

Más que fresco y directo

beneficios · criterios · conexiones · estándares · valor agregado

criterios

¿Con qué criterios debe cumplir para vender a fabricantes de alimentos de especialidad?

Al tener en cuenta las salidas alternativas para sus productos, suministrar a fabricantes de alimentos de especialidad podría ser una opción atractiva. Saber qué esperar al trabajar con fabricantes de alimentos de especialidad lo ayudará a determinar si es compatible con usted y qué cambios quizás deba hacer. Esta hoja de datos destaca requisitos/criterios comunes que los fabricantes de alimentos de especialidad buscan en los ingredientes que compran y los proveedores con los que trabajan.

Calidad

Los fabricantes de alimentos indican que la calidad es EL requisito más esencial que tienen en cuenta al comprar ingredientes. Debido a que la calidad puede significar cosas diferentes para distintos compradores, es importante tender un entendimiento claro de la definición de calidad de cada fabricante con el que trabaja. A veces, la calidad tiene que ver con que los ingredientes tengan características muy específicas. En otras circunstancias, los fabricantes exigen certificaciones, como orgánico, no GMO, o libre de gluten, como maneras de garantizar la calidad.

- o Una fabricante de sauerkraut de Washington indicó que, si bien en una época compraba el exceso de repollo que les quedaba a los agricultores al final de un mercado de productos agrícolas, dejó de hacerlo. Aprendió por experiencia propia que debía comprar variedades específicas de repollo con alto contenido de azúcar y humedad para obtener la fermentación correcta necesaria para fabricar un producto consistentemente excelente con las cualidades que desean sus clientes.
- o Una compañía de jaleas de California requiere certificación de productos orgánicos como una garantía de calidad que desea. También busca buen sabor y frescura.





Seguridad alimentaria Suministro confiable

La seguridad alimentaria es fundamental para los fabricantes de alimentos. Nadie quiere fabricar o vender un producto que causará que se enfermen los consumidores. Si bien la seguridad alimentaria siempre ha sido importante para las empresas, la Ley de Modernización de la Seguridad Alimentaria que se promulgó en 2011 ha aumentado dramáticamente las normas relativas a la seguridad alimentaria.

Cada vez más fabricantes de alimentos, en especial los que venden a cadenas de venta minorista o a compradores institucionales, como escuelas y hospitales, requieren que sus proveedores cuenten con algún tipo de certificación de seguridad alimentaria, o que al menos sigan ciertas prácticas de seguridad alimentaria. Otros fabricantes están obligados por sus licencias a seguir protocolos específicos.

- o Un fabricante de charcutería de Minnesota, cuya planta de procesamiento está licenciada como inspeccionada por la USDA, quería usar ajo orgánico local en sus salchichas. Su licencia requiere que todos los proveedores de ingredientes de sus productos de carne tengan un plan HACCP (Punto de Control Crítico de Análisis de Peligros) aprobado. Ninguno de los agricultores productores de ajo que conoce tiene un plan HACCP, ya que no es algo que las granjas pequeñas generalmente necesiten. Por lo tanto, tuvo que comprar el ajo en otro lado.

Dado este mayor enfoque en la seguridad alimentaria, es importante hablar con los fabricantes con los que quiere trabajar para tener un entendimiento claro de qué requieren actualmente de sus proveedores y qué creen que requerirán en el futuro. Esto lo ayudará a evaluar si puede ser su proveedor exitosamente.

Un suministro confiable y suficiente de ingredientes es importante para muchos fabricantes. En pocas palabras, como proveedor de ingredientes, debe cumplir con sus expectativas con respecto a la cantidad general proporcionada y el momento de dicho suministro. Algunos fabricantes están dispuestos a adaptarse a problemas como la estacionalidad, mientras que otros no. Algunos están dispuestos a trabajar con varios proveedores más pequeños, mientras que otros no. Identificar fabricantes que sean compatibles con lo que usted puede proveer es un componente fundamental de una estrategia exitosa. Otro componente es trabajar con el fabricante para ayudarlo a desarrollar expectativas realistas.

