

Informe Actividades línea 2 Capital Semilla.

Actividad: Material Promocional

Fecha: 27 de Febrero de 2008

Proyecto: Producción y Comercialización de Harina de Castañas para exportación

Objetivo: El objetivo de esta actividad es contar con material promocional tanto para el mercado nacional como internacional. Para este efecto se desarrollaron envases, etiquetas, pendones, recetarios, tarjetones con recetas, fichas técnicas, ficha de productos con información nutricional clara en dos idiomas, con fotografías de los productos de manera que fueran atractivos para los potenciales clientes y con información destacada sobre características nutricionales como libre de gluten y libre de grasas trans..

Desarrollo

Todos estos materiales gráficos se mandaron a imprimir con el fin de contar con ellos en Ferias Internacionales como la Winter Fancy Food Show de San Diego y la Summer Fancy Food Show que se realizará en Junio/julio de este año en Nueva York, donde se entregó y se entregará gran cantidad de material promocional a distribuidores, importadores, chefs, representantes de escuelas culinarias, periodistas, etc. Este material es un gran apoyo para la recordación del producto.

También se han utilizado en ferias gastronómicas nacionales realizadas en el Drugstore de Providencia, donde fueron de gran utilidad los pendones y el material gráfico en español. El material gráfico ha sido de gran utilidad para explicar los productos a clientes extranjeros, como el caso de una presentación que hizo SanoSur a un grupo de Importadores norteamericanos invitados por Prochile, en Enero de este año.

En esta reunión se hizo una presentación de la empresa y explicación de los productos, se entregó una carpeta con fichas, recetas otros materiales, además de una degustación de productos. Los empresarios quedaron gratamente impresionados con el diseño y con la calidad de los productos.

Además de los materiales impresos, se obtuvieron códigos de barra para el mercado nacional, fundamentales para el etiquetado en Chile.

Como conclusión podemos agregar que este material ha sido fundamental en la difusión de nuestro producto en los mercados norteamericano, Mexicano y nacional, donde hemos podido entregar información oportuna, de buena calidad y muy bien desarrollada e impresa.

Informe Actividades línea 2 Capital Semilla.

Actividad: Diseño de Página Web

Fecha: 27 de Febrero de 2008

Proyecto: Producción y Comercialización de Harina de Castañas para exportación

Se contrató a dos programadores para el rediseño de la página web, en que se incluyeron textos en dos idiomas, inglés y español, de manera de mejorar su visibilidad, facilitar la navegación por las distintas páginas con información nutricional y recetas.

Esta página tiene como resultados concretos y medibles, varios contactos del mercado nacional interesados en nuestros productos, especialmente en la harina de castañas, producto nuevo en el mercado nacional y que despierta interés entre dueños de tiendas gourmet, chefs y otros.

Informe Actividades línea 2 Capital Semilla.

Actividad: Arriendo de propiedad para control de calidad y selección materia prima de muestras en localidad de El Carmen

Fecha: 27 de Febrero de 2008

Proyecto: Producción y Comercialización de Harina de Castañas para exportación

Objetivo: Contar con un lugar físico apropiado para el control de calidad, recepción y selección de materia prima para la posterior elaboración de la harina de castañas.

Esta propiedad está ubicada en el centro de la comuna de el Carmen, corazón de la mayor zona productora de castañas del país, lo que facilita la recepción de materias primas frescas, dado que las castañas son altamente perecibles y no se pueden almacenar, es necesario seleccionarlás de inmediato antes de ser procesadas.

Informe Actividades línea 2 Capital Semilla.

Actividad: Habilitación de infraestructura propiedad para control de calidad y selección de materia prima de muestras.

Fecha: 27 de Febrero de 2008

Proyecto: Producción y Comercialización de Harina de Castañas para exportación

Objetivo: Contar con un lugar físico apropiado para el control de calidad, recepción y selección de materia prima para la posterior elaboración de la harina de castañas.

La propiedad que se arrendó en la comuna de El Carmen es una bodega de campo, la que fue necesario refaccionar para que contara con las condiciones higiénicas necesarias para la manipulación de alimentos perecibles. Dado su uso anterior, fue necesario hacer limpieza, pintar, desinfectar, desratizar e higienizar, habilitar baños y acondicionar el lugar para recibir y seleccionar productos y hacer un adecuado control de calidad y cumplir con todas las exigencias del SESMA con el fin de obtener el debido permiso para la operación de esta planta dado que en ella se manipulan alimentos, el cual fue concedido.

