



# Atama: El emprendimiento que busca transformar la fruta descartada para exportación en snacks saludables

Manuela Saenz y Rodrigo Del Río, son los creadores de esta iniciativa cuyo proceso productivo tiene un marcado compromiso con el medio ambiente y la excelencia.

**Claudia Fuentes**  
prensa@latribuna.cl

Con el objetivo de entregar una solución innovadora frente a la sobreoferta de frutas en el país, surge Atama, una marca chilena que espera revolucionar el mercado de los snacks, transformando la fruta que ha sido descartada para exportación, en productos nutritivos y sostenibles.

La iniciativa, que combina una avanzada tecnológica con un claro compromiso hacia el medioambiente, fue dada a conocer a La Tribuna por Manuela Saenz y Rodrigo Del Río, sus creadores. "Año a año veo que, en algunas variedades, la fruta que se queda en Chile no llega a tener el valor que se merece. Incluso hemos llegado a pagar facturas por disposición en vertederos", explica Manuela, quien creció en un ambiente ligado al campo y ha trabajado durante años en la producción de fruta.

Esa experiencia, argumentó, le permitió conocer de cerca los problemas que enfrentan los agricultores chilenos, ante la impotencia de desperdiciar fruta de calidad que ha costado mucho esfuerzo producir. Ante esto, junto a su esposo Rodrigo, idearon una innovadora solución, precisamente, para aprovechar la fruta que no se puede exportar y transformarla en snacks saludables y deliciosos.

## EL RETO DE EMPRENDER EN UN TERRENO DESCONOCIDO

El mayor desafío en el desarrollo de Atama, comentaron, ha sido incursionar en un sector completamente nuevo para ellos. "Es un rubro ajeno a nues-

tra línea de trabajo hasta ahora. Hemos tenido que aprender de normativas sanitarias, sobre las complejidades de los packagings y su cadena de producción, bodegaje, inventario, logística y servicio al cliente", comenta Manuela. Sin embargo, este reto no los ha detenido. Al contrario, les ha permitido conectarse con un ecosistema de emprendedores que se apoyan mutuamente y compartir aprendizajes. "Hemos tenido coincidencias mágicas que nos ha regalado la vida y que nos han permitido llegar al resultado que estamos logrando", añade con entusiasmo.

## SOSTENIBILIDAD EN CADA ETAPA

La sostenibilidad es el eje central en Atama. Desde el inicio, Manuela y Rodrigo Del Río, se propusieron asegurar que en cada parte de su proceso productivo se reflejara su compromiso con el medio ambiente y la



ESTE EMPRENDIMIENTO FAMILIAR es liderado por Manuela Saenz y Rodrigo Del Río, esposo y socios.

excelencia. "Nos preocupamos de que la fruta que usamos provenga de buenos productores y pase por plantas de proceso que cuenten con certificaciones de sanidad y buenas prácticas. Buscamos proveedores que compartan nuestros valores", explica Rodrigo.

## LA MAGIA DE LA LIOFILIZACIÓN Y MÁS ALLÁ

Si bien la liofilización ha sido clave para el desarrollo de Atama, la empresa no se limita solo a esta tecnología. "Estamos explorando distintos procesos tecnológicos que permiten transformar la fruta, algunos de los cuales se utilizan en otras industrias o geografías. Queremos seguir innovando en cómo aprovechar la fruta, más allá de la liofilización", comenta Rodrigo. Esta apertura a nuevas tecnologías les permite mantenerse a la vanguardia en el mercado y ampliar las posibilidades de sus productos.

## MIRANDO AL FUTURO

Atama no se detiene. Con dos nuevos productos en desarrollo para lanzar en 2025 y con un enfoque constante en la búsqueda de nuevas formas de aprovechar la fruta, la empresa sigue avanzando. Además, ya han dado un gran



LOS PRODUCTOS se pueden adquirir en el sitio web [www.atamafoods.com](http://www.atamafoods.com)

paso hacia la internacionalización. "Mandamos nuestra primera carga a Estados Unidos, donde venderemos por Amazon, y estamos en conversaciones con un distribuidor en México para comenzar allá el próximo año", revela Rodrigo, emocionado por lo que está por venir.

Con creatividad y una sólida visión, Atama ha encontrado la forma de convertir un desafío en una oportunidad. Su enfoque no solo beneficia a los consumidores al ofrecer productos naturales y sabrosos, sino que también contribuye a un modelo más responsable con el planeta.

