

¿Turrónes sin azúcar?: Turrónes de Costa Rica y PROPYME lo hicieron posible

Silvia Arias
Periodista CONICIT
sarias@conicit.go.cr

Colaboración y fotografías Gabriela Umaña

Hablar con don Alberto Soto Clausen motiva a cualquier emprendedor y soñador. Una persona sencilla y amable que nos recibe y nos muestra el resultado de su esfuerzo. Recuerda como inició su negocio ayudando a su mamá a vender repostería en el barrio y ahora es dueño junto con su hermano de una prestigiosa PYME con un crecimiento del 18% anual.

Turrónes de Costa Rica, es una empresa costarricense que tuvo su nacimiento en el año 1987, gracias a un sueño de su creador y actual presidente Luís Diego Soto Clausen. Durante todos estos años, en conjunto con su hermano Alberto, los Soto Clausen han logrado establecer esta empresa y a la marca "Doré" como una fuerte y excelente marca de turrónes y dulces costarricenses.



El turrón sin azúcar ha tenido gran demanda desde su reciente incursión en el mercado.

La empresa ha mostrado un desarrollo exponencial y muestra un futuro promisorio con estrategias que utilizan el Fondo Propyme, administrado por el CONICIT, como soporte de crecimiento.

Sus Inicios

Su proyecto que nace en Desamparados como una microempresa; luego de haber probado con cajetas y "bolitas de cereal con leche condensada", Luis Diego ve una oportunidad en los turrónes tras observar como venían al país, especialmente en la época de Navidad. Es en este momento cuando piensa: "nosotros podemos hacer esto" y cuando inicia la investigación sobre cómo realizar un buen turrón.

"Los Soto Clausen fuimos los primeros en Costa Rica en hacer un turrón con todo lo que tiene un turrón... primero empezamos con maní, posteriormente lo hicimos con almendra y finalmente lo hicimos con macadamia y cuando lo hicimos con macadamia, fue una novedad y yo puedo asegurar que en ese momento no había un turrón de macadamia en todo el mundo. Nosotros fuimos los primeros", dice don Alberto con orgullo.

Al inicio, de la producción de turrones fue totalmente casera, tanto así que utilizaban solamente un papel celofán y un sello para el empaque de los turrones, pero a base de esfuerzos y el tocar las puertas correctas han visto un avance sorprendente en su empresa y un incremento en las ventas.



El Señor Alberto Soto Clausen muestra la evolución que han tenido los diferentes empaques de sus productos.

En el 2005 la empresa migra hacia el sector de San Isidro de Heredia, buscando un desarrollo mayor y mejores condiciones para la planta de producción. El trasladarse representa un gran reto para la compañía pero aún así, toman la decisión hacerlo y desde el año 2005, han tenido una gran acogida en la comunidad y para la producción de los turrones y dulces, significó un desarrollo exponencial.

"Mi hermano compró esta finca en San Isidro de Heredia. La construcción del nuevo edificio en el 2005 significó una carga financiera grande con la ventaja que va a ser un patrimonio propio", comentó el señor Alberto Soto Clausen, en una visita realizada a la Planta.

Uno de los pilares que les motivó a tomar la decisión de la inversión fue el estar asociados a Costa Rican Food Group, un grupo de aproximadamente 10 PYMES del sector alimentario que están asociadas para la promoción de las exportaciones. "Esta organización responde a una iniciativa de PROCOMER. Las integrantes funcionan como empresas independientes pero asociadas para que un importador vea una oferta exportable más atractiva, ahí hay galletas, hay condimentos, hay té, hay diferentes productos".

"Apoyados en la proyección de las exportaciones, el Banco Nacional accedió al préstamo para la inversión requerida para el nuevo edificio. Gracias a Dios no hemos fallado con la proyección presentada ante el Banco, al contrario, nos ha ido muy bien y en los últimos años, a pesar de la crisis estamos creciendo a un 18 -20% anual", comentó el propietario.

