



1INTER**ATLANTIC**

T R A D E S T R A T E G Y F I R S T

OUR MODEL



“ OUR EXPERIENCE TRANSFORMS INFORMATION INTO RESULTS FOR OUR CUSTOMERS ”

“ NUESTRA EXPERIENCIA TRANSFORMA INFORMACIÓN EN RESULTADOS PARA NUESTROS CLIENTES. ”

Luis Cabaleiro

Our model stands for something completely new in international frozen fish trading. A different model built on our experience over the years.

International competence in a world with excess information and increasingly perfect markets eliminate mediocre products and stakeholders. The companies that are not looking for the best in each area are doomed. “In our case, we do not set out to be everything for everybody. We set out to be something for somebody”.

Information and knowledge of the products and services that we provide are worth more than these products and services in themselves. And what make us valuable on the market is not only the amount of information, but also the fact that it is precise and up to date.

Yesterday's news on the expectations and experiences of other markets similar to ours are nothing but history. Today's news on the expectations and experiences of the consumer, or of the customer of our customers, are tomorrow's profits; and that is the essence of the business.

Above all else in international trading, we manage uncertainty so that the customer does not suffer. Uncertainty on markets, in products, governments and qualities.

Nuestro modelo representa algo totalmente nuevo en el trading internacional de pescado congelado. Un modelo diferente construido a través de nuestra experiencia a lo largo de los años.

La competencia internacional en un mundo con exceso de información y mercados cada vez más perfectos, elimina los productos y actores mediocres. Las empresas que no busquen al mejor en cada área están condenadas. “En nuestro caso no intentamos ser todo para todos, intentamos ser algo para alguien”.

La información y el conocimiento sobre los productos y servicios que ofrecemos, vale más que estos productos y servicios en sí. Y lo que nos hace valiosos en el mercado no es solamente la cantidad de información, sino que sea actual y precisa.

Las noticias de ayer sobre las expectativas y experiencias de otros mercados similares al nuestro no son más que historia. Las noticias de hoy sobre las expectativas y experiencias del consumidor, o el cliente de nuestros clientes, son los beneficios del mañana; y esa es la esencia del negocio.

Por encima de todo en el trading internacional gestionamos incertidumbre para que no la sufra el cliente. Incertidumbre de mercados, productos, gobiernos y calidades.



We give value to the relationship with the customer

Interatlantic's Logistics Team basically works to generate an environment of trust and calm for our customers.

The hundreds of containers that Interatlantic moves throughout the year means that we have some highly advantageous conditions with the leading shipping agents. These same conditions in fleets and operations in the ports are what we transfer to our customers. In this manner, we give value to the relationship with customers, freeing them of considerable procedures, high risks due to the constantly changing environment, a better price per volume and saving on opportunity costs.

At the end of the day, the difference in price between buying from a good Trader or going directly to the source, with all the risks and resources invested involved, is almost non-existent.

Our experience show us that each shipping agent, no matter how large it is, has a field of specialization and, therefore, certain limitations. Limitations in certain types of traffic where it is extremely difficult to optimize operations. Interatlantic can guarantee this profitability in the operation.

Aportamos valor a la relación con el cliente

El equipo de Logística de Interatlantic trabaja fundamentalmente para generar un entorno de confianza y tranquilidad a nuestros clientes.

Los cientos de contenedores que Interatlantic mueve a lo largo del año, hace que tengamos unas condiciones muy ventajosas con las más importantes navieras. Esas mismas condiciones en fletes y operativas en los puertos se los trasladamos a nuestros clientes. Aportamos así, valor a la relación con el cliente, liberándole de unos trámites considerables, riesgos altos por el constante entorno cambiante, un mejor precio por volumen y un ahorro de costes de oportunidad.

Al final la diferencia de precio entre comprar a un buen Trader o ir directamente al origen, con los riesgos y recursos invertidos que ello implica, es casi inexistente.

Nuestra experiencia nos dice que cada naviera, por muy grande que sea, tiene una especialización y por consiguiente limitaciones. Limitaciones en determinados tráficos en los que es muy difícil optimizar operaciones. Interatlantic puede garantizar esa rentabilidad en la operación.



