perro Duke sufría de alergias, lo que nos llevó a buscar alimento vegano hipoalergénico para él. Como consumidores le comprábamos a un emprendimiento que vendía por Instagram, pero cuando llegó la pandemia todo se complicó y ahí surgió la idea de hacerlo nosotros mismos, ya que tampoco había tiendas en el sector sur. Por eso partimos desde La Florida.

Hicimos una prueba vendiendo por Instagram y, tras una inversión mínima, creamos nuestro sitio web, el cual lanzamos a inicio del 2021. Mi vida personal también influyó: porque mi hijo nació con alergias alimentarias, lo que me llevó a buscar productos aptos para él. Así, fuimos ampliando nuestra oferta con productos sin gluten, sin lactosa, ecológicos, etc.

### ¿Cuál es la misión principal de Emporio Vive Vegano en el mercado de productos veganos y orgánicos?

En Vive Vegano, ayudamos a facilitar el acceso a productos veganos,

ecológicos y aptos para alérgicos a personas y empresas, privilegiando a productores locales, promoviendo un consumo ético, sostenible y saludable.

### ¿Cómo contribuye Emporio Vive Vegano a la promoción de una alimentación consciente y sostenible?

Un atributo muy importante de nuestro modelo de negocios, es que somos una vitrina para pymes, ya que la mayoría de nuestros productos son origen local, con lo cual, no solo apoyamos a pequeños emprendedores como nosotros, sino que también contribuimos al cuidado del medio ambiente ofreciendo productos de proximidad o kilómetro 0. Por otra parte, la gran mayoría de nuestros productos son sin sellos, para asegurar que son saludables.

### ¿Qué importancia tiene el respeto por los animales y el medio ambiente en su modelo de negocio?



Vivir vegano no es solo una dieta, es una forma de vida. En Emporio Vive Vegano, creemos que nuestras elecciones diarias de consumo tienen un impacto real en el bienestar animal y el medio ambiente. Nos esforzamos por ofrecer productos que respeten esos principios y facilitar el acceso a opciones éticas para todos.

### ¿Qué tipo de productos ofrecen y cómo seleccionan las marcas que comercializan en la tienda?

Primero nos preocupamos de ofrecer productos veganos, es decir, que no contienen ningún subproducto animal ni son testeados en ellos. Esto para nosotros es fundamental dado nuestro amor y respeto por los animales y también en la línea de contribuir a bajar las emisiones provenientes de la ganadería. Luego, cumpliendo esta característica, pueden ser productos orgánicos, sin gluten, sin lactosa, sin soya, ecológicos, etc. Atendiendo distintas necesidades de alimentación y consumo, que apuntan a la inclusión desde el punto de vista del acceso a estos productos y que evidentemente son un aporte para el cuidado del medio ambiente.

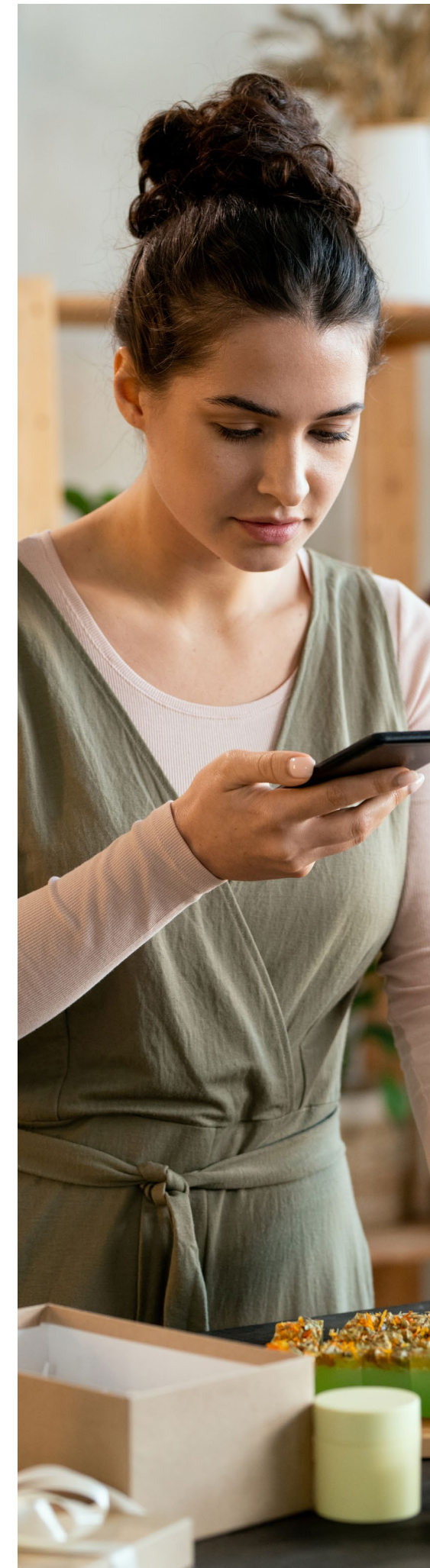
### ¿Qué tendencias actuales en el mercado de alimentos saludables consideran claves para el desarrollo de la empresa?

Actualmente, estamos trabajando mucho el canal Horeca, hemos experimentado una creciente demanda de restaurantes, hoteles, etc. Lo cual es un indicador de que este tipo de alimentación se está expandiendo y haciendo parte de cotidianidad de muchas personas, donde vemos que la tendencia es comer lo mismo de siempre, pero de manera más sostenible y saludable.

### ¿Cuáles han sido los principales desafíos al posicionar una tienda en línea con enfoque en productos veganos y orgánicos?

La verdad han sido muchos los problemas que hemos encontrado en el camino, pero los podría resumir en los siguientes:

1. **Disponibilidad:** El acceso a productos veganos y saludables sigue siendo limitado, a pesar del aumento de la oferta.





- 2. Transporte:** Contaminante, caro y poco eficiente. Sigue siendo un gran dolor de cabeza para muchos productores, tiendas y clientes.
- 3. Mercado inestable:** Las tiendas y productores surgen y desaparecen intermitentemente debido a la inestabilidad de un sector emergente.
- 4. Acceso a financiamiento:** El poco acceso a crédito limita el crecimiento, afectando la expansión y competitividad en un mercado emergente.
- 5. Greenwashing:** Existen tiendas "naturales" y productores con opción "plant based" usan estas etiquetas sólo como estrategia de marketing, sin resolver el problema real, que tiene que ver con el cambio climático.

### ¿Cómo manejan la educación del consumidor en cuanto a los beneficios de una alimentación libre de ingredientes animales, gluten y azúcar?

La verdad nos llegan muchas preguntas de ese tipo y sin ser nutricionistas o expertos en el tema, intentamos aconsejar a las personas en la elección de los productos que más le sirvan para su tipo de alimentación y disponer de toda la información nutricional necesarias en nuestro sitio web. También estamos trabajando, en hacer más publicaciones relacionadas con estos temas en nuestro blog y newsletter.



### ¿Qué prácticas sostenibles han implementado en la operación de la tienda?

Una acción muy concreta que realizamos desde nuestros inicios, es que reutilizamos gran parte del material de empaque de nuestros proveedores para hacer nuestros propios envíos y todo lo que se puede reutilizar, lo reciclamos. Además, también usamos bolsas compostables de maíz y utilizamos papel reciclado sin blanquear en las labores administrativas cuando es estrictamente necesario, ya que generalmente hacemos todo digital.

Con miras al futuro, nos encantaría poder implementar el uso de paneles solares para alimentar nuestras congeladoras y refrigeradores y tener un método de envío con vehículos eléctricos, para seguir mitigando nuestras emisiones.



### ¿Cómo visualizan el crecimiento de Emporio Vive Vegano en los próximos años y su impacto en el mercado chileno e internacional?

Buscaremos expandirnos primero por todo Chile y luego por LATAM, con tiendas físicas y con el e-commerce que es parte de nuestro ADN, implementando también una app propia para poder entregar más funcionalidades y personalización a nuestros clientes.

### En relación al Pabellón Orgánico y Sustentable organizado por AOA Chile en la Food & Service 2024, ¿qué experiencia te dejó tu participación?

Fue una instancia muy provechosa para hacer contactos con distintos actores de ecosistema y discutir sobre problemáticas que nos afectan a todos. Creo que una gran vitrina para que los emprendedores como nosotros podamos dar a conocer lo que estamos haciendo y conectar con personas que están trabajando en la misma dirección.

### ¿Qué aprendizajes o conexiones destacas de este evento que influyan en el futuro de Emporio Vive Vegano?

Destaco mucho la participación de chef reconocidos y de marcas que hacen productos novedosos desde Chile. También fue muy interesante el panel en el cual me tocó participar, dónde abordamos los



desafíos del sector desde distintos puntos de vista dentro de la cadena de producción y comercialización.

### ¿Qué mensaje le darías a las personas que están considerando adoptar un estilo de vida vegano o consciente?

Que es la mejor decisión que pueden tomar, ya que entre más seamos, más fuerza y posibilidades tenemos de poder mejorar el futuro de nuestro planeta.

### ¿Algún consejo para emprendedores interesados en ingresar al mercado de alimentos saludables?

Que pregunten sin miedo, en general toda la gente que trabaja en este rubro es muy amables y dispuesta a colaborar y enseñar. No se respira un ambiente de competencia, si no de trabajo colectivo por un objetivo común. Por supuesto, todos tienen las puertas abiertas para estar en nuestra tienda.

La conversación con Sebastián Campos, fundador de **Emporio Vive Vegano**, refleja cómo la innovación y el compromiso con la sostenibilidad pueden transformar la manera en que consumimos. Desde sus inicios, este emprendimiento ha facilitado el acceso a productos veganos, orgánicos y aptos para alérgicos, promoviendo un modelo de consumo consciente y ético que impacta positivamente a personas, animales y al planeta.

En un mercado desafiante, **Emporio Vive Vegano** se posiciona como una vitrina clave para pymes locales, alineando su oferta con tendencias actuales, como el desarrollo del canal Horeca y la necesidad de productos de cercanía.

La visión de Sebastián Campos va más allá: expandir su alcance por Chile y Latinoamérica, apostando por soluciones innovadoras como la implementación de una app y la incorporación de prácticas aún más sostenibles.

