



Cambios en el mercado internacional del kiwi, tendencias que debemos conocer

Carlos Cruzat, Presidente Comité del Kiwi

SEMINARIOS REGIONALES DEL KIWI

Curicó, 20 de Junio de 2017

EL MERCADO DEL KIWI EN LO GENERAL:

- **¿Cómo se complementa la oferta de kiwi de dos hemisferios?**
- **La fruta del hemisferio sur debe ganarse un doble espacio:**
 - **calidad de consumo y competir con frutas de verano**
- **Como los mangos, plátanos y paltas el kiwi se debe exponer al etileno**
- **Cosechada alcanzando su madurez fisiológica:**
 - **Grados Brix desde 6,2 e idealmente mayor a 7**
 - **Materia Seca mayor a 15,5% e idealmente sobre 16,5%**
- **Ha mejorado mucho la calidad del producto ofertado globalmente**
- **En los países productores:**
 - **China todo se consume localmente**
 - **Otros, consumo doméstico no más del 20%, resto exportación**

CAMBIOS Y TENDENCIAS GLOBALES:

- Consumidores no esperan realizar la maduración
- Cuidar que los procesos que favorecen la maduración sean respetados
- Aumento del consumo mundial del kiwi se asocia:
 - listo para comer (ready to eat)
 - sabor equilibrado entre dulce y ácido
 - beneficios de salud



CAMBIOS Y TENDENCIAS GLOBALES:



Alimentos saludables y funcionales



NUTRITION



Interés según segmento etario, género o estilo de vida



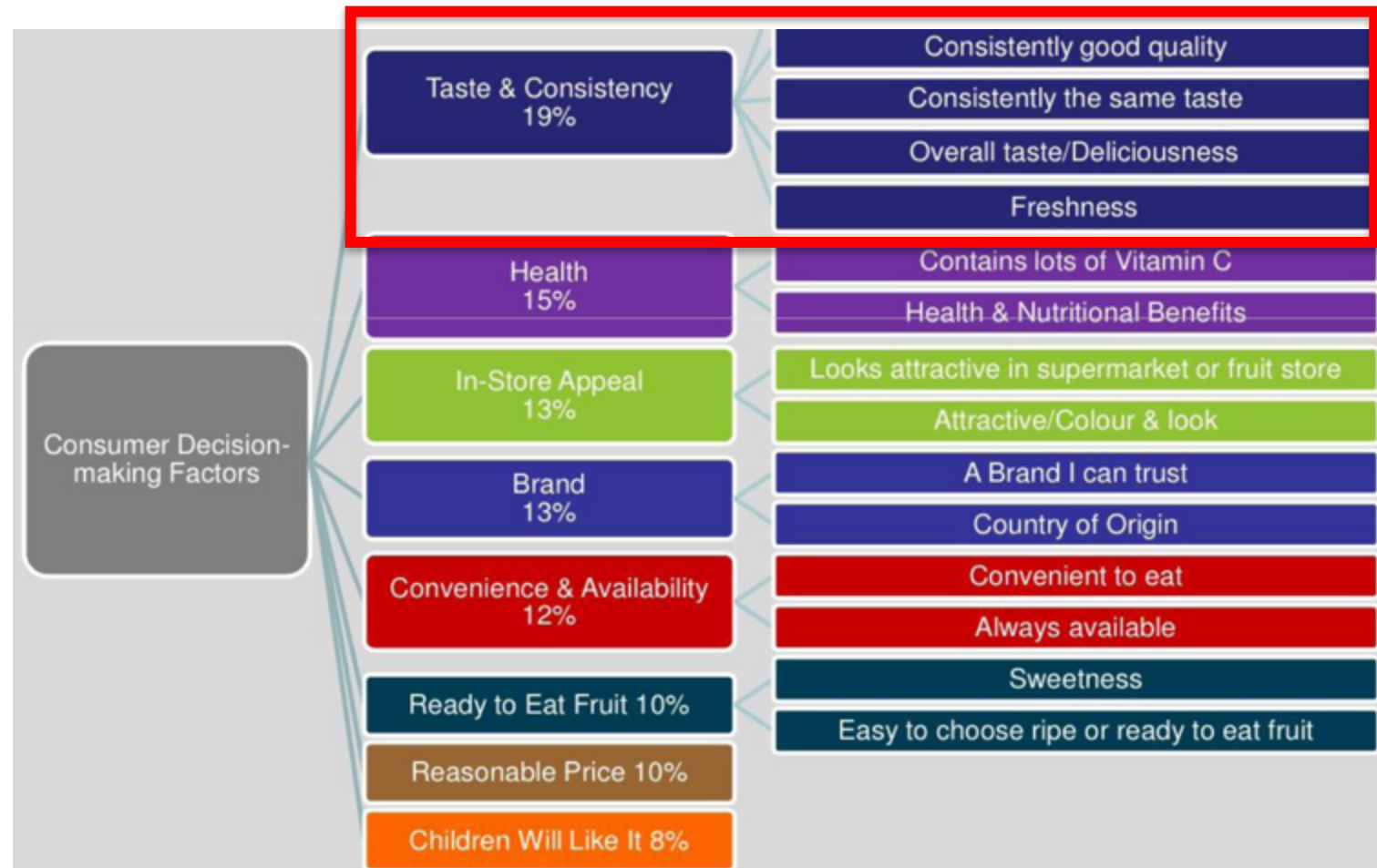
Mercado Interno Chileno



Un esfuerzo conjunto entre Productores y Exportadores



COMO SE AFECTA LA DECISIÓN DE COMPRA



CAMBIOS Y TENDENCIAS GLOBALES:

- Disponer de nuevas variedades para la paleta de oferta
- Ofrecer diversidad para la venta en supermercados y online
- Nuevas variedades de amarillo y rojo con excelentes de respuesta de los consumidores

VERDE v/s AMARILLO

- Consumo Mundial (determinado por la oferta) : 8 a 1
- Preferencia actual mundial: 3 a 1
- Tendencia en Asia : 1 a 3
- ¡El verde no desaparece!
- ¿Es el rojo de difícil poscosecha?
- Los asiáticos prefieren lo dulce
- El mercado no es solo Asia

Actinidia deliciosa

Actinidia chinensis



CAMBIOS Y TENDENCIAS GLOBALES:

- **Nuevos mercados buscando abastecimiento**
 - **disminución de barreras arancelarias**
 - **economías crecientes con mayor poder de consumo**
- **En ASIA se percibe un aumento en el mercado de consumo**
- **En China Aumenta la producción rápidamente pensando en abastecer, por ahora, un mercado de 300 millones de consumidores que buscan un producto de buena relación precio calidad, Best Value**
- **Exportaciones chilenas a China aumentaron en un 100% en 2016**



AUMENTO DE LA COMPETENCIA:

- Muchos intentan ingresar a la agricultura de exportación de frutas
- Hay más países plantando kiwi
- Aumentarán la cantidad de competidores
- Constante, debido a la globalización comercial y de las comunicaciones