Informe Actividades línea 2 Capital Semilla.

Actividad: Producción gastronómica

Fecha: 27 de Febrero de 2008

Proyecto: Producción y Comercialización de Harina de Castañas para exportación

Objetivo: La producción gastronómica es una actividad cuya finalidad es la elaboración de recetas, y al mismo tiempo el montaje de platos para la producción fotográfica para contar con material para elaborar recetarios y otros materiales gráficos.

Esta actividad se realizó con un chef que trabajó durante varios días con el fin de conocer el producto, aprender a manejarlo adecuadamente y elaborar recetas de diferentes preparaciones como panes, panqueques, pasta, ñoquis y postres. Cuando se afinó la preparación de todos estos platos se realizó un evento de degustación para 14 personas a las que se invitó a periodistas especializados, importadores norteamericanos que visitaron nuestro país y otras personalidades, quedando todos ellos gratamente impresionados con las posibilidades y la versatilidad del producto.

Conclusión: Esta actividad ha sido fundamental en cuanto a explorar las posibilidades de la harina de castañas y de esa manera tener mayores argumentos de comercialización, como también para la toma de fotos y la elaboración de recetas para la producción de material promocional como se describe en la actividad correspondiente.

Informe Actividades línea 2 Capital Semilla.

Actividad: Preparación agenda USA

Fecha: 27 de Febrero de 2008

Proyecto: Producción y Comercialización de Harina de Castañas para exportación

Objetivo: Contar con una persona residente en USA, con el fin de abordar el mercado norteamericano, hacer y mantener contactos, agendar reuniones, hacer actividades de prospección permanentes, de manera de estar al día con las tendencias culinarias, preferencias del mercado, tendencias en cuanto a diseño de envases, tecnologías de envasado y otros. Organizar eventos de degustación, colaborar con chefs interesados en aprender a usar nuestros productos, etc.

Esta prospección tiene como resultado el que hemos podido mantenernos al día con las tendencias gastronómicas, como son la inclinación a los productos naturales sin aditivos, libres de grasas trans, el aumento del vegetarianismo, la demanda por productos sanos y nutritivos, como el concepto de “alimento funcional”, que gracias a estas gestiones hemos podido incorporar como un sello a las etiquetas de la harina de castañas.

Del mismo modo se han agendado contactos importantes con empresarios del rubro alimentos, especialmente del mercado de las premezclas, para lo cual la harina de castañas es un potencial ingrediente, contactos que se han reforzado en la reciente feria Fancy Food de San Diego.

Informe Actividades línea 2 Capital Semilla.

Actividad: Publicidad en Chile, (Eventos, Revistas, Internet Especializada, etc.)

Fecha: 6 de Agosto de 2008

Proyecto: Producción y Comercialización de Harina de Castañas para exportación

Dentro de la campaña de difusión de la harina de castañas contemplada para el año 2007, se realizaron principalmente dos actividades de difusión consistentes en publicaciones especializadas en medios locales.

La primera consistió en la inclusión de SanoSur en el catálogo de Chilealimentos, publicación de amplia difusión en oficinas comerciales tanto dentro de Chile como hacia el exterior. En este catálogo se publicó una ficha de la empresa, mencionando los productos y un aviso institucional de media página. Gracias a esta publicación hemos hecho interesantes contactos comerciales tanto dentro de Chile como en oficinas comerciales internacionales como ProChile, que han servido para ser invitados a múltiples eventos de difusión de productos chilenos.

La segunda actividad consistió en la publicación de un aviso de un tercio de página, publicado junto a un artículo que trataba sobre castañas en la Revista Chef & Hotel, medio especializado que llega a todos los chefs, restaurantes y hoteles del país, siendo éste un mercado interesante para la harina de castañas que se ha definido cada vez más como un producto apropiado para Food Service, es decir para ser distribuido en este canal comercial. Gracias a esta publicación también nos han contactado tiendas especializadas en productos gourmet, donde actualmente ya están a la venta la harina de castañas y otros productos.

Informe Actividades línea 2 Capital Semilla.

Actividad: Adquisición de materias primas y fabricación de muestras comerciales.

