



---

# Desarrollo de la Categoría de Frutas y Verduras Ecológicas

---

## • Índice •

1. Quiénes somos
2. Nuestra visión de la Agricultura Ecológica
3. Evolución del mercado
4. Estrategia categoría por Enseña
5. La Oportunidad





# 1. ¿Quiénes somos?

## • ¿Quiénes somos? •

- **Visión.** Ayudar a que las familias disfruten de una alimentación sana, a través de un modelo de negocio con principios y valores, rentable para todos los “actores” de la cadena: desde el propio Ecosistema hasta los Distribuidores finales, pasando por los Empleados y Proveedores.





## • ¿Quiénes somos? •

- **Visión.** Ayudar a que las familias disfruten de una alimentación sana, a través de un modelo de negocio con principios y valores, rentable para todos los “actores” de la cadena: desde el propio Ecosistema hasta los Distribuidores finales, pasando por los Empleados y Proveedores.
- **Misión.** Generar, desarrollar y compartir el Conocimiento necesario para ofrecer Alimentos Ecológicos, cultivados de forma respetuosa y sostenible con el Medio Ambiente, para que sean SANOS y SABROSOS.



## • ¿Quiénes somos? •

- **Visión.** Ayudar a que las familias disfruten de una alimentación sana, a través de un modelo de negocio con principios y valores, rentable para todos los “actores” de la cadena: Desde el propio Ecosistema hasta los Distribuidores finales, pasando por los Empleados y Proveedores.
- **Misión.** Cultivar de forma respetuosa y sostenible Alimentos Ecológicos, saludables y sabrosos.
- **Valores.** ORGANIC EXCELLENCE. Agricultura Biodinámica, equipo de Personas, inversión Tecnológica, compromiso con la Tierra, calidad Premium y excelencia en el Servicio.



Organic  
Excellence

## • ¿Quiénes somos? •

Tenemos el compromiso de contribuir a la riqueza social, presente y futura, en el entorno y en cada una de los organismos finca, y para ello nos marcamos tres claros objetivos:

- Preservar el medio ambiente para las generaciones futuras
- Mejorar la fertilidad del suelo para mejorar la vitalidad de las plantas
- Devolver a los alimentos todas sus propiedades y nutrientes naturales.



Reconociendo, que la aportación monetaria para alcanzar dichos objetivos, proviene del precio pagado por los consumidores por nuestros productos.

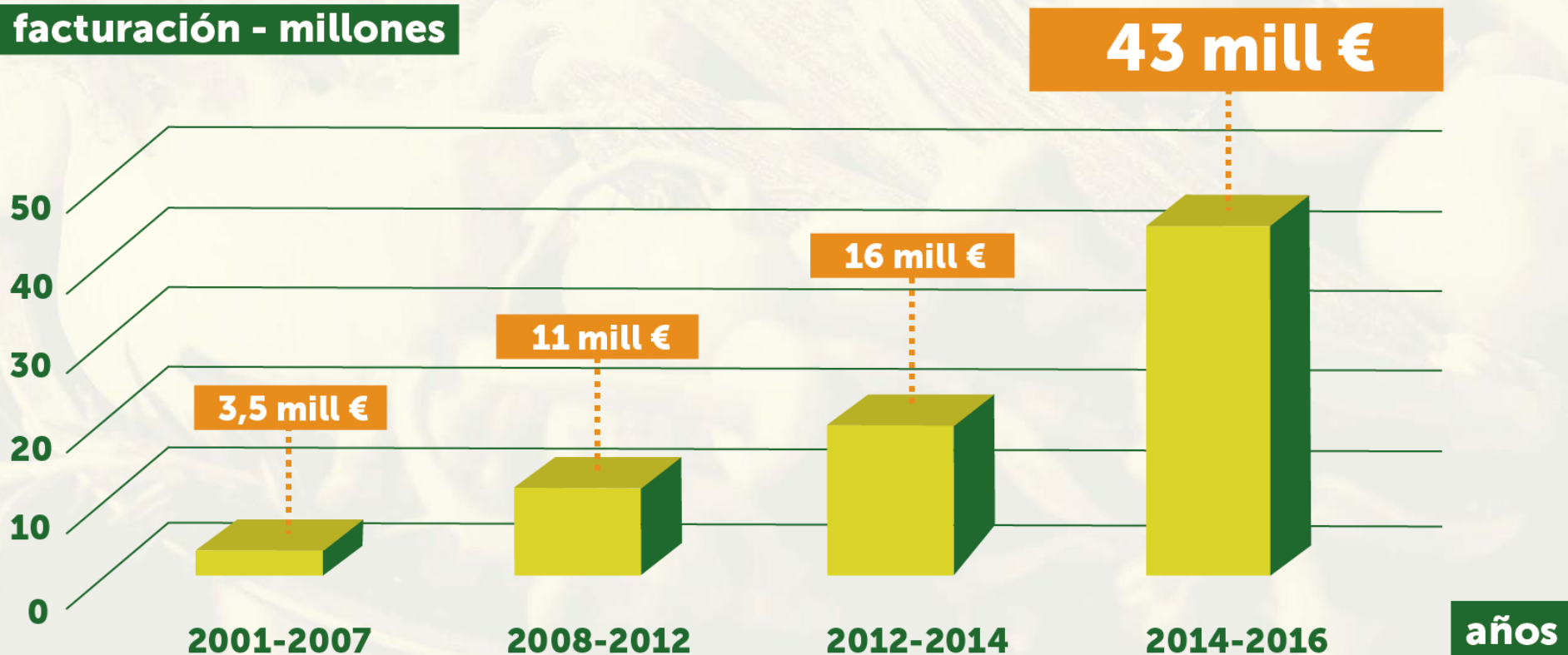


## • ¿Quiénes somos?•

### • Ejercicio 2016:

- 24,5 mios de € de facturación.
- 1628 hectáreas de cultivo, de 68 familias de productos, en 31 fincas, en 7 Provincias.
- 82 cuadros fijos y 929 empleados fijos continuos.

