



# El 4 de abril falleció su fundador, Raúl Quemada Lería Franquiciar heladerías y convertirse en empresa de alimentos: los planes de la SEGUNDA GENERACIÓN A CARGO DE TRENDY

La familia ligada a los icónicos chicles Dos en Uno declara un objetivo: "Queremos dejar de ser solo una empresa de helados, y ser una empresa de alimentos". Tras fallecer el patriarca, activarán formalmente el Consejo de Familia, para empezar a incorporar a sus 14 nietos. • JESSICA MARTICORENA

**"D**os en Uno, el chicle con más amigos". En plena década de los 80 y 90, la enorme popularidad de esa goma de mascar hizo que prácticamente se convirtiera en una marca genérica de chicle en el país. De esa icónica historia forma parte Raúl Quemada Lería, el empresario que el 4 de abril falleció a los 78 años. De reconocido bajo perfil y proveniente de una familia de inmigrantes españoles, cimentó, junto a sus abuelos, hermanos, tíos, un grupo de empresas que cruzó sectores tan diversos como la construcción, la agricultura y la industria de alimentos y las golosinas, dando vida a otras reconocidas marcas como Chubi y los helados Trendy.

"Uno de los mayores aprendizajes que nos dejó nuestro padre fue el valor del esfuerzo, la dedicación y la pasión en la vida en general, no solo en el trabajo", destacan Javier y Raúl Quemada García, hijos del fallecido empresario y hoy a cargo de los negocios familiares.

Hace unos 12 años, Raúl Quemada Lería estableció un protocolo de sucesión. "Estamos transitando de ser una empresa familiar a ser una familia empresaria", dicen los hijos.

Esa definición implicó que la familia tenga un solo asiento en el directorio de Alimentos Trendy, que hoy ocupa Raúl Quemada García. Los otros cuatro directores son independientes: Darío Amenábar, Roberto Arrieta, Carolina Altschwaiger —presidenta de Canal 13— y Fernando Cole, que es el presidente.

Agrícola Santa Beatriz, el otro brazo de los negocios, también tiene su pequeño directorio con Javier Quemada como representante familiar y José Miguel Fernández como independiente.

Tras la muerte del patriarca, los cuatro hermanos Quemada García activarán formalmente el Consejo de Familia, que empezará a incorporar a la siguiente generación, compuesta por 14 nietos. Según el protocolo, se incorporarán a los gobiernos corporativos y no a la administración.

Las dos hijas del empresario —Fernanda y Francisca— no participan activamente de las empresas.

## De Mingorria a Arturo Prat

Para recapitular la historia empresarial de los Quemada hay que remontarse a 1930. Ese año, provenientes del pueblo Mingorria, en la comunidad de Castilla y León de España, llegaron a Valparaíso los hermanos Honorato —el abuelo de Javier y Raúl— y Francisco Quemada Pérez, de 13 y 15 años respectivamente. "En España estaba muy mala la situación y sus papás no podían mantenerlos. Se vinieron a vivir con un tío", rememoran Javier y Raúl.

Ya en Santiago, los hermanos empezaron a trabajar con el "tío Rodrigo", dueño de la panadería La Maritina, en la calle Arturo Prat. "Además de pan, vendía fruta, era un almacén. Se pusieron a trabajar y no terminaron el colegio", cuentan. Y, tras unos años, con el dinero juntado "le compraron el negocio al tío".

Eso les permitió a Honorato y Francisco traer a Chile a sus padres y a sus hermanas María y Longina. En la calle San Diego el

abuelo Honorato conoció a Ester Lería, también hija de inmigrantes españoles, con quien se casó tiempo después. Del matrimonio nació Raúl Quemada Lería.

## La explosión de los chicles

Ya con un mejor pasar, los hermanos Honorato y Francisco constituyeron la primera sociedad: Quemada Hermanos. Y crearon la Tostaduría El Monito, "el primer negocio de la familia", relatan Javier y Raúl.

