

Para aprovechar la estacionalidad de las Fiestas Patrias, hoy se lanza una nueva convocatoria del programa "Nuestros Productores", que da visibilidad a los productos 100% chilenos, ofreciendo la oportunidad de comercializarlos en los supermercados.

GRACIELA ALMENDRAS

Las pequeñas empresas y los emprendedores son motores clave del desarrollo local, generando empleos que impulsan el crecimiento económico y social. Por ello, ayudar a reducir las dificultades que enfrentan y potenciar sus productos es un desafío al que la industria de alimentos no quiere estar ajeno.

"El trabajo colaborativo en la industria de alimentos es fundamental, ya que permite a grandes cadenas apoyar a pequeños productores, creando un ecosistema en el que todos ganan. Los emprendedores reciben la asesoría y el respaldo necesarios para mejorar la calidad y comercialización de sus productos, mientras que los supermercados diversifican su oferta con productos auténticos y de alta calidad", explica Verónica Alcaíno, gerente de Negocios Mundo Bio y Mypes de Supermercados Cencosud Chile.

Agrega que "esta colaboración no solo fortalece a las mypes, sino que también enriquece la oferta para los consumidores, quienes acceden a productos locales únicos que representan lo mejor de las tradiciones chilenas".

Un ejemplo de trabajo colaborativo es el programa "Nuestros Productores" que ha impulsado Supermercados Cencosud Chile. "Esta iniciativa surgió para apoyar a pequeños emprendedores de Chile, ofreciéndoles la oportunidad de comercializar sus productos en un canal relevante como son los supermercados", comenta Alcaíno.

Detalla que el programa incluye a emprendedores que buscan apoyo para crecer y estabilizar sus negocios. "Hoy, esta iniciativa, que destaca productos típicos chilenos de alta calidad y gran diversidad, permite que más de 150 proveedores, provenientes de 13 regiones del país, ofrezcan más de 600 productos en nuestras góndolas", asegura la ejecutiva.

En septiembre, aprovechando la estacionalidad de las Fiestas Patrias, se llevará a cabo en Jumbo

EN COLABORACIÓN CON FUNDACIONES Y LA ACADEMIA:

# La industria de supermercados refuerza alianzas con productores



**PARTE DEL TRABAJO COLABORATIVO** consiste en ofrecer beneficios a los pequeños proveedores, que faciliten su integración al consumo masivo que brindan los supermercados.

una campaña omnicanal para apoyar a proveedores chilenos, visibilizando el valor agregado de los productos 100% nacionales. La campaña inicia hoy y se extenderá hasta el 25 de septiembre, para lo cual la compañía ha invitado a pequeños y

micro proveedores a inscribirse en su Portal de Nuevos Negocios.

## TRABAJO EN EQUIPO

Para robustecer el programa, se han establecido nexos con entes privados y públicos. Un ejem-

plo es la reciente alianza con la Fundación Luksic. "Hemos integrado a ganadores del programa 'Impulso Chileno' en la iniciativa 'Nuestros Productores', donde reciben asesoría técnica y comercial para ingresar a la cadena de Supermercados Cencosud Chile y así puedan aumentar sus ventas y potenciar su crecimiento", comenta Christian Schalper, director del área de Emprendimiento de la Fundación Luksic.

Asimismo, gracias a un convenio del programa con la Universidad Santo Tomás (UST), los proveedores pueden acceder al Diplomado en Gestión del Retail, que les proporciona las herramientas necesarias para comprender los procesos del sector y facilitar la comercialización de sus productos.

"Este diplomado está dirigido a micro y pequeñas empresas chilenas del programa 'Nuestros Productores' y su objetivo es que los participantes mejoren sus competencias en gestión, calidad y marketing", explica Andrea Castro, consultor sénior de Capacitación Empresas de la UST.

Un productor que ha sido parte del programa y cursó el diplomado es Marco Carcuro, quien junto a su hermano Miguel emprendieron con Cervecerías Atrapaniebla. En la comunidad agrícola de Penablanca, en la Región de Coquimbo, estas cervezas son elaboradas desde 2012 con agua de niebla, siendo este su principal sello y que las hace únicas en el mundo.

"Nuestra relación con el programa 'Nuestros Productores' partió en 2022, asistiendo a una rueda de negocios con ejecutivos de Cencosud", cuenta Marco Carcuro.

Añade que esta colaboración les ha permitido visibilizar sus cervezas a través de publicidad en supermercados, medios de prensa y programas de televisión. Hoy, están presentes en 70 supermercados desde Antofagasta a Puerto Montt, y en pocas semanas llegarán a más de 250.