La participación en eventos como el **Pabellón Orgánico y Sustentable de la Food & Service 2024**, organizado por **AOA Chile**, ha sido clave para fortalecer su red de contactos y proyectar el futuro del sector. Campos destaca la colaboración entre actores y la importancia de unir esfuerzos en pro de una industria más transparente, ética y comprometida.

Emporio Vive Vegano no solo ofrece productos, sino que también inspira un estilo de vida consciente y accesible para todos. Su mensaje es claro: "Cada elección cuenta. Mientras más personas adoptemos este camino, mayor será nuestro impacto en el futuro del planeta".



## Líderes en CERTIFICACIÓN ECOLÓGICA

Cada vez son más las personas que buscan encontrar productos ecológicos que certifiquen su trazabilidad. Pero no solo la alimentación, usar productos cosméticos ecológicos, reducir la huella del agua y controlar la energía para que sea más limpia son cambios que nos permiten vivir de una forma más ecológica.

Hemos certificado más de:

**1.900.000 HECTÁREAS  
+ DE 17.500 PRODUCTORES  
Y CONSUMIDORES**



Certificación de Eco - Sostenibilidad y seguridad alimentaria



Certificación de alimentos ecológicos



Certificación de Cosmética



Certificación de Insumos



[www.caae.es](http://www.caae.es)



[caae-certificacion-agroalimentaria](https://www.linkedin.com/company/caae-certificacion-agroalimentaria)





# Innovación y Conciencia en el Mercado Orgánico de Chile



## Entrevista a *Santiago Nativo*

Fernando Villarroel es Ingeniero Comercial y Magíster en Dirección de Marketing. Hace tres años, inició un cambio radical en su vida, enfocándose en el autoconocimiento, la agricultura biointensiva regenerativa, sustentable y la restauración agroecológica.

En 2024, junto a su esposa y socia Janina Morales quién es Ingeniero Civil Industrial y MBA, adquirieron Santiago Nativo, un e-commerce que busca convertirse en el mayor referente en la comercialización de alimentos orgánicos en Chile y a nivel regional. Con una visión y liderazgo renovados, Fernando y Janina están impulsando un modelo de negocio que no solo fomenta el consumo responsable, sino que también apoya el desarrollo de prácticas agrícolas sostenibles y regenerativas en el país.

tivamente, existiendo en la actualidad miles de agricultores certificados en la producción orgánica. Esta etapa prometedora que estamos viviendo en Chile, va muy en línea con las tendencias de crecimiento a nivel regional y mundial, considerando variables como la superficie total certificada, producción y consumo. A medida que avanzamos hacia un futuro más consciente y responsable, el potencial del mercado orgánico en Chile se presenta como una oportunidad valiosa que merece atención y apoyo.

### Un Mercado en Expansión

**Hablando sobre el mercado interno de productos orgánicos en Chile, ¿cómo ves su crecimiento en los últimos años?**

El mercado orgánico en Chile ha experimentado un notable crecimiento en los últimos años. Según datos del Ministerio de Agricultura y de diversas entidades del sector, la superficie cultivada con productos orgánicos ha aumentado significa-

### Desafíos del Sector Orgánico

**¿Qué desafíos enfrentan los productores de productos orgánicos en Chile?**

Gran parte de los desafíos se centran en promover una mayor visibilidad y acceso a formas de financiamiento que tengan por finalidad facilitar el cultivo, costos de producción y certificación, competencia con los productos convencionales, cambios climáticos,



comercialización y conservación de sus producciones nobles con un alto valor nutricional. Sumado al desconocimiento de nuevas tecnologías y la aplicación de prácticas biointensivas, regenerativas y sustentables.

### Oportunidades para los Productores Nacionales

#### ¿Qué oportunidades crees que existen para los productores orgánicos nacionales?

Considerando que el mercado orgánico en Chile ha comenzado a ganar relevancia, impulsado por un cambio en los hábitos de consumo y por una mayor conciencia sobre la importancia de la producción agroecológica y orgánica responsable. En este sentido, el mercado orgánico en Chile en la actualidad presenta numerosas oportunidades para los productores orgánicos nacionales, de las cuales se destacan: impulsar la asociatividad para la exportación de productos orgánicos certificados, turismo

ecológico, adopción de innovación y tecnologías biodinámicas y el fortalecimiento de redes locales, etc...

### La Elección del Consumidor: Un Compromiso con la Salud y el Medio Ambiente

#### Finalmente, ¿Qué le dirías a los consumidores que aún no han incorporado productos orgánicos en su dieta?

Primeramente, que se fijen detenidamente en los productos que actualmente consumen y se sorprenderán de aquellos productos que dicen ser saludables, pero que en realidad están lejos de serlo, no se dejen engañar por productos que son perfectamente disfrazados de nutrición y sanidad, inclusive, muchos de ellos con sellos a la vista. Más bien, elijan adquirir una mayor conciencia sobre los insuperables beneficios de llevar una alimentación

basada en productos orgánicos libres de pesticidas y fertilizantes químicos, llenos de sabor, aroma, jugosidad y nutrición verdadera, que incrementarán sus niveles de inmunidad y calidad de vida. Además de que estarán contribuyendo con nuestros productores orgánicos repartidos en todo Chile, muchos de ellos, familias dedicadas a esta hermosa labor que realizan con dedicación, esfuerzo, pasión y amor.

### Food & Service 2024: Una Vitrina para el Sector Orgánico

#### ¿Qué importancia tiene para Santiago Nativo participar en Food & Service 2024 y cómo crees que esta feria contribuye al desarrollo del sector de productos orgánicos en Chile?

El Food & Service 2024, sigue siendo una

de las grandes vitrinas y aciertos en la promoción y desarrollo del sector de productos orgánicos en Chile. Cuenta con todo lo necesario para fortalecer redes locales e internacionales, su atractivo es significativamente valorado por todos aquellos que tuvimos el privilegio de vivirlo. Es esencial generar este tipo de instancias que ayudan a sensibilizar sobre el valor agregado de los productos orgánicos a medida que avanzamos hacia un futuro más consciente y responsable, el potencial del mercado orgánico en Chile se presenta como una oportunidad valiosa que merece atención y apoyo, y el Food & Service 2024 resultó ser uno de los imperdibles del sector de productos orgánicos.

La conversación con Fernando Villarroel deja en claro que el mercado orgánico en Chile tiene un potencial enorme

Entre desafíos como la certificación y la competencia con productos convencionales, y oportunidades como la asociatividad y el turismo ecológico, este sector sigue creciendo gracias a la dedicación de productores como los que Santiago Nativo representa.

Eventos como Food & Service 2024 son esenciales para seguir sensibilizando a la población y fortaleciendo las redes del sector. Desde Santiago Nativo, la apuesta es clara: promover un consumo consciente, sostenible y saludable, alineado con un futuro donde los productos orgánicos sean la norma y no la excepción.





# Manare:

## Sostenibilidad, Innovación y Salud en el Corazón del Mercado Orgánico en Chile

### Entrevista a **ALEJANDRA NAZARALA** Gerente Comercial Manare

Tuvimos el privilegio de conversar con Alejandra Nazarala, Gerente Comercial de Manare, una marca que ha sabido posicionarse como referente en el mercado de productos orgánicos y alimentos saludables en Chile. Con una misión clara y un fuerte compromiso con la sostenibilidad y el bienestar, Manare se dedica a ofrecer opciones responsables y de alta calidad para consumidores conscientes.

Alejandra nos comparte cómo la marca integra la sostenibilidad en su modelo de negocio, los desafíos y oportunidades del mercado orgánico, y la innovación que impulsa el desarrollo de sus productos estrella. Además, nos adelanta cómo visualiza la evolución de este segmento en los próximos años y cómo trabajan para hacer más accesibles sus productos a un público cada vez más amplio.

#### ¿Podrías contarnos sobre la misión y visión de tu empresa/ marca en el contexto del mercado orgánico y alimentos saludables?

Nuestra misión en Manare es promover un estilo de vida más saludable y consciente, ofreciendo productos naturales, orgánicos y sostenibles que contribuyan al bienestar de las personas y del planeta. Nuestra visión es convertirnos en una marca referente y que pueda inspirar a nuestros consumidores a elegir opciones responsables que impacten positivamente su salud y el medio ambiente.







buscamos minimizar nuestro impacto ambiental. También nos enfocamos en entregar productos con un alto nivel de calidad y fomentamos el bienestar ofreciendo productos que aportan beneficios reales a la salud y que están libres de ingredientes que perjudican la salud de las personas.

### ¿Qué impacto ha tenido el crecimiento del mercado de productos orgánicos en tu negocio?

El crecimiento del mercado orgánico ha sido clave para nuestro desarrollo. Hemos visto una mayor aceptación de productos saludables y orgánicos en Chile, lo que nos ha permitido diversificar nuestra oferta, expandir nuestra presencia en tiendas a lo largo de todo Chile y plataformas digitales, y consolidarnos como una marca confiable en el segmento.

### ¿Qué oportunidades y desafíos ha encontrado tu empresa en el mercado orgánico y de alimentos saludables? ¿y cómo los has superado?

Las oportunidades incluyen una creciente conciencia de los consumidores sobre la alimentación saludable y el aumento de canales de venta tanto presencial como online. Los desafíos, por otro lado, han sido transmitir al consumidor el valor y los beneficios de los productos orgánicos y competir en un mercado con costos más elevados.

Lo hemos superado con estrategias de comunicación claras y alianzas estratégicas con distribuidores y canales que comparten nuestros valores.

### ¿Cómo visualizas la evolución del mercado de productos orgánicos en los próximos años?

Creemos que el mercado seguirá creciendo, impulsado por consumidores cada vez más informados y preocupados por su salud y el medio ambiente. Hoy en día estamos enfocados en la innovación en productos funcionales y sostenibles y de fácil consumo. También sabemos que tenemos que lograr el acceso a precios más competitivos para alcanzar a un público más amplio.

### ¿Qué prácticas o tecnologías innovadoras estás utilizando para destacar en la industria?

En Manare estamos integrando la tecnología en nuestra operación para garantizar trazabilidad y transparencia. Además, estamos invirtiendo en el desarrollo de nuevos productos como suplementos funcionales, que combinan ingredientes naturales con beneficios específicos para la salud.

