

Fecha: 06-04-2025  
Medio: Diario Financiero  
Supl.: Diario Financiero - DF Mas  
Tipo: Noticia general  
Título: **Cómo el chef Heinz se convirtió en Cómo el chef @soycienciaycocina**

Pág.: 26  
Cm2: 597,5  
VPE: \$ 5.294.387

Tiraje: 16.150  
Lectoría: 48.450  
Favorabilidad: ☐ No Definida

POR SOFÍA GARCÍA-HUIDOBRO - FOTOGRAFÍA: VERÓNICA ORTIZ

# Cómo el chef Heinz @soycienciaycocina

**“Esto es Ciencia y cocina”. Con ese contenido el cocinero y científico mantiene una comunidad de más de 2 millones de seguidores tanto en Instagram como en TikTok. A pesar de su arrastre, no se considera influencer. Se siente más cómodo con el título de educador y generador de contenido: “No lo tomo como un anhelo de muchachos Generación Z que quieren seguidores, likes, clicks. Es un desafío personal y una gran responsabilidad el que me sigan tantas personas”.**

Es más nutritiva una zanahoria cruda o cocida? Huevos duros: ¿a partir de agua fría o hirviendo? ¿Qué es el umami? ¿Por qué lavar el arroz? ¿Cómo hacer mayonesa pasteurizada? Estas son algunas de las interrogantes culinarias que Heinz Wuth (40) responde con base científica. Para él TikTok era una red social donde la gente principalmente hacía bailes o chistes. Pero por insistencia de su mujer, investigó más. “Además de los chistes y los bailes, encontré gente que enseñaba cosas interesantes: abogados, doctores, psicólogos que daban buenos consejos. Sentí que podía crear una nueva serie de videos. El marketing te enseña a venderte en los primeros cinco segundos. Pensé ‘quiero que la gente entienda que lo que hago es ciencia y cocina’. Y partí tal cual: Esto es ciencia y cocina”. Su marca, hoy consolidada, fue casi un sabroso accidente, señala el chef y comunicador. “Lo divertido es que a veces me llaman y me dicen que usaron mi caso para estudios de marketing. Muchos creen que detrás mío hubo un equipo de marketing haciendo un brainstorming, y nada de eso”.

El primer video era sobre el merengue, y subió como la espuma. “Fue un hit instantáneo en TikTok y en Instagram”, recuerda Heinz en la cocina-laboratorio del departamento donde vive en Providencia. Esto ocurrió poco antes de que comenzara la pandemia, calcula. “Fue un crecimiento brutal. No me lo podía creer. Mi meta era llegar a 5 mil seguidores en un mes, y en una semana ya tenía 300 mil. ¡Wow!”

En seis meses alcanzó un millón de seguidores y hoy suma 2 millones en Instagram, 2,5 millones en TikTok y más de 800 suscriptores en su canal de YouTube. Todavía le cuesta creer el impacto que ha conseguido. Es tanta la demanda de su público que desde mediados de 2022 el cocinero está dedicado en un 50% a generar contenido para sus redes sociales y el resto del tiempo da charlas, dicta clases, capacitaciones, asesora centros educacionales y viaja mucho por trabajo. “Si uno deja de publicar una semana la gente piensa que te pasó algo o que te aburríste. No he parado más”, comenta.

**- ¿Te imaginaste alguna vez que podrías llegar a tener ese nivel de alcance?**

— Cuando empecé con divulgación del contenido lo que buscaba era educar al rubro profesional, porque de ahí vengo. Me gusta tomar lo que es complejo desde la parte científica y transformarlo de una manera que sea digerible para todos.

**- Más allá de los números, hay una comunidad detrás, gente que aprende de ti. ¿Cómo se siente eso?**

— Creo que uno de los mayores logros de esta comunidad es que es muy respetuosa. Agradezco los comentarios de cualquier persona, ya sea experta, en entrenamiento o aficionada. Porque la ciencia de eso se trata: no hay nada absoluto. Me gusta escuchar a otras personas porque así uno aprende. Y así esta bola de nieve, que es el conocimiento científico culinario, va aumentando. En todo rubro hay egocentrismo y lamentablemente en el mío se da demasiado, pero uno no lo puede saber todo. Yo recibo mucho cariño de la gente en la calle, en el supermercado... Unos me dicen ‘Ey, Ciencia y cocina’, otros me gritan ‘Tío Heinz!’. Pero siendo honesto, no me declaro famoso, aunque los números digan lo contrario.