### facturación - millones

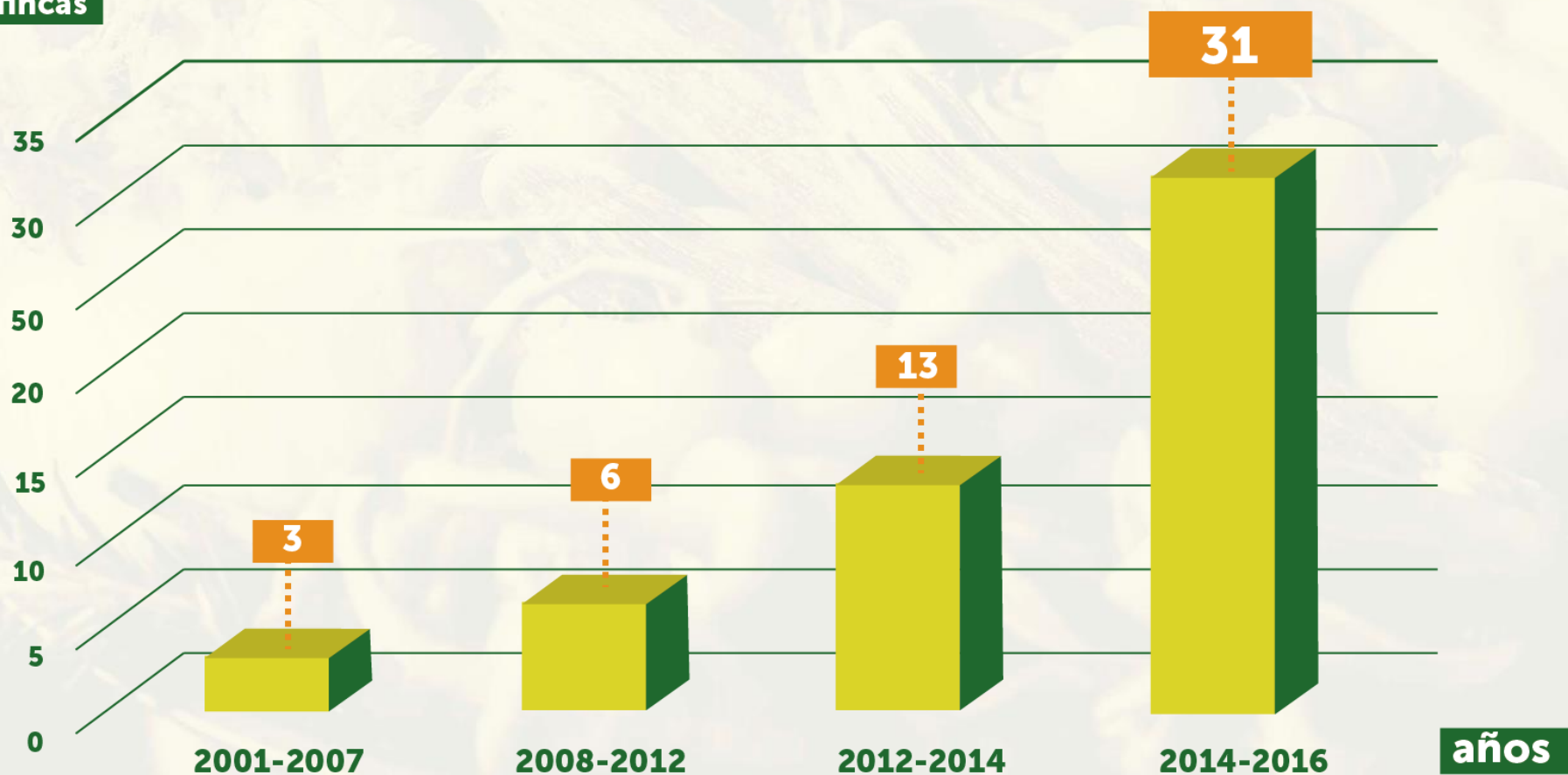




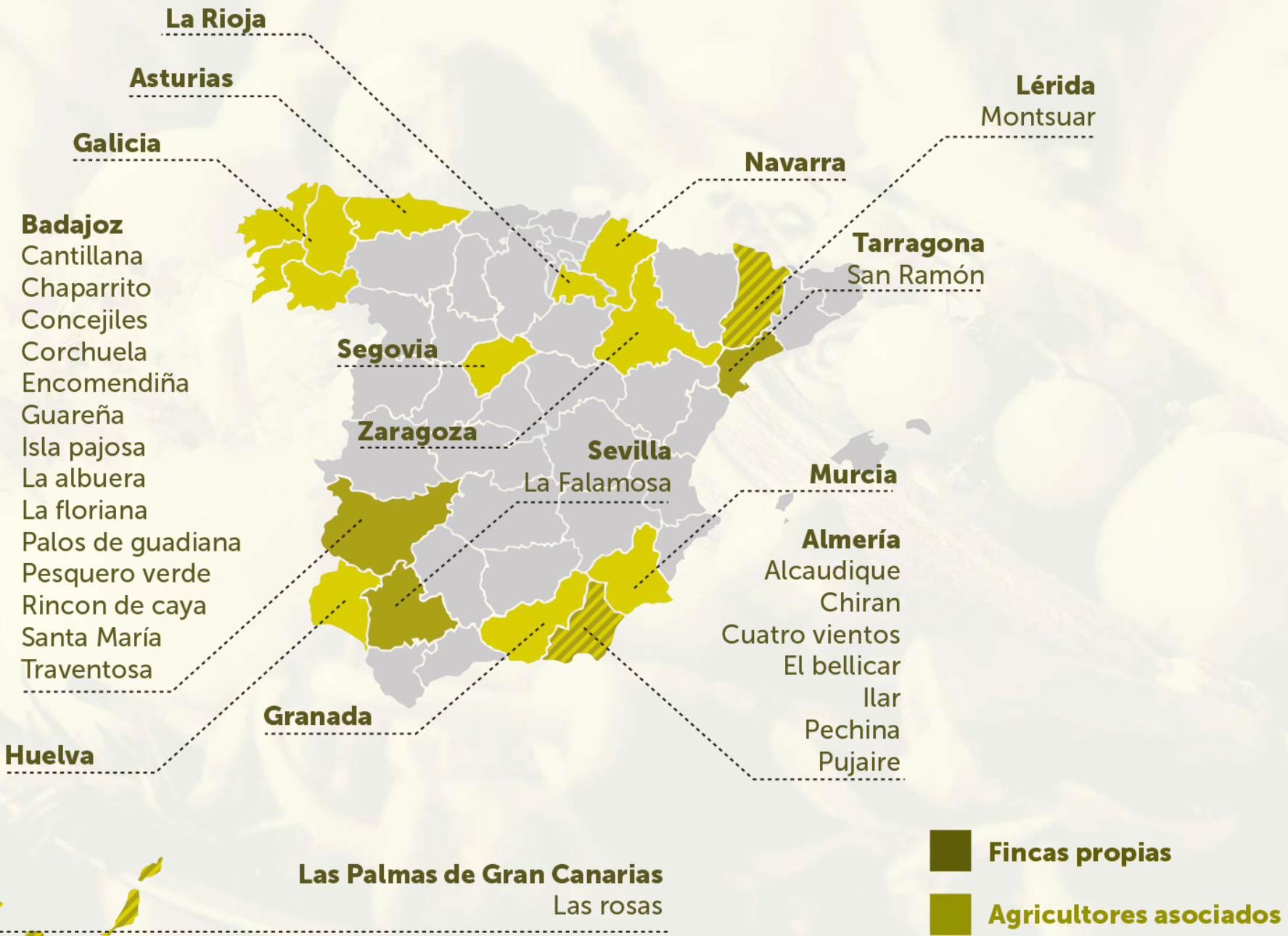
## • Trayectoria •

- **2001-2007.** Inversión, plantación y desarrollo tecnológico. Primera finca de fruta de hueso en Concejiles (Extremadura).