Primeros retos: La cultura del turrón en Navidad

Uno de los primeros retos que afrontaron fue visto como un Problema/Oportunidad. El turrón es un producto estacionario, se vende mucho en época navideña y poco el resto de meses del año. El reto era posicionar el producto en el mercado los doce meses. "Yo quiero vender turrónes todo el año, porque a los trabajadores hay que pagarles todo el año, porque comemos todo el año", comenta Soto. "Entonces empezamos a hacer una barrita de 190 gramos con maní, envuelta en papel celofán con una cintita que le poníamos nosotros mismos y un sellito, cortando el turrón con un cuchillito. Los enfriábamos con el aire acondicionado en la sala de la casa". Así fue como empezaron y pronto estarían vendiendo Automercado de San José, a don Enrique Uribe de supermercados "Más X Menos" y luego a los "Periféricos" y a "La Gran Vía" que era un supermercado independiente. Así el concepto de una barra de maní fue aceptado por la gente y se aceptó como un dulce que se podía disfrutar en cualquier momento del año. "El tico reaccionó de una forma espectacular al dulce y le gustó mucho la textura del turrón que nosotros hicimos (más suave que el tradicional español). La gente fue entonces cambiando la cultura del turrón. Sigue siendo un reto introducir un turrón en temporada que no sea navidad, en este momento tenemos un reto similar en República Dominicana", agregó.

¿Qué tiene que tener un turrón para que sea turrón?

"Tiene que tener la semilla, una nuez o semilla, azúcar o azúcares, miel de abeja y clara de huevo para que honre al nombre turrón. Estos son ingredientes propios del turrón, no son 'adicionales' así que debería de tener todos esos ingredientes para que se llame turrón, también alguien le dice turrón a la semilla y el azúcar lo que se conoce como turrón crocante. En España donde hay una gran tradición turrónera, lo diferencian por calidades, entonces especifican el porcentaje de semilla", Alberto Soto Clausen

Retos

A pesar de un gran éxito, como empresarios los hermanos Soto Clausen se ven ante dos necesidades, la implementación de una Certificación de calidad para entrar en ciertos mercados y contar con nuevos productos. Gracias a un seminario de la Cámara de Industrias, llamado Innovex cuya punta de lanza es la innovación, se enteran de los fondos Propyme.

Soto enumera los retos inmediatos del momento: "Habían varios proyectos que teníamos presentes desde hace algunos años, uno, lanzar productos sin azúcar, una de las razones más fuerte es el tema de la reducción en el consumo de azúcar. Nos enfrentamos a un fuerte reto: ¿Cómo sustituir el azúcar en un turrón?, ¿Cómo hacer para sustituir la glucosa?, ¿Qué le va a dar el 'cuerpo' al turrón? Esta era una preocupación. La otra era que Wal-Mart -en Estados Unidos- reconocía la excelencia de nuestros productos pero nos pedía una Certificación de calidad por lo que sabíamos

que en algún momento íbamos a necesitar una certificación para entrar a ciertos mercados. El tercer afán de nosotros era poder conseguir un experto turroneero para conocer más sobre este proceso y poder hacer mejores productos (esto lo hicimos en el 2007 con la Cámara Franco-Costarricense que nos envió un alto ejecutivo de una de las fábricas más importante de turrones de Francia)".

Fondo PROPYME

Por medio del Fondo Propyme, se da inicio al proceso de certificación de ISO 22000 (Inocuidad / Calidad) y también el desarrollo de nuevos productos de donde surgen los productos "Sugar Free", que han tenido una gran aceptación en medio de sus clientes, tras su lanzamiento que se realizó en marzo pasado. De la misma manera, se crea una nueva línea de barras nutricionales con diferentes sabores, esta vez apuntando más hacia un mercado que busca opciones más saludables y de alto contenido energético.



Los hermanos Soto Clausen han utilizado los fondos Propyme para diversificar la producción de su empresa de acuerdo con las demandas del mercado.

El Fondo Propyme MICIT-CONICIT les permitió optar por la certificación y el desarrollo de los productos nuevos. Actualmente están a punto de recibir la certificación. "Con estos fondos tuvimos el apoyo de la Cámara de Industrias de Costa Rica y de la asesoría mediante el Centro Nacional de Ciencia y Tecnología de Alimentos (CITA) en la parte de desarrollo de productos nuevos y nacieron dos hijos; no solo el turrón "sugar free", (que ya está teniendo éxito), sino el otro producto que fue ideado también en el proceso de innovación producido por Innovex, que era un producto "saludable" tipo "fitness":. Una barra cuyo contenido de nutrientes va a desarrollarse dentro de las alternativas que los consumidores buscan para alimentarse bien (están en su etapa final específicamente de análisis de componentes nutricionales)", explica don Alberto.

