



■ La startup mexicana de rescate de alimentos desembarcó en el país austral de la mano del retailer chileno. Es su tercer mercado y apunta a cerrar 2025 con otros dos más.

POR DAYANNE GONZÁLEZ

Cheaf, una startup mexicana fundada en 2020, desembarcó este martes en Argentina con su aplicación móvil de rescate de alimentos de la mano de Cencosud como primer socio en el país. Este es el tercer mercado de la compañía, que comenzó sus operaciones en México a mediados de 2020 y llegó a Chile en octubre de 2023.

“Argentina representa una oportunidad muy grande; son varias las empresas que en el último año se están animando a abrir operaciones en este mercado porque es interesantísimo a nivel de negocio (...) Nos sentimos muy tranquilos sobre el momento que está viviendo el país, vemos con optimismo el impacto que podemos generar junto a Cencosud”, dijo la cofundadora y COO de Cheaf, Elena López, en entrevista con DFSUD.

La aplicación permite a supermercados, restaurantes, panaderías y negocios de alimentos ofrecer sus excedentes aptos para el consumo a través de “paquetes sorpresa”, que los usuarios pueden adquirir con descuentos desde el 50%, para evitar el desperdicio de comida aún en buen estado.

**El desembarco con Cencosud**

Cheaf inició operaciones en tres

ELENA LÓPEZ,  
COFUNDADORA Y COO DE CHEAF

“Vemos con optimismo el impacto que podemos generar en Argentina junto a Cencosud”

tiendas de la supermercadista chilena en Buenos Aires: Jumbo Martínez, Disco Uriburu y Vea de Av Córdoba.

Ahora planea expandirse progresivamente en la capital y otras regiones del país, con el objetivo de estar en más de 300 tiendas en sus métricas de merma a través de fines de 2025.

“Cencosud ha demostrado ser un partner muy comprometido con el desperdicio de alimentos. En Chile lo hemos visto; realmente tienen ganas de generar un impacto en sus métricas de merma a través de nosotros”, dijo.

Y agregó: “Nos sentimos optimistas sobre la alianza en Argentina, que también va a fortalecer la estrategia en la región”.

Además de su colaboración con el gigante del retail, Cheaf busca acelerar la incorporación de nuevos socios comerciales en Argentina, una lección aprendida de su experiencia en Chile, donde la oferta tardó en consolidarse.

“Vamos a construir una propuesta de valor más robusta desde el inicio, con una oferta variada y más clientes desde el primer día”, señaló.

Este enfoque se asemeja al modelo mexicano, donde la firma ha desarrollado alianzas con supermercados, restaurantes y comercios minoristas, entre otros.

Entre los factores clave del mercado argentino, Cheaf ve con especial atención los cambios en los precios de los productos y la inflación relacionada al factor ahorro. En el contexto actual, estiman que ahorrar un 50% resonará mucho en las personas.

“También representará un beneficio para las empresas. Esta iniciativa les permite ajustar, reducir sus mermas y generar un impacto ambiental positivo en un contexto económico desafiante”, detalló.

**Expansión regional y crecimiento de 2025**

La compañía tiene el compromiso de abrir dos mercados más este año, con lo que alcanzaría a cerrar el ejercicio con presencia en cinco países de la región. “Vamos encaminados a lograrlo”, dijo la ejecutiva.

Entre los mercados prioritarios se encuentran Perú, Colombia y Brasil. Respecto a este último, López reconoció que “es un mundo en sí mismo, no solo por el idioma, sino que también por la forma de trabajar, de operar de las tiendas; la cultura con la que piden los usuarios, es muy distinta”.

Por ello, lo ven como el país “más retador”. “Probablemente necesitamos también ayuda local y una planificación más estructurada y con un poco más de calma”, añadió.

En cuanto a Colombia y Perú, estimó que la experiencia en México,

**Cheaf busca acelerar la incorporación de nuevos socios comerciales en Argentina, una lección aprendida de su experiencia en Chile.**

un mercado con alta informalidad y menor bancarización, les servirá de referencia para abordar los mercados, en contraste con Chile, donde la bancarización es más elevada.

Considerando toda la operación, Cheaf ha rescatado más de 5,500 toneladas de comida; es decir, más de 5,5 millones de kg de alimentos y con ello ha evitado la emisión de más de 14.200.000 kg de CO<sub>2</sub>.

Para 2025, esperan doblar este impacto y que la operación argentina les aporte al menos unos 2 millones de kilos rescatados.