Nº de fincas



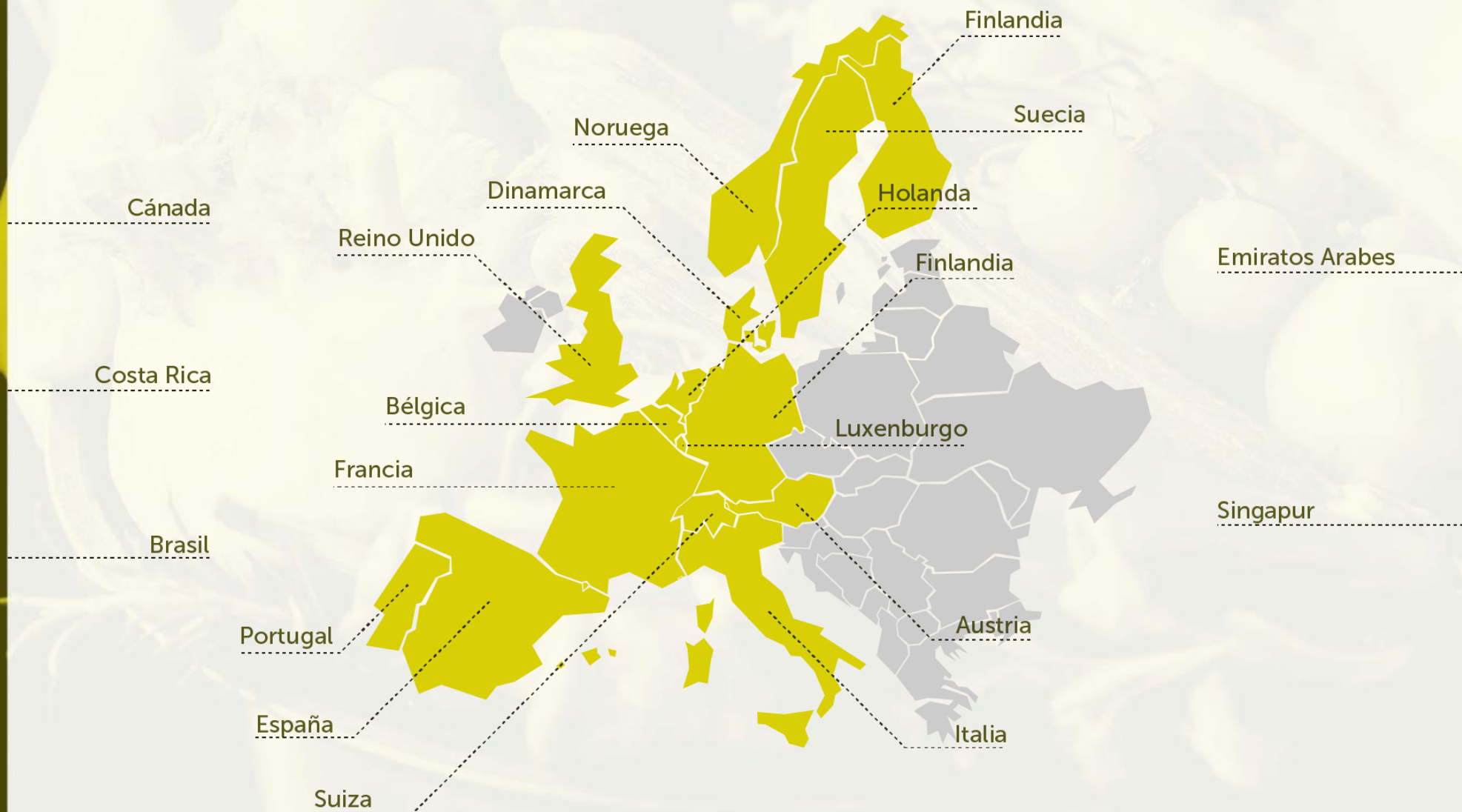
# • Trayectoria •





## • Trayectoria •

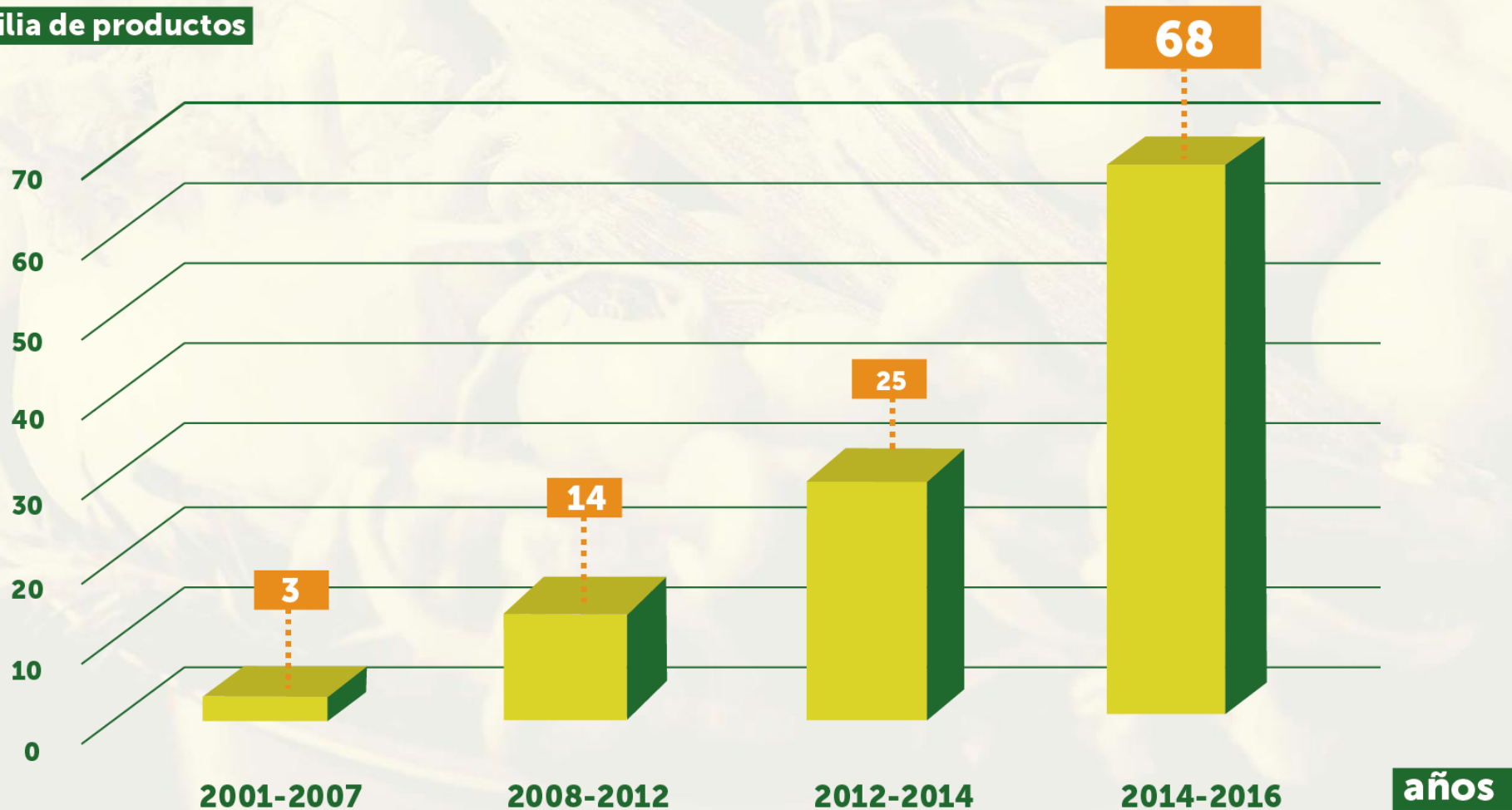
- **2001-2007.** Inversión, plantación y desarrollo tecnológico. Primera finca de fruta de hueso en Concejiles (Extremadura).
- **2008-2012.** Exportación a Alemania, Suiza, UK, Escandinavia, Austria, Canadá y Brasil. Reinversión continua en tecnología orientada a la Calidad.