Fecha: 6 de Agosto de 2008

Proyecto: Producción y Comercialización de Harina de Castañas para exportación

Las castañas se han recibido frescas en el lugar arrendado para ese fin, se han seleccionado y se han elaborado diversas pruebas de procesos, definiendo tiempos de deshidratado, procesos de molienda, granulometría del producto final y finalmente envasado para muestras comerciales.

Estos procesos han permitido estandarizar el producto y enviar muestras comerciales a Estados Unidos para ser presentados en La Feria de alimentos Fancy Food Show, y al mismo tiempo se han enviado muestras a diversos potenciales clientes, tanto mayoristas, importadores, como empresas de retail.

En el contacto mantenido con algunos potenciales clientes en Estados Unidos ha surgido la demanda por harina de castañas tostadas, por lo que nos abocamos a hacer las pruebas correspondientes de diversos grados de tostado hasta lograr lo que el cliente deseaba como producto final.

Por otra parte hemos podido enviar muestras a mayoristas del mercado Europeo, principalmente a Holanda y a los países nórdicos, a estos últimos, en el contexto de una promoción de productos chilenos a esos países.

ProChile realiza permanentemente eventos de promoción llamados Sabores de Chile, en que se hacen degustaciones de productos gourmet y a los cuales se nos ha invitado a participar con nuestros productos. Algunos de estos eventos más recientes son: “Flavors of Chile” realizado en Los Angeles en junio, Seminario “Flavors of Chile” que se desarrolló durante la Fancy Food Show en Nueva York, feria a la cual fuimos como expositores, “Sabores de Chile” que se realizará en agosto en Buenos Aires, Feria LASF en agosto, que se desarrollará en Cancún, Mexico. Para todas estas ocasiones se han enviado muestras envasadas para exhibir y para preparar productos para cientos de personas, con mucho éxito y aceptación por parte del público.

En el mercado nacional se nos han solicitado muestras para diversas revistas que han querido hablar de nuestros productos gourmet, como el reciente número de Revista Paula, dedicado a harinas, en que se promociona la harina de castañas, Entrevista en la Revista Ya, de El Mercurio, en que se dejaron muestras para las fotos que salieron publicadas. Toda esta publicidad ha sido favorable para la empresa gracias a la disponibilidad de producto para todos estos fines.

Se ha entregado muestras a tiendas gourmet o de especialidades, en algunas de las cuales ya se está vendiendo la harina de castañas en su variedad original, sin tostar.

Informe Actividades línea 2 Capital Semilla.

Actividad: Prospección de Mercado Nacional

Fecha: 8 de Agosto de 2008

Proyecto: Producción y Comercialización de Harina de Castañas para exportación

La prospección de clientes que se han realizado en el mercado nacional consiste en diversas actividades y giras al sur de Chile, principalmente a la VIII región, que por ser la zona de producción es lógicamente el primer centro de distribución abordado.

Se han hecho gestiones para entrar con nuestros productos a la cadena Jumbo, que ya están muy avanzadas. Para esto fue necesario realizar varios viajes a Chillán, con personal de D&S.

Estas giras también han servido para dar a conocer nuestros productos a una serie de potenciales clientes, incluyendo otras áreas de productos gourmet que podrían incluir la harina de castañas en sus productos o en su línea de productos bajo marca propia, como es el caso de un interesado en Talagante que tiene una línea de harinas especiales. También se realizó una visita detallada a Chefs de diferentes hoteles a lo largo de Chile, los cuales pueden generar una presión de compra a diferentes distribuidores de productos gourmet que abastecen el canal horeca.

En la comuna de El Carmen se organizó en conjunto con la Municipalidad, una primera “Fiesta de la Castaña”, evento que reunió a personas de toda la región. En esta ocasión se tomó contacto con organizadores de eventos gastronómicos a lo largo del país, en que participan connotados chefs.

Informe Actividades línea 2 Capital Semilla.

Actividad: Estudio normas y certificaciones relevantes mercados de interés: Orgánico, Kosher, Trazabilidad, HACCP y otras.

Fecha: 8 de Agosto de 2008

Proyecto: Producción y Comercialización de Harina de Castañas para exportación

Se contrató una empresa especializada para hacer una evaluación previa del status de la planta procesadora, con el fin de determinar la factibilidad de iniciar la certificación HACCP, de detección de riesgos en la cadena de producción.

