

## DESDE ANTOFAGASTA HASTA PUERTO MONTT

# Dominó: más de 70 años construyendo tradición y recuerdos entre los chilenos

La marca —reconocida por su cultura de personalización, donde se puede pedir un completo “tomate abajo” o “palta arriba”— sigue haciendo la diferencia con su pan fresco artesanal y su sólida conexión emocional con los clientes.



Aunque las generaciones y los hábitos cambian, en Chile, hay algo que no ha cambiado: el amor por el completo. Sin embargo, el perfil del consumidor es distinto. Las personas comen más afuera y buscan una experiencia superior. Pero en Dominó han sabido “leer” los cambios.

“Hoy vemos un invitado más informado, que quiere saber qué está comiendo, que mezcla momentos de disfrute con decisiones más conscientes. Por eso, desarrollamos opciones como DomiNOT, nuestra alternativa plant-based, y ampliamos la carta con ensaladas, crudos y preparaciones más livianas sin tocar la esencia del completo y los sándwiches de siempre”, reconoce Rodrigo Acevedo, gerente de la marca Dominó.

La empresa ha sido parte de la vida de los chilenos por más de 70 años y el vínculo sigue fortaleciéndose. “Muchos invitados nos visitan hoy porque sus padres o abuelos los trajeron cuando eran chicos”, explica el ejecutivo.



FOTOS DOMINÓ

Dominó destaca tanto por sus recetas y preparaciones propias como por sus estándares únicos.

La mayo Dominó y la salchicha Dominó hecha con receta propia por Cecinas Llanquihue; el pan horneado a diario por panaderías de barrio como Las Rosas Chicas; la palta molida y el tomate pelado y picado por los maestros son

detalles que la gente reconoce. “Hay un sabor que se mantiene y que genera confianza”, asegura Acevedo.

Algo que muy pocos saben es que el pan de Dominó es 100% artesanal. “Se hornea a diario en nuestras panaderías



Y es que, a diferencia del pan industrial envasado, con duración de muchos días, el pan artesanal de corta duración sabe a panadería de barrio, lo que hace la diferencia. Además, la marca ha logrado un perfecto equilibrio entre tradición e innovación, con el completo y el sándwich de siempre, junto a los nuevos Smash Franks, las nuevas Smash Burgers y los nuevos Brisket.

“Hemos visto el completo pasar de generación en generación, siempre el mismo y siempre distinto, según quien lo disfruta. Eso nos recuerda que nuestro trabajo no es solo vender comida, sino ser parte de esos pequeños momentos que, sumados, construyen la historia de las familias chilenas”, afirma el gerente de Dominó.

### CALIDAD Y DIGITALIZACIÓN

Para seguir conectando, sobre todo con los más jóvenes, la empresa desarrolló la app Club Dominó, que permite ordenar desde el celular y recibir la compra directa a la mesa o empaçada para llevar. De esta forma, los

comensales ahorran tiempo y de paso aprovechan los beneficios exclusivos del Club.

Pero lo que no es nuevo es la calidad. Dominó destaca tanto por sus recetas y preparaciones propias como por sus estándares únicos. “Cuando alguien nos pregunta qué hay en su completo, podemos responder con precisión porque conocemos cada etapa del proceso. También hemos invertido en infraestructura de producción y distribución que nos permite garantizar frescura y consistencia desde Antofagasta hasta Puerto Montt”, señala Rodrigo Acevedo.

En un mundo donde la agenda siempre parece apretada, Dominó es ese lugar donde la gente para, respira, come algo rico y disfruta el momento. Suena simple, pero es un verdadero ritual para muchas personas. “Venimos de la tradición de las fuentes de soda chilenas y hoy vivimos también en los malls, pero la esencia es la misma: ser el lugar donde la gente se encuentra, celebra lo cotidiano y se da permiso de disfrutar”, concluye.