# • Trayectoria •

- **2001-2007.** Inversión, plantación y desarrollo tecnológico. Primera finca de fruta de hueso en Concejiles (Extremadura).
- **2008-2012.** Exportación a Alemania, Suiza, UK, Escandinavia, Austria, Canadá y Brasil. Reinversión continua en tecnología orientada a la Calidad.
- **2012-2014.** Introducción de cultivos de invernadero en el surtido (Almería). Desarrollo de la estructura organizativa para ser excelentes en el Servicio.

## familia de productos





## • Trayectoria •

- ◉ **2001-2007.** Inversión, plantación y desarrollo tecnológico. Primera finca de fruta de hueso en Concejiles (Extremadura). **Inversión anual: 300.000 €**
- ◉ **2008-2012.** Exportación a Alemania, Suiza, UK, Escandinavia, Austria, Canadá y Brasil. Reinversión continua en tecnología orientada a la Calidad. **Inversión anual: 500.000 €**
- ◉ **2012-2014.** Introducción de cultivos de invernadero en el surtido (Almería). Desarrollo de la estructura organizativa para ser excelentes en el Servicio. **Inversión anual: 1.000.000 €**
- ◉ **2014-2017.** Nuevo Centro de Manipulado en Almería. Desarrollo del Parque Ecológico La Hacienda. **Inversión anual: 12.000.000 €**

## • Parque Ecológico La Hacienda •

- **Objetivo.** Ofrecer, en un entorno natural de producción, la oportunidad a los trabajadores, consumidores y visitantes de entender nuestra forma de producir alimentos saludables respetando el medio ambiente.
- **Ubicación estratégica.** Confluencia de dos ríos, Aljucén y Guadiana, zona rica en recursos, mismo lugar que eligieron los Romanos.
- **Instalaciones.** Guest-house, escuela infantil Waldorf, centro tecnológico I+D+i, centro de compostaje, centro de interpretación de cultivos con muestra de variedades y experiencia gastronómica.
- **Superficie.** 400 hectáreas en total, 12.5 en instalaciones.



*Foto: Infografía Escuela Infantil Waldorf en La Hacienda*



# • Parque Ecológico La Hacienda •

## Entorno



## Proyecto



## Infografía Escuela Infantil Waldorf





## • Nuevo centro de Manipulado •

Superficie	7.500 m <sup>2</sup>
Nº empleados	180
Inversión	10 mill.





## 2. Nuestra Visión de la Agricultura Ecológica



# • Definición agricultura ecológica •

BIO vs Orgánico vs Ecológico



“Conjunto de técnicas agrarias que excluye el uso, en la agricultura y ganadería, de productos químicos de síntesis como fertilizantes, plaguicidas, antibióticos, etc, ni utiliza organismos genéticamente modificados, con el objetivo de preservar el medio ambiente, mantener o aumentar la fertilidad del suelo y proporcionar alimentos con todas sus propiedades naturales”

*Fuente: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.*

## • Requisitos agricultura ecológica •



- Cumplimiento del Reglamento (CE) 834/2007.
- Excluir sustancias que provoquen deterioro del medio ambiente o del suelo
- Usar productos que existan en la naturaleza.
- Potenciar la activación del sistema biológico de nutrición de las plantas (organismos vivos)
- Excluir el uso de productos químicos de síntesis como fertilizantes, plaguicidas, etc, para el control de plagas y enfermedades.
- Prohibido el uso de OMG (Organismos Modificados Genéticamente)

## • Homologaciones existentes •



### DEMETER:

- Aplica las pautas de la agricultura biodinámica
- Mejoras en la fertilización del suelo
- Aumento de presencia de seres vivos para combatir plagas y enfermedades



### BIO SUISSE:

- Necesario para el mercado suizo
- Perspectiva integral de la explotación, con mayores medidas a favor de la biodiversidad
- Pautas específicas sobre el uso del agua y responsabilidad social.



### NATURLAND:

- Esta norma se basa en una visión holística, cubre áreas no contempladas en el Reglamento Europeo de Agricultura ecológica como la prohibición total de OMG, regula el uso sostenible del agua, es más estricta con el uso de abonos orgánicos, exigencias diversas en la rotación de cultivo así como la conversión productiva debe ser completa
- Evalúa a gran escala la parte social de la empresa.



### LEY ORGÁNICA DE BRASIL:

- Brasil no reconoce la noma UE, necesario para exportar a dicho país.
- Busca el respeto al medio ambiente y garantizar las condiciones laborales y la seguridad del producto.



# • Homologaciones existentes •



## BIO SIEGEL:

- Signo para alimentos ecológicos en Alemania.
- Garantiza el cumplimiento de las normas del reglamento UE

## GLOBALG.A.P.

### Global G.A.P.: Good agricultural practices

- Es la norma mundial que asegura buenas prácticas agrícolas. Es una garantía de que los alimentos cumplen con los estándares de calidad y seguridad alimentaria, persiguiendo la sostenibilidad, el bienestar laboral, el medio ambiente, y teniendo en cuenta el respeto a los animales..