Además de tostar maní, café y harina, se les ocurrió 'grajear', "envolver el maní en caramelo. Ahí surgen los Chubi, los primeros confites de Quemada Hermanos. Terminaron haciendo caramelos, calugas y entraron al negocio de la confitería. Ya eran los años 50", narran.

Lo que realmente impulsó el negocio fue un nuevo producto, que causó furor: los chicles. "Los importaban, pero la demanda era altísima, y siempre quedaban cortos. Ahí deciden fabricar su propio chicle".

En 1962, de la mano del Mundial de Fútbol organizado en Chile, los chicles Quemada Hermanos lanzaron un álbum que regalaba stickers. "Produjo un boom del chicle".

Entre 1965 y 1966 surge la marca Dos en Uno. ¿Por qué el nombre? "Cuando la máquina hacía el chicle quedaba partido en dos, y alguien dice: 'mira, son dos chicles en uno'", recuerdan.

Quemada Hermanos colindaba con el almacén de la familia Lería, una importadora y comercializadora de abarrotes, y decidieron crear un solo negocio, que llamaron LQL, por los apellidos de las tres familias: Lería, Quemada y Laya. "Se integran ambos negocios, formado por cinco ramas: Honorato y Francisco Quemada, Oscar y Raúl Lería y

**"Somos el segundo actor del mercado en volumen. Vendemos la casata número uno de Chile".**

Vicente Laya", cuentan. El joven Raúl Quemada Lería, egresado de Ingeniería Mecánica, de la Universidad Técnica del Estado (Usach), se integra a los negocios familiares.

Corre 1970 y el con-



El fallecido empresario Raúl Quemada Lería.



Trendy partió su fabricación en Quilicura, en calle Zañartu 11.

texto del país se complica; toda la familia regresa a España. En Chile, terceras personas quedaron a cargo del negocio.

En Europa, invierten en el rubro de la construcción, edificando en la Costa Brava, en Marbella y Barcelona. Allí, Raúl Quemada conoce a María Isabel García, también hija de inmigrantes españoles que estaban en Chile y que estudiaba en España. Se casan en 1972. Dos años después nace Javier.

## Dos chicles en Uno

Raúl vuelve a Chile, y toma las riendas de la fábrica. "Le gustaban los fierros, estar en la operación misma". Al tiempo, también comienzan a volver los Lería, los Laya.

Con la crisis de los 80, importar se hizo muy costoso, y deciden cerrar la importadora, focalizándose en la fabricación de los chicles. Raúl asume como gerente general. "Nuestro papá viajaba mucho a ferias a Europa y EE.UU. Ahí comienza la expansión, se introduce innovación y se crean productos que se publicitaban en Cachureos y Sábados Gigantes. Se empezó a construir una marca potente".

El negocio seguía instalado en San Diego, ocupaba casi una cuadra y tenía cinco pisos. Para entonces, ya se llamaba Industria de Alimentos Dos en Uno y sumaba caramelos, chupetes y chocolates, además de comenzar su internacionalización, con exportaciones a Argentina, Perú y Estados Unidos. En esa época competían con Ambrosoli, Hucce, Mackay y Costa.

A principios de los 90, en Argentina montaron una fábrica en San Luis, el primer nexo con el vecino país, que años después concluiría en una transacción millonaria.

Para entonces, la familia y sus distintas ramas no solo tenían Dos en Uno, también fundaron Inmobilia-

ria Aconcagua, a fines de los 90, y Las Tacas. Entremedio, y de manera independiente, Raúl Quemada ingresa al negocio agrícola, con un campo en Melipilla, y otro en Panguipulli.

Hoy en Melipilla, los Quemada García tienen plantación de olivos y producen aceite que exportan a granel; además de ganado. Ese negocio lo gestionan vía Agrícola Santa Beatriz.

