

DÍA 2 PROGRAMACIÓN EDITORIAL Y COMERCIAL

Gastronomía vegana

Frutas y cítricos orgánicos

Alimentos orgánicos, y sustentables

CHEFS TALK!

INFLUENCER TALKS!

AOA 2026
CHILE
TV



3 DÍAS

Transmisión en vivo



5 HORAS / DÍA

Contenido diario



15 HORAS

Programa total

ESPACIO **FOOD**
SERVICE



BIOBRAZIL FAIR

BIOFACH AMERICA LATINA

into organic



¿Qué es AOA Chile?

Un espacio de encuentro entre productores, Espacio Food Service, **AOA Chile**, conectando productores y distribuidores, mercados y espacios públicos, generando contenido digital y generando valor.

Este documento es el primer capítulo del Día 2. Está pensado para ser leído por personas interesadas en los temas Estratégicos.

Objetivos

- Generar conversaciones prácticas sobre producción, mercado, innovación.
- Conectar experiencia y conocimiento de productores comerciales y de mercado.
- Facilitar la participación de productores.
- Crear contenido audiovisual después de la feria.



Estructura

del Día 2

Hora 1

🕒 1 hora

📺 GASTRONOMÍA VEGANA

Por completar

Hora 2

🕒 1 hora

📺 FRUTAS Y CÍTRICOS ORGÁNICOS

Por completar

Hora 3

🕒 1 hora

📺 Alimentos orgánicos y sustentables

Por completar

Hora 4

🕒 1 hora

📺 Chefs Talks

confirmado

Hora 5

🕒 1 hora

📺 Influencer · contenido digital

Según confirmación

La programación base del PDF establece 5 horas de transmisión por día: 3 horas de conversatorios temáticos y 2 horas de contenido con influencers. En los tres días son 9 horas de conversatorios y 6 horas con influencers.

GASTRONOMÍA VEGANA

GASTRONOMÍA VEGANA:

¿Qué queremos conversar?

- ▶ ¿Qué entendemos hoy por gastronomía vegana y cómo ha evolucionado su propuesta gastronómica?
- ▶ ¿Qué diferencia existe entre una cocina vegana enfocada en sabor y experiencia y una oferta basada solamente en sustituir ingredientes?
- ▶ ¿Cómo está creciendo la demanda por opciones veganas en restaurantes, hoteles, cafeterías y food service?
- ▶ ¿Qué ingredientes, productos y materias primas de origen vegetal están generando nuevas oportunidades para chefs y productores?
- ▶ ¿Qué desafíos existen en abastecimiento, costos, disponibilidad, estacionalidad y desarrollo de productos?
- ▶ ¿Cómo pueden los chefs y las marcas comunicar mejor el valor de una propuesta vegana al consumidor?
- ▶ ¿Qué oportunidades existen para conectar gastronomía vegana con alimentos orgánicos, saludables y sustentables?

HORA 1 · CONVERSATORIO TEMÁTICO

¿De qué se trata?

Una conversación sobre la evolución de la gastronomía vegana, su impacto en la oferta gastronómica y las nuevas oportunidades que se están abriendo para chefs, restaurantes, productores y marcas de alimentos. El foco estará en comprender cómo la cocina basada en plantas está pasando de ser un nicho a convertirse en una propuesta gastronómica y comercial con creciente interés del consumidor.

¿A quiénes buscamos como panelistas?

Chef vegano/a · chef especializado/a en cocina basada en plantas · restaurante o emprendimiento gastronómico · productor/a de alimentos vegetales · marca de alimentos · comprador/a o profesional de food service.

Perfil ideal 1	Chef vegano/a o chef especializado/a en cocina basada en plantas.
Perfil ideal 2	Productor/a o marca de alimentos de origen vegetal, orgánicos o saludables.
Perfil ideal 3	Restaurante, comprador/a, distribuidor/a o especialista en food service.

