Productos Gourmet: seduciendo el paladar norteamericano

Diario Estrategia, 7 de julio de 2008

Los envíos domésticos a Estados Unidos de este tipo bordean los US$ 5 millones anuales, y las expectativas son más que alentadoras.

Si bien la imagen que se viene a la mente cuando se habla de la cultura gastronómica estadounidense son las hamburguesas y las papas fritas, lo cierto es que el mercado de exigentes sabores que coexiste no es menor; lo que abre interesantes oportunidades para quienes optan por el negocio de el sabor, gusto y presentación refinada.

Los productos gourmet se diferencian de los demás por su alto nivel de ingredientes de gran calidad o naturales. Con un formato atractivo y de origen exótico, se trata de productos con características particulares de elaboración e identifican cierto arraigo cultural.

Por lo pronto, Alejandro Cerda, director de la oficina comercial de ProChile en Nueva York, recomienda a los exportadores, tanto activos como futuros, explotar este nicho; buscando opciones que se distingan de los demás, ya sea por sus sabores, como los “étnicos”; el valor agregado o por ser alimentos orgánicos.

Experiencia Reciente

Entre el 29 junio y el 1 de julio se realizó en Nueva York la 54th Summer Fancy Food Show, feria que reunió a más de 20 mil profesionales de la industria. Este año, casi 30 empresas nacionales tuvieron su espacio para presentar los productos premium chilenos, lo que significó un crecimiento relevante: hace cinco ejercicios sólo cinco compañías se exhibieron en tal encuentro, según datos del ente estatal.

A ojos de la ministra de Agricultura, Marigen Hornkohl y de la directora de ProChile, Alicia Frohman, lo ocurrido da cuenta de un éxito, develando la excelente calidad que han tenido nuestros productos en este exigente rubro.
La apuesta sigue firme entonces en estos envíos a la potencia del norte, los que anualmente totalizan cerca de US$35 millones.

Cómo vender en los mercados top

El encargado de ProChile en Nueva York, Alejandro Cerda, entrega algunas directrices para aquellos empresarios chilenos que quieran ingresar al mercado estadounidense con productos considerados de alta calidad. Los puntos que para él son trascendentales son cinco:
- Conocer los requerimientos a través de visitas.
- Realizar un análisis comparativo.
- Identificar a los detallistas y foodservice claves.
- Detectar a los brokers/ distribuidores especializados.
- Participar en las ferias de la industria de alimentos de especialidad.