

KIWI ATLANTICO S.A.

1988-2017

“Caso de integración vertical para ser exitoso en un mercado de alta exigencia”



ORIGEN DEL KIWI EN ESPAÑA

- Las plantaciones en España se iniciaron fundamentalmente en el Noroeste, es decir Galicia y Asturias.



- La mayor cantidad en cuanto a plantaciones se realizaron entre los años 1.984 y 1.997.



INICIO DE LA COMERCIALIZACION

- **1.985**

- Venta de kiwi de forma **individual** por parte de los productores.
- Los calibres comercializados directamente del productor a los fruteros eran:

Calibre	Precio Medio Venta	Precio Productor
Grande (20 a 25)	0,75 \$/ud	5,5 \$/Kg
Mediano (27 al 33)	0,60 \$/ud	4,0 \$/Kg
Pequeño (36 al 42)	0,40 \$/ud	3,0 \$/Kg



INICIO DE LA COMERCIALIZACION

1.988

- Adquisición calibradora 2^a mano (usada para pesar huevos anteriormente)
- Realización de primeros calibres uniformes en cajas de madera

1.990


- Incremento producción propia → Bajada precios a la mitad
- Necesario aumentar conservación más de 3 meses
- Aumentan problemas de conservación considerablemente

1.993

- Calibración separando frutos deformes
- Precios en su punto más bajo **0,20 \$/Kg**

INICIO DE LA COMERCIALIZACION





Eres muy
peludo, ¿no?

Soy un kiwi,
imbécil

INICIO DE LA COMERCIALIZACION



PRIMERA ETAPA (1.988-1.993)

CONSTITUCION Y ORGANIZACION

CONSTITUCION EMPRESA por la unión de 31 socios productores y 1 socio no productor

En 5 años el productor experimenta un gran **DESCENSO** en el **PRECIO** del kiwi

4,0 \$/Kg → 0,20 \$/Kg

Socios empresarios del sector industrial deciden **INVERTIR Y CRECER** cuando el precio deja de ser rentable

SERVICIO TECNICO COMUN buscando diferenciación y valor de marca

Cambio de nombre de la sociedad, pasando a ser **KIWI ATLANTICO S.A.**

Prioridad para la marca **KIWI ATLANTICO**



SEGUNDA ETAPA (1.994-1.999)

DIFERENCIAR LA CALIDAD DE LA MARCA KIWI ATLANTICO

- Calibres 20 al 30 envasados en cajas de 3Kg alveoladas.
- Selección de fruta por forma.
- Formatos de segunda y calibres pequeños se comercializan en otras marcas.

MEJORA DE LA CONSERVACION

- Cosecha con un mínimo de 6,5° brix, como recomendaba la bibliografía.
- Conservación hasta el mes de abril o incluso mayo (es decir 6, 7 meses con atmosfera normal)

AUMENTO PRODUCCION

- Captación nuevos productores
- Incremento de número de socios hasta 74

TERCERA ETAPA (2.000-2.005)

CRECIMIENTO

Finales de 1.999

Me incorporo a la gerencia manteniendo mi puesto de asesor técnico

Consejo administración y gerencia deciden realizar cambios

- Crecimiento Sociedad
- Diversificación productos comercializados

TERCERA ETAPA (2.000-2.005)

CRECIMIENTO

Incorporación PRODUCTORES NO SOCIOS

- Mismo Importe de Liquidación
- Mismo Servicio técnico



ACUERDO DE ASOCIACION

- con empresas competidoras de menor dimensión en España
- IPARKIWI en País Vasco
- KIWI PIRINEO en Navarra y Cantabria



TERCERA ETAPA (2.000-2.005) CRECIMIENTO

- **COMERCIALIZAR KIWI 365 DIAS AL AÑO**

Nueva
Zelanda
(Zespri)

- No podemos trabajar ya que son muy marquistas
- Todo depende de la decisión de Zespri, la cual no autoriza acuerdos que puedan perjudicarlo en un futuro

Chile

- En el año 2000, hicimos nuestra primera vista y llegamos a acuerdo con mas de 8 empresas exportadoras con pequeñas cantidades
- Aprendizaje de diferencias entre exportadoras y entre orígenes de España y Chile





CUARTA ETAPA (2.006-2.010)

ESPECIALIZACION

Kiwi 365 días al año

- Suministro continuado a nuestros clientes

Determinación características fruta

- Implantación del ISK
- Diseño de un sistema de valores combinados de Materia Seca, Brix y dureza en la entrada que nos permita identificar por muestreo en que clasificación están de Corta, Media y Larga Conservación.

Producción Chilena similar a la nacional

- Las casi 100 has que se plantaron entre 2005 y 2007, fueron vendidas en 2009 a nuestros socios chilenos, después de la primera cosecha, por discrepancias en el sistema de venta.