Esta es la certificación más relevante, especialmente para el mercado Europeo. Sin ella es prácticamente imposible entrar a ese mercado. También en Estados Unidos esta certificación adquiere cada vez más relevancia ya que ese mercado se está sensibilizando rápidamente a estos temas y adoptando normas internacionales como ésta.

Esta sola evaluación previa ya ha sido importante para SanoSur, para mejorar algunos procesos, capacitar mejor al personal en cuanto a higiene, adoptar costumbres y hábitos de orden y de procesos más acuciosos, llevar registros de control de calidad, etc.

Como conclusión de este informe se vio la urgente necesidad de implementar la certificación HACCP, con el fin de aumentar nuestra competitividad en los mercados mencionados.

Informe Actividades línea 2 Capital Semilla.

Actividad: Asistente control de calidad y selección materia prima muestras.

Fecha: 8 de Agosto de 2008

Proyecto: Producción y Comercialización de Harina de Castañas para exportación

A través de “Agrocomercial” se dispuso de dos personas con estudio de nivel técnico agrícola, que estuvieron encargadas del control y pesaje de toda la materia prima que ingresaba a la planta. Estas personas son de la localidad, por lo que están familiarizadas con el manejo de castañas y capacitadas en reconocer su estado de frescura y calidad.

Se les instruyó en cuanto al estándar que podían aceptar, sólo castañas frescas, en buen estado, brillantes, sin humedad, sin moho. Este control se realizó al ingreso de las castañas, se pesaron, fueron revisadas, trasvasijadas a bandejas y luego ingresadas a bodega en espera de ser procesadas.

La finalidad de este control es obtener un producto de la mejor calidad, que la pérdida por castañas en mal estado sea mínima, (es inevitable que en cada saco aparezcan algunas castañas malas), y que la mano de obra en la selección posterior sea mínima. Esto se logró gracias a la implementación de este sistema de control al ingreso de las castañas.

Informe Actividades línea 2 Capital Semilla.

Actividad: Servicio de prospección de mercado USA

Fecha: 8 de Agosto de 2008

Proyecto: Producción y Comercialización de Harina de Castañas para exportación

Para esta actividad se contrató a Chilebusiness, una empresa chilena con base en Nueva York, que se encargó de iniciar la penetración en Estados Unidos. A ellos se les entregó muestras para ser enviadas a los clientes contactados por ellos. Se recogieron muestras de productos similares o idénticos en el mercado local, por ejemplo harina de castañas italiana, que es la única que se vende en ese mercado. Otras harinas especiales, con el fin de conocer completamente el mercado de estas harinas.

Se contactó importadores de harina de castañas, industriales de harinas que fabrican premezclas, etc. Con el fin de ofrecer esta harina y promover su uso a nivel industrial.

La gestión de esta empresa en nuestros inicios, fue importante ya que permitió conocer el mercado y los productos que son bien aceptados allá, lo que nos permitió desarrollar envases, etiquetas y recetarios, folletos, etc, adaptados al gusto y estilo del público norteamericano. Nos permitió conocer tendencias, estilos, exigencias de ese mercado, lo que fue muy importante en nuestra primera presentación en una Feria en Nueva York. Gracias a estas prospecciones y a esta primera feria hemos crecido en conocimientos del mercado, lo que nos ha permitido determinar y enfocarnos en los nichos que nos interesan.

Informe Actividades línea 2 Capital Semilla.

Actividad: Asesoría de diseño de imagen corporativa

Fecha: 31 enero 2008

Proyecto: Producción y Comercialización de Harina de Castañas para exportación

Objetivo:

Esta actividad tiene por objetivo mejorar la imagen corporativa de la empresa, desarrollando una imagen coherente que será aplicada a los productos. Se incluyen bajo esta actividad todo lo que se refiere a la empresa, tal como el rediseño del logotipo, rediseño de imagen corporativa, desarrollo de CD corporativo, fichas para carpeta institucional y otras actividades relacionadas como coordinación con fotógrafos, imprentas e intérpretes para la traducción de textos y recetas al inglés, ya que nuestro principal mercado objetivo es Norteamérica. Para ello se contrataron los servicios de profesionales del rubro diseño y publicidad, quienes desarrollaron todos los temas referentes a la imagen de la empresa, mejorando la presentación de los productos en general y desarrollando material gráfico como pendones folletos y recetarios, que han sido utilizados en ferias y promoción de los productos y seguirán siendo usados en el futuro para este fin.