Y en Panguipulli una lechería. En ganadería Las Tranqueras, producen leche que venden en su totalidad a Prolesur, matriz de Soprole.

## Surge Trendy

En 1998, Dos en Uno se vende al grupo argentino Arcor, una de las operaciones más relevantes del sector en esa década, cuyo monto se mantiene en reserva.

"Eso armó patrimonialmente a las cinco ramas de la familia, y algunos se dedicaron a la construcción, otros al campo, mi papá con 50 años decide seguir en el consumo masivo. Ahí surge Trendy, porque la cláusula de *not compete* con Arcor no incluía helados. Tuvo mucho coraje, porque en ese nicho estaban Nestlé con Savory como líder indiscutido, Unilever con Bresler, y Panda. A pesar de la competencia, identificó una oportunidad, siempre con la mirada puesta en ofrecer productos a precios convenientes", exponen los hijos.

Trendy partió su fabricación en Quilicura, en calle Zañartu 11. "Mi papá tenía varias marcas registradas, y buscando entre ellas encontró Trendy, y le gustó", cuenta Javier, gerente general de Industria y Alimentos Trendy. Su hermano Raúl está a cargo del negocio agrícola.

En 2003 compran la marca Panda. Hoy, Panda apunta a precio, y Trendy a innovación y valor".

Trendy partió como una paleta de agua, pero hoy tiene variedad de postres. "Somos el segundo actor del mercado en helados en volumen, detrás de Savory. Tenemos un 30% del mercado, equivalente a 400 millones de paletas de helados al año. Y vendemos la casata número uno de Chile, frutos del bosque chocolate suizo", subrayan.

El 2006 se amplían al negocio de *snacks*, bajo la marca TIM, con papas fritas, suflés, etc. En 2017 se incendió la planta en Quilicura, pero Marco Polo les fabrica los productos y los venden al canal tradicional y mayoristas, aunque no en supermercados.

Trendy incursionó en Perú, en 2014, pero les fue mal. "Estuvimos hasta 2020 con una fábrica de helados en Lima. Nos afectó la informalidad del mercado, las dificultades logísticas, la competencia y la pandemia".

Por el momento están concentrados en Chile, "que tiene el consumo per cápita de helados más alto de Sudamérica".

En la planta de San Bernardo —de 20 mil metros cuadrados— producen los helados, y ahí han invertido en automatización de procesos y robotización. Hoy fabrican las marcas Oreo y Milka, tras un acuerdo de licenciamiento con Mondelez. También productos a Notco, alianza que llegó a su fin.

Hace cuatro meses inauguraron un centro de distribución en Pudahuel, de 20 mil metros cuadrados, "triplicando la capacidad de almacenaje".

## Franquiciar gelaterías

A futuro, la familia aspira a más. "Queremos dejar de ser solo una empresa de helados, y ser una empresa de alimentos, donde tengamos un rol importante en productos a precios convenientes en el canal tradicional y masivo, almacenes de barrio, minimarket, mayoristas, que representan dos tercios de nuestra venta", declaran.

También evalúan tener franquicias de heladerías Trendy por todo Chile. Y adelantan que Panda tendrá un rol importante como marca multicategoría, especialmente en confitería.

En el portafolio de marcas, Trendy representa más de la mitad de los ingresos y los helados son el 90% de todos los negocios de los Quemada García. Atienden a 35 mil clientes, de Arica a Punta Arenas, "y tenemos que aprovechar esa red comercial para ampliar los productos".

Crear de manera inorgánica, vía adquisición, "siempre lo estamos evaluando, si hay alguna oportunidad la miraremos".

¿Y vender Trendy? "El papá siempre decía que si había una buena oportunidad, había que mirarla", enfatizan los herederos.

Fuera del mundo de los negocios, los Quemada Lería poseen el Criadero de caballos Huanquilen, en Panguipulli.



(De izquierda a derecha) Raúl y Javier Quemada García.