

RAÚL ROCA / CEO de Estiriateam

# “Uno de nuestros activos más importantes es la amplia gama de variedades que ofrecemos”

► NR. REDACCIÓN.

**Valencia Fruits.** Estiriateam es una empresa joven que se ocupa de la representación, comercialización y distribución de las manzanas de la empresa frutícola de Austria, Kröpfl Obsthandel. ¿Cuál es su historia?

**Raúl Roca.** Estiriateam es una sociedad creada en el 2016 con Kröpfl Obsthandel (primera empresa frutícola de Austria) como socio, cuya función es dar a conocer nuestras manzanas de Austria por todo el mundo especialmente sur de Europa (España y Portugal), África y Medio Oriente.

**VF.** ¿Cuáles son las particularidades de estas manzanas y su zona de producción?

**RR.** La región de Estiria (Austria) está ubicada en el corazón del conocido cinturón de manzanas de Europa en cual se producen las mejores manzanas de montaña del mundo. Su privilegiado clima, su excelente suelo y orografía, su agua natural en abundancia, viento y sol durante 300 días al año y otras beneficiosas condiciones térmicas confieren a sus manzanas, cosechadas entre 500 y 1000 metros de altura unas características excepcionales. Son manzanas duras, con larga vida, jugosas, con color, crujientes y dulces con un sabor y aroma que las hace únicas.

**VF.** Excelente calidad y un sabor especial son dos aspectos clave que diferencian a las manzanas de Kröpfl Obsthandel. ¿Cómo se consiguen garantizar estos dos parámetros vitales cuando hablamos de productos frescos y perecederos?

**RR.** Son muchos los aspectos que garantizan su calidad y sabor, empezando por una tradición de más de 60 años en la producción de manzanas, una experiencia que aportan más de 180 fruticultores familiares, una orografía y clima privilegiado, una tecnología muy avanzada y una clara apuesta por la mejora y la innovación

**VF.** ¿Cómo está siendo la respuesta del mercado que



Algunas de las marcas de manzana que ofrece Estiriateam en el mercado europeo. / ESTIRIATEAM

abarca Estiriateam ante su oferta de las manzanas de la región de Estiria?

**RR.** Estamos muy contentos ya que aunque las dos últimas campañas han sido duras y difíciles por la falta de producto debido las inclemencias climáticas, hemos conseguido cautivar y fidelizar a muchos clientes de muy diferentes mercados que han reconocido la diferencia de calidad de nuestras manzanas.

**VF.** ¿Cuáles son los activos de la empresa y de su oferta para ir ganando mayor cuota de mercado? ¿Qué ofrece Estiriateam a los responsables de la GDO y al circuito mayorista?

**RR.** Permíteme que utilice un slogan muy común pero en nuestro caso muy real: “ofrecemos la mejor calidad al mejor precio”. Siguiendo esta máxima hemos diseñado una estrategia comercial en el circuito mayorista y GDO muy ventajosa, el desarrollo, gestión, control y comercialización corren a cargo de Estiriateam, no hay intermediarios, por lo cual no aparecen inyecciones ni precios inflados, en todo momentos sabemos el precio y el desarrollo de nuestras manzanas en el mercado.

Trabajamos tres marcas de referencia: Mozart, Monika y Qapp. Solo tenemos clientes “socios-colaboradores” en exclusiva para su zona de acción, asegurando sus beneficios y defendiéndolos de la competencia.



Raúl Roca, CEO de Estiriateam, en la edición anterior de Fruit Attraction. / NEREA RODRIGUEZ

## Campaña 2018-2019

“Será una campaña muy diferente a la anterior ya que los condicionantes climáticos han sido diferentes a los últimos dos años que tuvimos una producción escasa. Respecto a los volúmenes en Austria y la región de Estiria concretamente esperamos una producción de 185.000 Tm que representa un 175% más que el año pasado pero solo un 30% respecto a los últimos 5 años y solamente un 5% mas que un año normal. Hay que tener en cuenta que aproximadamente tenemos un 10% de fruta de segunda calidad, en Italia y Polonia, por ejemplo, es superior, algo muy extraño en nuestras manzanas de montaña debido a un verano seco y muy caluroso, por lo que el volumen no será tan alto”. ■

Una logística muy ajustada a medida que permite a los clientes no tomar riesgos en volumen y optimizar los gastos, también el no tener stock en destino, siempre con cargas directas en origen confieren a nuestras manzanas siempre una frescura y calidad única.