### ¿Qué productos clave posicionan a Manare como referente en el mercado orgánico y de alimentos saludables?

Nuestros productos estrella incluyen superalimentos como el Vinagre de manzana orgánico y el Té Matcha orgánico. Y también otros productos naturales como la Avena sin gluten, Mantequilla de Maní 100% natural y el Aceite de Coco orgánico, que fue uno de los primeros productos Manare.

### ¿Cómo trabajan para garantizar la accesibilidad de sus

### productos?

Trabajamos constantemente en alianzas con cadenas de supermercados, tiendas especializadas y plataformas online para garantizar que nuestros productos estén disponibles a nivel nacional. Además, buscamos opciones para optimizar costos y ofrecer precios competitivos sin comprometer nuestra calidad ni sostenibilidad.

La entrevista con Alejandra Nazarala nos deja un mensaje inspirador sobre el impacto positivo que las empresas pueden generar cuando integran la sostenibilidad y la calidad en el centro de sus operaciones. A través de productos como el Vinagre de Manzana Orgánico, el Té Matcha Orgánico y la Avena sin Gluten, Manare no solo ha ganado la confianza de sus consumidores, sino que también ha marcado la pauta en el mercado de alimentos saludables y orgánicos en Chile.

Con la mirada puesta en el futuro, Manare continúa innovando y buscando acercar sus productos a más personas, destacando la importancia de un consumo consciente y responsable. Alejandra nos recuerda que el crecimiento del mercado orgánico no solo es una oportunidad comercial, sino también una forma de cuidar nuestra salud y el planeta que habitamos.







# PROMOVEMOS un estilo de vida saludable

Libres de  
azúcar y  
glúten

Sin aditivos  
agregados

Alimentos  
Orgánicos y  
Sustentables



## Impulsando un Mercado Saludable Entrevista con **NICOLÁS VITTORI** de Bhumi Distribuidora

En esta edición, conversamos con **Nicolás Constantino Vittori Williams**, un emprendedor chileno que ha dedicado su carrera al mercado de alimentos saludables y veganos. Licenciado en Administración y Negocios de la Universidad Miguel de Cervantes, Nicolás es **gerente de Bhumi Distribuidora, una empresa que lidera la distribución de productos saludables en Chile**. Con una visión holística que integra la sustentabilidad y el bienestar, Nicolás nos comparte su experiencia en la industria, los desafíos que enfrenta y las tendencias que están marcando el futuro del mercado.

### El origen de Bhumi Distribuidora

#### ¿Cómo surge Bhumi y cuál es su visión?

Bhumi Distribuidora surge desde nuestra cercanía con el vegetarianismo y nuestro conocimiento de este mundo por más de 20 años. En los últimos seis años, hemos visto un desarrollo significativo en el mercado de productos veganos, pero también una falta de proveedores confiables. Notamos la necesidad de formalizar la comercialización y distribución de estos productos, tanto para las marcas

como para las tiendas. Nuestra visión es hacer que los productos saludables y veganos sean más accesibles, tanto en disponibilidad como en precio.

### Sustentabilidad como pilar del negocio

#### ¿Cómo integra Bhumi la sustentabilidad en su modelo de negocio?

“El impacto principal proviene de los propios productos vegetarianos, que tienen un consumo hídrico y de recursos significativamente menor. Además, promovemos el reciclaje en nuestras operaciones. Por ejemplo, reutilizamos materiales como cajas de cartón en lugar de fabricar nuevas. También trabajamos con productores nacionales para reducir la huella de carbono asociada a la importación de productos.”

**bhumi**  
distribuidora natural



## El consumidor chileno y su evolución

### ¿Cómo ves la evolución del consumidor chileno en relación a los productos veganos y orgánicos?

Hoy en día, el consumidor chileno es más joven y consciente. Las razones para optar por estos productos incluyen salud, protección animal y alergias. Aproximadamente un 12% de la población opta por productos saludables. Este consumidor está mejor informado y receptivo a productos funcionales, saludables y sabrosos. El mercado ha evolucionado en distribución y en la generación de marcas, lo que ha contribuido a esta tendencia.

### El rol de los pequeños productores

#### ¿Cómo trabajan con los pequeños productores locales



### y promueven la producción orgánica?

Trabajamos con muchos productores nacionales, pero el desarrollo de productos orgánicos enfrenta retos. En países como Brasil o Perú, el apoyo gubernamental es clave para impulsar estas iniciativas. Creemos que las cooperativas pueden ser una solución eficiente, pero es necesario un apoyo externo que incluya educación, organización y seguimiento. Esto permitirá que los pequeños productores logren ciclos de venta más estables y sostenibles.

### Innovación en el mercado saludable

#### ¿Cuáles son las innovaciones más interesantes en el mercado?

Destaco el desarrollo de sabores y texturas similares a productos cárnicos, utilizando exclusivamente ingredientes vegetales. Además, las empresas

están adoptando tecnologías que mejoran la eficiencia de sus procesos, desde la fabricación hasta la operación. Esto no solo incrementa la productividad, sino que también permite un equilibrio entre el trabajo y la vida personal.

### Expansión y retos logísticos

#### ¿Cuáles son los principales desafíos para abarcar todo Chile?

Actualmente, atendemos todo el país con transporte regional, pero nuestra logística propia se concentra en la Región Metropolitana y la Quinta Región. El mayor reto es escalar nuestra operación en términos logísticos, de ventas y administrativos. Esto requiere un equipo de trabajo más maduro y una estructura interna más eficiente.

Es crucial enfocarse en la organización y la administración. Muchas pymes fracasan por problemas de flujo de caja o falta de recursos. También es esencial estar atento a las tendencias del mercado y ser flexible ante cambios inesperados, como la pandemia. La preparación y la educación son fundamentales para enfrentar los retos del emprendimiento.

Nicolás Vittori es un claro ejemplo de cómo la pasión por un estilo de vida saludable puede convertirse en una carrera empresarial exitosa. Su compromiso con la sustentabilidad, la innovación y el desarrollo del mercado vegano en Chile lo posicionan como un referente en la industria. A medida que Bhumi Distribuidora sigue creciendo, Nicolás y su equipo continúan trabajando para hacer que los alimentos saludables sean una opción accesible y sostenible para todos.

### Tendencias futuras en el mercado vegano

#### ¿Qué tendencias dominarán el mercado en los próximos cinco años?

Los productos funcionales serán clave. Estos abarcan nuevas categorías, como galletas con menos ingredientes y sin aditivos químicos. Además, los precios de los productos veganos y saludables se acercarán a los de productos convencionales, haciéndolos más accesibles. Esto permitirá que más personas adopten opciones más naturales en su dieta diaria.

### Consejos para emprendedores

#### ¿Qué consejo les darías a las pymes que ingresan a este mercado?







# Transforma la CALIDAD y vida útil de tus papas

Ofrecemos soluciones innovadoras y efectivas para la mejora de la postcosecha de la papa, control de brotes y el mejoramiento de la dormancia. Nuestros productos están diseñados para satisfacer las necesidades del mercado interno, de exportación y de la industria alimentaria.

Optimización del Almacenamiento

Control Eficaz de Brotes

Reducción de Magulladuras por Presión

## 1,4 SIGHT®

Este tratamiento antigerminativo inhibe la brotación de las papas almacenadas, manteniéndolas libres de brotes y en óptimas condiciones durante más tiempo, disminuye el encogimiento y la susceptibilidad a magulladuras por presión, resultando en papas más firmes y atractivas para los consumidores.

## E-FRESH®

Además de probar métodos de aplicación y equipos para optimizar la aplicación de nuestros productos, hemos desarrollado un equipo de aplicación mejorado y tecnológicamente avanzado, registrado como E-FRESH®. Este equipo garantiza una distribución uniforme y eficiente de nuestros tratamientos, maximizando su efectividad y asegurando la calidad de las papas.

## Aplicaciones

**Mercado Interno:** El control de brotes mejora la calidad de las papas para el consumo interno. Las papas con pocos brotes son más atractivas para los consumidores y tienen una vida útil más larga.

**Mercado de Exportación:** El control de brotes también es esencial para cumplir con los requisitos de calidad de muchos países importadores, asegurando que las papas mantengan su calidad durante el transporte y almacenamiento.

**Industria Alimentaria:** Las papas con pocos brotes son más adecuadas para el procesamiento, ya que tienen una vida útil más larga y mantienen mejor sus propiedades organolépticas.

## Entrevista con **DIEGO GRANADO** de Ecovalia

Ecovalia es una asociación profesional que lidera la producción orgánica en España, con más de 30 años de trayectoria. Su compromiso con la sostenibilidad, la innovación y el desarrollo del sector orgánico los han posicionado como un referente en Europa y el mundo. En esta entrevista, Diego Granado, Secretario General de Ecovalia, nos comparte los logros, retos y objetivos de la organización, así como su visión sobre el futuro de la agricultura ecológica.

## Promoviendo la producción orgánica y la sostenibilidad

### La misión de Ecovalia

#### ¿Qué hace Ecovalia y cuál es su misión principal?

Ecovalia es la asociación profesional española de la producción orgánica, con más de treinta años de trayectoria. Integra a toda la cadena del sector orgánico: agricultores, ganaderos, industrias, transformadores, elaboradores, distribución y consumidores. En nuestro trabajo diario nos mueven valores como la integridad, el compromiso social, el respeto al medio ambiente y la responsabilidad. Nuestra misión se centra en desarrollar el sector orgánico con un enfoque global, así lo afrontamos desde la innovación y desarrollo, desde





la promoción, desde la formación y desde la representación de los intereses del sector.

## Proyectos y actividades actuales

### ¿Cuáles son las principales actividades y proyectos que están desarrollando actualmente?

En Ecovalia se llevan a cabo de forma continua proyectos dirigidos al desarrollo del sector, desarrollo que pasa por la profesionalización y apoyo a nuestros miembros o por el fomento del conocimiento y consumo de productos orgánicos.

Desarrollamos acciones para la mejora de las condiciones productivas del sector, participando en proyectos de I+D, nacionales e internacionales que persiguen la mejora tecnológica del sector, la creación de redes de innovación y conocimiento, o las afecciones de nuevos modelos como el Carbon Farming al sector orgánico.

Por otra parte, las capacitaciones son muy necesarias para la profesionalización del sector, para ello se dispone de una plataforma de formación digital: Campus Ecovalia,

desde donde se ofertan capacitaciones para todas las áreas del sector.

