LITORALPRESS

Fecha: 16-04-2025
Medio: El Mercurio
Supl. : El Mercurio - Alimentos
Tipo: Actualidad
Título: Asesoría, cadena de suministro sólida y acceso a financiamiento son clave para escalar emprendimientos

Pág. : 1
Cm2: 400,7

Tiraje: 126.654
Lectoría: 320.543
Favorabilidad: No Definida

EL SUEÑO DE SALIR AL MERCADO:

Asesoría, cadena de suministro sólida y acceso a financiamiento son clave para escalar emprendimientos

Que los productos respondan a necesidades y expectativas de los consumidores también son factores esenciales a considerar.

VALENTINA PIZARRO B.

Una buena idea requiere de una serie de acciones para proyectarse a largo plazo y alcanzar la rentabilidad económica. Esto también ocurre con los productos alimentarios y emprendimientos de esta categoría, que necesitan escalar para entrar al mercado de ventas. "La escalabilidad de un emprendimiento se entiende como la capacidad que tiene para aumentar su producción y ventas sin enfrentar grandes obstáculos en términos de costos, recursos o capacidades operativas. Es decir, no solo se trata de producir más, sino de hacerlo de manera eficiente, rentable y sostenible. Por lo tanto, para que un emprendimiento en el sector alimentario sea escalable y llegue al mercado, se deben conjugar varios factores claves", explica Graciela Urrutia, gerente del programa Transforma Alimentos.

Algunos elementos a considerar son contar con un proceso de producción escalable, tener una cadena de suministro sólida, cumplir las normativas, tener la capacidad para adaptarse a nuevos mercados, considerar diversos canales de venta, contar con acceso a financiamiento, estar abiertos a la innovación e I+D, y disponer de una red de apoyo y alianzas estratégicas.

Antes de salir al mercado, también es importante tener certeza de que el producto realmente responde a las necesidades y expectativas de los consumidores, para lograr la recompra y el crecimiento del negocio. "Un producto con más del 80% de recompra puede considerarse exitoso. Además, es fundamental contar con un modelo de negocio sólido, dado que hemos visto casos de productos que logran ingresar al mercado e incluso posicionarse en supermercados, pero al no tener una base robusta, no se logran sostener y terminan cerrando", comenta Jean Paul Veas, director ejecutivo del Centro Tecnológico para la Innovación Alimentaria (CeTA).

AUTENTICIDAD, SOSTENIBILIDAD Y CALIDAD son factores que ayudan a posicionar un producto en el mercado. En la foto, un laboratorio del Instituto de Nutrición y Tecnología de los Alimentos (INTA), donde realizan análisis, certificaciones y asistencia técnica para el sector alimentario.

FRUTOS DE LONQUÉN es un emprendimiento nacional que con apoyo de CeTA ha escalado sus productos. Uno de estos, el mix de hongos.

EL ORIGEN DE KUNA FOODS está en una nutricionista que buscaba crear alimentos libres de gluten para su hijo.

BÚSQUEDA DE SENTIMIENTO, conexión y cariño son algunas tendencias de la industria observadas en la última feria SIAL Paris - International Food Exhibition, realizada en octubre pasado.

KUNA FOODS

DECISIONES ACERTADAS

Otros aspectos a considerar tienen relación con el márketing y las opciones para atraer ventas. "Escalar no se trata solo de vender más, sino de sostener la promesa de valor a medida que se crece. Para esto, es vital conocer la industria en la que se compite, proyectar la capacidad productiva y automatizar procesos estratégicamente", recalca Karina Salas, ingeniero comercial y gerente de La Brújula Incuba, plataforma que desde Coquimbo impulsa el emprendimiento y la innovación.

Vincularse a sellos de origen, certificaciones de calidad o incluso alianzas con actores del circuito gastronómico puede ser una vía efectiva para ganar visibilidad y diferenciación en mercados competitivos. Sobre esto, Salas agrega que "el error más silencioso es dejar de escuchar al mercado; pensar que porque algo funcionó en pequeño funcionará de la misma forma a gran escala". Que la descentralización facilite las oportunidades y el acceso a ecosistemas de apoyo también son aspectos clave destacados por la profesional.

