**La mejor vidriera para lanzar, posicionar y consolidar un producto**

*El éxito rotundo de la 11° edición de Caminos y Sabores no se mide sólo cuantitativamente. Cada expositor lució su mejor sonrisa.*

**Los diferentes expositores coinciden en argumentar que la participación en ferias y eventos tiene como fin incrementar las ventas, posicionar la marca, desarrollar nuevos canales de comercialización, generar nuevos clientes y fidelizar los conquistados en el tiempo. Coincidentemente, los participantes de la 11° edición de Caminos y Sabores, resaltaron que se cumplieron cada una de esas premisas.**

**La firma Saros se propuso lanzar en la muestra una línea de mix de especias dulces para saborizar café, té y pastelería. “Caminos y Sabores amerita el lanzamiento de un nuevo producto, por la gran vidriera que representa, por la cantidad de gente que la visita y por los contactos que se generan”, indicó Vilma Luna, referente de la empresa. Entre sus propuestas, se destacaron las variantes de azúcar rubia orgánica, canela, que permiten rubricar una gama de diferentes sabores como vienés, americano toffee, árabe marroquí e hindú marsala dulce.**

**Con cuatro años en el mercado, Saros se considera una empresa joven. A la propuesta inicial del blend de especias sin sal ni conservantes, ahora le incorporaron la línea dulce. Y con este combo apostarán a abrir mercados externos, participando de una feria en Alemania en un par de meses.**

**En Misiones, Gabriela Machel imaginó un futuro provisorio para sus chutneys y cuando el gobierno provincial la invitó a tomar parte del evento, ella no dudó en presentarse ante el gran público. Tres años más tarde, se asoció con la mendocina Frunuts Delikatessen, que le provee de materia prima, y volcó su línea gourmet que incluyó “salsas de maracuyá, confituras y mermeladas de frutas tropicales cultivadas en Misiones”, certificadas oficialmente, además, como libre de gluten.**

**“Estamos enormemente agradecidos con el espacio. Por un lado, nos conoce gente de todo el país. Por otro, vuelvo con el auto repleto de productos de toda la Argentina. Más allá de que este año ha sido duro, la respuesta del público fue impactante. Nos buscó, nos compró y nos agradeció que siguiéramos adelante”, confió la responsable de GabyMachel.**

**Cuando Martín Mur recuerde su primera participación en Caminos y Sabores, seguramente se ufanará por haber agotado el stock en las tres primeras jornadas. Aunque por su complejidad, las cervezas El Bolsón no son las más populares, colocaron en el mercado 2.200 botellas de 355 cm3, además de obsequiar alrededor de 200 litros para degustación. “Recorrer los 2.000 km que nos separan de Buenos Aires valió la pena”, subrayó Mur.**

**En el evento de la Rural la firma patagónica presentó la primera cerveza apta para celíacos. “Importamos enzimas de Alemania, que encapsulan el gluten degradándolo para que los celíacos puedan disfrutar la bebida como cualquier otro consumidor. Fue un verdadero éxito”, reveló, agregando que también trajeron jugos orgánicos, destacándose “el mosqueta con miel para beber frío o caliente, y el de malta pura, energético, muy de moda entre los jóvenes”.**

**El emprendedor reconoció que arribaron a la muestra con muchas expectativas e interrogantes, por las experiencias narradas por amigos. “Confirmar que la posibilidad de vender y generar contactos era cierta. Y nos relacionamos con compañías distribuidoras en CABA, enfocándonos en restaurantes, pubs y tiendas especializadas”, reveló Mur, para agradecer la calidez de los organizadores y asegurar que el año próximo volverán a dar el presente en la feria.**

**Para La gloria de la Peregrina también fue su primera participación en Caminos y Sabores. Y Sebastián De Esteban contó que las ventas se sostuvieron a lo largo de las cuatro jornadas, lo que grafica ampliamente la gran aceptación del público. Sus 11 variedades de mermeladas artesanales elaboradas sólo con azúcar y frutas sin ningún tipo de conservantes generaron furor. Y no pasaron desapercibidas para distribuidores deseosos de crear las condiciones de ventas en la zona norte del conurbano. La firma creada hace dos décadas en Sierra de los Padres, adoptó un enfoque más agresivo cinco años atrás. Y en ese contexto, De Esteban prometió regresar en virtud “de un saldo que fue muy positivo”.**

**El ingeniero Fabián Amoruso sabía de antemano de qué se trataba. Por eso en 2014 no dudó en lanzar al ruedo a Chabenet Gourmet en Caminos y Sabores. Y por ese motivo repitió la movida en tren de afianzar el contacto directo con la gente, y hacer nuevos negocios ampliando la red de comercios y la estructura de distribución y ventas. Todo el surtido de productos gourmet gozó de la mayor aceptación de los visitantes, tanto en los paté vegetales con sabores a zanahoria y curry, tomate y albahaca, hongos secos, puerro al estragón y finas hierbas, como con las salsas artesanales (napolitana, scarparo, basílico y arrabbiata). Párrafo aparte para los smoothies bonyuzz de mango y maracuyá, frutilla y banana, naranja y durazno y kiwi y pera, ideales para combatir la sed de muchas horas de recorrida por la feria.**