



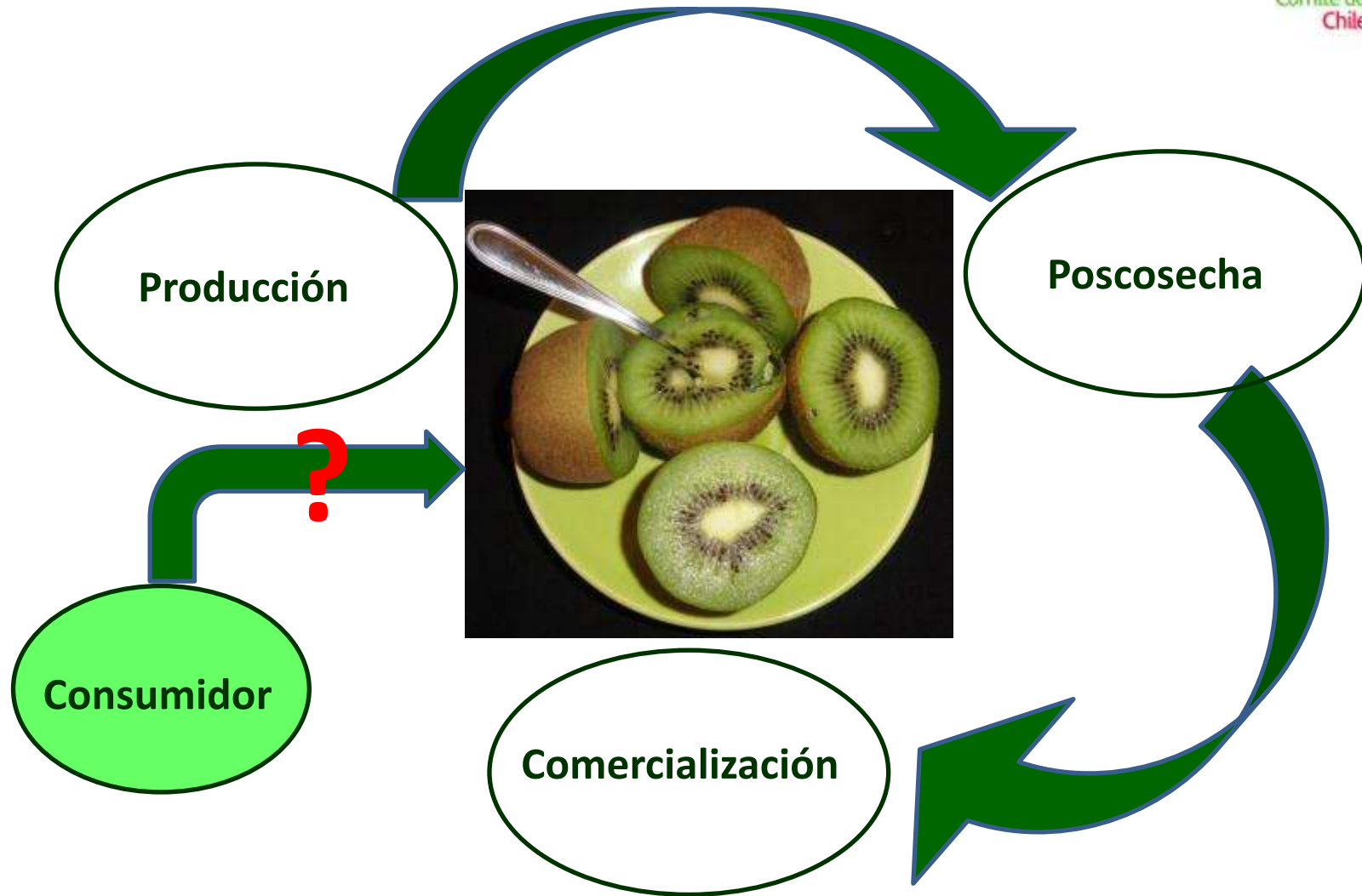
# ***Competitividad del kiwi chileno*** ***“Visiones y experiencias del exportador”***

***Elizabeth Köhler B.***

*Coordinadora General . Comité del Kiwi*

**Seminario Internacional del Kiwi**  
**Santiago, 29 de Agosto, 2012**

# Etapas de la cadena



## Exportador Comercializador



### CONCEPTOS QUE HAY QUE TENER PRESENTE EN ESTA ETAPA

- El producto que se cosecha, embala, se guarda y se vende es distinto.
- El producto es desuniforme e inconsistente
- Hay que vender de marzo a octubre
- Hay que vender todo tipo de fruta
- Nos enfrentamos con muchas barreras y distintos tipos de clientes
- Algunas calidades se venden bien, pero que hacemos con el resto??
- Hay que satisfacer con el mismo producto distintos requerimientos de los clientes
- Como industria aún estamos trabajando en definir los parámetros que nos permitirán segregar la fruta

