PUBLICIDAD

• Minerales críticos: el interés de EE.UU. y las oportunidades para Perú

PLUS G | EMPRESAS

Conservas Carabela y su plan para captar el mercado limeño, EE.UU y expandir sus 'markets'

Al encontrarse posicionada en provincias, la empresa peruana Industrial Don Martín, bajo su marca Carabela ahora apunta a ganar presencia en la capital. Además, tiene todo listo para comenzar a exportar.

> Kristal Group sale de "pesca" al agro y bienes raíces: los proyectos en el sur



Conservas Carabela busca seguir desarrollando su canal de markets. Foto: Carabela

Únete al canal de Gestión

Empresas

Recibir newsletter

Christian Alcalá
christian.alcala@diariogestion.com.pe

Lima, 29/08/2024, 07:50 p.m.

La empresa Industrial Don Martín S.A.C. nacida en Huacho, que se dedica a la elaboración y comercialización de conservas de pescado desde hace más de 76 años en el mercado bajo la marca Carabela, ha tenido un crecimiento modesto en el primer semestre, viéndose afectada por factores externos como la informalidad que existe en el sector. Sin embargo, son optimistas de lograr los objetivos previstos y entre sus planes está el de ganar presencia en Lima Metropolitana, así como mirar el mercado internacional.

Paul Gutiérrez de Rutté, CEO de Conservas Carabela, dijo a **Gestión** que si bien entre enero y julio registraron un crecimiento de entre 3% y 4% en las ventas, en este segundo semestre habría una mayor rotación de sus productos. De esta manera, apuntan a cerrar el 2024 con una variación de 15% respecto al 2023, manteniendo el resultado positivo de doble dígito logrado los últimos años.

Para cumplir con estos objetivos, la compañía enfoca su estrategia en tres acciones principales: ampliar su portafolio de productos para incluir alimentos tanto marinos como no marinos; explorar **alianzas** con cadenas de supermercados para ingresar al **canal moderno**; y expandirse hacia más canales de comercialización y distribución para mejorar su cobertura a nivel nacional.

LEA TAMBIÉN: Austevoll, dueña de Austral, mejora su perspectiva de pesca en Perú

Foco en la capital: tiendas propias

Según precisa **Gutiérrez**, años atrás el canal mayorista representaba el 100% de las ventas, sin embargo, han comenzado diversificarse por otros canales y desde hace

dos años incursionaron en los **'markets'**, tiendas propias con su misma marca, **Carabela,** que hoy cuenta con dos sedes distribuidas en Lima y Huacho, y que ya captan más del 10% de lo comercializado.

Debido a ello, dentro de su estrategia tienen previsto abrir este año dos locales más en su ciudad foco: Lima, los cuales estarían situados en Miraflores y Surco, cerrando el 2024 con cinco sedes, aunque no descartar inaugurar uno más en el norte chico.

Y es que, al observar que el 97% de sus ventas totales estaban concentradas en provincias y solo Lima tenía un aporte del 3%, el CEO de **Carabela** ha visto que existe un gran potencial para hacer crecer la demanda de sus productos en la capital y por ello sus esfuerzos están enfocados en desarrollar este mercado. Por ello, además de los markets, también buscan sumar alianzas con los supermercados para mostrar su marca.



Paul Gutiérrez, CEO de Conservas Carabela.

"*Sabemos que es diferente la venta a un supermercado que a un mayorista pero lo estamos haciendo para hacer más conocida la marca; eso nos da mucha confianza de que podremos crecer en este mercado. Esperamos que al menos Lima aporte un 20% a la venta en un lapso de 12 meses, esa es la expectativa*", precisó Gutiérrez.

Asimismo, están potenciando su canal online y también se han sumado al **market place** de Falabella para que comercializar sus productos. Si bien la **venta virtual** apenas representa el 4% de la compañía, buscan que se eleve al 10% hacia junio del 2025.

Inversiones y mirada al exterior

Respecto a los desembolsos que tiene previsto realizar **Carabela**, el ejecutivo puntualizó que tanto este año como el próximo mantendrán sus niveles de inversión de US$ 500,000, que estará enfocada en la renovación y actualización de equipos y maquinaria de última tecnología para modernizar su planta de producción.

> **LEA TAMBIÉN:** Langostinera Tumbes llega a Brasil con langostinos con valor agregado

"*Estamos aumentando ligeramente el tamaño de nuestra **planta de producción** para nuestras necesidades futuras, pues estamos enfocados en ampliar nuestro portafolio de productos. Sin embargo, nuestra capacidad instalada actual constituye una base sólida para cualquier proyecto adicional*", anota.

Otro paso importante que dará la **empresa peruana** es incursionar en la exportación. Tras haber completado su proceso de inscripción en la Food and Drug Administration (**FDA**), lo cual les habilita para introducir sus productos marinos al extranjero, esperan realizar sus primeros envíos hacia finales de este año. El principal mercado será Estados Unidos.

En corto:

Diversificación. Además de productos marinos, cuentan con dos líneas que incluyen pollo, carnes, entre otros. Esta ofertas están orientadas a satisfacer tanto las necesidades de programas sociales como **Qali Warma**, como a atender a otros segmentos del mercado de maquila. Con ello, buscan diversificarse y fortalecer su presencia en diferentes áreas del rubro alimenticio.

> **LEA TAMBIÉN:** Grupo Danper seguirá de compras: apunta a crecer en más de 50% al 2030

Temas que te pueden interesar sobre pesca:

- Acuapesca llega a Taiwan con conchas de abanico y ahora va por nuevos mercados
- Exalmar navega a contracorriente, sus proyecciones para el segundo semestre
- Colanfish busca llegar a nuevos mercados con su diversificación más allá de la pota

SOBRE EL AUTOR

Christian Alcalá

Comunicador social licenciado en la Universidad de San Martín de Porres. Actualmente redacto para la sección de negocios del diario Gestión.

> ***Comienza a destacar en el mundo empresarial recibiendo las noticias más exclusivas del día en tu bandeja Aquí. Si aún no tienes una cuenta, Regístrate gratis y sé parte de nuestra comunidad.***

COPIAR ENLACE

TAGS RELACIONADOS

Conservas Carabela *Empresas* *Pesca* *Atún* *Conservas* *Exportación*

Últimas Noticias