Oportunidad para Partner Estratégico

La gastronomía vegana ofrece una oportunidad para que una marca se vincule a una conversación de alto interés sobre innovación gastronómica, nuevos hábitos de consumo y desarrollo de productos. El partner puede integrarse de manera natural al contenido, mostrando cómo su producto o solución participa de esta nueva propuesta gastronómica.

Partner potencial	Marcas de alimentos veganos · ingredientes vegetales · bebidas · equipamiento gastronómico · food service · retail · empresas de innovación alimentaria.
Activación de marca	Producto en set; branding LED; mención editorial; demostración o degustación; contenidos derivados
Presencia audiovisual	Pantalla LED 3 × 2 · producto/packaging cuando corresponda · mención editorial · reels, clips y entrevistas.

¿Qué valor recibe la marca?

- Asociación con una conversación especializada sobre gastronomía vegana, innovación y tendencias de consumo.
- Presencia de marca en la puesta en escena y contenido audiovisual, según acuerdo.
- Posibilidad de integrar productos en cámara cuando sean coherentes con la conversación.
- Mención editorial y contenidos derivados para redes sociales.
- Posibilidad de degustación, demostración culinaria o curado de marca, previa coordinación.



FRUTAS Y CÍTRICOS ORGÁNICOS

HORA 2
CONVERSATORIO
TEMÁTICO

¿De qué se trata?

Conversar sobre producción, comercialización y oportunidades de mercado para frutas y cítricos orgánicos, desde la producción hasta el consumidor y la exportación.



¿Qué queremos conversar?

- ¿Cómo está evolucionando la producción de frutas y cítricos orgánicos?
- ¿Qué desafíos existen en certificación, productividad, postcosecha y logística?
- ¿Cómo se puede diferenciar el producto orgánico frente al convencional?
- ¿Qué buscan compradores, distribuidores y consumidores?
- ¿Qué oportunidades existen para exportar y abrir nuevos mercados?
- ¿Qué posibilidades de conexión Chile-Brasil pueden desarrollarse?

¿A quiénes buscamos como panelistas?

Productores orgánicos · exportadores/importadores · certificadoras · especialistas en postcosecha/logística · compradores.

Perfil ideal 1	Productor/exportador de fruta o cítricos orgánicos.
Perfil ideal 2	Certificadora o especialista técnico.
Perfil ideal 3	Comprador, importador, distribuidor o especialista en mercado.

Oportunidad para Partner Estratégico

La marca puede posicionarse dentro de una conversación de cadena de valor, diferenciación, exportación y nuevas oportunidades comerciales.



Partner potencial	Productor/exportador · certificadora · logística · packaging · tecnología agrícola · retailer · importador.
Activación de marca	Producto/packaging en set; branding LED; mención editorial; contenidos derivados y posibilidad de degustación.
Presencia audiovisual	Pantalla LED 3 × 2 · producto/packaging cuando corresponda · mención editorial · contenidos derivados.

¿Qué valor recibe la marca?

- Asociación con una conversación especializada y relevante
- Presencia de marca en puesta en escena y contenido audiovisual, según acuerdo.
- Posibilidad de integrar producto de manera contextual.
- Posibilidad de generar reels, clips, entrevistas y otros contenidos derivados.
- Posibilidad de degustación o curado de marca cuando corresponda y previa coordinación.



Alimentos **orgánicos** y sustentables

¿Qué queremos conversar?

- ¿Qué categorías presentan mayores oportunidades de crecimiento?
- ¿Qué está limitando el consumo y cómo se puede ampliar el mercado?
- ¿Cómo construir confianza y comunicar valor al consumidor?
- ¿Qué canales comerciales permiten crecer de forma sostenible?
- ¿Cómo conectar productores, marcas, retail, food service y distribuidores?
- ¿Qué alianzas pueden abrir oportunidades en Chile, Brasil y otros mercados?

HORA 3 · CONVERSATORIO TEMÁTICO

¿De qué se trata?