# Escenarios con los que se enfrenta el exportador

- Requerimientos del receptor
  - ✓ Firmeza ( > 10 lbs)
  - ✓ Fruta a toda prueba
  - ✓ Calidad
- Requerimientos del supermercado
  - ✓ Fruta con conservabilidad
  - ✓ Fruta de alta rotación de compra
  - ✓ Fruta dulce
- Requerimientos del consumidor
  - ✓ Fruta blanda y dulce
  - ✓ Relación \$/calidad adecuada



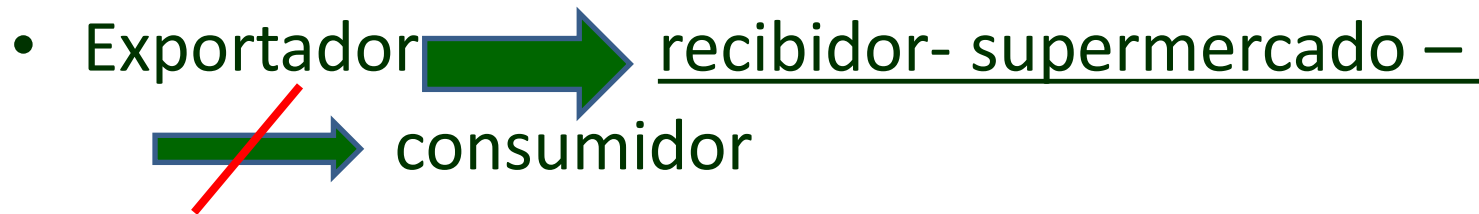
# Distintos modelos de comercialización



- Tradicional mayorista
- Sus clientes: Mercados mayorista
- Trabajan con volúmenes grandes, todo tipo de fruta, menos especializados
- Con formatos claros y establecidos

## Características

- Mayor amplitud de venta ( calibres, calidades)
  - Menor riesgo
  - Sus objetivos no necesariamente están alineados con los del consumidor
  - Estamos mas alejados de la percepción del consumidor
- Mayor dificultad para intervenir en la entrega de un producto requerido por el consumidor.



- Recibidor mas específico
- Trabajan con volúmenes grandes, con relación directa con el supermercado
- Hay restricciones de calidades
- Con formatos claros y establecidos
- Riesgo moderado
- Estamos mas cerca de lo que requiere el consumidor
- Mayor factibilidad para intervenir en la entrega del producto requerido por el consumidor.
  - Implementar protocolos de maduración



- Requerimientos definidos y específicos
- Mas restrictivo en formato y calidad
- Menor flexibilidad
- Mayor riesgo
- Objetivos alineados con el consumidor
- Relación mas cercana con el consumidor
- Mayor factibilidad para intervenir en la entrega del producto requerido por el consumidor
  - Implementar protocolos de maduración
  - Reembalajes



# Modelo de competitividad

*“Acondicionado en origen y Maduración en destino”*



Un esfuerzo conjunto entre Productores y Exportadores



# Riesgo/ Desafíos

- Objetivos
  - ✓ Rentabilización del negocio (\$)
  - ✓ Diferenciación
  - ✓ Mantener posición en los mercados
- Requisitos:
  - ✓ Estrecha relación con el Recibidor/Supermercado
  - ✓ Definición de parámetros ( Firmeza/Azúcar)
- Costos
  - ✓ Riesgo por la implementación de una nueva tecnología
  - ✓ La empresa asume el riesgo y costos asociados



## Requerimientos para la Implementación de protocolos de acondicionado en origen y maduración en destino

- Segregación de productores
- Sistemas de almacenamiento y tecnologías utilizadas
- Restricción comercial de calibre
- Restricción comercial de calidad
- Destinar recursos humanos. ( Hay que tomar decisiones)
- Programa requiere personal comprometido con los objetivos
- Disponer de instalaciones y gestión operacional en origen y destino
- Trabajo en conjunto con los recibidores( educar)

# Resultados/Riesgos

## Resultados

- Comprueba la factibilidad en la implementación de los protocolos
- El programa ha demostrado efecto sobre la calidad de la fruta
- Se obtiene fruta blanda , dulce , sin columela dura
- Se obtiene fruta uniforme en firmeza dentro de la caja
- Se puede entregar un producto similar a la competencia
- Requiere una selección del producto inicial
- Requiere de un equipo técnico en la aplicación del programa

## Riesgos

- No se obtenga el diferencial
- Rechazos de fruta
- Hay que desarrollar un sistema para que el consumidor reconozca la diferencia

# Conclusiones



- Los protocolos funcionan
- Podemos ser una real competencia ante la oferta de otros proveedores
- Esta temporada se ha adquirido una importante experiencia técnico comercial, sin embargo se requieren mas envíos y experiencias para determinar los beneficios y desventajas de esta metodología, que permitirá su utilización como alternativa comercial.
- La implementación de estos protocolos no son suficientes para diferenciarnos ante el consumidor
- Falta definir la forma de implementación de los protocolos a gran escala y diferenciación del producto obtenido

Muchas gracias