

AOA 2026 CHILE TV

DÍA 1 PROGRAMACIÓN EDITORIAL Y COMERCIAL

Vinos orgánicos y biodinámicos

Ganadería regenerativa y lácteos

Alimentos orgánicos, Veganos y sustentables

CHEFS TALK!

INFLUENCER TALKS!



3 DÍAS

Transmisión en vivo



5 HORAS / DÍA

Contenido diario



15 HORAS

Programa total

ESPACIO **FOOD**
SERVICE



BIOBRAZIL FAIR

BIOFACH AMERICA LATINA

into organic



AGRICULTURA ORGÁNICA & ALIMENTOS SALUDABLES

¿Qué es AOA Chile TV?

Un **espacio de contenido en vivo** dentro de nuestro **Hub AOA Chile**, dentro de Espacio Food Service que **conecta** productores, marcas, chefs, expertos e influencers con la **industria alimentaria sostenible**.

El proyecto busca posicionar a AOA Chile, conectar marcas con compradores y distribuidores, monetizar mediante alianzas comerciales, amplificar el alcance digital y generar contenido audiovisual de alto valor.

Este documento **corresponde exclusivamente al Día 1** y está diseñado para **dos públicos**:

ponentes/panelistas

Que aportan conocimiento y experiencia.

marcas/empresas

Que pueden asociarse como Partners Estratégicos de cada activación o del programa de tres días.

Propósito del Día 1

- Generar conversaciones prácticas y de mercado, evitando que el espacio sea solamente descriptivo o promocional.
- Conectar experiencia productiva con comercialización, consumo, distribución y nuevas oportunidades.
- Mostrar desafíos reales del mercado chileno y abrir la conversación hacia Brasil y otros mercados cuando corresponda.
- Generar contenido audiovisual que pueda seguir circulando después de la feria.



Estructura

del Día 1

Hora 1

🕒 1 hora

📖 Vinos orgánicos y biodinámicos

Por completar

Hora 2

🕒 1 hora

📖 Ganadería regenerativa y lácteos

Por completar

Hora 3

🕒 1 hora

📖 Alimentos orgánicos y sustentables

Por completar

Hora 4

🕒 1 hora

📖 Influencer · bloque de contenido

Según confirmación

Hora 5

🕒 1 hora

📖 Influencer · bloque de contenido

Según confirmación

El PDF base contempla 3 días, 5 horas diarias y 15 horas totales. Para el Día 1 establece tres horas de conversatorios temáticos y dos horas de contenido con influencers.

Vinos orgánicos y biodinámicos



HORA 1 · CONVERSATORIO TEMÁTICO

¿De qué se trata?

Es una conversación sobre qué diferencia a los vinos orgánicos y biodinámicos, cómo evoluciona el mercado chileno y qué oportunidades existen para aumentar el consumo y la internacionalización.

¿A quiénes buscamos como panelistas?

Enólogo/a · viña orgánica/biodinámica · certificadora o experto/a exportador/a/importador/a · comprador/distribuidor.

¿Qué queremos conversar?

- ▶ ¿Qué significa producir vino orgánico y qué aporta la certificación al consumidor?
- ▶ ¿Qué diferencia a la viticultura y elaboración biodinámica frente a la producción convencional?
- ▶ ¿Cómo está hoy el mercado chileno y qué limita el crecimiento del consumo?
- ▶ ¿Cómo comunicar mejor el valor del vino orgánico/biodinámico al consumidor?
- ▶ ¿Qué oportunidades existen para exportar a Brasil y otros mercados?
- ▶ ¿Qué buscan hoy compradores, distribuidores y consumidores internacionales?

Oportunidad para Partner Estratégico

El partner se vincula a una conversación que aborda producción, diferenciación, consumo y mercados. El valor está en asociar la marca a conocimiento y conexiones, no solo a una exhibición de logo.

Partner potencial	Viña · certificadora · empresa de insumos · distribuidor · retailer · marca de bebidas · empresa vinculada al ecosistema del vino.
Activación de marca	Presencia en pantalla LED 3 × 2 durante el bloque; producto/packaging en cámara cuando corresponda; mención editorial; contenidos derivados y posibilidad de degustación si se acuerda.
Presencia audiovisual	Pantalla LED 3 × 2 durante el bloque · producto/packaging en cámara cuando corresponda · mención editorial · contenidos derivados.

¿Qué valor recibe la marca?

- Asociación directa con una conversación especializada y relevante para su categoría.
- Visibilidad de marca dentro de la puesta en escena y del contenido audiovisual, según el acuerdo.
- Posibilidad de mostrar producto de forma contextual, evitando que la conversación se transforme en un aviso.
- Posibilidad de generar piezas derivadas para redes y canales digitales de AOA Chile.
- Cuando corresponda, posibilidad de degustación o curado de marca, sujeto a coordinación y condiciones de la actividad.

ESPACIO
**FOOD
SERVICE**



Ganadería regenerativa y lácteos

HORA 2
CONVERSATORIO
TEMÁTICO

¿De qué se trata?