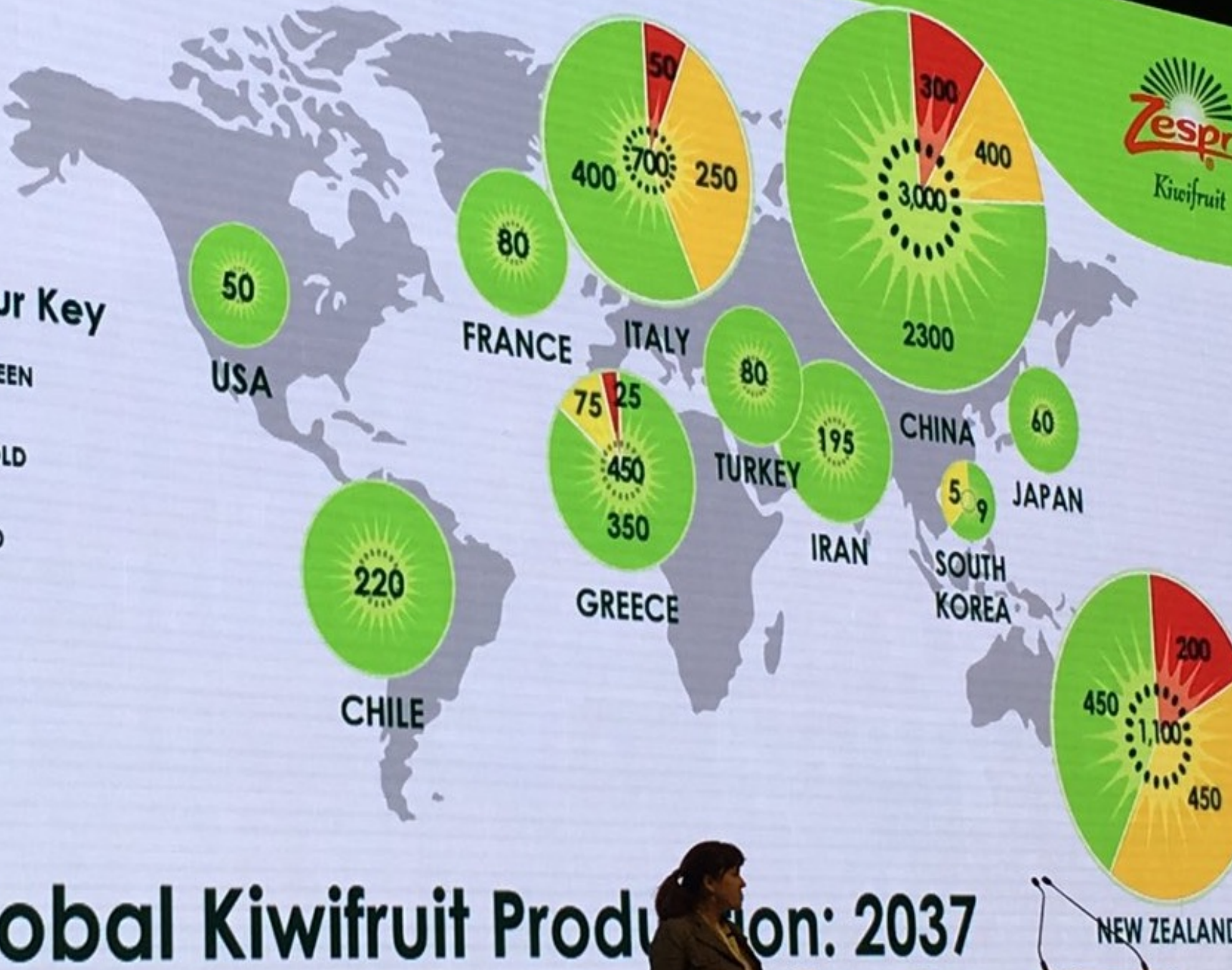
- Los competidores pueden ser también colaboradores
- La oferta agregada de kiwis desplaza a otras frutas y que crean la necesidad de compra de la categoría kiwi de todos los orígenes

- El contra hemisferio tiene una buena oportunidad de complementar la demanda:
 - fruta de calidad y consistencia
 - exigencia de hacerlo en ventanas más cortas
 - utilizar en mercados más distantes o menos explorados
 - hemisferio sur el espacio es principalmente de Chile y Nueva Zelanda, por ahora



