

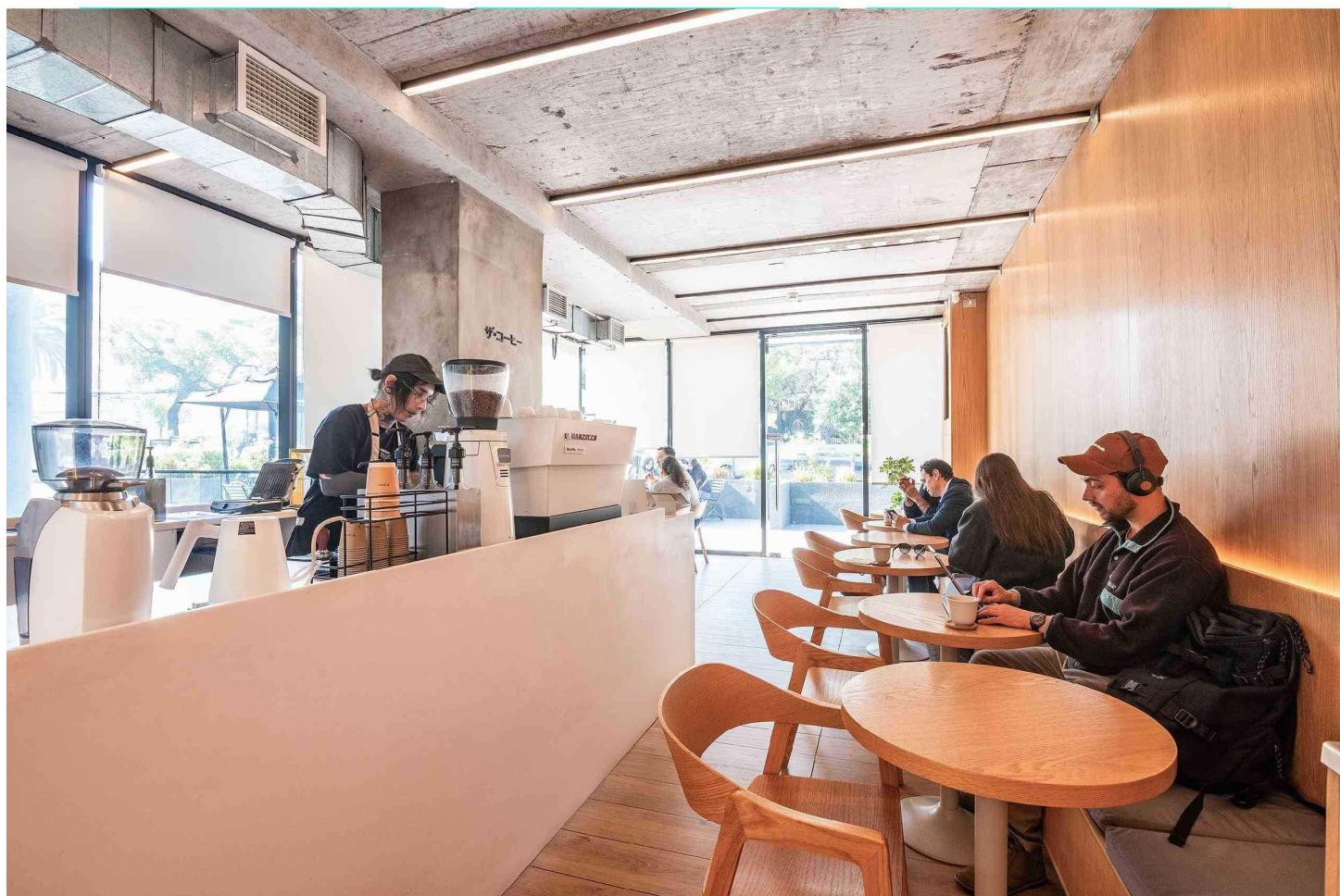
Fecha: 31-05-2025
Medio: Revista Chef & Hotel
Supl.: Revista Chef & Hotel
Tipo: Noticia general
Título: El Zen del café