CASOS EXITOSOS

Kuna Foods es el emprendimiento de la nutricionista Bernardita Olivos, quien desarrolló *snacks* sin gluten para su hijo con la ayuda de CeTA. "No encontraba nada en el mercado que me diera confianza. Por eso nos enfocamos en crear un producto con etiqueta limpia, seguro para los más pequeños, que se disuelva en la boca, sin aditivos y, además, con impacto positivo, dado que su preparación incluye descarte de frutas y un diseño que conecta con las familias", cuenta.

Una de las mayores dificultades, comenta, "fue adaptarse a las exigencias comerciales del *retail* y sus procesos internos; lo complejo estuvo a nivel de producción, porque las máquinas exigen volúmenes muy altos, y tener que vender tres toneladas de un producto que es muy liviano era un reto enorme".

También está el caso de Delavid, producto que tiene como base el orujo de uva fermentado, deshidratado, con alto contenido nutricional y que puede ser incorporado en varias preparaciones. Es rico en antioxidantes, fibra y compuestos bioactivos. Con la asesoría de CeTA, consiguieron resolución sanitaria para la comercialización en el mercado formal.

NICHOS EN AUGE

Existen alimentos que por sus características y propiedades están expandiéndose en los mercados y registran un alto consumo. A partir de tendencias observadas en ferias de innovación y desarrollo de nuevos productos, desde CeTA consignan que uno de los segmentos más destacados en la actualidad es el de las bebidas sin alcohol, en el que han cobrado relevancia las bebidas funcionales, isotónicas y a base de plantas, enriquecidas con proteína. Otra tendencia en productos que están escalando es el uso de proteínas vegetales.

"Vemos un auge en la oferta de nuevos ingredientes con atributos sensoriales, beneficiosos para la salud, altamente nutritivos y en sintonía con la demanda por productos sostenibles a nivel global, con menor impacto social y medioambiental", asegura Graciela Urrutia, de Transforma Alimentos.

También, añade que desde hace unos años se ha evidenciado "el aumento de empresas cuya propuesta de valor se asienta en el desarrollo de alternativas de origen vegetal, y lo mismo ocurre con aquellas que ofrecen alimentos funcionales o que se alinean a objetivos de salud específicos, como el control de peso, el bienestar mental y el rendimiento físico".

TOMAR NOTA

- **Proceso de producción escalable:** replicable a gran escala. Estandarización y automatización, incorporando maquinaria y tecnología para aumentar la capacidad sin aumentar proporcionalmente los costos operacionales.
- **Cadena de suministro sólida:** contar con redes de proveedores que puedan ofrecer materias primas de calidad y en mayor volumen, sin comprometer el precio o la disponibilidad.
- **Marco normativo:** cumplir con regulaciones locales e internacionales en inocuidad alimentaria y etiquetado es fundamental para garantizar expansión.
- **Adaptación a nuevos mercados:** la demanda en Chile es relativamente baja y la internacionalización puede ser una estrategia en materia de escalamiento de alimentos.
- **Diversificación de canales de venta:** ya sean transacciones directas, en góndolas de supermercados, distribución mayorista o ventas en línea. Con el auge del *e-commerce*, tener presencia digital escalable permite que el negocio llegue a un público más amplio.
- **Acceso a financiamiento:** inversión en infraestructura, tecnología y márketing permiten el escalamiento de negocios en el sector alimentario.
- **Disposición a la innovación e I+D:** generar productos innovadores y de calidad, que se puedan adaptar fácilmente a diferentes mercados. La capacidad de ir renovándolos con mejoras continuas hará que no queden obsoletos.
- **Red de apoyo y alianzas estratégicas:** a través de estas colaboraciones, un negocio puede superar limitaciones de capital, capacidad productiva, acceder a nuevos mercados, innovar y reducir riesgos.

Fuente: Transforma Alimentos