## El Kaiser

Partió publicando contenido en un blog el año 2009, luego se expandió a plataformas como Facebook e Instagram. “Por esos años estaba fuerte el tema de la búsqueda de identidad de la gastronomía chilena. Yo lo apoyaba, pero ya había mucha gente haciéndolo y mi vereda iba más por lo educacional desde un punto de vista científico. Y mi contenido empezó a ser consumido por el rubro profesional, pero también el aficionado amateur. No era algo que yo buscara. No lo tomo como un anhelo de muchachos Generación Z que quieren seguidores, likes, clicks. Es un desafío personal y una gran responsabilidad el que me sigan tantas personas. Significa que cada vez tengo que prepararme más e investigar con mayor seriedad”.

Es muy estructurado. Posiblemente parte de su herencia alemana, apunta. “Todos los videos los hago con mucho ánimo, con ganas y humor, me gusta que sean divertidos, pero la seriedad es algo que me representa”.

Aunque entiende y respeta el trabajo que hacen los influencers, toma algo de distancia: “Siempre digo que soy educador y también creador de contenido. Intento separarme un

poco del concepto de influencer estándar que comparte su estilo de vida, lifestyle, y su día a día”. Lo que partió como un hobby hoy es su trabajo, y aunque asegura que lo sigue disfrutando como si fuera un hobby. Ya no hace todo solo, no daba abasto. Trabaja junto a su asistente Antonia González, y su mujer, Ingrid Wagner, que tiene mucha experiencia en el rubro comunicacional porque trabajó en televisión y se especializó en redes sociales: “Ella dice que soy su mejor producto. Si ves mis primeros videos y los de ahora, uno entiende el cambio”. Ingrid vendría a ser como la directora de contenido de la empresa familiar, describe Heinz. Juntos diseñan la imagen, la edición, la iluminación y la forma en que se entrega el contenido.

El don pedagógico lo tenía desde antes ya que había sido profesor de gastronomía en el Instituto Culinario, el Inacap y el Duoc, entre otras instituciones educativas.

**- ¿También eras popular entre tus alumnos?**

— Sí, aunque me decían el Kaiser porque además de ser descendiente alemán era muy exigente (rie). Pero hasta el día de hoy mantengo contacto con muchos de mis exalumnos. Es que educar es algo que me llena mucho.

Sus seguidores provienen mayoritariamente de Chile, pisándole los talones viene México, luego Argentina y Colombia. Aunque Heinz habla español, inglés, alemán y francés, decidió usar el español en sus plataformas porque es el idioma donde más cuesta encontrar información de calidad sobre ciencia.

## Los infinitos porqué

Heinz ha contado que la inquietud intelectual siempre estuvo presente en su vida, fue un lector precoz y un niño amante de la cocina. Cuando ya estudiaba gastronomía hubo un punto de inflexión, también ha relatado. Aprendiendo a hacer un huevo pochado el profesor les compartió el dato de echar un chorrito de vinagre al agua hirviendo. “¿Por qué?”, preguntó Heinz. “Porque sí”, le respondió. Pero no se quedó tranquilo y decidió investigar. “Hasta el día de hoy soy extremadamente curioso. Me encanta saber el porqué detrás de cada cosa. Mantengo esa inocencia de la curiosidad. Cuando chico preguntaba ¿Por qué el cielo es azul? ¿Por qué los aviones vuelan? ¿Por qué las nubes son blancas? ¿Por qué el pollo al cocinarlo queda dorado? Mi cerebro nunca se quedaba sin una explicación más lógica”, dice. Se lo adjudica en parte a libros que leyó siendo pequeño: *La Enciclopedia de los por qué* y *Como conocer el funcionamiento de casi todas las cosas*. Pero también a la pantalla. “Fui parte de la generación criada por la tele, porque ahora estamos en la generación

de criados por celular o tablet. Además de los programas de chefs, me encantaba el Profesor Rossa, admirado hasta el día de hoy, y también *El mundo de Beakman*. El fue una de mis grandes inspiraciones”. Además de sus estudios de gastronomía, ha tomado diplomados científicos en universidades extranjeras como Hong-Kong University y Harvard.

A fines de 2023 lanzó su primer libro *Esto es ciencia & cocina*. Va en una tercera edición y Heinz adelanta que se vienen más títulos que darán forma a una especie de gran enciclopedia por tomos.

**- ¿Por qué teniendo tamaño presencia virtual era importante para ti publicar un libro en papel?**

— Porque los libros me criaron. Fueron los libros los que me dieron esta conexión de información y de conocimiento. Y hay mucha gente que agradece lo físico, el aroma de un libro y, sobre todo, la dedicación. El proyecto del libro siempre lo quise hacer, incluso hace más de 10 años. Tomó mucho tiempo en cuajar la idea.