Pág. : 86
Cm2: 962,1

Tiraje:
Lectoría:
Favorabilidad:

Sin Datos
Sin Datos
 No Definida

■ Chef&Hotel | coffee&tea



THE COFFEE | sucursal Suecia 283, Providencia

the coffee. ザ・コーヒー El Zen del café

Representados en Chile por Blue Oak Brands, la propuesta de los hermanos brasileños Fertonani aterrizó en Chile en noviembre de 2023. Tras una rápida expansión orgánica que ya suma siete locales y media docena más en forje, confirma el hechizo de un modelo que despeja el ruido y repliega la conciencia a la taza.

POR EDMUNDO VELOSO V./ GENTILEZA THE COFFEE CHILE Y

FOTOGRAFÍAS: GONZALO CARRASCO A.

Fecha: 31-05-2025
 Medio: Revista Chef & Hotel
 Supl. : Revista Chef & Hotel
 Tipo: Noticia general
 Título: El Zen del café

Pág. : 87
 Cm2: 965,7

Tiraje:
 Lectoría:
 Favorabilidad:
 Sin Datos
 Sin Datos
 No Definida



TONKA ICED LATTE | café, leche y esencia de "vainilla amazónica" (400 ml)

the coffee.

Creada en Curitiba en el año 2017 por los hermanos brasileños Carlos, Luis, y Alexandre Fertonani, la propuesta urbana y eficiente de The Coffee cuenta con más de 250 cafeterías repartidas en el globo. La admiración de los fundadores por la cultura de Japón se materializó en un concepto que aúna estética y simplicidad. Si bien en Japón el consumo de café es una cultura en crecimiento desde solo hace un par de décadas, Brasil –de donde proviene la marca- es la potencia mundial indiscutida en términos de volumen de producción. Por lo mismo otro de los propósitos de The Coffee es también llevar consigo el Café de Especialidad del país tropical en este viaje minimalista.

URBAN CONTEMPO

Aunque originalmente en sus primeros locales la intención radicaba en espejar el utilitarismo del to go japonés, el concepto delineado por The Coffee ha ido adaptándose para dar cabida a espacios más grandes, pero sin perder el foco en lo central, reducir el ruido en torno a la experiencia del café y descartar lo accesorio.

En las cafeterías de The Coffee el cliente realiza sus pedidos directamente en el local mediante un tablet o a través de una aplicación