## AB-Agriculture Biologique:

- Garantiza que el alimento está compuesto por, al menos, un 95% de ingredientes provenientes de métodos de producción ecológicos
- Respeto en su totalidad la legislación vigente en Francia



## TESCO NURTURE:

- Exigida por Tesco (UK)
- Pautas específicas sobre uso de fertilizantes y abonos, protección de la salud humana y uso de los recursos naturales.



## BRC / IFS:

- Norma específica para industrias agroalimentarias. Garantiza el cumplimiento de las normas de seguridad alimentaria y protección al consumidor
- BRC surgió en UK. IFS surgió en Francia, Alemania e Italia. Ambos son de reconocimiento/aplicación internacional.

## · Agricultura Biodinámica ·

"Equilibrar cada finca para asegurar la *vitalidad* de las plantas"

- Certificación otorgada por el primer grupo de consumidores que **constituyó el origen de la agricultura ecológica**. De máxima exigencia, un paso más allá de los requisitos UE.
- **Reconocido por toda Europa**, especialmente Alemania de donde es originario el movimiento.
- Reconoce a **cada Finca como un organismo independiente**, holístico, en el que interactúan plantas, animales, insectos y personas, conforme a los ritmos de los ciclos naturales.
- **Tecnifica el conocimiento de los ciclos naturales** por los agricultores, convirtiéndolo en una ciencia, sustentada en la capacidad de observación humana.
- Dota a los productos de **una fisiología natural más robusta** que la agricultura convencional, buscando el **desarrollo de la vitalidad**.
- No consiste en aplicar insumos a los cultivos, consiste en hacer que las plantas sean capaces de desarrollarse y defenderse ante enfermedades por ellas mismas, al **entender su comportamiento asociado en el medio**.

## • Agricultura Biodinámica en HaciendasBio •

- Creamos "**autopistas**" **biológicas** para unir los ecosistemas que las Fincas pueden dividir.
- **Colmenas propias** de abejas para asegurar la correcta polinización de los árboles y plantas.
- **Mantenimiento de "islas" en los cultivos**, con otras especies y árboles dentro del mismo para asegurar el ciclo de nutrientes del suelo y el nivel correcto de humedad (las raíces mantienen el agua que en campos despoblados corre hasta las cotas más bajas).
- Nuestras **fincas se encuentran en zonas alejadas** de los fertilizantes y herbicidas que degradan el medio ambiente y empeoran la calidad de los productos.
- Nivel máximo de biodiversidad a través de la **convivencia** en nuestras fincas de animales silvestres, gallinas, ocas, lombrices, abejas...
- Uso de preparados. **Microbiología activada**.
- Observación de fechas de siembra, fechas de labores, fechas de cosecha, la orientación del crecimiento vegetal y animal a través de interrelaciones de unos con otros.



## • Beneficios agricultura Biodinámica •

- Expansión de la fertilidad del suelo.
- Plantas más sanas, fuertes para producir por sí mismas.
- Frutos más sabrosos.
- Ecosistema completo, estable, diverso y equilibrado.
- Recuperación de la biodiversidad.
- Liderazgo de las personas.

• **Todo esto permite el perfecto traspaso de los nutrientes de las plantas a los frutos, aumentando así su calidad y vida.**

## • Resultado en la cosecha•

- Las plantas cultivadas en un medio diverso y equilibrado, desarrollan su vitalidad y sus fortalezas frente a otros seres vivos.
- Sus tejidos están adaptados a la competencia y son más resistentes.
- Tras la reproducción, la alimentación de los frutos contiene las sustancias metabólicas propias de esas fortalezas.
- Al contener menos agua y tener más densidad celular, podemos retrasar la cosecha sin perder textura.
- A más madurez, más evolución de azúcares y menos acidez.
- **MÁS SABOR.**

# 3. Evolución del Mercado



# · Evolución del mercado ·



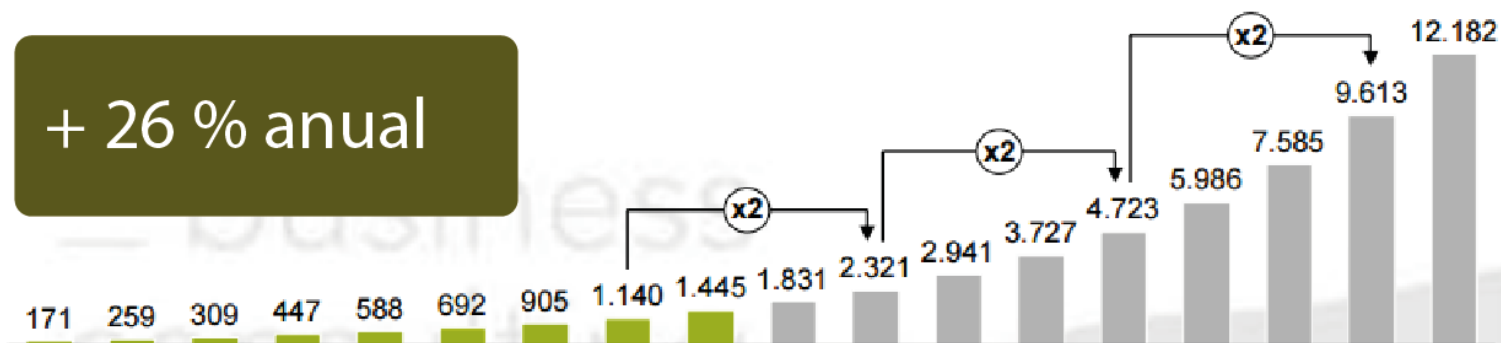
**Datos:** % Cuota Orgánico sobre mercado frutas y verduras (Valor)

**Fuentes:** Euromonitor (datos Europa), Everis y Magrama (datos España), IFOAM y Organic World (datos Nivel Mundial)

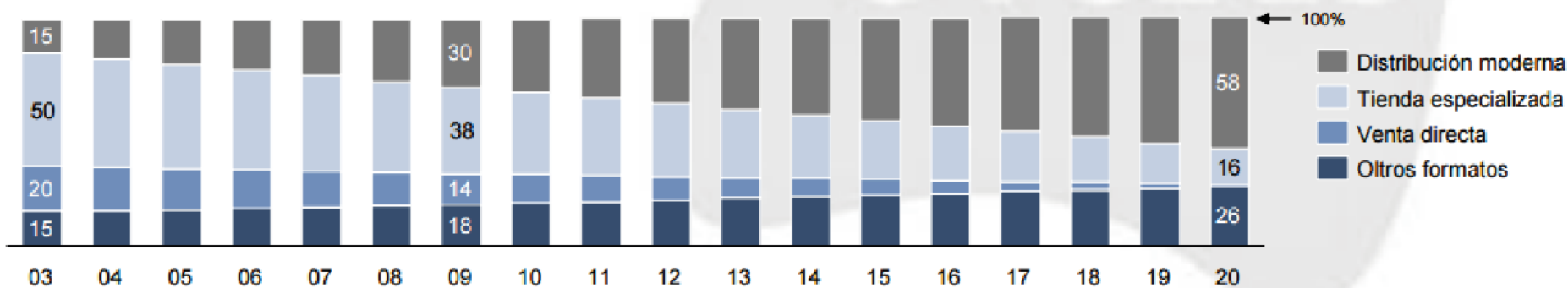
# • Crecimiento mercado en España •

 EVERIS prevé un cambio de paradigma en el mercado ecológico, que pondría alcanzar los 12.182M€ en 2020

Un mercado de desarrollo acelerado...



