

# KIB Chiles: salsas picantes que destacan la cultura maya en un segmento que genera 2.5 billones de dólares



«Guerrero en la cultura Maya que utiliza como elemento el fuego» esto significa la palabra KIB

Una marca guatemalteca creada con el propósito de llevar a las mesas las mejores salsas picantes, únicas y originales rompiendo los moldes tradicionales de las que ya existían en el mercado.

*“Hemos llegando a sobresalir tanto en sabor, textura, y consistencia, además, diseñamos una imagen totalmente diferente e innovadora la cual hace que cada consumidor viva una experiencia única al momentos de consumir nuestro producto” indica Eric Aviles Fernández, Presidente de Salsa y Chile S.A.*

Pero, ¿cómo surgió esta empresa? Aquí le presentamos la historia de exportación de un joven guatemalteco que ha desafiado los retos que conlleva posicionar sus productos en las góndolas de los supermercados internacionales?

*“En lo personal siempre he sido amante de las salsas picantes, es más a veces si no había un picante rico ni siquiera comía... entonces fueron varios factores que ocurrieron, primero no había encontrado en el mercado algún chile que estuviera hecho con ingredientes 100% naturales, tampoco que existiera uno con*

*una imagen totalmente diferenciada, qué con solo verla uno quisiera probarla... vivir esa experiencia. Después al viajar siempre iba a las góndolas de los chiles y me traía en la maleta y llegaba a las mismas conclusiones, fue así que decidí fundar la empresa, crear la marca con el propósito de exportar mis salsas a nivel mundial” recuerda Aviles.*

Fue así que desarrolló en varias presentaciones y recetas la salsa de chile chiltepe, salsa de chile cobanero, jalapeño - cilantro incluso cuenta con una salsita «Entre nubes» que es chile cobanero de alta cocción.

Con una imagen que revela la magia y color de la cultura guatemalteca, han diseñado empaques originales por ejemplo: “El baile de los moros” que es una tradición en varios departamentos de la república.

*“Este baile se celebra en diferentes fechas y fiestas patronales en cada municipio. Además, la práctica ha evolucionado hasta volverse un momento de convivencia entre familia. Ahí debemos tomar en cuenta que una de nuestros propósitos de la marca es que se consuman en un ambiente divertido al momento de las comidas”.*

De esa decisión de crear un producto diferenciado han transcurrido cinco años de fundación de la empresa [Salsa y Chile S.A.](#) la cual ahora genera más de 500 empleos directos e indirectos.

Por su innovación y valor agregado, estos productos han logrado destacarse como casos de éxito en la Universidad Francisco Marroquin, Universidad del Valle, Universidad Rafael Landívar, Universidad San Carlos y Universidad de Miami.



## La propuesta de valor que marcó la diferencia

La calidad ha sido uno de los estandartes de **KIB Chiles**, “de nada sirve tener un sabor espectacular si el producto no es elaborado con los más altos controles de calidad y que no tenga ninguna repercusión en la salud del consumidor”.

Además, el destacar la cultura ancestral de Guatemala ha permitido que estos productos sean identificados y continúen conquistado el paladar de los consumidores de salsas picantes, quienes integran un mercado de **2.54 billones de dólares a nivel mundial y con un crecimiento de 7.1 por ciento anual**.

Su principal mercado de exportación son los supermercados y tiendas en línea de Estados Unidos incluso han llegado a posicionarse en un segmento especializado... los fanáticos de beisbol que asisten a un partido en el National Park en el estado de Washington DC.

Otros países que ofrecen las salsas picantes KIB son México, Ecuador, Honduras y El Salvador.



## Superando los desafíos de una pandemia

Ante la emergencia sanitaria que impactó a todo el mundo, las empresas guatemaltecos no fueron la excepción, sin embargo, superaron los retos convirtiendo esos obstáculos en oportunidades.

*“Nos enfocamos en canales e-commerce en Guatemala y en los demás países, por ejemplo ya nos encuentran en [Amazon](#), a la vez, desarrollamos nuestra propia página elaborada para el mercado EE.UU. ([www.kibsauces.com](http://www.kibsauces.com)) también aprovechamos a diversificarnos y así fue como lanzamos nuestra línea de ropa, [Walmart Online](#), Hugo, supermercados en línea, entre otros».*

## El tener un respaldo institucional ha sido clave

Al consultarle a Eric sobre las oportunidades que ha encontrado al ser socio de la [Comisión de Alimentos y Bebidas](#), detalla “es más que necesario asociarse con AGEXPORT, ya que el equipo interno es de primer orden, siempre nos han apoyado desde recomendaciones, asesorías y brindándonos contactos de posibles clientes y proveedores”.

*“Son varias oportunidades al asociarte, sin duda AGEXPORT es el mejor aliado para apoyar a la empresas guatemaltecas para romper el miedo a salir de nuestras fronteras”.*

## Hacia la conquista de comensales europeos

Como toda empresa con grandes expectativas, [Salsa y Chile S.A.](#) estima incursionar en 2022 en el continente europeo en especial en los países de Italia y España

*“Continuaremos llegando a todo el resto del mundo sin miedo y sin parar, y este es el principal consejo que puedo darles a los emprendedores –No tener miedo -crean en sus proyectos y luego si desean exportar deben estar listos al 100% para innovar, ofrecer calidad, sabor y empaques diferenciados. A la vez que todo principio no será fácil pero todo se puede lograr”*



Teléfono: 2228-6998

Correo electrónico:

[eaf@kibchiles.com/](mailto:eaf@kibchiles.com/) [info@kibchiles.com](mailto:info@kibchiles.com)

Visite su sitio web:

[KIB Chiles](#)