85

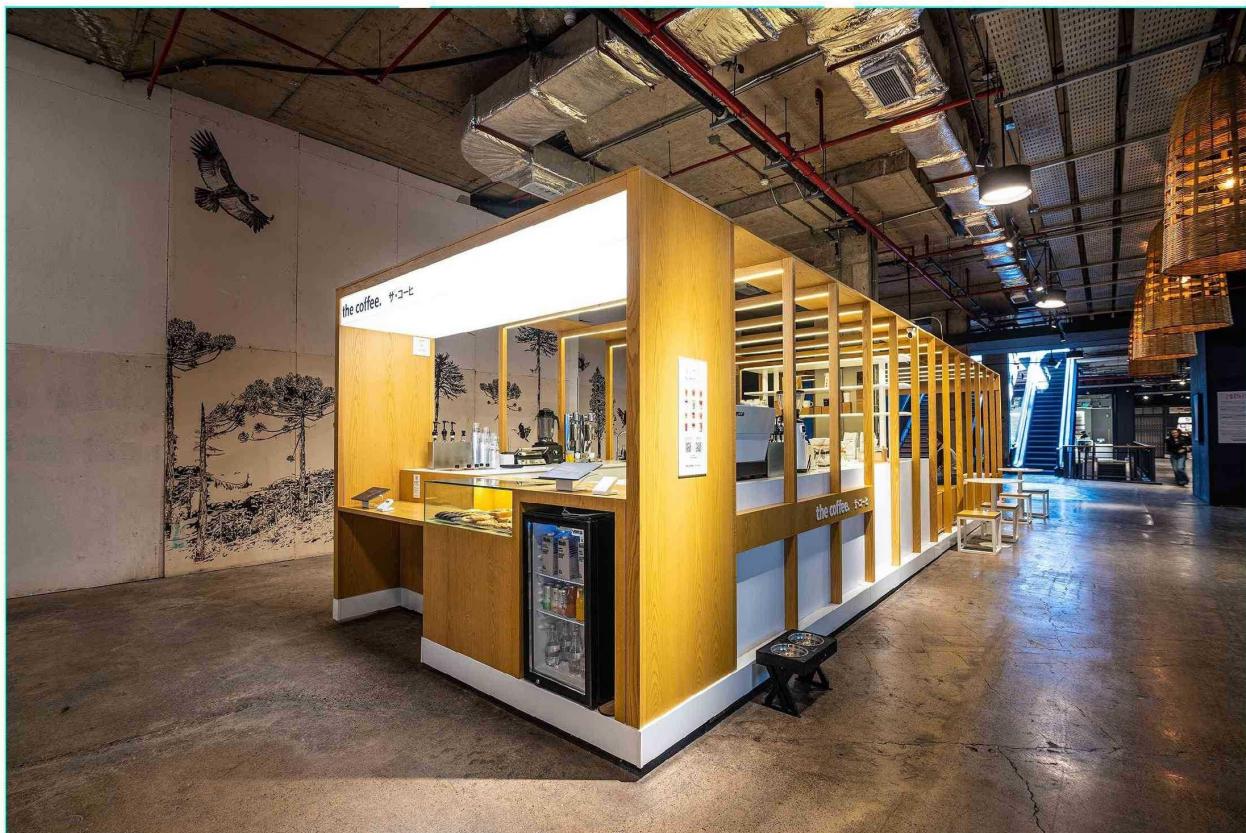
mayo 2025

Fecha: 31-05-2025
 Medio: Revista Chef & Hotel
 Supl. : Revista Chef & Hotel
 Tipo: Noticia general
 Título: El Zen del café

Pág. : 88
 Cm2: 979,1

Tiraje:
 Lectoría:
 Favorabilidad:
 Sin Datos
 Sin Datos
 No Definida

■ Chef&Hotel | coffee & tea



THE COFFEE | sucursal MUT, Apoquindo 2730, Piso -1, Las Condes

EL ÉXITO Y RAPIDEZ DE LA EXPANSIÓN SE DEBE A SU ÁGIL SERVICIO, UBICACIONES ESTRATÉGICAS Y ATRACTIVO EMPLAZAMIENTO, QUE EN SU SIMPLEZA NO PIERDE ELEGANCIA ■

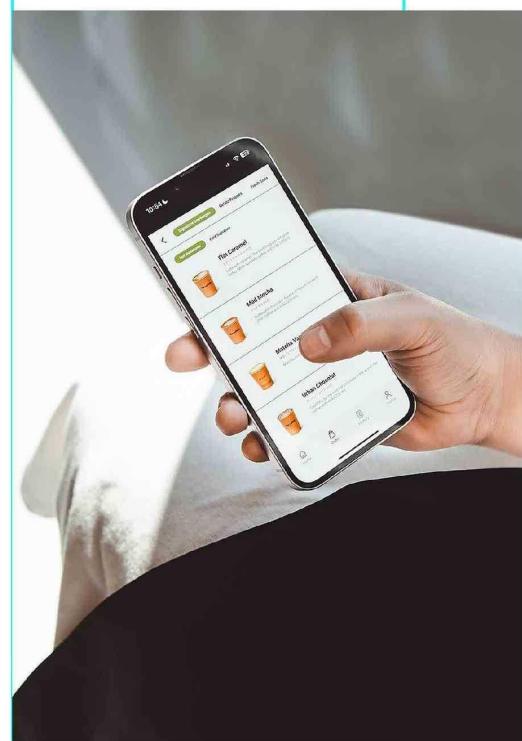
descargable para el iPhone o Smartphone. Se trata de una mecánica que nació en pandemia como una solución para reducir el contacto directo con el personal, y que gracias a su aproximación futurista ha prosperado como sinónimo de operatividad. Además, el usuario tiene la posibilidad de participar en promociones, recibir descuentos y recargar saldo.