**- Se cocinó a fuego lento.**

— Tenemos un dicho en el rubro: “las cociones lentas quedan mejores y no tienen tantas pérdidas como una cocción rápida”. Eso tiene evidencia científica. Mi libro es nutritivo. Lo diseñé con un muy buen equipo pensando en que fuera un contenido

## UN PUENTE EN NOTCO

Literalmente le golpearon la puerta, dice sobre su paso por NotCo, empresa de tecnología alimentaria fundada en 2015 por Matías Muchnick, Pablo Zamora y Karim Pichara, que en 2021 alcanzó la categoría de unicornio. Fue entonces cuando contactaron al cocinero científico. Wuth conocía los inicios de NotCo porque Paula Pesse, que hoy es directora culinaria de la compañía, fue su alumna. “Siempre hemos mantenido el contacto y el cariño”, señala. Lo llamaron para ser puente entre el área culinaria y el área científica que se llevaban bien, “pero no se entendían del todo porque usaban vocabularios distintos”, explica Heinz. Él acababa de renunciar a El volcán para independizarse y dedicarse a ser comunicador, pero la oferta de NotCo lo tentó: “Era un desafío muy interesante. NotCo fueron los primeros en contactarme por mi especialidad actual de gastronomía científica. Me llamaron al día siguiente que había renunciado y acepté. Creo que aprendimos muchísimo, fue un buen aporte”. Trabajó ahí casi un año, pero su demanda como generador de contenido y charlista, seguía creciendo, y no podía dedicarle el tiempo necesario a ambas ocupaciones. “A mediados de 2022 sentí que ya había cumplido mi misión y me independicé absolutamente”.

Fecha: 06-04-2025  
 Medio: Diario Financiero  
 Supl.: Diario Financiero - DF Mas  
 Tipo: Noticia general  
 Título: **Cómo el chef Heinz se convirtió en Cómo el chef @soyenciaycocina**

Pág.: 27  
 Cm2: 592,5  
 VPE: \$ 5.250.439

Tiraje: 16.150  
 Lectoría: 48.450  
 Favorabilidad: ☐ No Definida

# Wuth se convirtió en



do fácil de leer, que la gente lo abriera y no lo quisiera soltar. Siento que se logró eso, porque ha tenido muy buena respuesta. Ha sido un best seller en varios países. Primero iba a tener como mil páginas, pero lo supe reducir para que fuera un libro de mochila: transportable y fácil de leer. El siguiente libro que quiero hacer va a ser solamente de pastelería.

## Ni tele, ni apuestas

Dedica mucho tiempo a investigar y estudiar las tendencias actuales en cuanto a alimentación. Es parte de una agrupación internacional que se llama Science and Cooking "Siempre estamos compartiendo información entre científicos, profesionales gastronómicos, gente que se dedica a la sostenibilidad, etc. Así me mantengo actualizado", afirma.

El fin de semana participó en la última edición de Nam. Ha sido parte de la feria gastronómica desde sus inicios, cuenta. Ahora tuvo un espacio en Nam Innova, donde diversos expertos dan una charla con relación a un tema específico. El eslogan de este año era "Eñamórate, entonces Heinz pensó: "¿Qué tal si hablo del amor como un ingrediente en la cocina? Es algo que uno escucha. Yo cocino con amor". El amor es el ingrediente secreto. Desde mi vereda científica me pregunto: ¿será eso posible? ¿Uno puede estandarizar amor? Fue una charla muy dinámica, productiva y a la gente le encantó".

- Si te ofrecieran un programa en televisión ¿aceptarías?

- Tal vez 10 años atrás aceptaba encantado, hoy no. El mundo de las redes sociales versus la televisión es totalmente diferente. Sabemos que hoy día la gente consume más pantalla desde el celular o en su computador, que en la televisión. Me inclinaría más a generar contenido para alguna plataforma de streaming tipo Netflix. Eso me gustaría porque siento que ahí se va a comprender mejor el mensaje que en un medio tradicional como la televisión.

- Algunos generadores de contenidos consiguen tener muchos seguidores, pero no logran rentabilizarlo. ¿Cómo funciona tu modelo de negocio?

- TikTok, Facebook, Instagram y YouTube permiten monetizar de distintas maneras. Algunas a partir de reproducciones y otras funcionan como plataforma para llegar a las marcas. A mí me ha ido bien y sólo acepto marcas que tengan que ver con lo que hago. Me llegan a cada rato ofertas de casas de apuestas y las rechazo. Aunque pagan muy bien, siento que voy a perder credibilidad. Si yo publicito algo tiene que ser un aporte también para la comunidad. Como a veces dicen algunos de mis seguidores "Me comí una publicidad, pero me la comí con ganas".