... Y un desplazamiento progresivo del consumo hacia la distribución moderna



Estudio Everis para el Ministerio de Agricultura.

## • Perfil del consumidor •



**Fuente:** estudio cualitativo AMBER y estudio cuantitativo SNAPPY (600 muestras)



## • Motivadores de compra •

VIDA MÁS  
SALUDABLE

*“Para tener una vida sana hay que comer sano”*

EVITAR  
QUÍMICOS

*“Por culpa de los productos químicos hay más alergias”*

MEDIO  
AMBIENTE

*“Es nuestro deber cuidar de este planeta para nuestros hijos”*

CALIDAD/  
ORGANOLEPSIA

*“Antes la fruta sabía mejor”*

*Fuente: estudio cualitativo AMBER y estudio cuantitativo SNAPPY (600 muestras)*

## • Frenos al consumo •

PRECIO

*“Son muy caros y tampoco noto la diferencia”*

NO  
DISPONIBILIDAD

*“Sólo en pequeñas tiendas muy caras. En los Supers poca oferta”*

DUDAS SOBRE  
VERACIDAD Y  
CALIDAD

*“Algunos mienten y a veces salen bien, otras no”*

DESINFORMACIÓN

*“No entiendo la diferencia entre bio, eco y orgánico”*

**Fuente:** estudio cualitativo AMBER y estudio cuantitativo SNAPPY (600 muestras)

## • La gran Oportunidad en España •

- En España representa el 0.5% pero en las Enseñas que ya la trabajan alcanza el 3-5% y casi el 10% en Valor y Margen en algunos casos.
- Nielsen y Kantar Worldpanel confirman que el crecimiento anual es superior al +25% estimado por Everis.
- En países de perfil similar de consumo como Italia, el mercado ya es 6 veces superior al español.
- La diferencia no está en el Consumidor sino en la Oferta: cuando aparece el valor de Marca y lineales disponibles, aparece el consumo.
- La duda está en quién presentará la oferta:
  - Enseñas generalistas (cadenas de Hipermercados y Supermercados)
  - Enseñas especializadas (Whole Foods en USA, Almaverde en Italia o Veritas en España)



# Nace una nueva MARCA



**biovivo**

**Plantas sanas, frutos sabrosos**



## ¿Qué aportará BIOVIVO a la categoría?

- La **confianza que necesita el consumidor** en una categoría "sin marca" que genera altas dudas sobre su garantía y calidad
- **Pedagogía de la Categoría** mostrando sus beneficios (salud y sabor) y demostrando de dónde provienen
- El **rol de prescriptor**: la satisfacción de consumo en un producto de la marca, se extenderá a otros productos de la misma marca, provocando un aumento de la frecuencia de compra
- **Disponibilidad** mental de la categoría vía comunicación para situarla en la "lista de la compra"
- Un "**call-to-action**" en el punto de venta que generará **mayor rotación**



## ¿Qué aportará BIOVIVO a la enseña?

- Una **solución total** al ofrecer una **gama completa** que cubre toda la categoría
- Evitar acudir a **Traders con su sobreprecio y falta de trazabilidad** real de la producción, **sin garantía ni homogeneidad de la calidad**.
- Evitar **alto coste** de buscar, seleccionar, gestionar y controlar multitud de pequeños productores atomizados... que además **no pueden garantizar continuidad en el servicio, ni capacidad de crecimiento**
- Soporte como expertos y **Category Champion** para desarrollar la categoría en **conocimiento** del surtido adecuado, nivel de precios, implantación en lineal, adaptación a cada cluster...
- **Diferenciación inmediata versus a Mercadona** que no dispone de proveedores capaces de cubrir toda su potencial demanda de FyV ecológicas

## ¿Cómo ayudará BIOVIVO a desarrollar la categoría?

- 🕒 **POSICIONAMIENTO:** apalancado directamente en los dos drivers de la categoría: **SALUD + SABOR -> Plantas sanas, frutos sabrosos.**
- 🕒 **PORTAFOLIO:** más de **40 referencias** cubriendo el 90-95% del consumo de las familias españolas.
- 🕒 **PACKAGING:** revolucionando el embalaje con el primer **packaging 100% ecológico, 0% plástico**
- 🕒 **COMUNICACIÓN:** con una **campana de TV de 3000 GRPs** convirtiéndose en la marca líder en "ruido publicitario" (25% más que Plátano de Canarias, 50% más que Marlene, 80% más que Zespri y 300% más que Bollo)