Para The Coffee estas herramientas digitales son más que simples dispositivos transaccionales; son portales a un mundo de comodidad,

personalización y fidelización del cliente. Por ello la carta disponible está unificada en todas las tiendas del planeta, con algunos pequeños ajustes que se modifican a favor de la idiosincrasia local. **El éxito y rapidez de la expansión se debe a su ágil servicio, ubicaciones estratégicas y atractivo emplazamiento, que en su simpleza no pierde elegancia.**

En Chile la representación de The Coffee es obra del grupo Blue Oak. Fue en la ciudad de Bogotá, en Colombia, que el holding

conoció la marca y tras conversar con los encargados de expansión global, el click fue instantáneo. *“Tras 24 horas de haber estado en uno de sus locales, les escribí y hubo una sinergia inmediata”*, cuenta el Fundador y CEO Juan Andrés Arizabaleta.



Fecha: 31-05-2025
 Medio: Revista Chef & Hotel
 Supl. : Revista Chef & Hotel
 Tipo: Noticia general
 Título: El Zen del café

Pág. : 89
 Cm2: 461,3

Tiraje:
 Lectoría:
 Favorabilidad:
 Sin Datos
 Sin Datos
 No Definida

Chef&Hotel | coffee&tea



THE COFFEE | sucursal Ricardo Lyon 48, Providencia

PENSAR EN GRANDE

Con una trayectoria de más de 15 años vinculado al sector gastronómico, el empresario detrás de Blue Oak contó con la venia inmediata de The Coffee. “Revisamos con mis socias sus exigencias para la master franquicia –o representación– accedimos y todo ello fue un puntapié inicial de lo que después esto se iba a convertir”. Como parte del proceso, Arizabaleta tuvo la oportunidad de conocer a Alexandre, uno de los fundadores. “Generamos un vínculo más como partners comerciales que aliados. Es un placer trabajar con él. A tal punto que por eso firmamos cuatro países ya. La idea mía siempre ha sido pensar en grande y salir de las fronteras”, sentencia.

El holding Blue Oak abrió el primer The Coffee en Chile el 1 de noviembre de 2023,

Fecha: 31-05-2025
 Medio: Revista Chef & Hotel
 Supl.: Revista Chef & Hotel
 Tipo: Noticia general
 Título: El Zen del café

Pág.: 90
 Cm2: 954,7

Tiraje:
 Lectoría:
 Favorabilidad:
 Sin Datos
 Sin Datos
 No Definida

■ Chef&Hotel | coffee & tea



HOT DRIP V60 | café filtrado. El método perfecto para disfrutar de un buen café de especialidad



estratégicamente en La Dehesa. "La idea fue poner el cubo blanco al frente de BMW, en una calle donde pasan gerentes de inmobiliarias, de malls. Ese era el público que queríamos. Hoy en día ahí acuden personas influyentes orgánicamente", apunta. "Después continuamos en Costanera Center. Es un camino que está solo empezando".

Modestia aparte, The Coffee abrió siete ubicacio-

nes en diez meses. En Santiago se encuentran además de los dos primeros uno en Suecia, Manquehue, Ricardo Lyon y MUT; además de proyectar otros en Alto Las Condes, La Pastora, Rosario Norte, Parque Arauco, Paseo Los Trapenses y Apoquindo. En la Región de Valparaíso está ya operativo un local en Concón y se proyecta dos más en Viña del Mar, en

Espacio Urbano y Marina.