La promoción también es clave, apoyando a los miembros de Ecovalia en sus acciones comerciales mediante asistencia a ferias comerciales, mediante misiones comerciales o estableciendo redes de networking. Para fomentar el consumo, desde Ecovalia se promueven campañas publicitarias, concursos de productos orgánicos, degustaciones, acciones en centros escolares...

Y en materia de defensa de los intereses del sector, Ecovalia es el interlocutor de los productores orgánicos españoles ante los gobiernos regionales, el gobierno de España y la Unión Europea. Actuando en materia de políticas de promoción, normativa o ayudas públicas al sector. Para ello, además de la sede central en Sevilla (España), Ecovalia cuenta con una representación permanente en Bruselas.

## Evolución de la producción ecológica

### ¿Cómo ha evolucionado la producción ecológica en los últimos años, y qué rol ha jugado Ecovalia en ese

### crecimiento?

De las 4700 primeras hectáreas de 1991 a los casi 3.000.000 has actuales, la evolución del sector ha sido notable, tanto en superficie y número de productores como en innovación tecnológica, en comercialización o en cifras de consumo.

En los últimos años hemos asistido a una consolidación del sector como un factor a tener en cuenta en el escenario agroalimentario de los distintos países. En España, casi el 12% de la superficie es orgánica, en regiones como Andalucía, la más grande de España esta cifra se dispara al 30%.

La producción de

alimentos ha evolucionado en los últimos años, al igual que la respetuosa con el medio ambiente, sin utilización de sustancias químicas de síntesis y sin organismos genéticamente modificados; pero que en cierto modo es el sistema de producción más innovador, siendo pionera y aplicando innovaciones que han sido adoptadas por el sector convencional como, por ejemplo, el empleo de microorganismos en fertilización y lucha biológica.

La transformación y el consumo han



## Comercialización

evolucionado: nuevos productos, nuevos formatos, nuevas presentaciones. Hoy en día se puede encontrar en producción ecológica cualquier producto alimentario. La aplicación de los principios de la sostenibilidad al packaging también ha sido una tendencia en los últimos años. Y España, que ha sido siempre un país productor, se ha incorporado al consumo y este llega ya a los 3000 millones de euros, aún lejos de otros vecinos de Europa, pero con un crecimiento sorprendente en los últimos años en los que los productos orgánicos han llegado a las grandes cadenas de distribución.

Y Ecovalia ha estado muy presente en todos estos procesos, participando como elemento catalizador en proyectos de innovación en colaboración con Universidades y empresas. Apoyando la investigación desde hace más de 25 años mediante un premio internacional a la investigación con dotación económica. Haciendo incidencia política para la necesaria evolución normativa que permitiese el avance tecnológico. Sufragando estudios que pongan de relieve el papel de la producción orgánica en la lucha contra el cambio climático. Organizando y apoyando campañas y acciones para el fomento del consumo o estableciendo acuerdos con cadenas de supermercados para la promoción de alimentos ecológicos.

## Retos actuales de la agricultura ecológica

### ¿Cuáles son los mayores retos que enfrenta la agricultura ecológica en el contexto actual, tanto en España como a nivel internacional?



Un reto fundamental para el sector es la amenaza del greenwashing, el producto ecológico es un alimento respaldado por un reglamento oficial de la UE. El uso del concepto sostenibilidad como reclamo publicitario puede generar confusión en el consumidor que quiere ejercer un consumo más responsable pero que puede perderse en el maremágnum de sellos “verdes”.

El greenwashing no solo socava la confianza del consumidor, sino que también perjudica el verdadero movimiento ecológico, creando confusión y dificultando la toma de decisiones informadas. Para luchar contra el greenwashing tenemos que poner en evidencia que todo aquello que no esté regulado dentro de control oficial no es sostenible. Tenemos que continuar haciendo campañas de sensibilización que cuenten que el único sistema de producción alimentario sostenible de la Unión Europea es el ecológico, el de la Eurohoja.

## Colaboraciones internacionales

### ¿Existen colaboraciones internacionales o con Latinoamérica que esté liderando Ecovalia?

Ecovalia tiene una sede permanente en Bruselas, donde representa los intereses de sus miembros en la capital de Europa. Es miembro activo de IFOAM OE, también lo es de la Organic Trade Association en Estados Unidos. En relación con Hispanoamérica, hay que destacar con orgullo, que Ecovalia es miembro colaborador de CIAO, participando de forma activa en las actividades de esta organización, así como en acciones directas con los países miembros.

## Mirando al futuro

### ¿Cuáles son sus objetivos para el futuro cercano?



Desde Ecovalia nos marcamos como objetivos incidir en el desarrollo de la producción ecológica a través de acciones dinamizadoras como las compras públicas, el IVA reducido a los alimentos ecológicos o la puesta en valor del sello orgánico, como elemento de lucha contra el Greenwashing e igualmente conseguir que el Plan de Acción de la Producción Ecológica Europea se pueda desarrollar en España como en otros países de nuestro entorno.

### ¿Qué mensaje le gustaría enviar a quienes están interesados en contribuir a una producción más sostenible y respetuosa con el medio ambiente?

La sostenibilidad se ha convertido en el mantra de nuestra sociedad, que lo define todo y se aplica a todo. Los consumidores reclaman cada vez más este compromiso por parte de las empresas que, respondiendo a esta demanda, crean productos sostenibles, aunque a veces sean falsos sostenibles. Es por ello, por lo que en esta marea verde hay que hacer un esfuerzo didáctico importante para identificar los productos sostenibles de los falsos sostenibles.

En este escenario, la **producción ecológica** se presenta como el **único sistema reglado** -común a todos los miembros de la Unión Europea- que produce alimentos de manera **sostenible**, basado en respetar los ciclos biológicos y los tiempos de producción, no utilizar sustancias químicas de síntesis y dar un valor añadido. Hablamos de un sistema agrónomicamente productivo, económicamente rentable y climáticamente necesario.

### ¿Cómo puede la gente involucrarse o apoyar las iniciativas de Ecovalia?

La mejor manera de involucrarse en las iniciativas de Ecovalia es hacerse miembro de nuestra entidad, a través de la web **www.ecovalia.org** y por supuesto, consumiendo alimentos orgánicos.

La conversación con Diego Granado refleja cómo Ecovalia, con su trayectoria y compromiso, ha liderado la transformación hacia un modelo de producción más sostenible, marcando la pauta para el sector ecológico en España y más allá. Esta visión, que combina innovación, colaboración internacional y defensa de la sostenibilidad, resuena profundamente con los valores que AOA Chile promueve en cada una de sus ediciones. En este contexto global, la agricultura ecológica no solo es una respuesta a los desafíos ambientales, sino también una apuesta por un futuro donde la producción y el consumo sean responsables y conscientes.







## Espacio Regenera

# Transformando la Cultura del Consumo Sostenible

## Entrevista a Patricio Podstudensek

Espacio Regenera es un proyecto dedicado a promover la sostenibilidad y la regeneración ambiental y social a través de la comercialización de productos que priorizan la calidad, el impacto positivo en el medio ambiente y las prácticas éticas en su producción. Su enfoque no solo está en ofrecer alimentos y pro-

ductos libres de químicos o procesados de manera sostenible, sino también en educar y generar cultura sobre temas relacionados con la alimentación consciente, la salud integral y el cuidado de la tierra. Además, buscan posicionarse como un intermediario confiable entre productores responsables

y consumidores interesados en prácticas regenerativas, promoviendo una visión más holística y profunda de la sostenibilidad.

También organizan actividades como talleres, charlas y eventos culturales para fortalecer esta misión y fomentar cambios significativos en los estilos de vida y en la conexión con la naturaleza y la alimentación. Se han consolidado en Chile para quienes buscan productos de calidad, sustentabilidad y un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente. Conversamos con uno de sus fundadores, quien nos compartió cómo nació esta iniciativa, los desafíos que enfrentan y su visión para un futuro más consciente y regenerativo.

## Los orígenes de Espacio Regenera y sus valores

### ¿Cómo nació Espacio Regenera y qué valores lo impulsan?

Nació del interés de acercar a las personas no solo productos de calidad, sino también con un origen que cuide el impacto social y ambiental. Además, buscamos ser un filtro de confianza para los consumidores, seleccionando productos y educando al público en torno a estos temas. Nuestro enfoque es comunicar y generar cultura alrededor de la sustentabilidad.

### Impacto en la sostenibilidad y logros

## alcanzados

### ¿Cuál ha sido el mayor logro hasta ahora en términos de impacto en la sostenibilidad?

Uno de los mayores logros ha sido seleccionar productos elaborados por empresas o productores comprometidos con una agricultura y ganadería limpia. Aunque no es completamente medible, hemos logrado priorizar proveedores que cumplen criterios de sustentabilidad y regeneración. Este concepto va más allá de lo sustentable, buscando que los suelos y el ambiente mejoren con el tiempo.

Hemos jugado un rol clave como intermediarios, conectando productores





con consumidores y asegurándonos de que los productos tengan trazabilidad y confianza. A pesar de no conseguir todo certificado, conocemos a los productores y verificamos que sus métodos sean responsables.

## Relación entre productores y grandes empresas

### Desde tu perspectiva, ¿cómo debería evolucionar esta relación?

Lo principal es un cambio cultural. Es necesario entender el impacto real de lo que producimos y consumimos. Por ejemplo, instalamos paneles solares, que son simbólicos de sustentabilidad, pero la clave está en usar eficientemente la energía.

Por eso tenemos una librería donde hay unos títulos temáticos, pero todos orientados justamente a generar cultura en torno al alimento, a la salud, al cuidado de la tierra, inclusive en agricultura, ganadería, ecología, pero también de cuidado del ser humano, desde el embarazo hasta todo el proceso de desarrollo de educación.

Entonces creemos que

va mucho por ahí, por realmente transformar la cultura desde cuestionar todo y aprender tanto de otras culturas que se han mantenido en el tiempo para poder ir un poquito más allá, porque si no muchas veces la conversación queda muy superficial y se hablan de cosas que no se están realmente viviendo ni aplicando, entonces tiene que haber ese paso más allá.

