

DESDE LOCALIDAD CHAÑARAL ALTO A CHILE

Pyme de innovación alimentaria de Monte Patria conquista nuevos mercados

Empresa familiar creadora de atractivos snacks saludables en base al nopal, queso de cabra, higo y otros frutos ha conseguido expandirse a importantes puntos de venta a nivel nacional.

NATALIE MATURANA MUÑOZ
Monte Patria

Desde la localidad Chañaral Alto de Monte Patria, la empresa familiar Trikadia –que elabora productos alimenticios innovadores y saludables– está alcanzando nuevos y destacados mercados nacionales que están apeteciendo su singular oferta por su sabor, novedad y rescate de las tradiciones gastronómicas de la zona rural de la provincia del Limarí, logrando ser conocidos por distintos clientes de Chile y del extranjero.

La pyme creada por un matrimonio en el año 2017 comenzó con la producción de infusiones, jugos y cápsulas con polvo de nopal, un tipo de cactus considerado un superalimento y catalogado por la Organización de las



CEDIDA

Uno de los nuevos puntos de venta de la marca montepatrina es la tienda Mundo Rural en el Centro Cultural La Moneda, donde se especializan en agricultura familiar campesina.

“SIEMPRE TUVIMOS LA IDEA DE AGREGAR VALOR A NUESTRO PATRIMONIO GASTRONÓMICO Y LA PERSEVERANCIA NOS HA MANTENIDO EN BUEN CAMINO”

LILI GUZMÁN

SOCIA FUNDADORA DE TRIKADIA

Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) como el alimento del futuro debido a sus propiedades analgésicas, antiinflamatorias, antioxidantes y anti-diabéticas. Posteriormente, Trikadia continuó innovando con la elaboración de hojuelas de pulpa de higos y en el 2020 durante la pandemia inventó lo que hoy es su producto estrella: snacks de queso de cabra deshidratados en sus variedades clásico, endulzado, con merquén y con tomate-orégano.

Mediante un trabajo autogestionado de promoción con varios distribuidores, esta marca montepatrina está comercializando en la tienda BrittShop ubicada en el Terminal

Internacional del Aeropuerto Nuevo Pudahuel de Santiago; en la tienda Mundo Rural en el Centro Cultural La Moneda, donde se especializan en agricultura familiar campesina y de pueblos originarios; en Jumbo La Serena, con la proyección de ampliarse a otros locales de este supermercado; en el Mercado Urbano de Tobalaba; y en la tienda Multisaludable en las Condes, dedicada a la venta de productos 100% keto.

¿CÓMO LO HAN LOGRADO?

Lili Guzmán, representante legal y una de las fundadoras de Trikadia, explica que alcanzar nuevos puntos de venta además de su plataforma online "ha sido un trabajo de perseverar mucho, ya que nos llevó más de un año de conversaciones, de cumplir expectativas de envases, de

auditorías de calidad, resoluciones sanitarias, para que nuestros productos estuvieran en las góndolas del supermercado".

Humberto Ríos, socio fundador de la empresa, enfatiza que la clave es aprovechar la participación en ferias alimentarias para generar contactos con potenciales clientes e insistir, pero con paciencia. "Muchos emprendedores desisten, porque se les exigen muchas cosas. Creo que también es importante siempre buscar que los productos sean innovadores, ojalá únicos en el país, para ir abriendo puertas", sostiene.

INNOVACIÓN Y RESCATE CULTURAL

La pareja relata que el progreso de su empresa familiar es resultado de apostar por la innovación alimentaria.

Humberto Ríos, quien es técnico agrícola, explica que "para llegar al producto final ha sido un largo proceso de prueba y error. Nos gratifica que nuestros productos sean atractivos por ser distintos y de buena calidad".

Respecto a la identidad territorial de su oferta, la emprendedora Lili Guzmán afirma que "siempre tuvimos la idea de generar productos nuevos a partir de materias primas muy tradicionales de la zona y agregar valor a nuestro patrimonio gastronómico como el queso de cabra, rescatando las costumbres culinarias de Chañaral Alto en una versión diferente y novedosa".

La empresaria explica que ese rescate cultural, lo hicieron conectando sus productos a la memoria emotiva de crianceros y personas mayores de la localidad. "Acá en la zona se utilizaba el queso de cabra a la parrilla y se endulzaba con azúcar; los higos se deshidrataban, pero quisimos darle una vuelta mediante hojuelas para acercar este fruto a las nuevas generaciones", expone resaltando que también buscan visibilizar lo local en su marca (loro tricahue y cultura

diaguita).

RECONOCIMIENTOS Y PROYECCIONES

Esta empresa familiar ha contado con el respaldo de varias instituciones como FOSIS, SERCOTEC, INDAP, CORFO, CONADI, ProChile y Marca Chile. Uno de los reconocimientos más importantes fue haber obtenido el primer lugar en la categoría Patrimonio Gastronómico en un concurso para ser parte del Catálogo de Innovación Alimentaria de Chile 2023, publicación de Transforma Alimentos, un programa de Corfo que reconoció a 50 productos y servicios más innovadores desarrollados por empresas chilenas con potencial de internacionalización.

"Con este reconocimiento reafirmarnos que vamos por buen camino", expresa uno de los líderes de Trikadia, quien plantea que uno de los anhelos es poder llegar al mercado extranjero. Adelanta que están testeando un nuevo producto que mezcla los sabores del queso de cabra y el higo.