## Surtido Disponible Frutas y Verduras

# 45 FAMILIAS



### CEBOLLAS Y AJOS

AJO  
CEBOLLA



### PATATAS

BONIATO  
PATATA



### TOMATES

TOMATE CHERRY PERA RAMA/SUELTO  
TOMATE CHERRY REDONDO RAMA/SUELTO  
TOMATE REBELIÓN  
TOMATE REDONDO RAMA/SUELTO



### PIMIENTOS

PIMIENTO CALIFORNIA  
PIMIENTO PICANTE  
PIMIENTO SWEET BITE  
PIMIENTO ITALIANO



### HORTALIZAS DE FLOR

ALCACHOFA  
BROCOLI  
COLIFLOR



### HORTALIZAS DE FRUTO

BERENJENA  
CALABACÍN  
CALABAZA BUTTERNUT  
JUDÍA VERDE PLANA  
JUDÍA VERDE REDONDA  
PEPINO FRANCÉS



### HORTALIZAS DE HOJA

COGOLLO  
LECHUGA ROMANA



### HORTALIZAS DE RAÍZ

HINOJO  
ZANAHORIA



### HORTALIZAS DE TALLO

ACELGA  
APIO  
ESPÁRRAGO VERDE  
PUERRO



## Surtido Disponible Frutas y Verduras

# 45 FAMILIAS



**CÍTRICOS**  
LIMÓN  
MANDARINA  
NARANJA



**FRUTAS DE HUESO**  
CIRUELA  
CIRUELA AMARILLA  
MELOCOTÓN  
NECTARINA  
PARAGUAYO  
CEREZA



**FRUTA DE PEPITA**  
MANZANA GOLDEN  
MANZANA ROJA  
PERA



**FRUTAS SIN HUESO**  
HIGO  
KIWI  
UVA BLANCA SIN PEPITA  
UVA PALIERI  
UVA ROJA SIN PEPITA  
GRANADA



**PLÁTANOS**  
PLÁTANO DE CANARIAS



**MELONES Y SANDÍAS**  
MELÓN  
MINISANDÍA

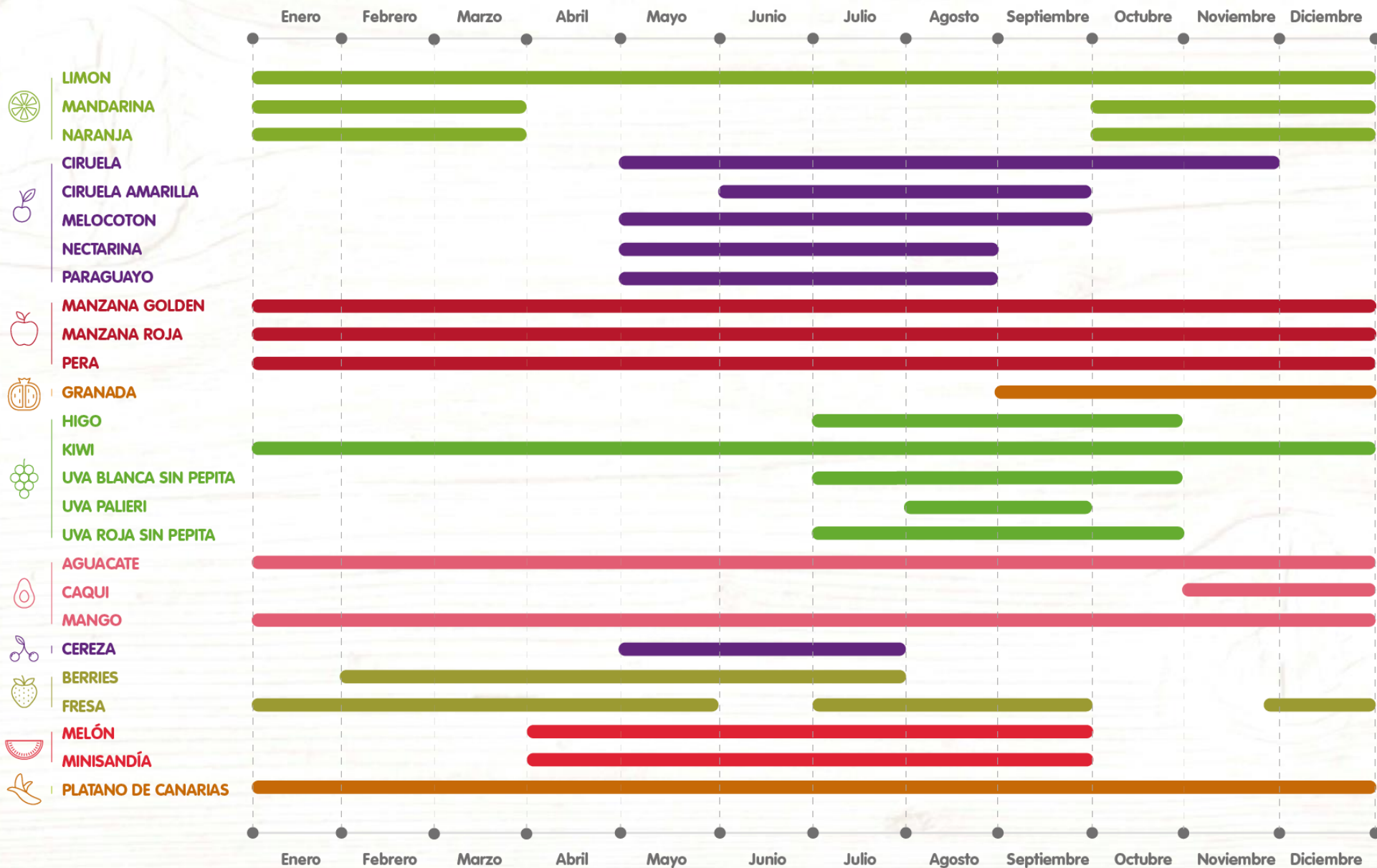


**FRUTAS DEL BOSQUE**  
BERRIES  
FRESA



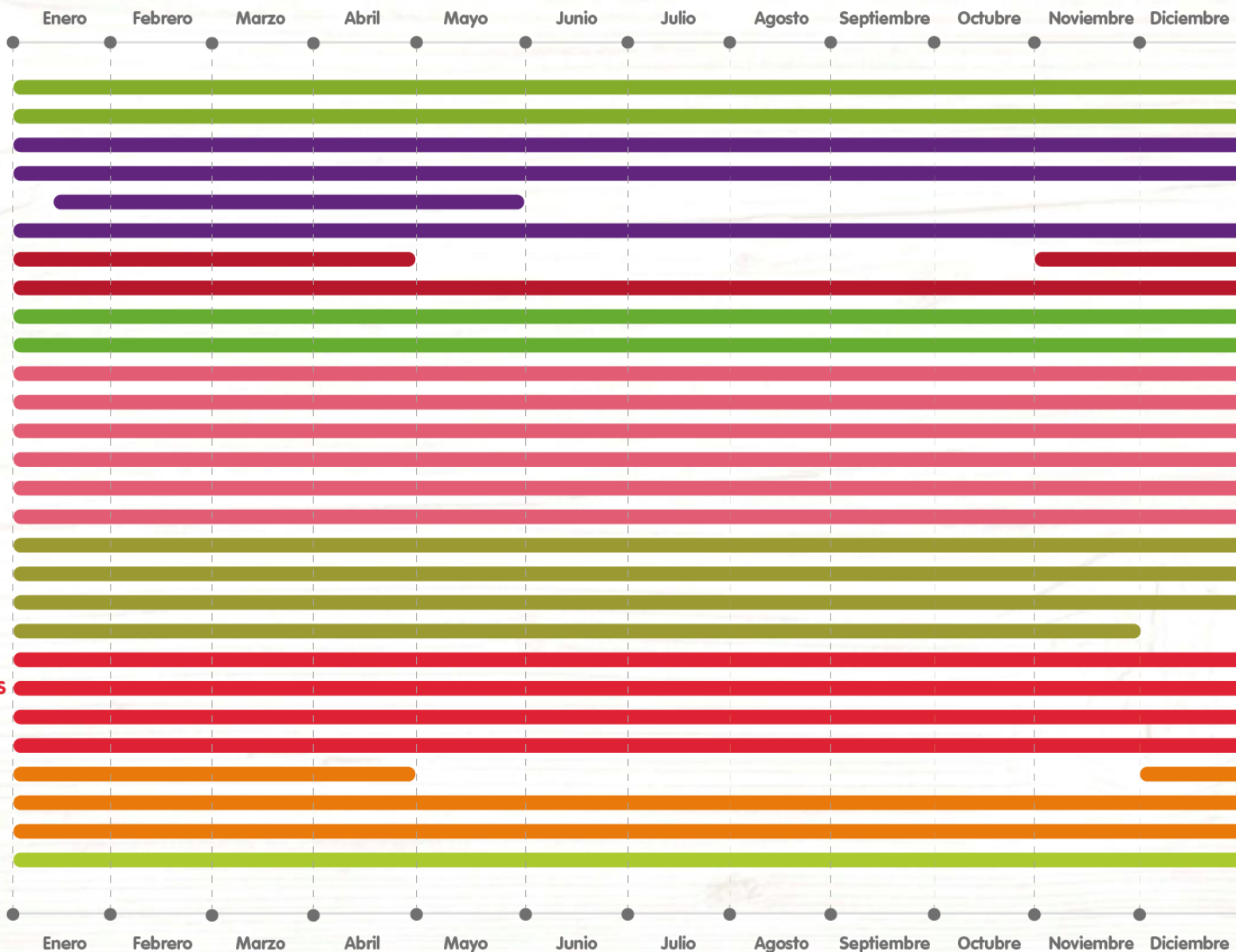
**FRUTA TROPICAL**  
AGUACATE  
CAQUI  
MANGO