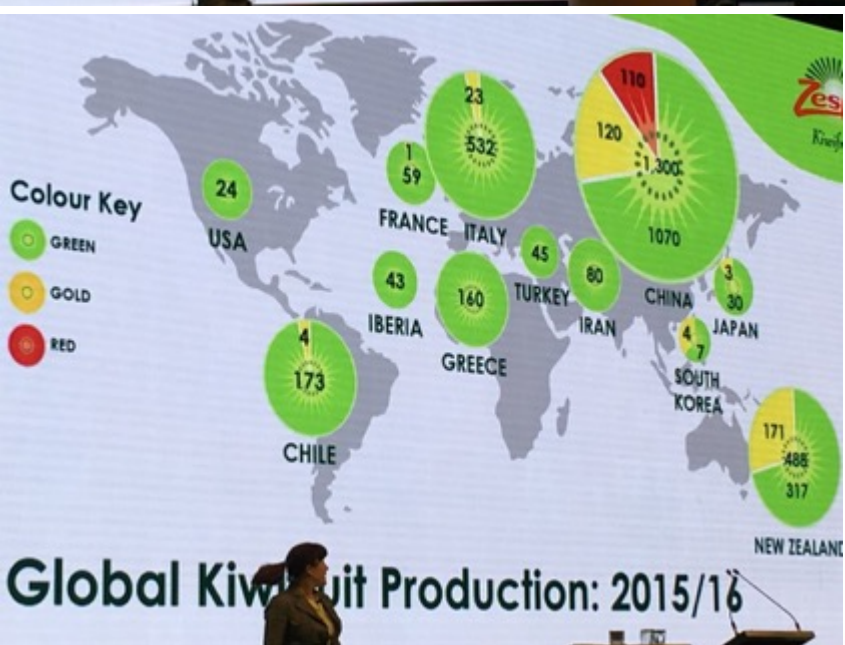
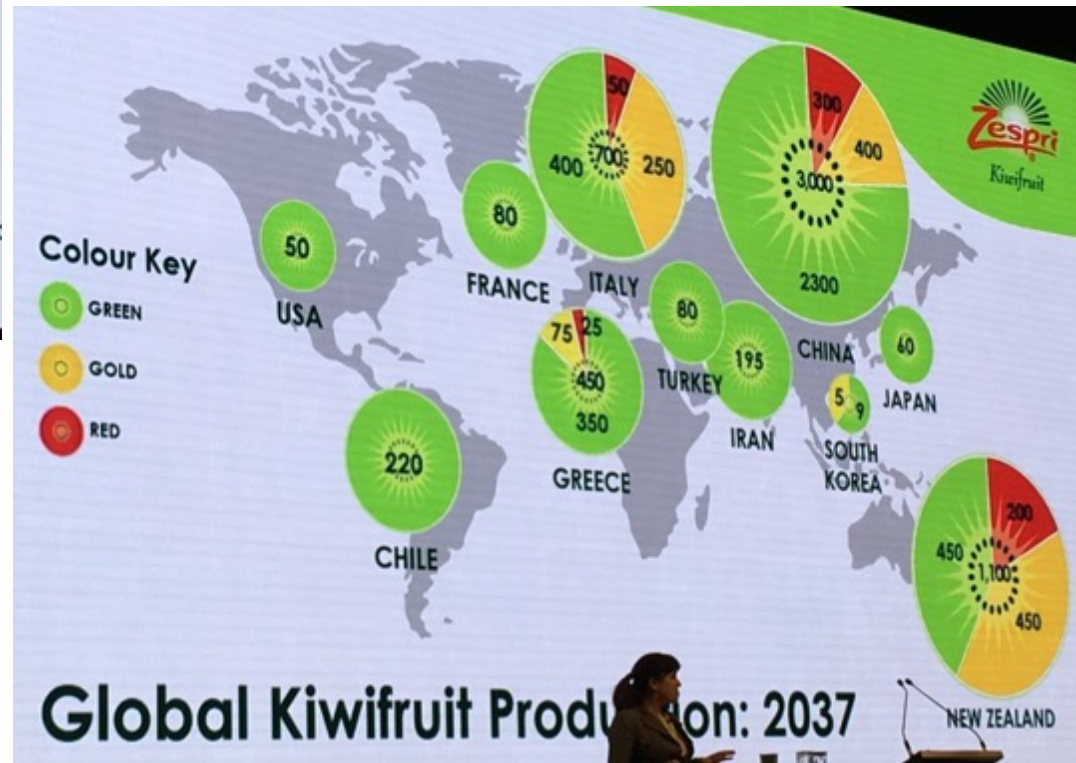
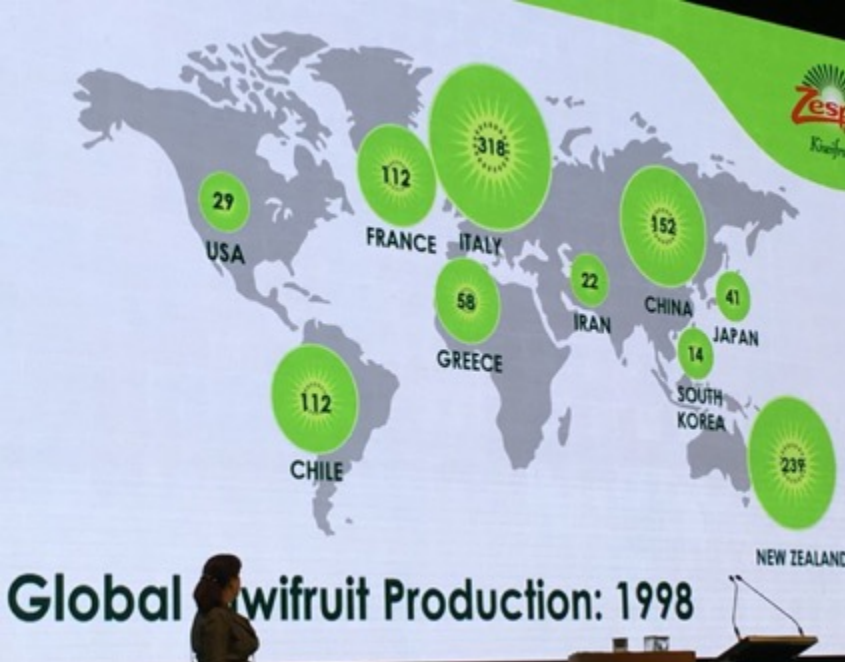
Colour Key

