

RESTAURACIÓN

El éxito del modelo de negocio de Alsea en Sudamérica: Un caso de expansión y sostenibilidad

Con el propósito de "Entregar felicidad y experiencias llenas de sabor", la multinacional mexicana de restaurantes está presente en cinco países de la región. Su expansión en Chile es el resultado de un modelo de negocio flexible y una estrategia digital robusta.



Santiago Farinatti, director general de Alsea Sudamérica.

La industria gastronómica ha experimentado transformaciones significativas impulsadas por cambios en los hábitos de consumo y avances tecnológicos. "Dentro de este contexto, Alsea ha emergido como un líder indiscutible en Sudamérica, destacándose no solo por su expansión geográfica, sino también por su enfoque estratégico en la creación de sinergias y en la adaptación a un entorno empresarial en constante cambio", sostiene Santiago Farinatti, director general de Alsea Sudamérica.

FORTALECIMIENTO Y EXPANSIÓN EN SUDAMÉRICA

La expansión de Alsea en Sudamérica no solo ha tenido un impacto positivo en términos de crecimiento empresarial,

Chile ha sido un laboratorio de innovación para Alsea, permitiéndonos explorar nuevas formas de conectar con los consumidores y adaptar nuestras ofertas a sus preferencias. Este mercado ofrece una oportunidad única para probar nuevas estrategias y productos".

Santiago Farinatti, director general de Alsea Sudamérica.

también ha sido beneficiosa para las economías locales. La empresa genera miles de empleos y brinda oportunidades de desarrollo a más de 15.000 colaboradores en toda la región, quienes se desempeñan en más de 700 locales en cinco países: Argentina, Chile, Colombia, Uruguay y Paraguay. Puntualmente en Chile, existen 253 tiendas y casi 5.000 miembros de equipo. Refiriéndose al proceso de regionalización de Alsea en Sudamérica y el impacto que ha tenido en la operación de la empresa, Farinatti destaca que el Plan de Integración Regional tiene como objetivo fortalecer el futuro operacional de Alsea y sus marcas en cinco de los países donde opera en la región y en los que ve oportunidades de sinergia operacional al día de hoy.

"En Alsea valoramos ser una compañía multicultural —agrega—, donde cada marca y país tiene su propia esencia e impronta que nos potencia. Respetar esa idiosincrasia nos permite compartir transversalmente lo mejor de cada uno a lo largo de toda la región, mientras que tener una cultura definida desde Alsea posibilita la integración. Nos gusta pensar global y actuar local". Al respecto, enfatiza que la compañía está comprometida en seguir llevando su experiencia a cada rincón de Sudamérica, impactando Colombia, Argentina, Chile, Paraguay y Uruguay.

—¿Cuál ha sido la importancia de la cultura corporativa en el éxito de Alsea en la región?

"La integración no solo ha permitido una mejor gestión de recursos, sino que también ha facilitado la creación de una



Starbucks es una de las marcas que opera Alsea Sudamérica.

IMPACTO EN LAS ECONOMÍAS LOCALES Y COMPROMISO CON LA SOSTENIBILIDAD

Alsea está comprometida con estar cerca de las comunidades donde opera, llevando una estrategia a cada mercado. Esto se refleja en su enfoque en la sostenibilidad y en la creación de valor a largo plazo para las comunidades locales mediante la implementación de iniciativas para combatir el hambre, generar empleo e impactar positivamente en el planeta. La inversión en la formación y desarrollo de sus miembros de equipo es un claro ejemplo de cómo la empresa busca no solo crecer, sino hacerlo de manera sostenible y en armonía con el entorno en el que opera.

"Uno de los principales desafíos es equilibrar el crecimiento con la sostenibilidad. Sin embargo, estamos convencidos de que es posible lograr ambos objetivos a través de una planificación cuidadosa y un enfoque constante en la innovación. La sostenibilidad es un pilar fundamental en nuestra estrategia a largo plazo, y continuaremos buscando nuevas formas de mejorar nuestras prácticas y contribuir positivamente a las comunidades donde operamos", indica el director general de Alsea Sudamérica.