## Actividades culturales y educación para la sustentabilidad

### ¿Cuándo comenzarán las actividades culturales que mencionaste?

Ya hemos realizado algunas actividades en noviembre y diciembre, y nuestra proyección es intensificarlas en marzo, para eso ya tenemos exponentes y empresas interesadas en colaborar.

Por ejemplo, planeamos jornadas temáticas como cuidado dental con profesionales asociados, que son proveedores nuestros de pastas dentales naturales y orgánicas y también trabajan con otros profesionales y la idea es, por ejemplo, en este día

hacer una jornada como relativa al cuidado dental y así con varios temas. Por ejemplo también el lanzamiento de un café que tenemos nosotros y después del lanzamiento vamos a hacer un curso de filtrado y métodos de café como pensado en el público general. Entonces ahí vamos a tomar café en marzo y abril. Y bueno, así varias cositas con el tema de los hongos adaptógenos también y el tratamiento con psilocibina, entonces como que hay varios temas ahí que vamos a estar tratando muy bien.

## El cuidado de la salud y el cambio en el estilo de vida: un enfoque holístico

### ¿Qué tendencias serán clave en los próximos años?

El cuidado de la salud y el cambio en el estilo de vida que es lo que nos enfocamos nosotros, que son fundamentales. Esto incluye no solo alimentos limpios, sino también nutrición adecuada y equilibrada. Hay que superar las modas y creencias superficiales, enfocándonos en la ciencia y el conocimiento ancestral para

lograr una alimentación que realmente beneficie al cuerpo y al ambiente.

Hoy en día, enfrentamos un aumento alarmante de problemas de salud, y esto está directamente relacionado con dos factores principales: cómo nos alimentamos y cómo vivimos. Por ello, promovemos una visión holística que no solo abarca alimentos limpios, sino también opciones que verdaderamente nutran el cuerpo y sean fisiológicamente saludables.

Por ejemplo, fomentamos el consumo de alimentos ricos en proteínas y grasas saludables, mientras mantenemos un nivel adecuado de carbohidratos y azúcares. Este enfoque no se trata de seguir modas o tendencias pasajeras, sino de combinar la ciencia, el conocimiento validado y las tradiciones culinarias ancestrales que respaldan un estilo de vida más equilibrado.

En definitiva, nuestro propósito es avanzar hacia una comprensión más profunda y genuina de lo que significa vivir de manera saludable, trascendiendo creencias superficiales y modas actuales.

## Desafíos en el mercado





chileno

### ¿Cuáles son los principales desafíos que enfrentan como empresa y cómo los superan?

Uno de los mayores desafíos es la competencia, especialmente de plataformas en línea como Mercado Libre, que ofrecen precios difíciles de igualar. Aunque también nos diferenciamos al ofrecer productos únicos que no se encuentran fácilmente, también nos enfocamos en construir confianza y mantener una selección rigurosa de lo que vendemos.

### Participación en la feria Food & Service 2024

### ¿Qué rol cumplen eventos como Food & Service en el cambio que promueven?

Estos eventos son clave para conectar marcas y productores, promoviendo la transparencia y el trabajo conjunto. Nos permiten aprender, plantear dudas y compartir experiencias cara a cara, lo que enriquece la discusión y fomenta la colaboración.

### Consejo para emprendedores

### ¿Qué consejo le darías a emprendedores que buscan incorporar prácticas más sostenibles?

El primer paso hacia la sustentabilidad es informarse y formarse. Es fundamental ir más allá de la información superficial y profundizar en el análisis, cuestionando lo que realmente significa ser sustentable. Muchas veces, las percepciones que tene

### Comercialización

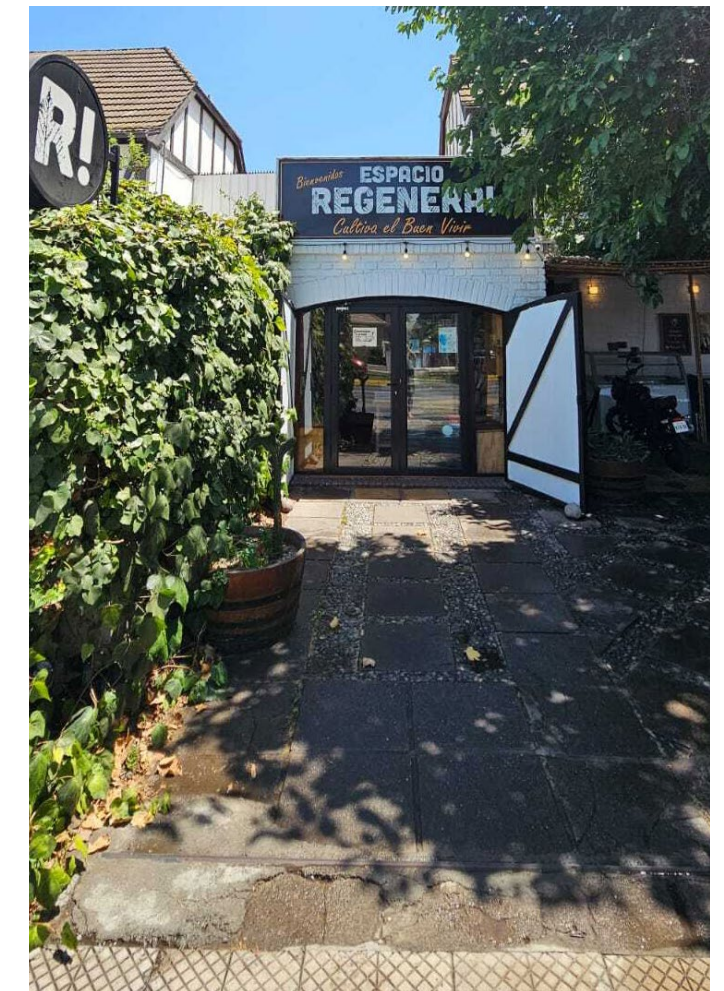
mos están limitadas y sesgadas por la información masiva que recibimos.

Por ejemplo, los autos eléctricos suelen promocionarse como una alternativa sustentable y ecológica, pero si investigamos a fondo, encontramos que en algunos casos pueden ser incluso más perjudiciales para el medioambiente que los vehículos convencionales. Este tipo de reflexiones nos invita a ser críticos y juiciosos con lo que creemos saber, indagando más allá de lo evidente.

Es crucial comprender que lo sustentable también puede ser rentable, y comunicarlo de manera efectiva es un paso esencial. Al hablar de estos temas y crear una cultura que valore la sustentabilidad, se fomenta un entorno donde cada vez más personas aprecian y respaldan estas iniciativas. Usar la sustentabilidad como un distintivo no solo refuerza su valor, sino que también contribuye a transformar

hábitos y perspectivas a nivel social. Espacio Regenera es un ejemplo de cómo una empresa puede trascender el concepto de sustentabilidad, promoviendo regeneración y educación cultural. Su compromiso con una producción consciente y su visión holística del consumo son inspiradores para quienes buscan transformar la manera en que vivimos y cuidamos nuestro planeta. Desde Revista Digital AOA Chile, agradecemos su valioso tiempo y mirada hacia un futuro más sostenible.

## ESPACIO REGENERA!





# Conoce más de nuestro **Pabellón Orgánico y Sustentable**

## Espacio Food & Service

**AOA Chile** ha sido un gestor clave en la promoción de la agricultura orgánica y sostenible, y ha liderado importantes iniciativas como la Expo Orgánica en Ñuble 2023 y el Pabellón Orgánico & Sustentable 2024, impulsado en Espacio Food Service.



# 2025

El éxito del Pabellón Orgánico & Sustentable 2024 nos inspira a proyectar un **evento más grande y más ambicioso en 2025**. Estamos listos para ofrecer un **espacio interactivo y atractivo que monetice oportunidades y promueva alianzas estratégicas entre empresas, instituciones públicas y profesionales del sector**.



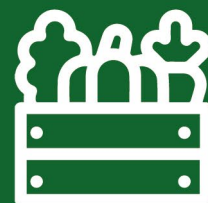
# 2025

Nuestro objetivo es **expandir este éxito**, creando un evento aún más impactante, atrayendo a empresas e instituciones públicas que deseen monetizar su participación y alinearse con un **mercado en constante crecimiento**.

Estas actividades han marcado un antes y un después en la industria alimentaria, proyectando a **AOA Chile** como un **referente en la creación de espacios que fomentan la comercialización de productos orgánicos y la sostenibilidad**.

# Impacto

## del Pabellón Orgánico y sustentable 2024



## Principales Logros

Presencia de más de  
**22 Expositores**

Participación de  
**45 Panelistas y Chefs**

Asistencia con más de  
**35 mil Visitantes**

**AOA Chile**, al liderar esta iniciativa, logró **atraer a profesionales clave del sector**, quienes reconocieron la relevancia de incluir productos orgánicos y sostenibles en sus propuestas comerciales.





# Transformando la ALIMENTACIÓN desde la tierra



## Entrevista a *Santiago Nativo*



En tiempos en que la sostenibilidad y la alimentación saludable toman cada vez más relevancia, Santiago Nativo se posiciona como un proyecto inspirador. Fundado por una pareja que decidió cambiar su vida por completo durante la pandemia, esta iniciativa busca acercar productos orgánicos y libres de químicos a las familias de Santiago, promoviendo un estilo de vida más consciente y sostenible. En esta entrevista, conocemos la historia detrás de este emprendimiento, los desafíos que enfrentan y las metas que los impulsan a seguir creciendo.

### Origen del proyecto: Un cambio de vida radical

**¿Cómo surgió la idea de Santiago Nativo y cuál fue la principal motivación para iniciar este proyecto?**

La idea surge producto de un cambio radical en nuestras vidas. Estuvimos cerca de 15 años trabajando para la banca e instituciones financieras, y a mediados de la pandemia, tomamos mi finiquito de trabajo y con toda la fé en Dios compramos una parce-

la en la localidad de San Francisco de Mostazal, allí iniciamos una nueva etapa de vida junto a mi esposa Janina que nos condujo al autoconocimiento de la agricultura biointensiva regenerativa, sustentable y la restauración agroecológica. Nuestra principal motivación para iniciar este proyecto fue el testimonio de Janina, la cual a través de un cambio en su alimentación, de una convencional a una alimentación principalmente basada en alimentos orgánicos, pudo encontrar sanidad física y desprenderse de toda la medicación química que le suministraban los médicos para el tratamiento de una enfermedad autoinmune.