- o El mismo fabricante de charcutería trabaja estrechamente con un puñado de agricultores de cerdos. Sabe exactamente cuántos cerdos necesitará de cada agricultor y cuándo los necesitará. Los agricultores lo mantienen informado con mucha anticipación sobre cualquier cambio que reduciría la cantidad de cerdos que habían acordado entregar. Esto le da tiempo para hacer un plan alternativo.

Otras compañías desarrollan contratos formales con sus proveedores.

- o Un productor de cereales y molino de Washington pudo expandir la parte de procesamiento de su negocio entrenando a dos agricultores desde una posición de mentor. Les enseñó a cultivar los granos ancestrales que necesitaba para su negocio de procesamiento y los ayudó a obtener sus certificaciones orgánicas. Ahora, el productor/molinero tiene contratos formales con estos agricultores, que incluyen precios especificados y cantidades esperadas de granos a proveer.

Cuando los proveedores no son confiables, las relaciones se pueden descomponer.

- o Un fabricante de frijoles refrigerados (por ejemplo, frijoles negros, frijoles pintos, etc.) de Oregon dijo: “Cuando empezamos, apoyamos muchísimo a los productores locales y más pequeños, pero cuando las cosas se ponían difíciles, no siempre recibíamos lo que necesitábamos cuando lo necesitábamos, así que tomamos la decisión de trabajar con proveedores más grandes”.

En algunos casos, los fabricantes y las granjas pueden crecer juntos. Si un fabricante se está expandiendo, quizás le pidan que aumente su producción de lo que cultiva para él. En otros casos, los fabricantes podrían crecer a una velocidad o a una escala a la que no puede mantenerle el paso. Como granja proveedora, es importante que hable con el fabricante para entender sus planes y cómo eso podría afectar su relación con usted a corto y largo plazo.

Precio

El precio es un factor clave que los fabricantes tienen en cuenta. Después de todo, buscan operar un negocio rentable, y mantener los costos bajos es una manera de hacerlo. Hay muchas variaciones con respecto a cómo se fijan los precios. En algunos casos, los fabricantes fijan un precio y usted debe decidir si está dispuesto a aceptarlo. Si los fabricantes tienen fuentes alternativas, los precios que ofrecen podrían no ser atractivos. En otros casos, los fabricantes se sientan con usted y negocian un precio que funciona para los dos. En algunos casos, los fabricantes podrían permitirle fijar el precio. Esto posiblemente sucedería si tiene una relación muy cercana y de confianza con el fabricante y sabe que usted está ofreciendo un precio justo. Los siguientes ejemplos ilustran distintas maneras en que los precios pueden influir las relaciones entre fabricantes y agricultores.

- o Un fabricante de productos de cereal de Oregon comenzó priorizando compras de granjas locales, pero pasó a comprarles a distribuidores para garantizar un suministro adecuado y precios mejores (más bajos) a medida que la compañía se iba expandiendo.
- o Un procesador de carnes de Oregon ignora las condiciones y los precios generales del mercado del cerdo cuando empieza conversaciones con el agricultor que le suministra cerdos. Con el tiempo, los precios que paga han aumentado, a medida que han aumentado los costos de producción del agricultor.

Adquisición de productos de fuentes locales o regionales

La adquisición de productos de fuentes locales o regionales es importante para muchos fabricantes, y puede influir sobre sus decisiones de compra.

- o Una pequeña fabricante de quesos de California dice que comprar a proveedores locales es importante porque respalda la economía local y la comunidad, es más ecológico y le posibilita visitar sus operaciones.
- o Un fabricante de pastas en Wisconsin terminó usando productos locales por accidente. Le apasionaba la fabricación de pastas frescas, y las estaba vendiendo en el mercado de productos agrícolas local. Mientras hablaba con otro vendedor que criaba hongos, se dio cuenta de que podía usar esos hongos en sus pastas. Ese fue el principio de un compromiso a comprar gran parte de sus ingredientes de fuentes locales y regionales. Dice: “La adquisición local es difícil de administrar, pero es parte de nuestra imagen”.