# Limitación de la temporada





# Limitación de la temporada





## Garantía de Calidad

- A diferencia de otros competidores, **BIOVIVO no es un trader**. Bajo esta marca sólo comercializamos productos propios o de nuestros asociados
- **Protocolo estricto de homologación** de nuestros Agricultores Asociados
- **Estándares de calidad por producto** de la máxima exigencia
- **Protocolos de seguridad** para evitar los riesgos en residuos
- Panel interno-externo de cata de producto para cada recepción para **asegurar homogeneidad en la calidad**
- **Compromiso con la frescura** del producto: límite del nº de días en almacén por producto
- Protocolos de seguridad alimentarias: **BRC e IFS**
- **Limitación de la temporada de cada variedad**, tanto al inicio como al final, para evitar la venta de producto de menor calidad

# Inversión en I+D

## 🕒 Inversión continua en proyectos de mejora de calidad

### A) Proyectos ejecutados con financiación pública: CDTI: Proyectos de Investigación y Desarrollo

Descripción del proyecto	Dotación (€)
✓ Cultivo de espárragos verde ecológico con recolección otoñal y precoz	310.966 €
✓ Técnicas de cultivo ecológico de uva de mesa apirena	258.329 €
	<b>569.295 €</b>

### B) Proyectos ejecutados sin financiación pública

Descripción del proyecto	Dotación (€)
✓ Producción ecológica intensiva de hortalizas bajo invernaderos	500.000 €
✓ Tecnología para minimizar pérdidas en el manejo de cultivo ecológico leñoso	48.856 €
✓ Modelos de seguimiento y control de patologías en cultivos ecológicos al aire libre	26.649 €
✓ Cultivo ecológico de nuevas variedades de kiwi en clima mediterráneo	288.830 €
✓ Conservación de fruta y verduras con fil microperforado en atmósferas controladas y modificadas	18.883 €
✓ Creación de un sistema de mejora continua y aumento de la productividad en fincas	36.100 €
	<b>919.318 €</b>



# Inversión en I+D

## 🕒 Inversión continua en proyectos de mejora de calidad

C) Proyectos presentados a convocatorias de financiación regionales y nacionales. Ejercicios 2017-18	
Descripción del proyecto	Dotación (€)
✓ Cultivo en especies hortícolas, leñosas de producción ecológica en Andalucía (INTERCONNECTA)	600.000 €
✓ Producción de melocotones ecológicos para el consumo en fresco y su transformación en producto Gourmet	24.440 €
✓ Control mecánico de la flora en agricultura ecológica (ORGANICMEC)	13.000 €
✓ Grupo operativo plataforma tecnológica de la agricultura ecológica en Extremadura (PTAEEX)	10.000 €
✓ Gestión automática del riego y fertirriego en cultivos hortofrutícolas (AUTOMARIEGO)	55.366 €
	<b>702.806 €</b>

D) Nuevos proyectos pendientes de presentar. Ejercicios 2017-18	
Descripción del proyecto	Dotación (€)
✓ PARC: Proyecto Automatización Registros en el Campo	300.000 €
✓ NTecEnergy Nuevas tecnologías para ahorrar energía en el procesado de FyV	1.000.000 €
✓ Optical: Optimización Calidad mediante la automatización de las existencias	3.500.000 €
✓ FrigoPlus: Diseño de un instalación frigorífica adaptativa	1.000.000 €
	<b>5.800.000 €</b>



## Camino hacia la Excelencia

- 🕒 **Analizamos las oportunidades** de mejora del producto en el mercado. *Ratio acidez/brix en ciruela: el brix está “oculto” por la acidez.*
- 🕒 **Desarrollamos con tecnología propia** protocolos para alcanzar **parámetros objetivos superiores**. *Llevar cada variedad a su punto óptimo de recolección.*
- 🕒 **Implantamos sistemas de mejora continua**. *Medición diaria de la cosecha para verificar parámetros, p.e. para analizar en qué parte del árbol los ratios de acidez/brix son mejores*

## Servicio al Cliente

- 🕒 Estructura comercial orientada al cliente: **departamento post-venta Biovivo.**
- 🕒 **Compromiso 100 % de entrega** de los pedidos aceptados.
- 🕒 **Parametrización previa** de:
  - 🕒 Requisitos de packaging
  - 🕒 Especificaciones de Producto
  - 🕒 Procedimientos administrativos
- 🕒 **Logística directa** hasta plataforma.
- 🕒 **Resolución de incidencias** en menos de 24 Horas.



# PACKAGING





## Envases Actuales



El 65,4% de los españoles preferiría cajas de cartón a las bolsas de plástico en los comercios. El cartón es el material mejor visto desde un punto de vista de sostenibilidad



## Nuevos Envases



**100% Ecológicos**  
**0% Plásticos**



## Nuevos Envases



**100% Ecológicos**  
**0% Plásticos**



Un compromiso real con :

- 🍌 El cuidado de la Tierra
- 🍌 El cuidado de las Personas
- 🍌 El cuidado de las Plantas
- 🍌 El cuidado de los Frutos



# biOVIVO

Plantas sanas, frutos sabrosos

