Tell MAGAZINE

Fecha: 10/07/2025 Audiencia: 0 Sección: ACTUALIDAD
Vpe: $449.798 Tirada: 0 Frecuencia: MENSUAL
Vpe pág: $997.425 Difusión: 0
Vpe portada: $997.425 Ocupación: 45,1%

My Foods

ALIMENTACIÓN INCLUSIVA

Desde Arica a Punta Arenas, los productos de My Foods se han convertido en un salvavidas para miles de personas con celiaquía o alergias alimentarias. Detrás de esta marca con sentido está Camila Tobar, emprendedora chilena que transformó su diagnóstico en una causa social. Fundadora de una de las *startups* más destacadas del país, ha sido reconocida con importantes galardones como las 100 Mujeres Líderes (2020), 100 Jóvenes Líderes (2021), el Premio FedEx para Pymes en Chile y Latinoamérica (2022), y como una de las 50 Genias del Año (2023).

"La idea surgió a partir de mi diagnóstico de celiaquía en 2010. Me costaba mucho encontrar alimentos para comer y me di cuenta de la falta de opciones sabrosas y seguras para personas con restricciones alimentarias. Comencé desde mi cocina a vender pan, tortas y empanadas. Quería llegar más allá y se me ocurrió la idea de las mezclas, para que la gente pudiera cocinar en sus casas. Mi meta era crear productos que no solo fueran libres de gluten, sino también deliciosos y accesibles para todos".

Así, bajo mucha investigación e innovación, logró desarrollar mezclas listas para repostería, brownies, sopaipillas, pizzas, empanadas y pan casero. Todas sin gluten, leche, soya ni huevo; algunas también sin azúcar e integrales. Luego se agregaron los *cornflakes* (cereales de maíz), mezcla para helados y My Meat, una mezcla especial para preparar hamburguesas, albóndigas o pino vegano.

Reconocida por Forbes como una de las 100 Mejores Startups del 2024, My Foods fue pionera en nuestro país en la elaboración de productos sin gluten y sin los principales alérgenos como leche, soya y huevo. Con sus famosos cereales y mezclas listas, la marca ha conquistado el mercado nacional e internacional. Además, su fundadora, Camila Tobar, es la creadora del Festival Sin Gluten, el primer evento masivo de su tipo en Chile que, en su segunda versión, reunió a miles de personas en el GAM.

Por María Inés Manzo C. / Fotografía Leonardo Ramos, gentileza de My Foods.

> “Lo que más me inspira es la posibilidad de mejorar la calidad de vida de las personas con restricciones alimentarias, que ya no sienten malestares, que pueden disfrutar de un cumpleaños, una celebración, su vida cotidiana con tranquilidad”.

¿Cuál fue el mayor desafío al iniciar este emprendimiento?
Educar al mercado chileno sobre la importancia de productos libres de alérgenos y garantizar la seguridad alimentaria. Los productos sin gluten no son para bajar de peso ni una moda, pueden cambiar realmente la calidad de vida de las personas que están sufriendo una enfermedad o dolencia.

En mi caso, toda la vida tuve problemas al estómago, con mucha inflamación abdominal, de niña los médicos decían que era “muy nerviosa”, no sabían qué tenía, pero lo que yo necesitaba era una dieta libre de gluten. Fue una sensación de alivio tremenda descubrirlo, pero también un gran desafío, porque fui descubriendo que más allá del pan, casi todo tiene gluten, incluso las cremas y helados. Por suerte, hoy con la ley de etiquetado se puede detectar con mayor facilidad, pero antes no era así.

En este camino ha sido fundamental el programa de Mujeres Empresarias, que me dio una red de contacto muy potente y los fondos concursables, como CORFO, me permitieron profesionalizar la marca, mejorar el empaque, desarrollar el sitio web e, incluso, producir contenido educativo. Muchas veces, el salto entre un emprendimiento casero y una empresa formal viene de la mano de estas oportunidades. Pero hay que buscarlas, postular, insistir y creérsela.

¿Qué significó para ti ganar el premio de la Experiencia FedEx Tank?
Un antes y un después. Fue un reconocimiento enorme al trabajo y esfuerzo de todo el equipo. Este premio nos permitió invertir en maquinaria y prepararnos para expandirnos a mercados internacionales, como Estados Unidos. Desde octubre del 2023 tenemos una oficina en Miami, vendemos nuestros productos en Amazon con la meta de llegar a las principales cadenas de supermercados. Hoy estamos

trabajando en una línea más elaborada de productos que incluyen cereales, *waffles* y pan. Entender al mercado norteamericano ha sido todo un desafío, pero ellos valoran mucho este tipo de productos.

MES ANIVERSARIO

"Junio es nuestro mes aniversario, cumplimos nueve años desde que empezó este sueño, desde mi cocina, el miedo y la frustración, pero también desde el amor. Un camino en el que agradezco mucho el apoyo de mis papás. Mi mamá, Alicia Zamora, ha estado conmigo desde mis inicios, y mi papá, Jaime Tobar, hace cinco años trabaja en la empresa encargado de la operación y eso fue clave para que yo pudiera buscar nuevas oportunidades en los canales de venta".