"De estos siete locales funcionando ya Blue Oak posee tres propios, porque funciona. La marca está pensada muy universal", resume Arizabaleta. La interfaz es la misma en todas partes y el menú, en el caso de Chile, solo se modificó para incluir opciones con palta. "Es que en Chile no puedes no tener palta. Acá se desayunan tostadas con palta. Uno de los sandwiches más emblemáticos

tiene palta, todo es palta. Es un país que la produce". En la app, las opciones son simples: bebidas puristas, bebidas de autor, bebidas de temporada, dulces y panadería, otras bebidas y merch. Una vez hecha la orden, es posible seleccionar el consumo: para llevar o en local. El registro en la interfaz, en el caso de hacer el proceso desde el móvil, es desde una cuenta Google o Apple ID.

CREADA EN CURITIBA EN EL AÑO 2017 POR LOS HERMANOS BRASILEÑOS CARLOS, LUIS, Y ALEXANDRE FERTONANI, LA PROPUESTA URBANA Y EFICIENTE DE THE COFFEE CUENTA CON MÁS DE 250 CAFETERÍAS REPARTIDAS EN EL GLOBO ■

JUAN ANDRES ARIZABAleta
 | Fundador y CEO del grupo Blue Oak
 representante en Chile de The Coffee



■ Chef&Hotel | coffee & tea



SÁNDWICHES MIXTOS | hechos con ingredientes seleccionados. Queso derretido, pan brioche suave y un toque cremoso de queso crema



ICHIGO MATCHA | refresco de matcha y dulzor de fresa en perfecta armonía. (sin café, con leche) (400 ml)

EN CHILE LA REPRESENTACIÓN DE THE COFFEE ES OBRA DEL GRUPO BLUE OAK. FUE EN LA CIUDAD DE BOGOTÁ, EN COLOMBIA, QUE EL HOLDING CONOCIÓ LA MARCA Y TRAS CONVERSAR CON LOS ENCARGADOS DE EXPANSIÓN GLOBAL, EL CLICK FUÉ INSTANTÁNEO. “TRAS 24 HORAS DE HABER ESTADO EN UNO DE SUS LOCALES, LES ESCRIBÍ Y HUBO UNA SINERGIA INMEDIATA”, CUENTA EL FUNDADOR Y CEO JUAN ANDRÉS ARIZABAleta ■

ADAPTABILIDAD Y EFICIENCIA

Blue Oak sabe de lo delicado de conservar un blueprint cuando se trata de franquicias, y en particular el desafío en el caso de un concepto tan bien esbozado como el de The Coffee, donde desde la carta hasta el merchandising a la venta en cada local –incluyendo tote bags y tazas– es el mismo. “Es un modelo pensado así desde la casa matriz. La idea es no sobreexigir la operación y no marear con opciones al cliente. Se trata de ir a una cafetería que es una cafetería. Acá vienes

a tomar café, y es una cafetería de especialidad. La marca trata de que las cosas se hagan bien”. Notable es que en cada uno de los locales esté presente por defecto una máquina La Marzocco.

Con esa directriz en mente, The Coffee se ha ido adaptando y ofrece cinco tipos de tiendas con inversiones, estructuras y características bien definidas para los franquiciados. Cada una con arquitectura y diseño únicos, que enmarcan la experiencia de forma diferente.

El modelo Street tiene un metraje de 17 m² y está

pensado para to go, con un diseño funcional. Luego viene Hybrid, que se sitúa en calles principales, universidades, instituciones como hospitales u edificios corporativos. Este modelo ya permite el consumo en sitio y más productos. El Quiosco se define con 15 m² más una zona de descanso, y apunta a centros comerciales, galerías, edificios corporativos y aeropuertos. Su propósito es la implementación rápida y la adaptabilidad. Luego viene el nivel Mall, con un metraje de 25 m² y proyección similar.