Un activo muy importante es la amplia gama de variedades que ofrecemos a nuestros clientes con la Golden chapeada de montaña como producto estrella pero también con Gala, Fuji, Granny, Jonagold, Red y variedades club como Evelina y Sweetango, y nuestras variedades BIO que producimos cada año en mayor escala. La mayoría de estas variedades al ser cosechadas en altura y mantenerlas con los últimos sistemas tecnológicos las podemos ofrecer con la

mas alta calidad durante 8-12 meses al año. Hemos apostado también desde hace muchos años por la tecnología mas avanzada (ULO/DCA) y por las más importantes certificaciones de calidad (ISO, GAP, AMA, BRC, IFS y QS) para garantizar nuestras manzanas.

Y, por último, podemos realizar un trabajo a medida para cada cliente mayorista o GDO, adaptándonos a diferentes presentaciones, embalajes, cajas reciclables, bolsas, bandejas...

No somos intermediarios ni comisionistas, somos productores, representantes y gestores. Ponemos en contacto origen con destino de una forma directa y transparente.

**VF.** Tras abrir mercado en España, Portugal y el Norte de África, el siguiente paso es seguir ampliando su área comercial hacia Oriente Medio, Asia y América. ¿Cómo está siendo esta incursión?

**RR.** En las dos últimas campañas el crecimiento en mercados se ha visto influido por la falta de producto y los precios altos, para esta campaña que prevemos muy buena en volúmenes y calidad pretendemos seguir avanzando en nuestros objetivos en África, Oriente Medio y Asia.

**VF.** A colación de su próxima participación como expositor en Fruit Attraction, ¿cómo considera este tipo de ferias como plataformas para establecer nuevos contactos?

**RR.** Las ferias frutícolas son siempre un gran escape para la comercialización de nuestro producto, el crecimiento y repercusión es cada día mayor y, por tanto, formar parte de Fruit Attraction. Este es nuestro segundo año es muy importante para la captación de posibles clientes y, sobre todo, para estar con nuestros clientes y poderles explicar los detalles de la campaña, mejoras e innovaciones

**VF.** ¿Cuál es la motivación de Estiriateam para repetir experiencia como expositor en la feria madrileña?

**RR.** Fundamentalmente, para estar con nuestros clientes tanto españoles como de otros países que asistirán a la feria, por supuesto también para ver la posibilidad de crear nuevos vínculos comerciales y para promocionar y publicitar nuestra manzana de Austria.

**VF.** ¿Con qué sorprenderá a los visitantes profesionales que se acerquen a stand de Estiriateam?

**RR.** Austria, aunque cada vez menos, sigue siendo un origen desconocido para los consumidores de manzana, siempre hemos estado a la sombra de otros orígenes como España, por supuesto, Francia e Italia muy arraigados en los mercados.

Es hora de que el consumidor descubra las manzanas de Austria y las valore como quizás las mejores de Europa y les invitamos a todos a que se acerquen a nuestro stand para verlas y probarlas. También queremos sorprenderlos con dos variedades club que producimos desde hace años y en las que tenemos mucha confianza por su calidad y sabor como son Evelina y Sweetango.

**kröpfl**  
O B S T H A N D E L

**AUSTRIA**  
“La verdadera manzana de montaña”

Pruébame en Fruit Attraction  
Hall 10 stand 10H03A

Longitudinal 5, 82, Despacho 4, Logística G  
Mercabarna (Barcelona)  
Móvil: 669 00 68 64  
raul@estiriateam.com  
[www.obsi-kroepfl.at](http://www.obsi-kroepfl.at)

**Estiria Team**