La asesoría en diseño se descompone en distintos temas, todos relacionados con la renovación y rediseño de la imagen corporativa.

- a) Rediseño de Logotipo
- b) Rediseño de imagen corporativa, distintas aplicaciones de logotipo.
- c) CD institucional
- d) Diseño de un sello que caracteriza al producto como alimento funcional
- e) Diseño de pendones para uso en ferias, degustaciones y presentaciones

a) Diseño de Logotipo e imagen corporativa.

Se rediseñó el Logotipo existente de la empresa dándole mayor prestancia para destacar los productos con una imagen con mayor sofisticación. Este logotipo fue aplicado en papelería, envases, tarjetas de visita, pendones, etc. Conjuntamente se definieron usos y aplicaciones del nuevo logotipo y colores corporativos que serán usados en un futuro en etiquetas y envases, como en toda pieza gráfica que sea necesario diseñar, como afiches para participar en ferias de alimentos, etc.

b) Rediseño de imagen corporativa.

Se rediseñaron piezas gráficas como papelería, tarjetas de visita, aplicaciones para diseño de stand de feria Fancy Food Show de San Diego.

c) Diseño de CD institucional

Este CD institucional se ha distribuido a todos los potenciales clientes, distribuidores, importadores y prensa especializada durante el desarrollo de la feria Fancy Food Show de San Diego, a importadores y representantes de ventas en USA.

d) Diseño de sello “Alimento Funcional”

En este tema se aceptó la sugerencia de los diseñadores y publicistas de crear un sello que diferenciara al producto de los demás, aportando un elemento más de llamado de atención en el diseño del envase. Se diseñó este sello para ser utilizado en todas las etiquetas y material gráfico que identifica a los productos en la categoría de alimento funcional. Este concepto está siendo incorporado en las nuevas tendencias de alimentos sanos y nutritivos, paralelamente al concepto de alimentos naturales y alimentos orgánicos. Alimento funcional significa que es un producto beneficioso para el organismo, necesario por sus nutrientes y aportes energéticos, de fibras, de vitaminas y de minerales, como también puede ser benéfico porque ayuda a bajar el colesterol o tener características similares.

e) Coordinación con periodistas, fotógrafos e imprentas.

El trabajo desarrollado por los diseñadores no estaría completo si no se encargaran de esta fundamental etapa que es la coordinación con los demás servicios involucrados en el desarrollo de material gráfico, desarrollo de textos y traducciones al inglés, producción de fotografías, como también la supervisión del trabajo realizado por las imprentas.

Como conclusión podemos decir que en esta actividad se logró aumentar notablemente la presentación de los productos, como también la imagen de la empresa cambió, presentando ahora una coherencia y solidez que antes no tenía. Esto lo pudimos percibir en una mejor aceptación de los productos por parte del público profesional que se acercaba a nuestro stand en la Feria Fancy Food De San Diego. En conjunto con todo esto también se desarrolló un CD que contiene textos explicativos acerca de la empresa y productos, que también incluye fotos, que fue distribuido a toda persona de prensa que se acercó a nosotros, entre otros, periodistas relacionados con la feria misma que mostraron interés en publicar algo sobre la harina de castañas.

Es importante mencionar y también es motivo de orgullo para nosotros, que la harina de castañas fue incorporada a una vitrina destacada a la entrada de la feria, donde se ubican productos que se destacan por lo novedosos, lo que generó un interés especial en muchas personas que se acercaron porque habían visto la harina de castañas en esta vitrina.

Informe Actividades línea 2 Capital Semilla.

Actividad: Asesoría de diseño en envases

Fecha: 31 enero 2008

Proyecto: Producción y Comercialización de Harina de Castañas para exportación

Objetivo: Consideramos de vital importancia la presentación de los productos, por lo que el envase juega un rol fundamental en la expresión de las características del producto. Se pretende darle a una imagen sofisticada, de producto exclusivo y gourmet, que esté en condiciones de competir con similares en las estanterías de las tiendas especializadas, que esté hecho de materiales aceptados en los mercados extranjeros, y que cumpla con las normativas de los países a los que está destinado.

