



Profundiza más

Recurso de Profundización

Clase 7

Caso de Estudio: Kiwa Ec.

Kiwa es una empresa ecuatoriana que produce *snacks* a partir de vegetales andinos (papas nativas, plátanos, etc.). Nació al identificar una necesidad insatisfecha en el mercado de *snacks*: la falta de opciones saludables, libres de gluten y transgénicos, que al mismo tiempo ofrecieran un sabor atractivo y diferenciado a los *chips* tradicionales. La empresa aplicó un análisis de tendencias al alinear su propuesta con el auge de la comida orgánica, el comercio justo y el consumo consciente.

Su método de validación de ideas se centró en un modelo que garantiza el trato directo y la mejora de ingresos a los productores locales, lo cual fue validado positivamente por el segmento de consumidores que valoran el impacto social y la calidad *premium*.

Actualmente, Kiwa exporta sus productos y cuenta con certificaciones internacionales que avalan su modelo de negocio sostenible y su producto innovador.

Preguntas para resolver del caso de estudio

1. ¿Cómo el enfoque de Kiwa en la sostenibilidad y el comercio justo satisfizo una necesidad que la competencia tradicional no estaba cubriendo, y qué tendencia de mercado emergente capitalizó esta estrategia?
2. ¿Qué elementos del modelo de negocio de Kiwa (ej. producto, *packaging*, relación con el proveedor o precio) sugieren que fueron probados y validados con éxito antes de la expansión internacional?
3. Considerando el éxito de Kiwa, ¿cuáles serían los recursos clave (intelectuales, humanos, físicos o económicos) que la empresa debió priorizar para garantizar tanto la calidad del producto como el cumplimiento de su compromiso social?