Fecha: 31-05-2025
 Medio: Revista Chef & Hotel
 Supl.: Revista Chef & Hotel
 Tipo: Noticia general
 Título: El Zen del café

Pág.: 94
 Cm2: 963,9

Tiraje:
 Lectoría:
 Favorabilidad:
 Sin Datos
 Sin Datos
 No Definida

■ Chef&Hotel | coffee & tea

CON ESA DIRECTRIZ EN MENTE, THE COFFEE SE HA IDO ADAPTANDO Y OFRECE CINCO TIPOS DE TIENDAS CON INVERSIONES, ESTRUCTURAS Y CARACTERÍSTICAS BIEN DEFINIDAS PARA LOS FRANQUICIADOS. CADA UNA CON ARQUITECTURA Y DISEÑO ÚNICOS, QUE ENMARCAN LA EXPERIENCIA DE FORMA DIFERENTE ■



THE COFFEE | sucursal Ricardo Lyon 48, Providencia

El nivel más elevado es Premium, con un metraje de 90 m² en adelante. Este estilo de tienda es la única que incluye carta de brunch, llegando más allá de los acompañamientos standard que se ofrecen en los modelos más básicos. “El costo en cada una de estas opciones es el mismo por metro cuadrado”, explica Arizabaleta. “Solo cuando eliges Premium aumenta ligeramente al agregarse el equipo de cocina”.

IMAGEN POTENTE

El café en grano proviene en verde de Brasil y es tostado de manera local en Chile, con una curva definida por la central. La idea es tomar el mismo café en cualquiera de las ubicaciones, y el grano que se trabaja es decidido por los representantes y cada franquicia debe comprar ese mismo café. A excepción, claro, de que esta esté emplazada en un país productor.

Blue Oak lo sabe bien, ya

que se harán cargo de volver a posicionar a The Coffee en Colombia, el país natal de Juan Andrés. “Volverá de la mano nuestra”, explica, “Y también firmamos para representarlos en Argentina y Uruguay”.

Actualmente en The Coffee se trabaja con tres tipos de cafés. White Bag tiene una puntuación superior a 82 puntos y es una mezcla única, utilizada en la preparación de espressos y filtrados, y diseñada para ser un café equilibrado, con notas sensoriales que recuerdan a almendras, caramelo y chocolate, tiene baja acidez, alto dulzor, cuerpo medio y persistente. Black y Kraft son microlotes con puntuaciones superiores a los 86 y 88 puntos, y granos con complejidades y notas bien definidas, utilizados en la preparación de filtrados. Las tres líneas están disponibles para la venta en las tiendas. El Matcha es ceremonial y proviene directamente de Japón.



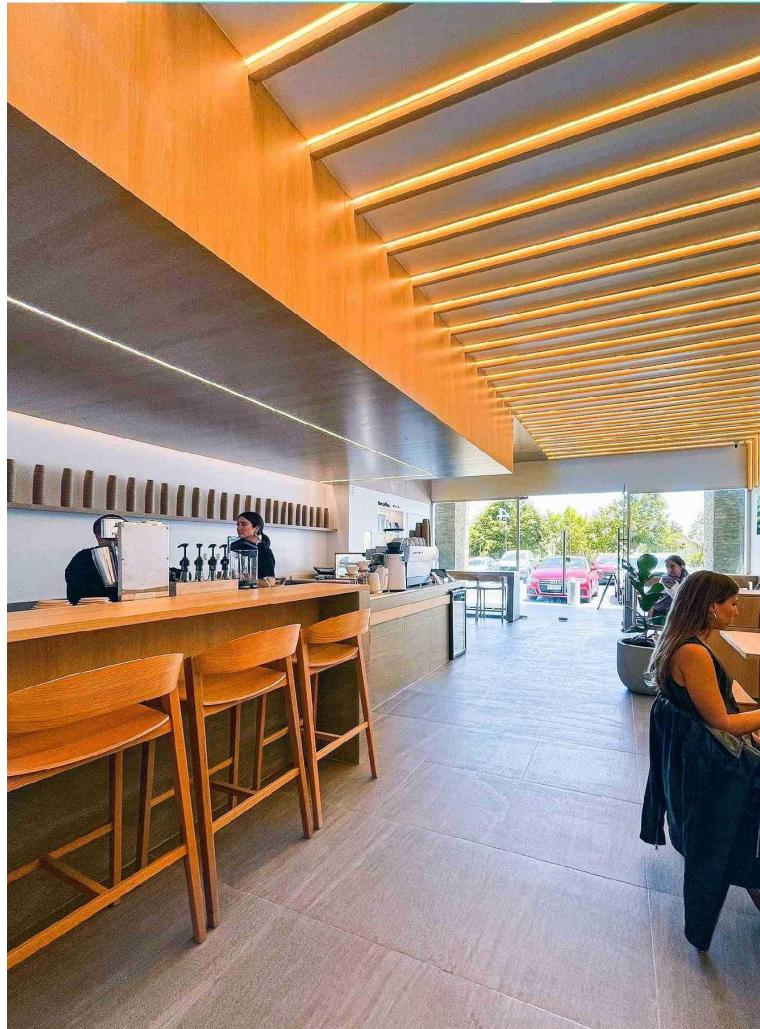
PASTEL DE LIMÓN | queque de limón con equilibrio perfecto entre lo cítrico y lo dulce

