

NUEVOS NEGOCIOS

Cáscara Foods busca consolidar su posición y entrará a más farmacias

SOFÍA MALUENDA

Todo partió en 2017, cuando empezaron a preparar su tesis de magíster. “Nuestra idea siempre fue realizar un proyecto que fuera el puntapié para algo más grande al salir de la universidad”, dice Domingo Chong. Tras un proceso de investigación y conversaciones, empezó el camino de lo que hoy es Cáscara Foods, una empresa que rescata nutrientes “escondidos” que hay en el desperdicio de alimentos, en este caso, de la cáscara de frutas, para crear suplementos y alimentos funcionales.

“Rescatamos principalmente las frutas que desperdician las empresas que se dedican a fabricar jugos, ya que ellos en general no utilizan entre un 25% y 57% de esta”, explica el emprendedor, quien cofundó la empresa junto a su compañero de Ingeniería Comercial en la UAI, Mateo Rubio. Tienen diferentes líneas de productos, principalmente suplementos que tienen un formato en polvo y se pueden consumir mezclándolo con agua o yogurt.

Pudieron concretar la idea en 2018, pero empezaron a operar y vender productos en 2019. Hoy, tienen 19 productos en total, y entre ellos hay proteínas, prebióticos y colágeno. Asimismo, cuentan otro tipo de productos que están enfocados en entregar los nutrientes necesarios similares a los que tendrían en las diferentes comidas del día, diseñados principalmente para las personas que no tienen tiempo o que no les



Mateo Rubio y Domingo Chong, cofundadores de Cáscara Foods.

gustan las frutas y verduras.

“Hemos crecido un 117% respecto al año pasado, vendiendo casi 100.000 unidades de productos, de los cuales todos contienen algún ingrediente rescatado. Gracias a eso, hemos logrado rescatar un total de 240 toneladas de frutas”, afirma el CMO de la startup. Uno de los hitos más importantes que han concretado en el último tiempo fue la inversión por US\$ 400.000 que recibieron a finales del año pasado, la que realizaron vía *crowdfunding*. “Lo más increíble es que cerca de un 25% fue invertido por nuestros propios clientes”, afirma Chong.

60 nuevas sucursales

Por ahora, su objetivo es continuar fortaleciendo su posición en el mercado chileno —operan en todo Chile— y expandir su presencia en nuevas industrias. Por otro lado, quieren ampliarse a la fruta de descarte, aprovechando alimentos que, por diversas razones, no cumplen con los estándares de calidad estéticos o comerciales para la venta en el sector convencional. En términos de producto, buscan en el corto plazo tener alimentos funcionales que vengan en formatos listos para su consumo. A largo plazo, la mirada está puesta en la internacionalización.

Actualmente venden a través de *e-commerce*, supermercados y farmacias. A este último rubro llegaron en 2020 y ahora, luego de cuatro años, sumarán presencia en una segunda cadena a partir de agosto. En un principio, entrarán por 6 meses a 60 sucursales de todo el país. Si les va bien y tienen los resultados esperados, pasarán a una segunda fase para abarcar las 300 sucursales.

“Esta nueva apertura viene a consolidar nuestra posición en el mercado y a rectificar que nuestra iniciativa es distinta. Somos la única empresa en Chile que hace este tipo de negocio y una de las pocas a nivel mundial que posiciona una propuesta que no solo es un bien para la salud de las personas, sino también para el planeta”, concluye.