QUINTA ETAPA (2.011-2.016)

CONSOLIDACION

- **CONSOLIDACION** de la MARCA KIWI ATLANTICO , de origen España y Portugal.
- Crecimiento y Consolidación de ventas de Hemisferio Norte en las principales cadenas de supermercados Españolas .
 - De las 10 primeras estamos en 9
 - (Mercadona, Carrefour, Lidl, Aldi, Corte Ingles, Dia, etc)
- Especialización en formatos y especificaciones del producto diferenciado en marca blanca de clientes.



¿COMO TRABAJAMOS?



PRODUCCION

Asesoramiento Técnico

- Tanto socios como productores asociados comparten asesoramiento

Cosecha

- Determinada por el departamento técnico y **nunca por debajo de 6,2° brix.**
- Transporte desde Fincas a la planta de KA, se realiza por parte de la sociedad y en coordinación con el productor socio o colaborador.

Recepción fruta

- Recogida en bins plásticos
- Clasificación de la fruta según mediciones de °brix, materia seca y dureza en menos de 48 horas
- Curado aproximado de 48 horas
- No se enfría hasta entrar en cámara, Frio pasivo

Almacenamiento en cámara

- La fruta se va destinando a las cámaras específicas en función de su clasificación de corta, media o larga conservación y ahí se va **enfriando hasta que a los 10 a 15 días de entrar se llega a 0 ° C**, en pulpa aproximadamente.

Información al productor

- Una vez terminada la cosecha se realiza una previsión de los calibrados de cada lote con el 2 % de la fruta recogido.
- Envío a los productores de la información de características, calibres estimados para que en caso de disconformidad pueda estar presente cuando se calibre su fruta.

LA CONSERVACION Y CONFECCION

- **Campaña comercial** iniciada al finalizar la cosecha (Finales Noviembre hasta final de Mayo).
- Se conserva la fruta sin calibrar y se va confeccionando diariamente según los clientes (la mayoría)
- Para algunos se hace un **proceso de maduración** para llegar al consumidor final en un proceso mas avanzado y próximo al momento de consumo.
- Como el calibrado y confección es largo, se estima los % medios de cada mes y si un productor está un 50% por encima de ese %, es el propio productor el que tiene que soportar esta merma.
- Al finalizar la campaña se realiza una **liquidación** (un mes y medio tras finalizar la campaña aprox.)
 - Se tienen en cuenta los kilos recibidos al principio para permitir que no haya mermas de peso
 - El % de pudrición es igual para todos (salvo si el productor superó en algún momento en más del 50% las mermas mensuales)

¿COMO NOS DIFERENCIAMOS?



HEMISFERIO NORTE

- Nuestra competencia **ES MUY FUERTE...**
 - Producciones europeas

PAIS	Toneladas	%	Precio Comparativo
ESPAÑA	14.000	2%	
PORTUGAL	28.000	4%	Ligeramente menor
FRANCIA	60.000	8%	Similar
ITALIA	480.000	65%	Un 10 a 15% menor
GRECIA	160.000	22%	Un 20 a 30% menor

Como los países competidores tiene mas cantidad de fruta y precios normalmente mas bajos, nosotros tenemos que **diferenciarnos por la calidad** , en cuanto a sabor, uniformidad, presencia a lo largo de la campaña y una selección adecuada siempre.



HEMISFERIO NORTE

- Nuestra competencia **ES MUY FUERTE...**
 - Marcas de competencia: **ZESPRI**
 - Además de la competencias por países tenemos una presión muy importante de un competidor como Zespri, que gasta al año mucho dinero en Publicidad.
 - Competimos con esta marca, ya que la fruta que normalmente confeccionan es de origen italiano y en general es de peor calidad que la nuestra, por dos motivos fundamentalmente:
 - Las condiciones climáticas son mas extremas y cosechan al limite de madurez
 - Las condiciones edáficas y de agua son peores, con PH mas altos y aguas mas duras.



DIFERENCIACION DE LA CALIDAD

Sabor

- Sabemos que el sabor está estrechamente relacionado con el ° brix en cosecha, la Materia seca, entre otros elementos.
- Desde el año 2010 aplicamos el sistema ISK que aplicaba zespri , junto con elementos como la dureza de la fruta a la llegada y separamos los lotes en función de esas características.

Uniformidad

- Con la prohibición del Dormex en Europa, la floración es mas difícil de conseguir que sea uniforme, por lo que es algo complicado sobretodo en primaveras con cambios de temperatura recién iniciada la brotación
- Por ello estamos desarrollando un sistema que se acoplará a la calibradora , basado en NIR, pero complementado con rayos laser y ondas de transmitancia, ya que el sistema NIR solamente en nuestro caso no funciona bien, sobretodo en cuanto a la MS.

Forma y tamaño de la fruta

- Aunque hemos realizado algunas labores de anillado en tronco para mejorar la MS, también realizamos técnicas de anillado en varas de un grosor determinado, y es que en cuanto a calibre y uniformización del fruto, a nosotros nos va mejor, aunque es mas costoso.