Para este efecto los diseñadores hicieron una investigación para conocer los productos similares del mercado y los tipos de envases que utilizan, tipos de papel, colores, etc., las normativas de los mercados a los que se pretende llegar y los gustos específicos de ese mercado, con el fin de definir un diseño distintivo con los colores institucionales de la empresa, los materiales adecuados y la incorporación de un sello que califica los productos como alimento sano. El resultado de este trabajo es un diseño sofisticado y de muy buena calidad, con ilustraciones realizadas por un dibujante de prestigio, lo que le da a la etiqueta una imagen de calidad y sofisticación.

Esta actividad se divide en los siguientes temas:

- a) Diseño de nuevas etiquetas
- b) Coordinación con ilustrador
- c) Coordinación con periodista para edición de textos
- d) Coordinación con intérprete para traducción de recetas
- e) Coordinación con imprentas

a) Diseño de nuevas etiquetas

En el diseño de un envases y etiquetas entra en juego la investigación de mercado para determinar lo que hay en la competencia o en productos similares, determinar el mercado al que se quiere llegar para diseñar de acuerdo a los gustos y preferencias de ese mercado y de acuerdo al nicho que se quiere alcanzar, como también las reglamentaciones del país al que se quiere llegar. Después de procesar esta información se llegó al diseño de varias propuestas, de las cuales se eligió la que más se ajustaba a las preferencias del mercado norteamericano, elección en que influyó la opinión de nuestros importadores norteamericanos, quienes colaboraron desinteresadamente en todo el proceso de diseño y normativas, aportando por ejemplo el dato de que los ingredientes y la información nutricional deben ir en inglés/francés, para poder acceder con el mismo diseño al mercado Canadiense.

Se está diseñando envase en varios formatos, entre otros un envase granel, cajas de embalaje para las bolsas de harina, etc.

b) Coordinación con ilustrador

Consistió en seleccionar la persona más idónea para hacer este trabajo, coordinar las reuniones con esta persona para explicar lo que se requería, revisar los croquis y corregirlos, revisar el diseño final y por fin recibir y aplicar el dibujo definitivo en el diseño de envases y etiquetas para la harina de castañas.

c) Coordinación con periodista para edición de textos

Para el diseño de las etiquetas fue necesario elaborar textos, corregirlos, enviar las recetas para ser redactadas adecuadamente, trabajo de coordinación realizado por las diseñadoras de las etiquetas. Con estos textos en español se diseñaron las etiquetas para el mercado nacional, con la normativa nacional acerca de información nutricional, resolución Sesma y cumpliendo todas las exigencias para el mercado local.

d) Coordinación con intérprete para traducción de recetas

Una vez definidos los textos finales, fue necesario llevarlos a traducir al inglés, y algunas partes ya mencionadas más arriba, al francés, para que quedara incluido este tercer idioma se diseñaron las etiquetas para el mercado norteamericano y canadiense, cumpliendo con la normativa de información nutricional de esos mercados. Esta coordinación con los intérpretes la realizaron las diseñadoras.

e) Coordinación con imprentas

Una vez finalizado el diseño de las etiquetas, debían imprimirse, para lo cual las diseñadoras se coordinaron con la imprenta con el fin de entregar los originales, las ilustraciones y todas las indicaciones pertinentes. Después de una primera prueba de impresión fue necesario acudir a la imprenta a revisar y dar visto bueno a las piezas gráficas antes de que se realizara la impresión definitiva. Gracias a esto se pudieron detectar fallas y errores que pudieron ser detenidos a tiempo gracias a la intervención de las diseñadoras.

Como conclusión podemos expresar que esta actividad se cumplió a entera satisfacción, que el resultado es un envase que cumple con todas las exigencias de los mercados, tiene una imagen sofisticada y elegante, está en condiciones de competir en cualquier mercado, estando en completa concordancia con la imagen de empresa que queremos proyectar y con la que esperamos penetrar los mercados aludidos, como también en un futuro el mercado europeo.

Informe Actividades línea 2 Capital Semilla.

Actividad: Misión Comercial y Ferias San Diego, USA y prospección de mercado México

Fecha: 31 enero 2008

Proyecto: Producción y Comercialización de Harina de Castañas para exportación

El objetivo de esta misión comercial y participación en ferias en Estados Unidos es el de establecer redes de contactos comerciales, exhibir los productos en una feria en el principal mercado objetivo, contactar importadores y distribuidores norteamericanos, verificar las formas de comercialización y conocer los mercados nicho, tiendas de especialidades, en los cuales también recogemos información acerca de envases y tipos de productos, aplicaciones posibles para la harina de castañas como ingrediente de otros productos elaborados.