¿Cómo ha evolucionado My Foods desde su creación?
Hemos pasado de ser una pequeña empresa a tener presencia en importantes cadenas de *retail* como Jumbo y Wallmart. Además, hemos ampliado nuestra línea de productos y estamos en constante innovación para satisfacer las necesidades de nuestros clientes. Lo que más me inspira es la posibilidad de mejorar la calidad de vida de las personas con restricciones alimentarias, que ya no sienten malestares, que pueden disfrutar de un cumpleaños, una celebración, su vida cotidiana con tranquilidad. Ver a nuestros clientes felices, es la mejor recompensa. Además, queremos seguir educando sobre la celiaquía y las alergias alimentarias, promoviendo una alimentación inclusiva para todos.

¿Qué consejos darías a otros emprendedores?
Les diría que crean en su visión y sean persistentes. Los desafíos son parte del camino, pero con pasión y dedicación es posible superarlos y lograr un impacto positivo. Llegar hasta aquí no ha sido fácil. He trabajado muchísimo, a lo largo de estos años. Hay gente que me ha preguntado si el hecho de ser mujer ha sido complicado, en un mundo de negocios liderado por hombres, pero yo creo que he aprendido a potenciar mis habilidades para cerrar negocios, a "creerme el cuento" de manera equilibrada. ¿Quién más que tú puede vender tus productos?, así que, de alguna forma, me volví el rostro de mi propia marca, en redes sociales, en los programas de TV en los que he participado. El tener habilidades comunicacionales me ha ayudado un montón para hacer My Foods más conocido.

> “Gracias a las redes sociales, al boca a boca, y también a eventos como el festival, hemos logrado instalar una conversación sobre alimentación inclusiva en espacios donde antes no se hablaba”.

FESTIVAL SIN GLUTEN

“El Festival Sin Gluten nació desde una necesidad muy personal y comunitaria. Siempre soñé con un espacio donde las personas celíacas o con intolerancias alimentarias pudieran ir y comer tranquilos, sin miedo a la contaminación cruzada, sin tener que explicar por qué no pueden comer algo. Un lugar donde no sean la “persona complicada” del grupo. Así surgió el primer festival el 2024, que armamos, literalmente, en menos de un mes, con toda la pasión y una red de contactos que he cultivado con los años. Fue todo un éxito, convocó a más de seis mil personas en el Centro GAM de Santiago y para este año duplicó la convocatoria en 3.000 m^2”.

¿Cómo ha sido esta experiencia?
Increíble. Convocamos a marcas grandes y pequeñas, armamos stands, hicimos demostraciones y, sobre todo, creamos comunidad. Fue muy emocionante ver a familias enteras disfrutar sin preocupaciones. Personas que por años no habían podido probar una sopaipilla o una pizza, ahí estaban, felices, compartiendo. Eso me reafirmó que no solo estamos vendiendo productos, estamos generando experiencias y mejorando calidad de vida.

Hemos trabajado con marcas como Jumbo, Saníssimo, Ursus Trotter, entre muchas otras. Además, incorporamos un “Ciclón Millonario” con Transbank para sorteos, talleres de cocina, charlas de nutrición, y una zona especial de experiencias para niños. Queremos que sea una fiesta inclusiva, educativa y entretenida.

Trabajamos con una puesta en escena profesional, pero con el corazón de una comunidad que ha crecido muchísimo. Este evento no es solo para celíacos, es para todos los que buscan una alimentación más consciente, sabrosa y respetuosa. Van a encontrar desde pan amasado sin gluten hasta pastelería de primer nivel, *snacks*, productos veganos, cosmética natural, incluso opciones keto. Y más allá de la comida, es una oportunidad para compartir, aprender y apoyar a emprendedores que pone el alma en lo que hacen.

¿Cómo has sentido el crecimiento de esta comunidad sin gluten en Chile?
Es algo que me emociona profundamente. Al principio éramos pocos, y muchas veces invisibilizados. Hoy existe una comunidad informada, empoderada y conectada, que valora lo que hacemos. Gracias a las redes sociales, al boca a boca, y también a eventos como el festival, hemos logrado instalar una conversación sobre alimentación inclusiva en espacios donde antes no se hablaba. Incluso marcas que jamás habrían pensado en ofrecer productos sin gluten ahora se acercan solas a preguntarnos cómo pueden ser parte.

¿Los próximos proyectos?
Acabamos de cerrar con la Municipalidad de Providencia, seis fechas para un Mercado sin Gluten, en la pista de hielo del Parque Bustamante. Un evento familiar donde, desde My Foods, aportaremos con la comida *gluten free* y que coincide con las vacaciones de invierno y el Día del Niño.

www.myfoods.cl
www.facebook.com/myfoodscl
www.instagram.com/myfoodscl