## Inspiración para una alimentación consciente

### ¿Qué les inspiró a enfocarse en la distribución de productos orgánicos y libres de químicos?

Nuestra inspiración en la distribución de productos orgánicos y libres de químicos, está sustentada en lograr acercar a las familias ciudadinas, sanidad y conciencia con el medio ambiente a través de una variada oferta de productos orgánicos, naturales y libres de químicos, alimentación desde nuestros proveedores sustentables y que realizan prácticas de producciones limpias.

### Calidad, frescura y conexión con los productores

#### ¿Qué tipo de productos ofrece Santiago Nativo y qué características los hacen únicos en el mercado?

En [www.santiagonativo.cl](http://www.santiagonativo.cl) podrán encontrar una novedosa y selectiva variedad de productos orgánicos, naturales y sustentables en constante renovación y desarrollo.

#### ¿Cómo aseguran la calidad y frescura de los productos que entregan a domicilio?

Buscamos productores sustentables que obtengan sus cosechas el mismo día de nuestros repartos.

#### ¿Cuál es el proceso para seleccionar a los productores locales con los que trabajan?

Lo fundamental es conocer que sus

productos corresponden a producciones limpias y que estén certificados o en proceso de certificación.



### ¿Qué importancia le otorgan a la certificación orgánica de los productos y cómo apoyan a los productores que aún no cuentan con ella?

Es muy importante para nosotros que los productos cuenten con certificación orgánica, sin embargo, aún existen productores que trabajan de forma orgánica y no cuentan con el financiamiento y el conocimiento para enfrentar un proceso de estas características.

### Impacto y educación para los consumidores

#### ¿Cómo contribuye Santiago Nativo al fomento de una alimentación saludable y consciente en los hogares?

Es muy importante para nosotros que los productos cuenten con certificación orgánica, sin embargo, aún existen productores que traba

jan de forma orgánica y no cuentan con el financiamiento y el conocimiento para enfrentar un proceso de estas características.

#### ¿De qué manera promueven la armonía con el ecosistema a través de sus procesos y prácticas?

Perseguimos incansablemente fomentar las mejores prácticas en cuanto a reciclaje, compostabilidad y sustentabilidad.

#### ¿Cómo perciben la respuesta de los consumidores hacia una alimentación más saludable y sostenible?

Aún carece de un mayor conocimiento, empoderamiento y convicción por avanzar en este estilo de vida, producto de la gran presencia comunicacional y accesibilidad de los productos ultraprocesados.



## ¿Qué impacto ha tenido Santiago Nativo en las comunidades de productores locales con las que trabajan?

Creemos y apoyamos la tremenda labor que hacen nuestros productores sustentables y contribuimos en dar visibilidad y continuidad a sus cosechas orgánicas.

## ¿Qué estrategias utilizan para educar a sus clientes sobre los beneficios de los productos naturales

## y libres de químicos?

Difusión de recetas, testimonios, propiedades, beneficios, participamos de actividades que estén alineadas a nuestros valores de Santiago Nativo, entre otras...

## Desafíos y visión de futuro

### ¿Cuáles han sido los mayores desafíos al promover productos orgánicos y locales en Santiago?

La centralización de los productos y la conservación de los mismos.

## ¿Cómo visualizas la evolución de Santiago Nativo en los próximos años?

Como un referente en la promoción, comercialización y producción de productos orgánicos innovadores.

### ¿Qué nuevos proyectos o iniciativas tienen en mente para seguir impulsando la alimentación saludable y el apoyo a la producción local?

Son varios los proyectos o iniciativas que tenemos en nuestra planificación. Pero hay uno en particular que nos tiene muy entusiasmados que es la generación de productos orgánicos y naturales con marca propia y la apertura de un canal de distribución con cero emisión de huella de carbono.

### ¿Qué te motiva a seguir adelante con Santiago Nativo y cuál ha sido el mayor aprendizaje en este camino?

Nuestra motivación es poder difundir e impactar significativamente en la calidad de vida de familias y las nuevas generaciones a través del consumo de productos orgánicos y naturales.

### ¿Qué mensaje te gustaría transmitir a los lectores interesados en adoptar un estilo de vida más consciente y sostenible?

Estamos convencidos que podrás incrementar significativamente tus niveles de inmunidad, vitalidad, sanidad y calidad de vida.

En Santiago Nativo, la pasión por la alimentación saludable va más allá del negocio: es un compromiso con el medio ambiente, las nuevas generaciones y la calidad de vida de las familias. Este proyecto demuestra que con determinación y enfoque es posible transformar la relación entre las personas y los alimentos, conectándonos con lo esencial: la tierra y su cuidado. Si deseas explorar una alimentación consciente, recuerda que pequeñas acciones hoy pueden marcar la diferencia en el futuro.







# Ingredientes Orgánicos

al alcance de tu mano



Entregas a  
domicilio



Productos  
directos  
del campo



Haz tu pedido



santiagonativo



www.santiagonativo.cl



# SKY

**es reconocida por cuarta vez como la mejor low cost de Sudamérica en ranking de aviación mundial.**

La compañía fue catalogada como la Mejor Aerolínea Low Cost de Sudamérica, en el ranking de Skytrax, cuyos resultados se han convertido en los premios "Oscar" de la industria aeronáutica.

SANTIAGO, 24 de junio de 2024.- **SKY** fue reconocida por cuarta vez como la "Mejor Aerolínea Low Cost de Sudamérica" en los **World Airline Awards**, organizados por la calificadora de transporte aéreo Skytrax y que son considerados los premios "Oscar" de la industria aeronáutica.

Los premios son resultado del procesamiento de 21,42 millones de encuestas online válidas en total, tras un riguroso análisis. Clientes de más de 100 nacionalidades participaron en la encuesta entre septiembre de 2023 y mayo de 2024.

En la ceremonia, celebrada en el prestigioso hotel Fair-

mont Windsor Park, ubicado en Reino Unido, Holger Paulmann recibió el premio en nombre de la aerolínea. **"Este premio es muy especial ya que refleja la opinión de nuestros propios pasajeros en un momento en el que hemos logrado un crecimiento importante, con**



presencia en 9 países de América, y nos motiva a continuar mejorando nuestra propuesta de valor. Este año, lanzamos nuestro programa de fidelidad con el que entregamos diversos beneficios a nuestros pasajeros por volar con nosotros. Seguiremos trabajando para convertirnos en la aerolínea preferida de Latinoamérica” señaló el Presidente de SKY.

Por su lado, Edward Plaisted, CEO de Skytrax, dijo: “Felicitamos a SKY Airline por este fabuloso logro de

#### Comercialización

ganar el premio a la Mejor Aerolínea de Bajo Costo en Sudamérica, y esta es la cuarta vez que ganan este reconocimiento. Este éxito y validación por parte de los clientes debería ser motivo de gran orgullo para la dirección y el personal de SKY Airline.”

Cabe destacar que esta es la cuarta vez que la línea aérea recibe el galardón como mejor low cost de la región, tras ganarlo en el 2018, 2019 y 2022.



SKY

## MEJOR AEROLÍNEA LOW COST DE SUDAMÉRICA



Orgullosamente  
elegidos por ti.

SKYAIRLINE.COM



# Francal Feiras

## Entrevista a VALESKA OLIVEIRA



En esta edición, contamos con la destacada participación de Valeska Oliveira, representante de Francal Feiras, organizadora de eventos como Bio Brazil Fair|Biofach America Latina. En esta conversación, exploramos la misión y visión de Francal en el contexto del mercado orgánico, así como su impacto en la sostenibilidad, la innovación y el crecimiento de este sector en América Latina.

### ¿Podrías contarnos sobre la misión y visión de Francal en el contexto del mercado orgánico y de alimentos saludables?

La misión de Francal, como organizadora de eventos como la Bio Brazil Fair|Biofach America Latina, es promover el desarrollo de la industria de alimentos orgánicos y saludables, creando un espacio para la conexión entre productores, proveedores, consumidores y otros actores clave. Nuestra

# Entrevistas destacadas



visión es ser un punto de referencia en América Latina para el mercado orgánico, apoyando la sostenibilidad, la salud y la innovación en la industria alimentaria. A través de nuestros eventos, buscamos sensibilizar al mercado sobre la importancia de consumir productos que no solo benefician la salud humana, sino también la salud del planeta.

### ¿Cómo integra Francal la sostenibilidad en la planificación y desarrollo de sus eventos?

La sostenibilidad está en el núcleo de nuestra planificación. Desde la selección de proveedores que cumplen con prácticas responsables hasta la implementación de estrategias de reciclaje y reducción de residuos en nuestros eventos, cada aspecto está alineado con principios ecológicos. En la Bio Brazil Fair | Biofach America Latina, nos aseguramos de promover empresas que trabajen con prácticas agrícolas regenerativas, procesos de producción de bajo impacto y que fomenten la economía circular. También implementamos sistemas de transporte ecológicos y buscamos reducir el uso de plásticos, promoviendo materiales biodegradables y reutilizables.



## impactado el crecimiento del mercado de productos orgánicos en su negocio?

El crecimiento del mercado de productos orgánicos ha sido un factor clave en el aumento de la participación y el interés en nuestros eventos. Hemos observado un incremento constante en la demanda de productos que sigan estándares orgánicos, lo que ha generado un entorno de negocio más dinámico. Esto nos ha permitido atraer a una audiencia más amplia, tanto nacional como internacional, y diversificar la oferta de expositores en nuestras ferias. También ha motivado la creación de nuevas iniciativas dentro de la industria, fomentando la innovación y el crecimiento de empresas que hoy son actores clave en el mercado.

## y desafíos han enfrentado en el mercado de alimentos orgánicos, y cómo han logrado superarlos?

Un desafío importante ha sido la falta de educación y conocimiento en el consumidor final sobre los beneficios de los productos orgánicos. Para superar esto, hemos trabajado en crear espacios educativos dentro de nuestras ferias, con conferencias, demostraciones de productos y talleres. En cuanto a las oportunidades, el creciente interés en la salud y el bienestar, especialmente después de la pandemia, ha acelerado la demanda de productos más naturales y sin aditivos químicos. Además, la tendencia hacia una mayor conciencia medioambiental ha impulsado la industria orgánica.