Como posible proveedor de ingredientes, tenga en cuenta que su ubicación e identidad pueden ayudar a diferenciar el producto alimenticio de especialidad de un fabricante.

Historias

Más abajo en la lista de factores que son importantes para los fabricantes se encuentran las historias tras los ingredientes que pueden usar en su estrategia de marketing. Si quiere suministrar a un fabricante cuya estrategia de marketing incluye las historias de sus ingredientes, entonces resulta útil compartir información interesante y precisa sobre su granja y sobre usted.

El grado en que los fabricantes usan historias sobre sus ingredientes y agricultores proveedores varía. Algunos fabricantes indican que, como el espacio en sus etiquetas, envases y publicidades es limitado, se enfocan en contar su propia historia. Pero parte de esa historia podría ser que su producto está hecho con ingredientes provenientes de granjas familiares (o granjas orgánicas, o granjas locales...).

Otros fabricantes exhiben historias sobre sus proveedores en su sitio web, donde tienen más espacio. Esto podría ser tan simple como una lista de sus agricultores proveedores, o podría estar lleno de perfiles, con fotos, de cada granja. Otros fabricantes son más creativos.

- o Un fabricante de quesos en Wisconsin arma un calendario con perfiles de sus agricultores proveedores. Su personal de ventas usa el calendario para contar las historias, lo que ayuda a vender el producto, y luego dejan el calendario como regalo.
- o Las granjas verticalmente integradas que producen ingredientes y luego fabrican productos terminados a partir de esos ingredientes se encuentran en una excelente posición para comercializar su negocio.

De manera global, desde carnes y quesos hasta frutos secos y cereales, estas granjas dependen mucho de la historia de “producimos todo nosotros mismos” para vender sus productos a los consumidores.

en sus proveedores y qué anticipan que requerirán en el futuro.

Lecciones clave

- o Hable con los fabricantes con los que quiere trabajar para obtener una comprensión clara de qué criterios buscan

- o Reconozca que los fabricantes tienen en cuenta varios criterios a la hora de tomar sus decisiones de adquisición de productos. Busque entender y responder a la importancia relativa de cada uno. Esto significa que, incluso si su ingrediente es de calidad excepcional, quizás no lo seleccionen o retengan como proveedor si no tiene un plan de seguridad alimentaria o no puede garantizar un suministro confiable.
- o Identifique a fabricantes que son compatibles con lo que usted puede proveer y trabaje con el fabricante con respecto a expectativas realistas y planes de contingencia con respecto a los suministros. Vea los criterios del fabricante como puntos clave de venta. La calidad excepcional de sus ingredientes o la historia tras su granja podrían ser lo que cierra la venta.



Más que fresco y directo

beneficios · criterios · conexiones · estándares · valor agregado

Esta hoja de datos es parte de un proyecto que explora las oportunidades y los desafíos con los que se encuentran las granjas pequeñas y medianas cuando buscan ingresar al mercado de alimentos de especialidad, de rápido crecimiento, como proveedores de ingredientes o como fabricantes en sí. El proyecto incluyó un levantamiento de fabricantes de alimentos de especialidad en California, Minnesota, Oregon, Washington, y Wisconsin en 2015 y entrevistas con fabricantes y agricultores selectos que suministran a los fabricantes en cuatro categorías amplias de alimentos: lácteos; cereales y panadería; carnes procesadas; y frutas, verduras, frutos secos y hierbas procesados.

Equipo del proyecto:

Larry Lev, Oregon State University, Director del Proyecto · Gail Feenstra, University of California-Davis
Shermain Hardesty, University of California-Davis · Laurie Houston, Oregon State University
Jan Joannides, Renewing the Countryside · Robert P. King, University of Minnesota



Este proyecto estuvo respaldado por la Subvención Competitiva de la Iniciativa de Investigación de Agricultura y Alimentos no. 2015-68006-22906 del Instituto Nacional de Alimentos y Agricultura de la USDA.