Precise, up to date information

We focus 100% of our time and knowledge on researching, locating and testing new markets and trade opportunities for our customers. In this manner, the customer can focus time, money and resources on the essential business (which is not researching into new niches on an ongoing basis). With no up to date, precise information, directors run the risk of taking wrong decisions that can turn out very costly.

With our purchases optimization model, not only do we have more alternative products through being present at various sources, but we also do away with risk of supply while obtaining a price per purchase volume.

So we have developed niches that did not previously exist and we have become pioneers in importing cod roe, Alaska salmon and are discoverers of the giant squid market.

In terms of the traditional model, our model provides an “exponentiality” of the supply and, therefore, of opportunities.

Información actual y precisa

Centramos el 100% de nuestro tiempo y conocimientos en investigar, localizar y testar nuevos mercados y oportunidades de negocio para nuestros clientes. Así, el cliente puede concentrar el tiempo, dinero y recursos en su negocio esencial (que no es el de investigar permanentemente nuevos nichos). Sin información actual y precisa los directivos corren el riesgo de tomar decisiones erróneas que pueden salir muy caras.

Con nuestro modelo de optimización de compras no sólo contamos con más alternativas de producto, al estar presentes en varios orígenes, sino que además eliminamos riesgos de aprovisionamiento y obtenemos precio por volumen de compra.

Así, hemos desarrollado nichos que no existían y nos hemos convertido en pioneros en la importación de la hueva de bacalao, salmón de Alaska y descubridores del mercado del calamar gigante.

Nuestro modelo aporta frente al modelo tradicional una “exponencialidad” de la oferta y por consiguiente de las oportunidades.

PRODUCTION

PRODUCCIÓN



We successfully transfer customer experience to the product itself

Interatlantic Products is a field of business integrated in Interatlantic.

Our function arises from the need to be able to guarantee a sustainable balance to our customers in terms of prices and supply, besides progressing in the chain of value with an ongoing supervision in plant.

We participate in plants such as Peruvian SeaFood and Congelados Peruana del Pacífico, in Peru, or in Blue Continent in South Africa, and we continue with our commitment to our operational centres in China, Vietnam, Chile and Mexico.

These plants guarantee us product exclusivity for our marketing, which gives us an important positioning and solidity on the market.

In short, we succeed in conveying customer experience to the product itself. And that is where the demand is greatest since if it is no good for the customer, it is not good for us.

Conseguimos trasladar la experiencia del cliente hasta el propio producto

Interatlantic Products es un área de negocio integrada en Interatlantic.

Nuestra vocación nace de la necesidad de poder garantizar a nuestros clientes un equilibrio sostenible en precios y abastecimiento, además de avanzar en la cadena de valor con la supervisión permanente en planta.

Participamos en plantas como la de Peruvian SeaFood y Congelados Peruana del Pacífico en Perú o Blue Continent en Sudáfrica y seguimos apostando por nuestros centros de operaciones en China, Vietnam, Chile o México.

Estas plantas nos garantizan exclusividad de productos para nuestra comercialización, lo que nos facilita una gran posición y solidez en el mercado.

En definitiva, conseguimos trasladar la experiencia del cliente hasta el propio producto. Y es ahí donde la exigencia es máxima ya que si no está bien para el cliente, no está bien para nosotros.



“Our commitment: invest our team’s talent and time in the search for new opportunities so that our customers can devote 100% of their resources to their essential competence”.

“Nuestro compromiso: invertir el talento y el tiempo de nuestro equipo en la búsqueda de nuevas oportunidades, para que nuestros clientes puedan dedicar el 100% de sus recursos a su competencia esencial.”

**WHEN YOU FOCUS
ON PROBLEMS,
YOU'LL HAVE
MORE
PROBLEMS.
WHEN YOU FOCUS
ON POSSIBILITIES,
YOU'LL HAVE MORE
OPPORTUNITIES.**

KUSHANDWIZDOM



INTERATLANTIC

TRADESTRATEGY FIRST

Colón 28, 2nd floor
36201 - VIGO - SPAIN

Tel: +34. 986 44 32 10
Fax: +34 986 44 61 71
info@interatlantic.es



International trading requires considerable economic solvency as well as implementing a rigorous inspection system with an ongoing physical presence at source.

El trading internacional requiere una gran solvencia económica e implantar un riguroso sistema de inspección con presencia física permanente en origen.