La clave para superarlo ha sido mantenernos a la vanguardia, adaptando nuestros eventos a las necesidades del mercado y fomentando la cooperación entre todos los sectores involucrados.

## Desde la perspectiva de Francal, ¿cómo visualizas la evolución del mercado orgánico en América Latina en los próximos años?

La proyección es muy positiva. En los próximos años, el mercado de productos orgánicos en América Latina crecerá significativamente, impulsado por una mayor conciencia de los beneficios para la salud y el medio ambiente. Sin embargo, aún hay mucho por hacer en términos de educación al consumidor y de la mejora de las infraestructuras de producción y certificación

en algunos países. Para fortalecer el mercado, se deberían mejorar las cadenas de distribución y la logística, así como fomentar políticas públicas que faciliten el acceso de pequeños productores a la certificación orgánica y a los mercados internacionales.

## ¿Qué oportunidades ofrece Bio Brazil Fair | Biofach America Latina a empresas internacionales, especialmente a las chilenas, interesadas en expandirse a Brasil?

Las empresas chilenas que buscan expandirse a Brasil pueden beneficiarse de la visibilidad que les ofrece Bio Brazil Fair | Biofach America Latina. El evento les permite conectarse directamente con importadores, distribuidores y retailers brasileños, así como con otros actores clave en la industria orgánica. Además, al estar Brasil en el centro de una región estratégica, las empresas chilenas pueden utilizar este evento como punto de entrada para toda América Latina. También es una excelente oportunidad para establecer relaciones comerciales y entender mejor las regulaciones del mercado local.

## ¿Qué mensaje final te gustaría transmitir a los lectores chilenos interesados en el mercado brasileño e internacional?

El mercado brasileño ofrece grandes oportunidades, pero requiere una comprensión profunda de la cultura

que aprovechen las oportunidades de networking en eventos como Bio Brazil Fair | Biofach America Latina, investiguen bien sobre las normativas y estándares brasileños y busquen colaborar con productores y distribuidores locales para facilitar la entrada en este mercado. La clave del éxito en Brasil radica en la adaptación y la perseverancia.

Agradecemos a **Valeska Oliveira** por compartir su valiosa experiencia y visión sobre el mercado orgánico en América Latina. La Bio Brazil Fair | Biofach America Latina se presenta como una plataforma clave para impulsar negocios sostenibles y fortalecer conexiones entre actores nacionales e internacionales en la industria. Para las empresas chilenas y de la región, eventos como este son una oportunidad única para crecer, innovar y contribuir a un futuro más saludable y consciente. ¡El futuro del mercado orgánico en América Latina promete ser sostenible y lleno de posibilidades!





Acompáñanos en la



11 al 14  
de Junio

10h - 20h

Distrito Anhembi,  
São Paulo, Brasil

Días 11 y 12 de 10h a  
13h Exclusivo para  
visitantes profesionales.

A partir de las 13h  
Acceso al público  
general.

**Feria Lider**  
en productos orgánicos  
y naturales en América  
latina

Más de  
**1.700 marcas**  
**760 expositores**

El evento más importante  
del mercado orgánico en  
Brasil y América Latina.

Este encuentro es esencial  
para profesionales en busca  
de innovación, sostenibilidad  
y nuevas oportunidades de  
negocios en el sector de  
productos orgánicos.

Más de  
**57,000 visitantes**

Más información  
y registro  
[www.biobrazilfair.com.br](http://www.biobrazilfair.com.br)

Ruta Orgánica

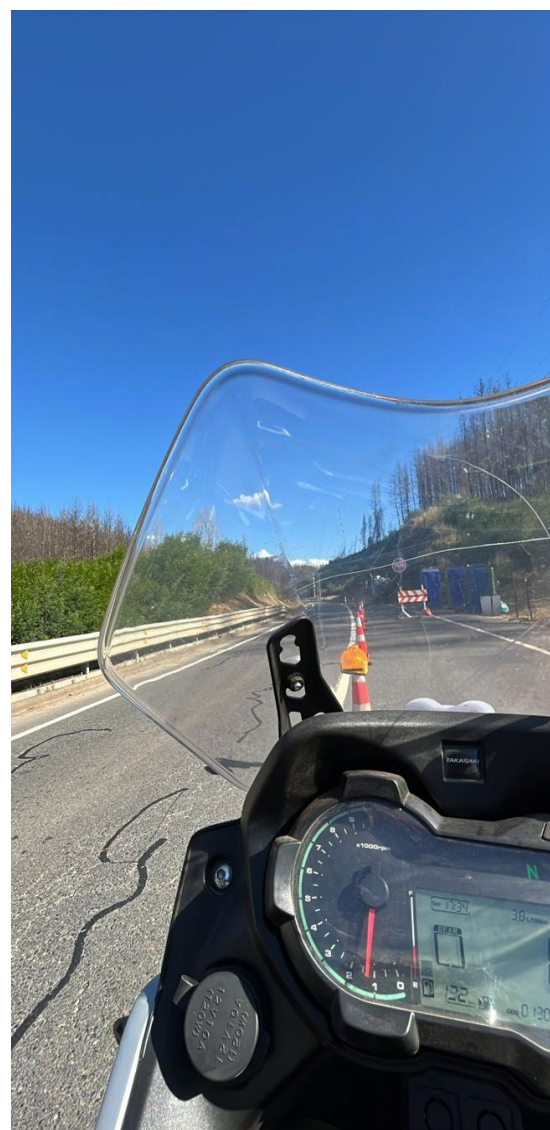


Ruta Orgánica

## Ruta Orgánica y Sustentable en Moto

En 2024, AOA Chile dio inicio a un proyecto único y transformador: **La Ruta Orgánica y Sustentable en Moto**. Esta iniciativa busca conectar a productores, consumidores y municipios comprometidos con la agricultura orgánica, ofreciendo un recorrido único por diversas regiones del país que destacan por su potencial agrícola y su enfoque sustentable.





## El recorrido comenzara en la Región Metropolitana, abarcando 18 municipios rurales que sobresalen por sus prácticas agrícolas orgánicas

y su compromiso con la conservación del medio ambiente, llevando educación y visibilidad a las comunidades agrícolas y a los productores que practican la agricultura orgánica y regenerativa.

Durante el recorrido que hará Rodrigo Rojas, fundador de AOA Chile, se realizarán **micro documentales quince-nales** que se comenzarán a grabar las primeras semanas de enero y que saldrán al público en marzo, sobre las visitas a los agricultores y **activaciones de marca** que permitirán a las empresas conectarse directamente con un público alineado con los valores orgánicos. Además, recolectaremos datos relevantes que contribuirán a la creación de una base de datos estadística sobre los productores del sector.

Durante el recorrido también se generarán **activaciones de marca** en diversas localidades, brindando a las empresas una oportunidad única de conectar con un público comprometido con el cuidado del medio ambiente y la alimentación saludable.

La Ruta no solo busca ser una **vitrina móvil** para productos orgánicos y sustentable, sino también una herramienta educativa que **informe y sensibilice a los consumidores** sobre los desafíos



desafíos que enfrentan los agricultores orgánicos y sustentable, al mismo tiempo que capacita a los productores en **prácticas sostenibles** y en **cómo superar obstáculos en sus cultivos**.

En la reciente feria **Fruit Trade 2024**, tuvimos el agrado de conectar con empresas interesadas en el sector orgánico y sostenible, promoviendo la innovadora "Ruta Orgánica y Sustentable en Moto". A través de estas interacciones, creamos colaboraciones estratégicas, conectando tanto con empresas de compradores nacionales e internacionales como con empresas de ventas de insumos orgánicos, servicios de energías renovables, proveedores de servicios, entre otras relacionadas a este rubro.

Nos encantaría contar con ustedes como parte activa de esta ruta, siguiéndonos y apoyándonos. Creemos que su participación enriquecerá este recorrido, generando colaboraciones estratégicas y aumentando la visibilidad de su marca en un mercado en crecimiento.

¡Prepárate para ser parte de este viaje hacia un futuro más sustentable!



## La aventura Orgánica

**En Zonas Rurales**

Conéctate con la esencia de nuestro continente y descubre el trabajo de agricultores comprometidos con la alimentación Saludable.



f i in [www.aoachile.com](http://www.aoachile.com)



# Un Viaje Sostenible sobre Dos Ruedas

## Mensaje de Rodrigo Rojas

En la edición de este mes de la revista digital de AOA Chile, tenemos el placer de conocer de cerca el proyecto innovador y transformador que está tomando las carreteras y los corazones de quienes buscan un futuro más saludable y respetuoso con el medio ambiente.

**Rodrigo Rojas Cheuquenao**, fundador de AOA Chile, nos comparte su visión detrás de la **Ruta Orgánica y Sustentable en Moto**. Un proyecto que combina la pasión por las motocicletas, la agricultura orgánica y la sostenibilidad, a través de un recorrido que busca visibilizar a quienes trabajan día a día para preservar la tierra y promover la salud.

A lo largo de esta entrevista, Rodrigo nos revela las motivaciones iniciales, las metas y los desafíos de esta ruta que no solo conecta geografías, sino también corazones comprometidos con el futuro de nuestro planeta.

## ¿Quién está detrás de la Ruta Orgánica y Sustentable en Moto?

Desde pequeño, viví cada cosecha rodeado del cariño y de los retos y la sabiduría de mis abuelos mapuches por



parte de mi mamá. Ellos me enseñaron a conectarme profundamente con la tierra y a valorar su riqueza. Más adelante, mi espíritu aventurero me llevó a vivir casi 10 años en Londres y 5 en Costa Rica. Estas experiencias me dieron una visión global sobre sostenibilidad, emprendimiento y la importancia de la agricultura orgánica en el mundo actual. En 2016, decidí dedicarme por completo a promover la agricultura orgánica y los alimentos saludables. Desde entonces, he organizado seminarios, simposios y exposiciones para inspirar y generar conciencia en torno a este tema. Junto a mi socia Geraldine, co-fundamos AOA Chile, y juntos dimos vida a la Ruta Orgánica y Sustentable en Moto. Con este proyecto, quiero conectar a agricultores, consumidores y emprendedores, y también recorrer las zonas rurales para conocer de cerca sus historias, sus relatos y los productos que llevan el sello de calidad y trazabilidad desde el cultivo hasta nuestras mesas. Mi sueño es promover un futuro más saludable y sostenible, mientras amplificamos las voces de quienes trabajan con la tierra con dedicación y amor.