Profundizar en innovación, consumo y nuevas oportunidades de mercado para marcas y productores de alimentos orgánicos y sustentables.

¿A quiénes buscamos como panelistas?

Marcas de alimentos · productores · compradores/retail · distribuidores · expertos en innovación, consumo o sostenibilidad.

Perfil ideal 1	Marca o productor con propuesta diferenciada.
Perfil ideal 2	Comprador, retailer o distribuidor.
Perfil ideal 3	Especialista en innovación, consumo o desarrollo de mercado.

Oportunidad para Partner Estratégico

Es un bloque transversal para posicionar una marca dentro de conversaciones sobre consumo, innovación y comercialización del sector.

Partner potencial	Marca de alimentos · retailer · distribuidor · packaging · logística · tecnología · servicios B2B.
Activación de marca	Producto en set; branding dinámico en LED; mención editorial; entrevista complementaria y contenidos cortos.
Presencia audiovisual	Pantalla LED 3 × 2 · producto/packaging cuando corresponda · mención editorial · contenidos derivados.

¿Qué valor recibe la marca?

- Asociación con una conversación especializada y relevante
- Presencia de marca en puesta en escena y contenido audiovisual, según acuerdo.
- Posibilidad de integrar producto de manera contextual.
- Posibilidad de generar reels, clips, entrevistas y otros contenidos derivados.
- Posibilidad de degustación o curado de marca cuando corresponda y previa coordinación.





El día contempla dos horas de contenido con influencers. Estas horas deben tener un formato más dinámico de conversación, entrevista y contenido para redes.

Zona Chef

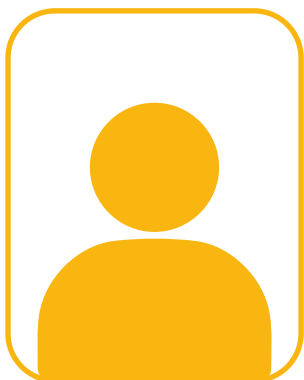


Karime Harcha



Chefs
Invitados

Zona influencer



Influencers
Invitados

Criterio comercial

La marca debe ser coherente con la audiencia y el tema.

Puede existir presencia de producto, mención, branding en LED y contenido derivado.

La degustación o activación se define previamente según producto y logística.

El contenido debe aportar valor a la audiencia y al partner.

PARTNERS ESTRATÉGICOS · DÍA 1

La propuesta se plantea como una alianza de contenido: la marca no solamente compra visibilidad, sino que se integra a una conversación y al ecosistema de conexiones.

Modalidad	Qué busca	Presencia	Ejemplo Día 1
Partner de activación temática	Asociación a un bloque + branding + producto + contenido	Vodcast + LED + gráfica/redes según acuerdo	Posicionamiento temático
Partner estratégico 3 días	Presencia transversal + activaciones + contenidos + posible degustación/curado	Vodcast + espacio físico + contenidos digitales + seminario	Posicionamiento y conexiones comerciales

Elementos de activación

Pantalla LED 3 × 2 para logo, producto, mensajes y piezas audiovisuales.

Producto en set cuando sea coherente con el tema.

Mención editorial del partner.

Reels, clips, entrevistas y piezas derivadas.

Curado de marca / degustación para partners que tengan productos apropiados y previa coordinación.

Integración con HUB AOA Chile 2026

Para partners estratégicos de mayor alcance, se puede ofrecer una presencia complementaria y más acotada en el seminario HUB AOA Chile 2026, orientado a innovación y nuevas oportunidades de mercado del ecosistema orgánico, regenerativo y sustentable.

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

¿CÓMO PARTICIPAR?

- Identificar el bloque que mejor coincide con la experiencia o categoría.
- Conversar y definir enfoque, aporte y disponibilidad.
- Confirmar panelista, empresa, rol y estado.
- Si existe interés comercial, definir modalidad de partner y activación.
- 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 2 de AOA Chile TV estamos desarrollando conversaciones especializadas y buscamos marcas vinculadas a estos sectores para 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