Conversar sobre producción regenerativa, ganadería y lácteos desde una perspectiva productiva y de mercado, conectando prácticas, valor agregado y oportunidades para alimentos diferenciados.



¿Qué queremos conversar?

- ¿Qué entendemos por ganadería regenerativa y cuáles son sus principales características?
- ¿Qué prácticas productivas están generando resultados y cómo se pueden comunicar?
- ¿Qué relación existe entre suelo, producción animal, bienestar y calidad de los alimentos?
- ¿Qué desafíos existen para transformar una producción regenerativa u orgánica en una propuesta comercial?
- ¿Qué oportunidades existen para productos lácteos diferenciados?
- ¿Qué necesitan los productores para acceder a nuevos compradores y mercados?

¿A quiénes buscamos como panelistas?

Productor/a regenerativo · empresa láctea · experto/a en producción regenerativa · certificadora · comprador/comercializador.

Perfil ideal 1	Productor/a con experiencia en ganadería regenerativa.
Perfil ideal 2	Representante de empresa láctea o marca con propuesta diferenciada.
Perfil ideal 3	Experto/a o actor comercial capaz de hablar de mercado, certificación o acceso a compradores.

Oportunidad para Partner Estratégico

El partner puede demostrar cómo su solución, producto o marca participa del desarrollo de una cadena de valor más sostenible, conectándose con productores, industria y compradores.

Partner potencial	Empresa láctea · certificadora · tecnología/insumos · retailer · industria alimentaria · logística · marca de alimentos.
Activación de marca	Producto o marca en el set cuando sea pertinente; branding en LED; mención editorial; entrevista o contenido derivado; posibilidad de degustación.
Presencia audiovisual	Pantalla LED 3 × 2 durante el bloque · producto/packaging en cámara cuando corresponda · mención editorial · contenidos derivados.

¿Qué valor recibe la marca?

- Asociación directa con una conversación especializada y relevante para su categoría.
- Visibilidad de marca dentro de la puesta en escena y del contenido audiovisual, según el acuerdo.
- Posibilidad de mostrar producto de forma contextual, evitando que la conversación se transforme en un aviso.
- Posibilidad de generar piezas derivadas para redes y canales digitales de AOA Chile.
- Cuando corresponda, posibilidad de degustación o curado de marca, sujeto a coordinación y condiciones de la actividad.



Alimentos orgánicos regenerativos y sustentables



HORA 3 · CONVERSATORIO TEMÁTICO

¿Qué queremos conversar?

- ¿Qué categorías de alimentos orgánicos y sustentables tienen oportunidades de crecimiento?
- ¿Qué está limitando el consumo y qué debería cambiar en el mercado chileno?
- ¿Cómo comunicar mejor el valor y la diferenciación de estos productos?
- ¿Qué canales comerciales son más adecuados para productores y marcas?
- ¿Cómo conectar producción local con retail, food service, distribuidores e industria?
- ¿Qué nuevas oportunidades pueden abrirse hacia Brasil y otros mercados?

¿De qué se trata?

Analizar el mercado de alimentos orgánicos y sustentables, sus desafíos de crecimiento y las oportunidades para conectar productores y marcas con compradores, distribuidores e industria.

¿A quiénes buscamos como panelistas?

Marca de alimentos · productor/a · comprador/retail · distribuidor · experto/a en consumo, innovación o sostenibilidad.

Perfil ideal 1	Marca o productor con experiencia en alimentos orgánicos/sustentables.
Perfil ideal 2	Comprador, retailer o distribuidor que pueda hablar desde la demanda.
Perfil ideal 3	Especialista en innovación, consumo, sostenibilidad o desarrollo de mercado.

Oportunidad para Partner Estratégico

Es un bloque transversal que permite a una marca posicionarse dentro de la conversación sobre consumo, comercialización e innovación, conectando su propuesta con un ecosistema más amplio.

Partner potencial	Empresa láctea · certificadora · tecnología/insumos · retailer · industria alimentaria · logística · marca de alimentos.
Activación de marca	Producto o marca en el set cuando sea pertinente; branding en LED; mención editorial; entrevista o contenido derivado; posibilidad de degustación.
Presencia audiovisual	Pantalla LED 3 × 2 durante el bloque · producto/packaging en cámara cuando corresponda · mención editorial · contenidos derivados.

¿Qué valor recibe la marca?

- Asociación directa con una conversación especializada y relevante para su categoría.
- Visibilidad de marca dentro de la puesta en escena y del contenido audiovisual, según el acuerdo.
- Posibilidad de mostrar producto de forma contextual, evitando que la conversación se transforme en un aviso.
- Posibilidad de generar piezas derivadas para redes y canales digitales de AOA Chile.
- Cuando corresponda, posibilidad de degustación o curado de marca, sujeto a coordinación y condiciones de la actividad.

ESPACIO
**FOOD
SERVICE**





HORA 4 CHEFS TALKS



HORA 5 · INFLUENCERS

El PDF base contempla dos horas de cierre para el Día 1: una hora dedicada a Chefs Talks y una hora a influencers. Estos espacios se trabajan mediante contenido digital, entrevistas y conversación, con un enfoque más dinámico que los conversatorios temáticos.