- GREEN
- GOLD
- RED



Global Kiwifruit Production: 2037





EL MONOPOLIO DE NUEVA ZELANDA



- Aumentando las producciones por hectárea de Hayward
- Creciendo fuertemente en amarillos
- Pensando en sus productores y en el consumidor final



12
MESES



Business Growth Outlook.

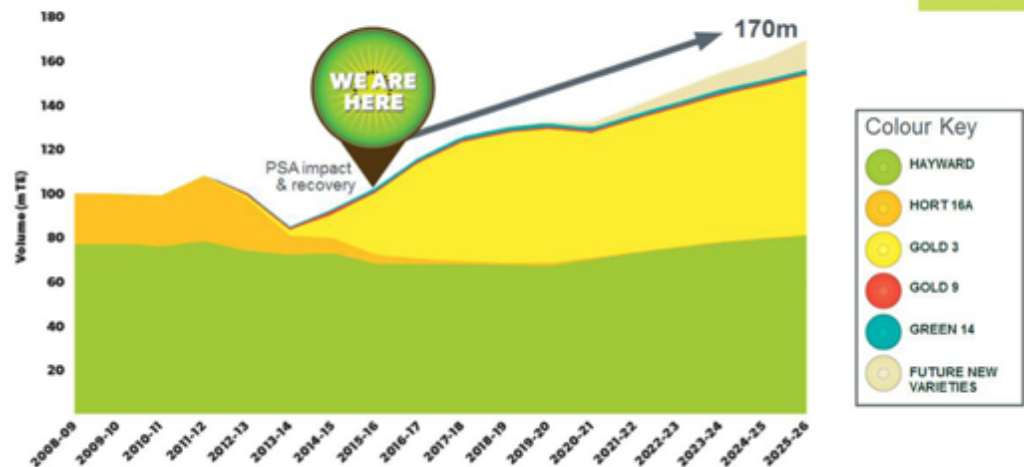


Figure 17: Forecast volume growth by category, forecast supply volumes to 2026.

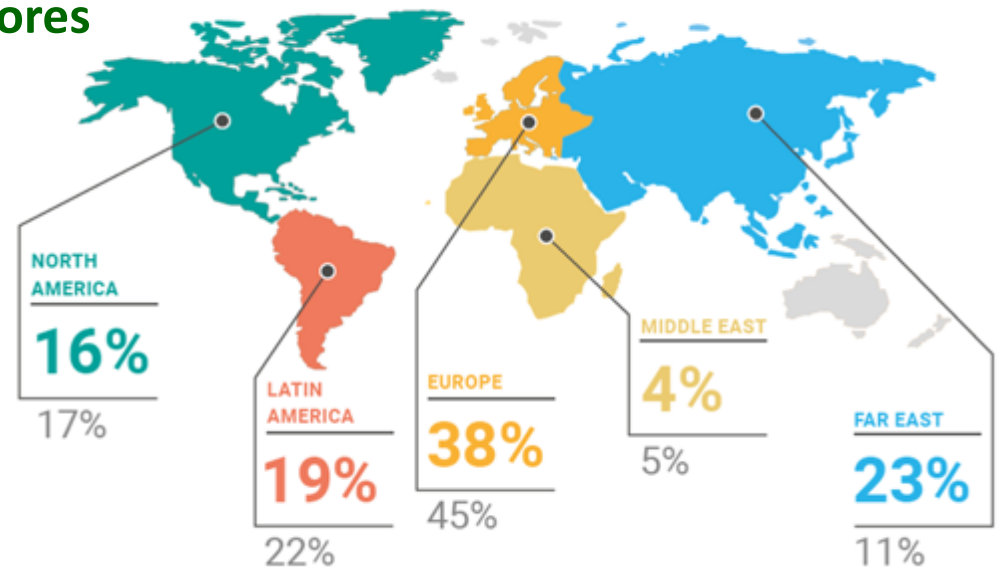
- Desarrollando nuevas variedades
- Incrementando la presencia en Asia, especialmente China
- Aumentando la promoción y el consumo