Fecha: 31-05-2025
 Medio: Revista Chef & Hotel
 Supl. : Revista Chef & Hotel
 Tipo: Noticia general
 Título: El Zen del café

Pág. : 95
 Cm2: 954,7

Tiraje:
 Lectoría:
 Favorabilidad:
 Sin Datos
 Sin Datos
 No Definida

Chef&Hotel | coffee&tea ■



THE COFFEE | sucursal Concón, Edificio Dúo, Av. Blanca Estela 1560, local 4

Para abrir un The Coffee los interesados en una franquicia deben encontrar una ubicación, la cual debe ser aprobada por Blue Oak y casa matriz. La arquitectura se centraliza, diseño lo revisa Brasil y se asegura la materialidad homogénea. "Tu trabajo como franquiciado es asegurarte que se construya el local, después de eso entramos nosotros y capacitamos en absolutamente todo, incluyendo el equipo de baristas".

Blue Oak apoya en la contratación de personal y revisión de CVs, inducciones

operativas y, además, una vez abierto el local, durante una semana hay personal de apoyo. "Durante el primer mes, dos o tres veces por semana está yendo el gerente de operaciones, el gerente comercial y está yendo nuestra barista trainer por si hay cualquier duda que pueda aparecer de cómo calibrar la máquina y otras cosas. Hemos tratado de ir haciendo que todos hablemos el mismo idioma". No en vano el logo de The Coffee, con sus caracteres en japonés ザ・コーヒー refleja una fusión de dos culturas, sino



CANELÉ Y ESPRESSO | canelé tamaño tradicional, con sabor a vainilla y ron. Caramelizado por fuera, suave y húmedo por dentro



THE COFFEE | sucursal Suecia 283, Providencia

que simboliza la sinergia de lo moderno y lo ancestral: tecnología y café comulgan en un pestaño de prístina experiencia.

the coffee. ザ・コーヒー

Chile

The Coffee La Dehesa

Av. La Dehesa 222, Lo Barnechea.

The Coffee Costanera Mall

Av. Andrés Bello 2425, Providencia

The Coffee Suecia

Suecia 283, Providencia

The Coffee Manquehue

Av. Manquehue 321, Las Condes

The Coffee Ricardo Lyon

Ricardo Lyon 48, Providencia

The Coffee MUT

Av Apoquindo 2730, Las Condes

The Coffee Alto las Condes

Av. Presidente Kennedy Lateral 9001, Las Condes

The Coffee La Pastora

La Pastora 170, Las Condes

The Coffee Concón

Edificio Dúo, Av. Blanca Estela 1560, local 4

Instagram (@thecoffee.chile):

<https://www.instagram.com/thecoffee.chile/>

Instagram (@blueoak.cl):

<https://www.instagram.com/blueoak.cl/>

Web:

<https://thecoffee.jp/shortcut/chile/>

Web: <https://blue-oak.cl/>