

MUNDO EMPRESARIAL  
Eckart AlimentosEckart Alimentos  
TRADICIÓN  
Familiar

“ Mucha gente cree que Eckart es el apellido de la familia, pero en verdad es el nombre de mi abuelo, Eckart Wenzel. De nacionalidad alemana, era químico y por su trabajo lo trasladaron a Argentina y, luego, a Chile. Pero durante la Segunda Guerra Mundial esta empresa cerró y se tuvo que quedar, en un país donde no hablaba mucho el idioma. Como pudo se reinventó y partió haciendo manjar y dulce de leche de manera artesanal. Esto porque se encontraba en el Valle de Casablanca que, históricamente, ha sido reconocida como una zona lechera”, cuenta Alexander Wenzel Yunge, gerente de ventas de Eckart Alimentos.

“Empezó a comercializar en varias partes, sus grandes clientes estaban en Valparaíso, en pastelerías y cafés. Uno de ellos, el famoso Café Riquet, al costado de la Plaza Anibal Pinto, donde conoce a mi abuela, Emilia Rieber, quien, en ese momento, era la cajera. Hija de padre rumano y madre alemana, se fue de Rumania, también producto de la guerra, y llegó a Valparaíso a vivir con su abuela y un tío que era residente. Al tiempo mis abuelos se casaron y siguieron el negocio del manjar en conjunto. Al ir creciendo generaron una segunda línea de negocios, las mermeladas, y a distribuir hacia el interior de la Región de Valparaíso”, agrega.

Cabe destacar que, el 2024, ASIVA reconoció a Emilia Rieber, fundadora y directora de Eckart Alimentos, por su liderazgo en la industria alimentaria regional, pues a sus 101 años sigue presente en la empresa familiar. Con numerosos premios en su recorrido, la Comisión Mujer y Liderazgo de ASIVA también la destacó, el 2021, como Mujer Líder de la Región.

*Empresa líder dentro de la industria alimentaria, hace más de setenta años, desde Casablanca Eckart Alimentos se ha hecho conocida no sólo por su gran variedad de productos que van desde mermeladas, dulce de leche, galletas, cereales, chocolates, granolas, barras, endulzantes y mucho más, sino por la tecnología e innovación de sus procesos. Con sus marcas Tía Lía, En Línea, Eckart y Honesta, han llegado a mercados especializados e internacionales con grandes proyecciones.*

Por María Inés Manzo C. / Fotografía  
Javiera Díaz de Valdés





“

*Queremos ser un aporte para nuestra comunidad, dando trabajo desde dentro y fuera de la empresa. Priorizamos a la gente de Casablanca y se ha dado que hay muchas familias trabajando con nosotros”.*



#### LA NUEVA GENERACIÓN

“Tenemos la fortuna de que en nuestra empresa como familia nos hemos ido involucrando de generación en generación. Para la tercera etapa ingresé yo en el área comercial, junto a mis hermanos Erhard, encargado de ingeniería e importaciones, y Johannes, en marketing y desarrollo de productos. Entre los tres hacemos un muy buen equipo, pues cada uno, desde su área, aporta desde el desarrollo de los productos, pruebas, producción, ventas y publicidad, hasta participación en ferias nacionales y extranjeras”.

#### ¿Cuál es la visión de esta tercera generación?

Seguir profesionalizando la empresa y por eso se han creado departamentos nuevos, como Calidad, Recursos Humanos, Desarrollo y Marketing. También se han ido potenciando los departamentos antiguos, agregando más profesionales. Pero lo más importante es que se ha abierto el mercado afuera de Chile. Actualmente estamos exportando a Perú, Ecuador, Bolivia, Paraguay, Panamá y, ahora último, a México.

A nivel nacional nos abrimos a clientes que no estaban siendo atendidos en el canal tradicional (como almacenes, quioscos y minimarkets) en la Región de Valparaíso y, en una segunda etapa, también con proyecciones a Santiago. Por ello hemos incorporado más vendedores y hoy estamos en el proyecto de generar una distribuidora dentro de la misma empresa.

#### ¿Cuáles son los desafíos de mantener la empresa en Casablanca?

La ubicación creo que es estratégica. Todos los centros de distribución, de las grandes cadenas, están en la entrada de Santiago, entonces para nosotros es súper cómodo y rápido porque estamos en la misma carretera. Además, nos encontramos cerca de los dos puertos principales de Chile, Valparaíso y San Antonio, lo que para las exportaciones ha sido fundamental.

#### ¿Cuándo se industrializan?

Cuando mi papá, Erhard Wenzel, entra al negocio en los años ochenta, como parte de la segunda generación en el rol de gerente general. Su aporte y visión como ingeniero en alimentos permitió que la empresa creciera. Primero con maquinaria de envasado y, poco a poco, fue profesionalizando todos los procesos, al igual que al equipo. A él siempre le ha gustado la parte comercial del negocio, relacionarse con los clientes de manera cercana. Así llegó a posicionar a Eckart en grandes cadenas de supermercados de la época. Esa cartera de clientes ayudó a pasar de los negocios más chicos, como cafeterías y pastelerías, a distribuir en grandes empresas.