POSICIONARSE EN MERCADOS CERCANOS

AMÉRICA es un mercado estratégico para Chile

- Segundo continente con mayores envíos chilenos
- 1.000 millones de habitantes
- Historia y cultura común
- Cercanía geográfica y cultural
- Tiempos de comercialización menores

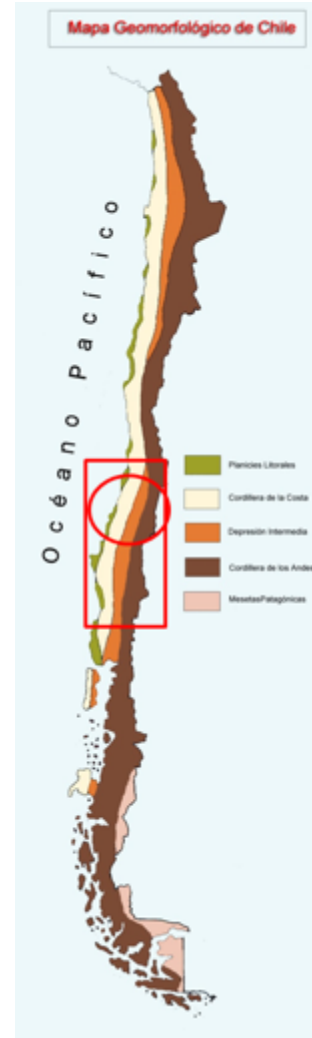
170 K / 182 K (2016 / 2015)



EL KIWI DE CHILE:



- Ganar la fidelidad del consumidor y que reconozca el origen chileno (Kiwifruit from Chile):
 - buena fruta desde el huerto
 - procesos que potencien la calidad y su consumo
 - presencia consistente y homogénea durante un par de temporadas
- Tenemos zonas agroecológicas o terroir donde el kiwi crece bien, el clima no es el de Nueva Zelanda pero hay zonas de excelente potencial para verdes y amarillos:
 - Programa de Aseguramiento de la Madurez (PAM)
 - Programa de Huertos de Seguimiento



EL KIWI EN CHILE:



- Hayward dejó de ser el boom rentable, hoy lo son la cereza y arándano
- Las amarillas tienen rentabilidad mas alta, si la Psa permite producir
- El kiwi es un complemento a la paleta de producción de un huerto

- Con estas perspectivas de la industria mundial la decisión de invertir depende de que los productores rentabilicen el kiwi:
 - Proyectos en zonas correctas esperan 40.000 exportadas
 - Lo que lleva a la ecuación precio por cantidad (PxQ)
 - El precio depende:
 - de la calidad de la fruta chilena
 - del stock y de la oferta del hemisferio norte

- Mercados almacenan hasta mas tarde, deberemos:
 - Cosechar mas tarde y vender de mayo-junio y hasta Octubre
 - Prepararnos para cosechas más tardías por lo tanto manejar menores firmezas de fruta y manejar la mancha de agua

EL KIWI EN CHILE:



- Alta competencia por mano de obra hace necesario cambiar los manejos para adaptarnos a producir considerando que debemos darle el espacio a esas otras especies más rentables
- Revertir problemas haciendo algunos cambios ingeniosos como los que nos han mostrado algunos productores que siguen teniendo un buen negocio y por tanto son a quiénes vale la pena mirar para aprender de ellos



MADE IN CHILE







EL DESAFÍO DE CHILE:

- No basta con producir y vender un producto de pobres resultados al consumidor, ese negocio no es sustentable
- Llegar hasta el consumidor con un producto rico y comestible
- Hay espacio y rentabilidad para integrarse a un mercado que se ve en crecimiento y con cambios importantes para el futuro
- Deberemos competir en este nuevo escenario de alta calidad y dura competencia
- Finalmente, más allá de lo que hagan nuestros competidores nosotros decidimos que producimos y como satisfacemos al consumidor.
- Es por esto que necesitamos una nueva mirada y una nueva estrategia
- Necesitamos redefinir nuestros parámetros de calidad y acordar la manera para que se implementen masivamente
- La oportunidad que existe y estamos seguros se puede alcanzar



¡GRACIAS por su asistencia!

Carlos Cruzat, Presidente Comité del Kiwi

SEMINARIOS REGIONALES DEL KIWI

Curicó, 20 de Junio de 2017