

Fecha: 28-03-2026
 Medio: La Tercera
 Supl.: La Tercera - Edición Especial
 Tipo: Noticia general
 Título: El proceso innovador que destaca a Flip como una Empresa B y un favorito entre los consumidores

Pág.: 3
 Cm2: 787,6
 VPE: \$ 7.835.758

Tiraje: 78.224
 Lectoría: 253.149
 Favorabilidad: ☐ No Definida

> Flip

> flipchips.cl

Sostenibilidad y eficiencia:

El proceso innovador que destaca a Flip como una Empresa B y un favorito entre los consumidores

El equilibrio entre ambos conceptos mediante la innovación es uno de los principales pilares que le ha permitido a la marca ser ambientalmente más amigable que otras alternativas del mercado.

Todos hablan de construir un mejor mañana, pero no muchos toman la iniciativa de emprender acciones para lograrlo, es por esto que Empresas B destaca a aquellos que van un paso más allá y reinventan la forma de hacer las cosas.

Para Flip, esta certificación ha sido una oportunidad para formalizar una forma de trabajo que ya incorporaba de manera inherente diversas prácticas sólidas y efectivas. Este proceso ha permitido darles mayor credibilidad, a través de estándares, metas y un modelo estructurado de mejora continua en sostenibilidad.

Para la empresa, el equilibrio entre rentabilidad con impacto social y ambiental está en sus bases. "El camino es integrar el impacto como criterio de diseño desde el principio, no como un costo que se agrega después. Cuando diseñas un producto pensando en sus ingredientes, en su huella, en su empaque y en quiénes lo van a consumir, el resultado es mejor en todos los sentidos", asegura Emeterio Ureta, gerente de Flip Snack.

Esta línea de pensamiento de la mano con la innovación ha permitido que la empresa logre un equilibrio entre sostenibilidad y eficiencia. "Nuestro proceso de producción utiliza tecnología



Proceso de descarga de papas en planta Flip.



patentada, lo cual nos permite ser ambientalmente más amigables que las alternativas existentes en el mercado, al reutilizar el aceite dentro del proceso e incorporar sistemas de recirculación que disminuyen la generación de residuos".

Para avanzar en su propósito, la empresa explica que la rentabilidad es clave para permitir escalar el impacto, ya que sin este último factor la rentabilidad a largo plazo es insostenible. Otro factor relevante ha sido la definición de prioridades, entendiendo con precisión cuáles son los impactos verdaderamente materiales para el negocio y su industria. "No todos los temas de sostenibilidad tienen el mismo peso

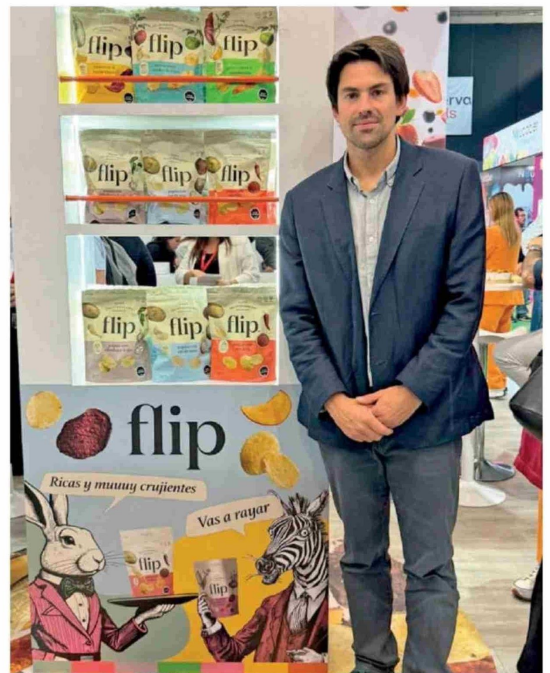
para una empresa de alimentos, y dispersarse en demasiados frentes es una forma segura de no avanzar en ninguno", explican.

Esto, en un contexto donde las particularidades del sector lo hacen especialmente complejo: primero, la cadena de valor es larga y a veces opaca; entre el campo, el proveedor, la planta y la góndola hay muchos actores, y lograr la trazabilidad sostenible en todos esos eslabones es un trabajo complejo.

Otro factor son los márgenes ajustados del sector, lo que exige que cualquier inversión en sostenibilidad deba justificarse con un caso de negocio sólido.

En este contexto, Flip ha tenido que desplegar diversas estrategias para abordar los desafíos que la industria enfrenta en Chile.

Uso eficiente de materias primas y economía circular: el gran reto es reducir al máximo la pérdida de alimento a lo largo de todo el proceso productivo. "En Flip trabajamos con un enfoque de aprovechamiento total de la materia prima donde la fruta o la verdura ingresa completa -incluida su cáscara- y se lava con tecnología de punta antes de entrar al proceso", comenta Ureta. Esto permite usar el 100% de la materia prima de forma eficiente, minimizando el desperdicio desde el origen. En cuanto a los residuos que



Emeterio Ureta, gerente general de Flip Chips.

Este 2026 tuvo un gran comienzo para Flip, todo su portafolio de productos fue reconocido como "Producto del Año 2026" por los consumidores. Este reconocimiento es el mayor premio global basado en el voto directo de los consumidores el cual tiene por objetivo guiar a los consumidores a las mejores innovaciones disponibles en el mercado.

inevitablemente se genera, cuentan con la colaboración de La Caja Verde (gestión integral de residuos), para asegurar que puedan ser reciclados, compostados o reutilizados, evitando que lleguen a vertederos.

Packaging: deben cumplir y superar las exigencias de la Ley REP en un mercado que aún está desarrollando su infraestructura de reciclaje. El trabajo conjunto con TodosReciclamos, logra mitigar y compensar al menos la misma cantidad de toneladas de envases que envían al mercado.

Crisis hídrica: producir alimentos en un escenario de cambio climático severo, especialmente en la zona central de Chile, es un desafío mayor.

Desde Flip lo enfrentan mediante la recirculación de agua en su proceso de producción, optimizando al máximo este recurso crítico.

Desafíos del mercado: el consumidor chileno valora cada vez más los productos responsables, pero todavía existe una brecha real entre la intención de compra y la elección final en el supermercado, especialmente frente a la diferencia de precio. Por ello, el reto no es solo hacer las cosas bien, sino comunicarlo de manera efectiva. En ese contexto, la certificación de Empresa B actúa como una señal creíble, verificada por terceros, brindando la transparencia necesaria para cerrar esa brecha de confianza.

EL IMPACTO DEL SELLO

El sello de Empresa B si entrega una ventaja competitiva, aunque no siempre se traduce de inmediato en la decisión de compra del consumidor masivo. Su impacto es más claro en lo estratégico: fortalece la reputación, genera confianza y abre oportunidades de negocio. Hoy, su valor se vuelve especialmente tangible en tres áreas:

- **relaciones B2B y retail**, donde facilita acuerdos con clientes que exigen criterios ESG.

- **credibilidad**, actuando como respaldo frente al greenwashing en un contexto de desconfianza.
- **red y ecosistema**, al conectar con otras empresas con propósito y atraer talento.

Además, las tendencias van en esa dirección: cada vez más consumidores valoran el compromiso ambiental y una parte relevante está dispuesta a pagar más por marcas con propósito.