Proceso de Exportación

Para exportar, aparte de estar unidos a Costa Rican Food Group (son socios fundadores), su estrategia ha sido acercarse a la Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica (PROCOMER), a la Cámara de Exportadores de Costa Rica CADEXCO, a la Cámara de industria alimentaria (CACIA), a la CICR y al Instituto Nacional de Aprendizaje (INA). En este tema "específicamente PROCOMER y CADEXCO han sido de gran ayuda. Se recibió un curso en el año 2000 en PROCOMER llamado "Creando Exportadores", cuya última etapa de este curso fue la participación en una feria. "Esta fue la primera feria a la que ya pude asistir representando a la empresa (Marzo 2001) y la misma se

ubicó en Guadalajara, México, llamada ANTAD (Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales). A esta feria fuimos invitados junto a otras empresas, por PROCOMER. Ya en el evento, los visitantes se sorprendían y no podían creerlo, que los turrónes (tradición exclusiva en ese entonces casi solo de España) fueran creados y hechos en Costa Rica".

Turrónes de Costa Rica ha incursionado en el mercado Costarricense de manera exitosa y a nivel Internacional ha tenido presencia en países como Estados Unidos (New Jersey), Puerto Rico, Republica Dominicana, México, Guatemala, El Salvador, Nicaragua, Panamá, Barbados, Trinidad y Tobago y Republica Checa, entre otros, de manera que evidencia la calidad de cada uno de sus productos. "Siempre hemos buscado destacar en nuestros empaques, algo que represente nuestro país", mencionó don Alberto Soto,orgulloso de que tan excelentes turrónes se realicen en Costa Rica y que sean productos que compiten con otros muy reconocidos a nivel mundial.

"En navidad se come turrón, en navidad se gasta para un turrón, en navidad a mi me daba ilusión pensar en las peras, las manzanas, las semillas y el turrón, esta fue una tradición que España trajo a América Latina. Nosotros los soñadores que también queríamos hacer turrónes nos topamos con ese problema/oportunidad", Alberto Soto Clausen

Ficha Técnica

Nombre del Proyecto	Fortalecimiento de los programas de implementación de la gestión de inocuidad y desarrollo de procesos y productos innovadores dentro de la empresa Turrone de Costa Rica S.A.
Empresa Beneficiaria	TURRONES DE COSTA RICA S.A.
Actividad Económica primaria a la que se dedica la empresa	Fabricación y comercialización de turrone y dulces
Nombre del Representante Legal de la Empresa y datos de localización	Luis Diego Soto Clausen; teléfono: 2268-7878/ turronecr@racsa.co.cr www.turronestore.com
Unidad Oferente de los Servicios	Instituto de Excelencia Empresarial, Cámara de Industrias de Costa Rica
Nombre del Investigador responsable y datos de localización	MBA. Guillermo Velásquez López; 2281-0006
Fechas de Ejecución del Proyecto	Mayo del 2008 a Mayo 2010
Monto total del Proyecto	¢14 443 800,00
Monto Aprobado Fondo Propyme	¢8 540 000,00
Monto de Contrapartida	¢5 903 800,00
Entregables esperados	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lograr la certificación del sistema de gestión de inocuidad de los alimentos INTE-ISO 22000:2005. 2. Desarrollar un programa eficaz y eficiente para la innovación y desarrollo de nuevos productos en plazos cortos.
Avance obtenido hasta la fecha	<ol style="list-style-type: none"> 1. La certificación aún no se obtiene, sin embargo se han dado las capacitaciones, las visitas y en general se ha implementado las mejoras. La certificación se estaría obteniendo próximamente. 2. Ya hay en el mercado una línea de productos "sin azúcar", (línea más saludable)
Características a destacar	Se otorgó financiamiento para atender dos necesidades. Ambas se han desarrollado favorablemente, conforme a lo programado.
<i>Fuente: Unidad de Gestión del Financiamiento CONICIT</i>	