Zona Chef

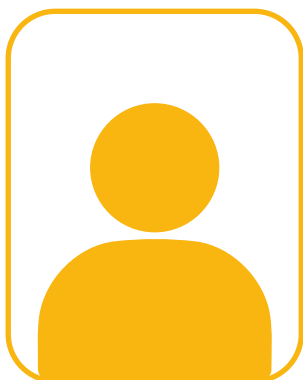


Alonso Barraza



Chefs
Invitados

Zona influencer



Influencers
Invitados

Ampliar el alcance digital del evento y conectar los temas del día con audiencias de redes sociales mediante conversaciones, entrevistas y contenido audiovisual.

Criterio comercial

- La marca debe ser coherente con la audiencia y el tema; evitar asociaciones forzadas.
- Puede existir presencia de producto, mención, branding en LED y contenido derivado.
- Cuando se contemple degustación o activación, debe definirse previamente la logística.
- El objetivo es que el contenido sea útil para la audiencia y, al mismo tiempo, genere valor para el partner.

PARTNERS ESTRATÉGICOS · DÍA 1

La propuesta comercial debe entenderse como una alianza de contenido. La marca no solamente compra un espacio publicitario: se integra a una conversación, obtiene presencia audiovisual y puede generar conexiones con otros actores del ecosistema.

Modalidad	Qué busca	Presencia	Ejemplo Día 1
Partner de activación temática	Asociarse a una hora específica	Vodcast + LED + producto + contenidos según acuerdo	Partner del bloque Vinos Orgánicos y Biodinámicos
Partner estratégico 3 días	Asociarse a una hora específica	Vodcast + espacio físico + contenidos digitales + seminario, según acuerdo	Marca que quiere vincularse a todo el programa

Elementos de activación

- ▶ Pantalla LED 3 × 2: soporte dinámico para logo, producto, mensajes y piezas audiovisuales durante la hora temática.
- ▶ Producto en set: cuando sea coherente con el tema, puede mostrarse físicamente el producto o packaging.
- ▶ Mención editorial: contextualizar la participación de la marca sin convertir el panel en un aviso.
- ▶ Contenido derivado: reels, clips, entrevistas y piezas para redes pueden prolongar la vida útil de la activación.
- ▶ Curado de marca / degustación: opción especialmente interesante para partners de alimentos y bebidas, previa coordinación de logística y condiciones.

Integración con HUB AOA Chile 2026

Para partners estratégicos de mayor alcance, el Día 1 puede conectarse con una presencia complementaria en el seminario HUB AOA Chile 2026, orientado a innovación y nuevas oportunidades de mercado para el ecosistema orgánico, regenerativo y sustentable. Esta presencia debe mantenerse acotada y funcionar como extensión de la alianza, no como publicidad invasiva.

- ▶ Mención institucional o de partner.
- ▶ Presencia de marca en soportes visuales del seminario, según disponibilidad.
- ▶ Conexión con invitados, compradores, distribuidores y actores internacionales.
- ▶ Integración Chile–Brasil cuando sea pertinente al perfil del partner.

¿CÓMO PARTICIPAR?

El documento está diseñado para facilitar la convocatoria. Un experto puede participar como panelista; una empresa puede asociarse a una activación temática o conversar sobre una alianza estratégica para los tres días.

➤ **Identificar el bloque:** Seleccionar el tema que mejor coincide con la experiencia o categoría.

➤ **Conversar:** Definir enfoque, aporte del participante y disponibilidad.

➤ **Confirmar:** Registrar panelista, empresa, rol y estado.

➤ **Activar:** Definir modalidad de partner, presencia de marca y contenidos.

➤ **Producir:** Cerrar preguntas, piezas LED, productos, logística y contenidos derivados.

Mensaje base para convocar panelistas

“Estamos construyendo la programación de AOA Chile TV durante Espacio Food Service, con conversatorios especializados sobre producción, innovación, mercado y nuevas oportunidades para el sector orgánico, regenerativo y sustentable. Cada bloque reúne hasta tres referentes y busca generar una conversación práctica, con foco en mercado y conexiones. Nos gustaría invitarte a participar en el bloque de [TEMA], porque tu experiencia puede aportar especialmente en [ÁREA].”

Mensaje base para marcas

“Durante el Día 1 de AOA Chile TV estamos desarrollando conversaciones sobre vinos orgánicos y biodinámicos, ganadería regenerativa y lácteos, y alimentos orgánicos y sustentables. Las marcas vinculadas a estos sectores pueden participar como Partner Estratégico de una activación temática o conversar sobre una alianza transversal para los tres días, incorporando presencia audiovisual, producto, branding y contenidos asociados, según la modalidad acordada.”



¡Contáctanos!



Rodrigo Rojas Ch.
CEO · Fundador



rodrigo@aoachile.com



Geraldine Olmedo S.
Co-Fundadora · Manager



geraldine@aoachile.com



Irene Castillo
Comunicaciones



comunicaciones@aoachile.com



Chef Alonso Barraza
Alianzas Gastronómicas



alonsobarraza@aoachile.com



AOA CHILE TV · POSICIONA · CONECTA · DESTACA