—¿Cuál es el enfoque futuro de Alsea en Sudamérica?

"Nuestro enfoque para el futuro se centra en la anticipación de los desafíos y oportunidades que traerán las nuevas tecnologías, y en la preparación de nuestros equipos para enfrentar estos cambios. La capacidad de adaptarse rápidamente a un entorno en constante evolución será crucial para el éxito continuo de Alsea en la región.

"La expansión en Chile, impulsada por un modelo de negocio flexible y una estrategia digital robusta, ha demostrado ser un éxito rotundo, posicionando a Alsea como un líder en la industria de la restauración no solo en Sudamérica, sino también en los mercados a nivel global en donde opera, alineada con su propósito de "Entregar felicidad y experiencias llenas de sabor".



Burger King es otra marca con la que Alsea Sudamérica trabaja.

cultura corporativa unificada, lo cual es crucial en un entorno tan diverso. Esta cultura compartida es lo que ha permitido a Alsea prosperar en un mercado competitivo y retador.

"Uno de los aspectos más notables de la expansión en Sudamérica ha sido su incursión en el mercado chileno. La apertura de nuevas tiendas en el país ha sido un éxito rotundo,

reflejando tanto la solidez del modelo de negocio de Alsea como la capacidad de la empresa para adaptarse a las particularidades del mercado local".

INNOVACIÓN Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

El éxito de Alsea está apoyado en la calidad de los productos ofrecidos y en la estrategia digital que la compañía ha implementado en la región. Ha invertido considerablemente en tecnología, reconociendo que, en un mundo cada vez más digital, es esencial complementar la experiencia física en los locales con una fuerte presencia online. La integración de herramientas de inteligencia artificial para mejorar la experiencia del cliente ha sido un paso crucial en esta dirección.

"Chile ha sido un laboratorio de innovación para Alsea, permitiéndonos explorar nuevas formas de conectar con los consumidores y adaptar nuestras ofertas a sus preferencias.

Este mercado ofrece una oportunidad única para probar nuevas estrategias y productos", asegura Santiago Farinatti.

—¿Cómo ha influido la tecnología en el modelo de negocio de Alsea en Sudamérica?

"El crecimiento en el área de tecnología ha sido exponencial en términos de inversión, contratación y desarrollo de talento experto. Hemos integrado la inteligencia artificial (IA) como una herramienta clave para mejorar la experiencia del cliente, optimizar operaciones y personalizar la oferta de productos. La tecnología es fundamental para mantenerse relevante y competitivo en un mercado tan

dinámico. "La venta a domicilio, por ejemplo, ha crecido significativamente, representando un importante porcentaje de las ventas de Alsea Sudamérica en el segundo trimestre de 2024. Este resultado es un testimonio de cómo la empresa ha sabido adaptarse a las cambiantes necesidades de los consumidores, ofreciendo opciones que se ajustan a sus estilos de vida cada vez más digitales".

—¿Cuál es la clave para mantenerse a la vanguardia en la industria de la restauración?

"La clave es siempre estar enfocados en entregarles la mejor experiencia a nuestros

clientes y en eso nosotros somos expertos. Las conexiones genuinas, la innovación en nuestros productos, la personalización y nuevas tecnologías son solo algunos de los factores que componen la experiencia Alsea por la cual nuestros clientes nos eligen día a día.

"Además, la flexibilidad para adaptarse rápidamente a los cambios en la demanda del mercado es uno de los mayores puntos fuertes de Alsea. La capacidad de generar sinergias entre las marcas de la empresa, combinada con un enfoque en la creación de experiencias de alta calidad para los clientes, nos ha permitido mantenernos a la vanguardia en la industria".