En esa etapa, además de la marca Eckart (manjar, dulce de membrillo y mermeladas de gran formato) se crea la marca Tía Lía, en honor a doña Emilia, con mermeladas de 250 gramos (mora, durazno, frutilla, ciruela, damasco). “Los clientes comenzaron a pedir un formato más pequeño y económico, bajo las mismas recetas originales y caseras que creó mi abuela y que ella trajo desde Rumania”.

**Todo eso va de la mano de potenciar los productos de la zona...**

Sí, es parte de nuestro sello. Apoyar a los proveedores locales de leche y de fruta, por ejemplo. Queremos ser un aporte para nuestra comunidad, dando trabajo desde dentro y fuera de la empresa. Priorizamos a la gente de Casablanca y se ha dado que hay muchas familias trabajando con nosotros. Hoy junto a Eckart también tenemos una empresa de transporte y una de reposición, en total son alrededor de 420 empleados.

**¿Seguirán abriendo mercados afuera?**

Por supuesto, en eso estamos. Allí hay una gran oportunidad y de seguir potenciando En Línea, que fue la tercera marca que se generó y la cual creamos como tercera generación con una visión de las nuevas tendencias, de productos sin azúcar y saludables.

**EN LÍNEA**

“Cuando establecimos la marca En Línea, hace diez años, el movimiento por la alimentación consciente estaba recién partiendo. No había muchos actores en el mercado, de hecho, había categorías donde no existían alternativas de productos saludables o sin azúcar. Fue un acierto y entramos en el momento justo”.

**Uno de sus productos estrella, sin azúcar, son las mermeladas...**

Sí y el dulce de leche que fue con lo que comenzamos. Y desde allí empezamos a producir cereales, barras (de cereales, proteínas, *low carb*, colágeno), galletas, alfajores, harinas, avenas, batidos, aderezos, endulzantes, chocolates, etc. Esto ha sido clave para la empresa, porque solamente con la marca En Línea tenemos, alrededor, de 140 productos en unas diez categorías distintas, sin sellos ni azúcar añadida.

No tener “semáforos” para nosotros era fundamental. Hay productos que tratan de mostrarse como sanos, pero al ver la rotulación y la tabla nutricional te das cuenta de que no es cierto. Entonces, si decimos que nuestra marca En Línea es saludable no puede tener sellos, por eso hemos trabajado muchísimo en su desarrollo y para que esto se cumpla, si no, no lo comercializamos. Es una responsabilidad con los consumidores, porque a nosotros nos buscan personas que no sólo están haciendo dieta o quieren cuidar su salud, sino que tienen algún tipo de enfermedades.

**En supermercados tiene gran presencia...**

Sí, en las góndolas de supermercados, sin lugar a dudas, tenemos más presencia frente a otras marcas. Y dentro de nuestra misma empresa hoy es la que más vendemos, incluso algunos nos reconocen más por En Línea



que por la marca Eckart, hoy segmentada al canal industrial (principalmente a grandes panaderías y pastelerías). Así como Tía Lía está en el *retail* en un segmento económico, nació la marca Honesta, también con mermeladas, para un segmento Premium.

**Otro de sus atributos es el precio...**

Sí, son productos súper accesibles y lo pensamos así porque mucha gente se desmotiva al querer productos saludables y ver que tienen un valor más caro o, incluso, valen el doble que uno tradicional. Nos preocupa la salud de las personas, llegar a varios segmentos; por lo mismo, le vendemos a Junaeb mermeladas, barras de cereales, pulpas concentradas para jugos, granola, cereales, etc. para sus menús; a la Fundación de Diabetes Juvenil de Chile y a la Asociación de Diabéticos de Chile (ADICH), pues nuestros productos pueden ser consumidos por diabéticos, sin ningún problema.

**¿Los próximos pasos?**

Algo que nos caracteriza como empresa, es el nivel de innovación de desarrollo de productos. Todos los años estamos lanzando una línea, categoría o productos nuevos. Eso creo que ha sido una de las claves del éxito. Ahora mismo, estamos desarrollando productos relacionados específicamente con líquidos y *snacks* saludables que pronto anunciaremos.

La idea es seguir creciendo, somos actores activos de nuestra región, parte de ASIVA, porque creemos en el valor de apoyarnos en el gremio. Como tercera generación hemos tenido la suerte que, desde nuestra familia, nos han dado los espacios para innovar, para reinventarnos y encantar a nuevos públicos con lo que hacemos. **T**

[www.eckart.cl](http://www.eckart.cl)  
[www.instagram.com/enlinea\\_cl](https://www.instagram.com/enlinea_cl)  
[www.facebook.com/estasenlinea](https://www.facebook.com/estasenlinea)