Actividades en Estados Unidos.

San Diego, California. En esta localidad se realizó la feria de Alimentos gourmet Fancy Food Show los días 13, 14 y 15 de Enero. El día previo a la feria se realiza una reunión de expositores organizada por Prochile.

Durante la realización de la feria se hicieron numerosos contactos con potenciales clientes, comerciantes de retail, distribuidores, importadores para estados Unidos y Canadá. Llegaron personas interesadas preguntando por la harina de castañas que vieron en una vitrina especial a la entrada de la feria, donde se exhiben productos destacados por lo novedosos. Esto también atrajo gente de prensa especializada, interesados en publicar artículos acerca del producto. Para ello se les entregó un CD preparado especialmente por nuestros periodistas con textos en inglés y fotografías, lo que facilita la preparación de un artículo de prensa. Los contactos en esta feria fueron 70, los cuales se retomarán vía correo electrónico una vez de regreso en Santiago.

También se aprovechó la oportunidad de tomar contacto y visitar a otros expositores que podrían ser potenciales clientes.

Después de la feria se tomó contacto con un importador radicado en Arizona, con quien se contrató una estrategia de penetración en el mercado norteamericano para nuestros productos.

Actividades en Houston

En esta ciudad se visitó la sede principal de las tiendas de productos naturales y orgánicos Whole Foods Market, con la intención de ofrecer nuestros productos. En estas tiendas se comercializa la mayor línea de harinas especiales y harinas libres de gluten de todas las marcas. En esta cadena es muy difícil la colocación de un producto, pero es un objetivo importante para SanoSur, porque estar en esta cadena es estar consagrado en el mercado.

Actividades en México.

En Ciudad de México visitamos varias tiendas de especialidades como El Palacio de hierro, que tiene un departamento de productos gourmet y otras como la tienda de Mónica Patiño,

chef de renombre en México, dueña de 4 restaurantes y varias tiendas gourmet. En estas visitas logramos contactos con dos importantes importadores de productos gourmet, con los que pudimos entrevistarlos y entregarles muestras de nuestros productos. Uno de ellos está muy interesado en comprar una partida de nuestros productos y presentarlos a sus clientes en la feria Alimentaria que se realizará en México en Junio de este año.

Además pudimos darnos cuenta del estado de desarrollo que tiene el tema de la comida gourmet en México, que aparentemente es menos desarrollado que en otros países y que por lo tanto ofrece posibilidades de introducir nuevos productos.

Conclusiones de esta misión comercial en Estados Unidos y México. Creemos que la asistencia a ferias en nuestro mercado objetivo es una necesidad, que sin eso es muy difícil llegar a penetrar ese mercado. La exhibición en la feria es una importante fuente de contactos con clientes y con importadores, chefs y distribuidores mayoristas y dueños de tiendas de especialidades y gente del mundo de los servicios como banqueteros, hoteleros, etc.. Nos ha permitido conocer los distintos eslabones que componen la cadena de distribución de productos y la forma de operar de este mercado. La asistencia regular a ferias también permite que la gente se familiarice con la empresa y los productos, de manera que se fortalecen los contactos al reencontrarse en otra feria. Si una empresa va a una sola feria y después no vuelve ha perdido el tiempo y el dinero invertido en el esfuerzo.

Se aprovecha también la estadía en el país y en la región para ampliar los lazos comerciales y extender la red de contactos para aumentar las posibilidades de penetración. Consideramos esta gira especialmente provechosa, en que hemos asistido más fortalecidos como empresa, con una imagen más sólida y coherente, con productos con mejor presentación y con experiencias anteriores, lo que nos ha permitido desenvolvernos con más soltura en el medio y ser más preactivos en el establecimiento de nuevos contactos y en el fortalecimiento de otros anteriores.

Informe Actividades línea 2 Capital Semilla.

Actividad: Subcontratos

Fecha: 31 de enero de 2008

Proyecto: Producción y Comercialización de Harina de Castañas para exportación

Estudio de mercado Alemania y norte de Europa.

Se ha contratado un estudio del mercado de Alemania y el norte de Europa con el sr. Kamal Sará, mismo que se adjunta y que ha sido recibido a entera conformidad.

Se adjuntan cotización y contratos con dicho consultor.