## Contexto y motivaciones iniciales

### ¿Qué los inspiró a crear un proyecto como la Ruta Orgánica y Sustentable en Moto?

Queríamos encontrar una manera innovadora de conectar a las personas con la agricultura orgánica y los alimentos saludables, mientras promovemos un estilo de vida sostenible. La moto simboliza libertad y aventura, y decidimos usarla como un medio para llevar nuestro mensaje de cambio.

### ¿Cómo surgió la idea de vincular la sustentabilidad y los alimentos orgánicos con el mundo de las motocicletas?

Todo comenzó con el deseo de hacer algo diferente que llamara la atención. Al vender mi camioneta se presentó la oportunidad y vimos la moto como un





vehículo no solo literal, sino también simbólico, para recorrer territorios, descubrir productores locales y mostrarle al mundo las historias detrás de los alimentos orgánicos.

### ¿Cuáles son los objetivos principales que buscan lograr con este proyecto?

Nuestro objetivo es dar visibilidad a los pequeños y medianos productores al igual de emprendedores, educar a los consumidores sobre la importancia de los alimentos orgánicos y demostrar que es posible explorar y disfrutar del mundo sin comprometer la sostenibilidad.

## Detalles del proyecto

### ¿Qué características diferencian a esta ruta de otros proyectos relacionados con alimentos orgánicos o sostenibilidad?

Lo que nos diferencia es la integración de la movilidad en moto como parte de la experiencia. Queremos que cada etapa de la ruta cuente una historia única, desde el productor hasta el consumidor, mostrando prácticas sostenibles, innovación y tradiciones locales con cada captura del Drones, Gopro y todo lo que se necesita para crear capítulos.

### ¿Qué lugares y productores formarán parte de la Ruta y cuáles son los criterios de selección?

La Ruta Orgánica y Sustentable en Moto recorrerá zonas con un alto potencial en agricultura orgánica y sostenible, priorizando aquellas que cuenten con pequeños y medianos productores



destacados por sus prácticas innovadoras y comprometidas con el medio ambiente.

Los lugares y productores se seleccionarán basándonos en tres criterios principales:

- 1. Diversidad de productos y cultivos:** Queremos mostrar una amplia variedad de alimentos y productos que representen la riqueza de cada región.
- 2. Compromiso con la sostenibilidad:** Se elegirán productores que sigan prácticas orgánicas, agroecológicas, regenerativas o biodinámicas, que sirvan como ejemplo de cómo trabajar en armonía con la naturaleza.
- 3. Impacto social y comunitario:** Daremos prioridad a aquellos proyectos que beneficien a sus comunidades, ya sea generando empleos, preservando tradiciones o educando sobre la importancia de un consumo saludable.

Estos criterios permitirán resaltar a los verdaderos héroes de la agricultura orgánica, generando conciencia sobre sus esfuerzos y conectándolos con nuevos mercados y oportunidades.

### ¿Cómo se integran conceptos como la biodiversidad, el comercio justo, la educación ambiental y la comercialización orgánica en los mercados internos de las regiones que formarán parte de la Ruta Orgánica en Moto?

La Ruta Orgánica en Moto destacará lugares que protegen la biodiversidad y promueven el comercio justo, enfocán-

dose en pequeñas iniciativas sostenibles y éticas. A través de la creación de contenido, se buscará resaltar historias inspiradoras, prácticas agrícolas responsables y productos orgánicos locales, promoviendo su valor en los mercados internos. Además, se generarán mensajes educativos para fomentar la conciencia sobre la importancia de un consumo más responsable y alineado con el cuidado del medio ambiente.

## Impacto y alcance

### ¿De qué manera esperan que este proyecto beneficie a los pequeños y medianos productores orgánicos de las zonas que visitarán?

Queremos ser un puente para que los productores lleguen a un público más amplio, generando visibilidad para sus productos y ayudándolos a posicionarse en nuevos mercados regionales, nacional e internacional.

### ¿Cómo planean involucrar a comunidades locales, cooperativas y asociaciones en la Ruta Orgánica en Moto de manera activa y estratégica?

La Ruta Orgánica en Moto buscará involucrar a comunidades locales, cooperativas y asociaciones + emprendedores como actores clave en su desarrollo. Se establecerán alianzas estratégicas para promover sus productos en nuevos mercados, fortalecer sus redes de colaboración y visibilizar sus iniciativas a través de contenido digital.

Además, se incorporarán visitas a proyectos representativos para generar aprendizajes mutuos, y se explorarán





oportunidades de negocios sostenibles que beneficien directamente a estas organizaciones. También se destacará el valor de sus tradiciones y prácticas, creando espacios para que sean protagonistas en la narrativa de la ruta, lo que contribuirá a fortalecer su posicionamiento en el mercado orgánico y sostenible.

### ¿Qué impacto esperan generar en el consumidor final que sigue este proyecto?

Esperamos generar un impacto profundo en el consumidor final, inspirándolo a tomar decisiones más conscientes sobre lo que consume. A través del contenido de la Ruta Orgánica en Moto, mostraremos el esfuerzo, la dedicación y los altos estándares necesarios para producir alimentos orgánicos. Explicaremos de manera clara por qué los productos orgánicos tienen un costo más elevado, destacando los beneficios para la salud, el medio ambiente y las comunidades locales.

Además, ofreceremos herramientas para que los consumidores puedan identificar productos genuinamente orgánicos, entendiendo las certificaciones y prácticas detrás de ellos. Con este enfoque, buscamos no solo educar, sino también fortalecer la conexión entre el consumidor y los productores que trabajan por un modelo de alimentación más sostenible y ético.

## Logística y desafíos

### ¿Cuáles han sido los mayores retos al planear esta ruta y cómo los han enfrentado?

Coordinar a los productores, definir las paradas y garantizar que el proyecto

sea económicamente viable han sido grandes desafíos. Sin embargo, hemos contado con el apoyo amigos para estratégicos y contar con una planificación cuidadosa para superar estos obstáculos.

## Impacto y alcance

### ¿Qué tipo de moto y equipos de grabación utilizan en este proyecto, y cómo están alineados con los valores de sustentabilidad y eficiencia del proyecto?

Para este proyecto utilizamos una moto Takasaki 500 equipada con accesorios que optimizan su desempeño y reducen el consumo de combustible, promoviendo una mayor eficiencia energética. Además, contamos con equipos de grabación, como cámaras de alta definición y un dron, que permiten capturar contenido de calidad mientras minimizamos recursos y desplazamientos innecesarios. Esta combinación refleja nuestro compromiso con la sustentabilidad, integrando tecnología y transporte que priorizan la eficiencia y el cuidado del medio ambiente, alineándose plenamente con los valores del proyecto.

### ¿Qué rol tendrán las alianzas estratégicas con marcas o empresas en el éxito del proyecto?

Las alianzas estratégicas con marcas y empresas desempeñan un papel clave en el éxito del proyecto. Estas colaboraciones no solo permiten financiar la Ruta Orgánica en Moto, sino también amplificar su impacto al llegar a más personas y comunidades. Trabajaremos con socios que comparten nuestros valores de sustentabilidad, comercio justo, y economía

circular. Estas alianzas buscan promover mercados orgánicos más accesibles y responsables, fortaleciendo cadenas de valor éticas que apoyen a pequeños y medianos productores + emprendedores y fomenten prácticas sostenibles. Juntos, aspiramos a generar un cambio positivo en la forma en que se produce, comercializa y consume, construyendo un modelo económico más consciente y alineado con los principios de sustentabilidad.

## Futuro y legado

### ¿Qué visión tienen a largo plazo para la Ruta Orgánica y Sustentable en Moto?

Queremos que la ruta sea un referente en la promoción de la alimentación orgánica y la sustentabilidad. Nuestra meta es continuar motivando a más jóvenes agricultores y emprendedores de Chile y el Mundo.

### ¿Planean expandir este concepto a otras regiones o países?

Sí, creemos que este modelo puede adaptarse fácilmente a otros lugares. En el futuro, esperamos llevar la ruta a nivel internacional, conectando productores y consumidores de todo el mundo.

### ¿Cómo integra la Ruta Orgánica y Sustentable en Moto la generación de datos y estadísticas en su recorrido, y qué valor aporta esto a las marcas y empresas?

Sí, Uno de los pilares de la Ruta Orgánica y Sustentable en Moto es la recopilación de datos y estadísticas rele-



vantes durante cada visita. Esto incluye información sobre cultivos, prácticas agrícolas, métodos de producción, y tendencias de mercado en las comunidades visitadas. Estos datos no solo proporcionan un panorama actualizado del sector orgánico y sostenible, sino que también generan valiosas oportunidades de negocio.

Para las marcas y empresas, esta información se traduce en insights prácticos que pueden fortalecer sus estrategias comerciales, identificar mercados emergentes y mejorar su posicionamiento dentro del sector sostenible. Al colaborar con la Ruta, los socios obtienen acceso exclusivo a contenido de alto valor, que respalda su compromiso con la sostenibilidad y les permite conectar de manera auténtica con consumidores interesados en productos responsables.

La **Ruta Orgánica y Sustentable en Moto** no es solo un recorrido por tierras chilenas, sino un viaje hacia la conciencia, la sostenibilidad y el respeto por la tierra. Este proyecto, impulsado por la pasión de **Rodrigo Rojas Cheuquenao** y su equipo, tiene como objetivo no solo mostrar la belleza y la riqueza de los productos orgánicos, sino también inspirar un cambio de mentalidad en los consumidores y productores.

A medida que avanza por las carreteras de Chile, la Ruta Orgánica se posiciona como un ejemplo de cómo la innovación, la sostenibilidad y el emprendimiento pueden unirse para generar un futuro más saludable y equilibrado. ¡Acompáñanos a seguir este viaje y ser parte del cambio hacia un mundo más orgánico y sostenible!



## Nuestra pasión: **Elaborar Chocolates** artesanales y saludables

Libre de  
Lecticina

Libre de  
Azúcares  
Ultra  
procesados

Libre de  
Mantecas  
sucedáneas

Libre de  
Químicos