Conservación y firmeza de la fruta

- Es muy importante durante la cosecha, que la fruta no se golpee, por lo que procuramos informar constantemente a nuestros socios para que sean muy conscientes de este problema y en caso de que se produzca son repercutidos directamente a ellos

HEMISFERIO SUR

Calidad gustativa

- **Zespri**
 - Sabor dulce, columnela blanda y textura firme.
- **Chile**
 - Sabor normalmente ácido, columnela bastante dura y textura variable.

Uniformidad

- **Zespri**
 - Fruta uniforme y forma bastante cilíndrica con bajo % de fruta deforme.
- **Chile**
 - Fruta poco uniforme, poco % de forma cilíndrica y bastante % de fruta deforme.

Tiempo comercial

- **Zespri**
 - Según mercados de 20 a 50 días en llegar a los mercados
- **Chile**
 - Según mercados tarda entre 1 semana y 50 días

Diferencial de precio

- **Zespri**
 - Precios Medios de venta en España de +0,70\$/kg
- **Chile**
 - Precios medios de venta 0,70\$(kg que Zespri)

HEMISFERIO SUR

- La Competencia es **ZESPRI**, y se basa fundamentalmente en la calidad, ya que el diferencial de precio es cada vez mayor. Por ejemplo hace 5 años el diferencial de venta era de 0,35\$/kg y actualmente es de más de 0,60\$/kg.
- Nosotros con producto Chileno hemos ido perdiendo cuota de mercado y no tenemos gran reconocimiento de marca (incluso posiblemente nos penaliza).
- Para nosotros el principal motivo es que además de que la calidad de origen Nueva Zelanda es mejor que la de Chile, en el caso de Chile con respecto al producto Zespri, tiene varios condicionantes negativos:
 - **Sabor.**- La fruta en general es muy ácida, con columnelas duras y que el proceso de maduración, pasa de dureza importante a estar muy blanda y con textura harinosa y con bajo brix.
 - **Uniformidad.**- Los frutos entre sí tienen grandes diferencias en dureza y brix fundamentalmente, por lo tanto en momentos que encontramos frutos de calidad aceptable, al lado hay otros con que no son.








HEMISFERIO SUR

- Desde mi experiencia con Chile desde el año 2000 que estoy trabajando, creo que los principales problemas que tenemos y que describí antes, de **sabor y uniformidad** fundamentalmente, es:
 - que tradicionalmente se cosecha en función de si hay una expectativa de venta en los mercados, independientemente de si la fruta esta inmadura o no.
 - Que los países importadores, pedimos que la fruta tiene que estar dura y se tiene que conservar mucho tiempo (los 30 días de viaje y otros 30 días para venderlo como mínimo).
 - Que con los sistemas que pueden garantizar las durezas (porque era una garantía de no problemas), se ha estado destruyendo las características que normalmente debería tener el kiwi chileno, para estar muy próximo en calidad a Zespri.








¿CHILE PUEDE HACERLO?

KIWI ATLANTICO

-  Producciones por Ha: 20 Tm/ha.
-  Características edáficas y climáticas:
 - Suelos de pH ácidos y aguas acidas normalmente
 - Poco riesgo de heladas en brotación
 - Sin riesgo de heladas en cosecha
 - Frecuencia de lluvias en cosecha
 - Temperaturas de verano y principio de otoño normales, inferiores a 30^a C
-  Estructuras técnicas de cultivo, instalaciones, etc de nivel normal a bajo porque no es zona productora de Fruta.
-  Distancia al mercado cliente es muy próxima
-  Conocimiento del Cliente y el consumidor.

KIWI ATLANTICO LO HACE

CHILE

-  Producciones por Ha: 30 Tm/ha.
-  Características edáficas y climáticas:
 - Suelos de pH variados y aguas variadas también
 - Medio riesgo de heladas en brotación
 - Sin riesgo de heladas en cosecha
 - No frecuencia de lluvias en cosecha
 - Temperaturas de verano y principio de otoño normales, superiores a 30^a C
-  Estructuras técnicas de cultivo, instalaciones, etc de nivel normal a alto porque es zona productora de Fruta.
-  Distancia al mercado cliente es muy lejana
-  Desconocimiento del Cliente y el consumidor

CHILE TIENE CONDICIONES PARA HACERLO

OPORTUNIDADES PARA CHILE

- **AUMENTO DEL CONSUMO MUNDIAL DEL KIWI**
 - Hemisferio norte produce mas de 700.000 Tm y son mas de 7 paises y China.
 - Hemisferio Sur produce 450.000 Tm y son solo dos paises. CHILE y NUEVA ZELANDA.
- **NUEVOS NICHOS DE MERCADO**
 - Complementar las ventas a 365 dias en los paises productores.
 - Nuevas marcas destinadas a mercados emergentes (china, Mexico, India, Japon, etc)
- **MERCADOS DE SIEMPRE**



VIDEO INFORMATIVO

KIWI ATLANTICO S.A.

GRACIAS POR SU ATENCION

