

*directo
y fresco*

Inventando un canal de venta directa para productos frescos

Sumario

1 Directo y Fresco, un nuevo modelo

2 Descubrir necesidades ocultas

3 Explorar una solución innovadora

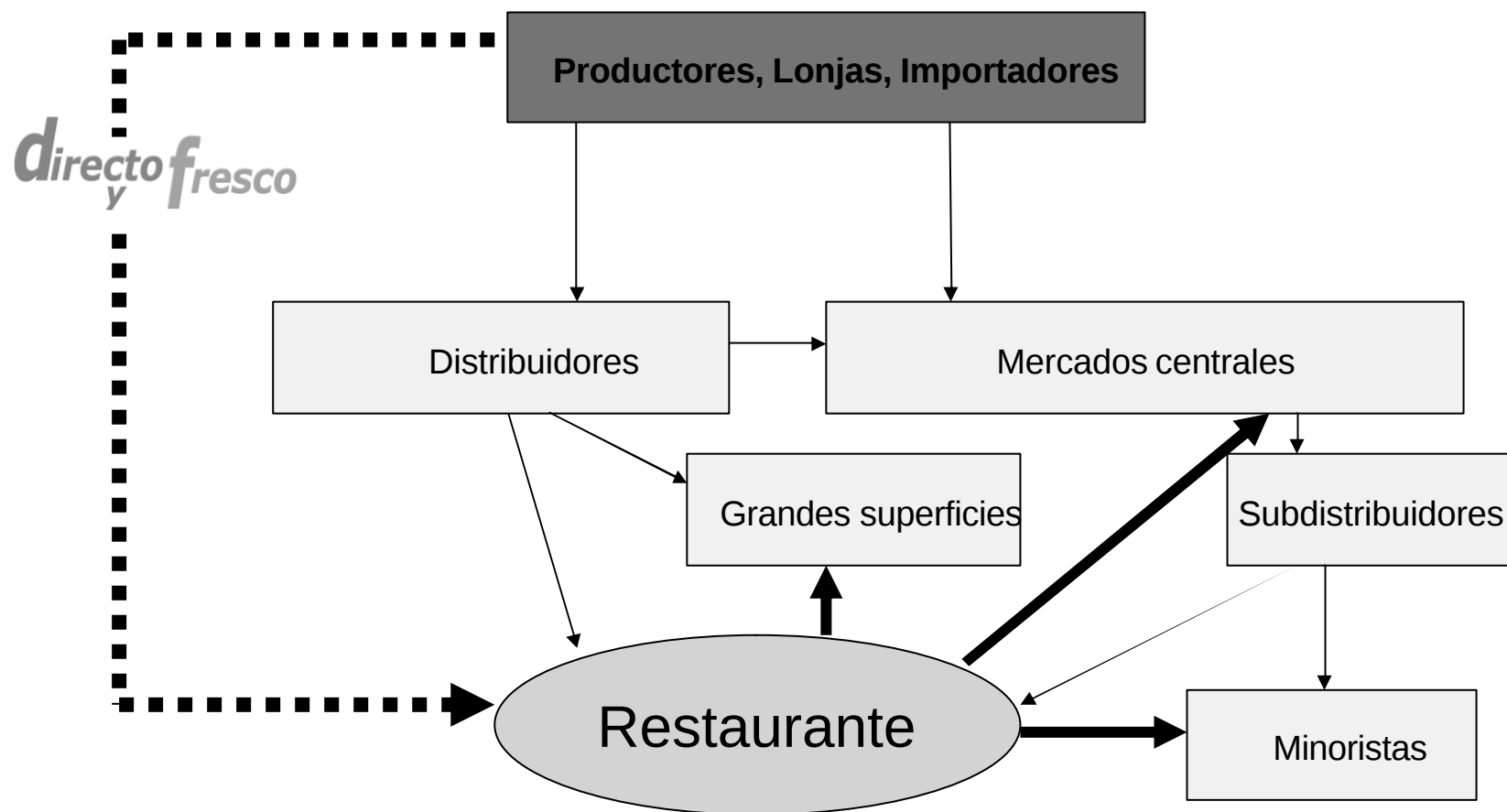
4 Reinventar para sobrevivir

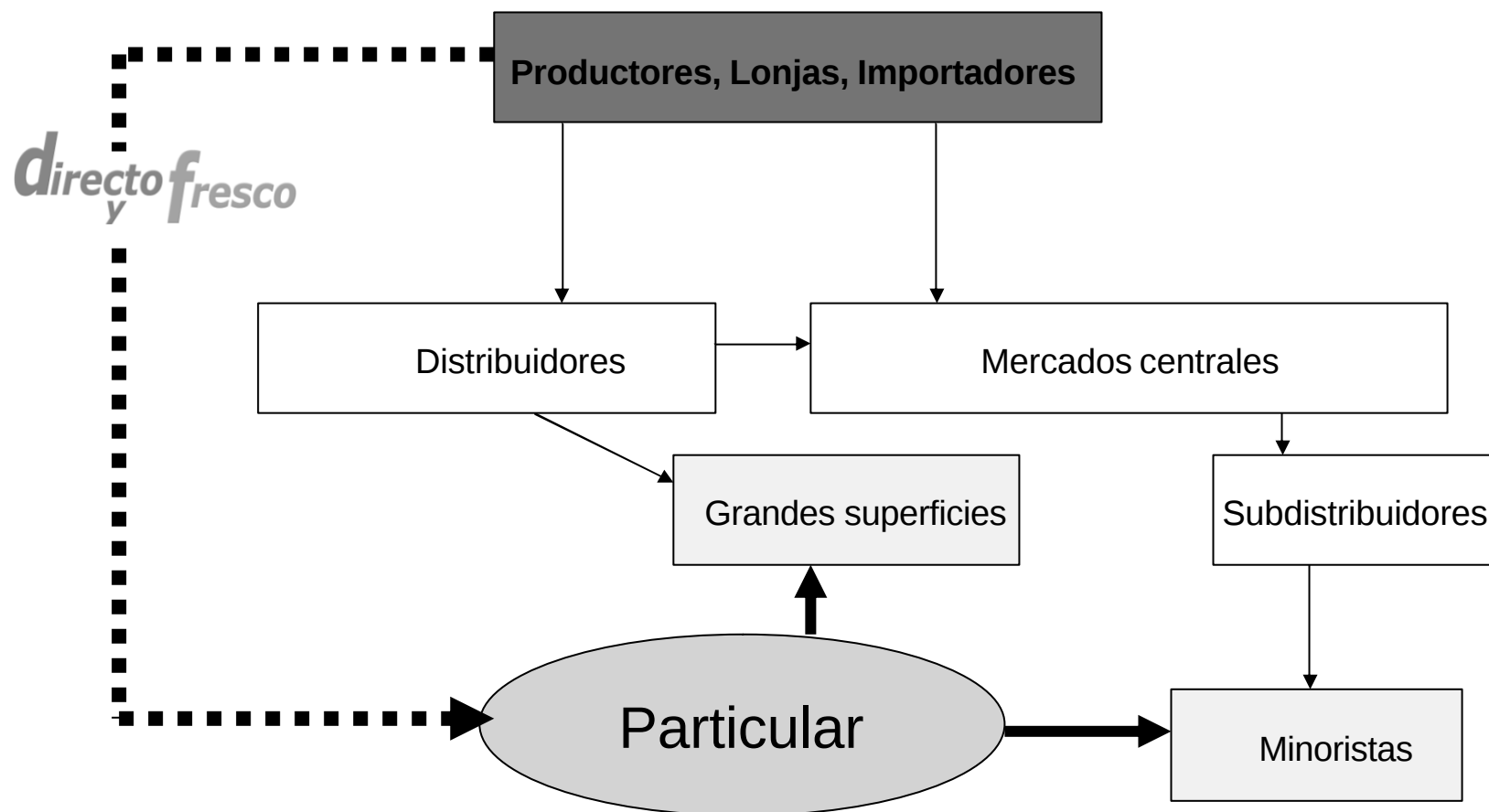
1

Directo y Fresco, un nuevo modelo

Es una empresa que vende por teléfono e internet productos frescos a Restaurantes y particulares:

- sin ver, tocar ni manipular el producto, que sale directamente desde el productor (garantía de origen)
 - Pescador
 - Ganadero
 - Agricultor
 - Productor
- llega al domicilio del cliente, a cualquier rincón de España
- con la máxima frescura y calidad, porque llega en 24h al cliente
 - Ultra fresco (pescado, carnes, fruta madurada en árbol)
 - Vivo (marisco, ostras, percebe, etc)





2

Descubrir necesidades ocultas

Pistas en la oferta

- Cofradías de pescadores gallegos deseando una alternativa a su dependencia total de compradores en lonjas.
- Empresas de otros productos frescos –la mayoría PYMES- con una alta dependencia de distribuidores y la gran distribución.
- Una necesidad estratégica de conocer y llegar al segmento Horeca (300.000 establecimientos) sin necesidad de crear infraestructuras y redes comerciales caras y de alto riesgo.

Problemas en la demanda

- Desabastecimiento de determinados productos en ciertas zonas y épocas.
- Oferta limitada.
- Calidad discutible y no homogénea (frescura, origen)
- Tiempo cada vez más escaso
- Creciente necesidad de profesionalidad y diferenciación.
- Mucho tiempo dedicado a múltiples proveedores.

Conclusiones

Necesidades de productores

- Creciente conciencia de la necesidad estratégica de entrar en el sector Horeca.
- Centrados en la producción más que en la comercialización, acción comercial indirecta salvo en las grandes cuentas.
- Presionados en precio por la Gran Distribución. Desigual presencia geográfica en el mercado.
- No conocen a sus clientes finales.
- Falta de mentalidad y necesidad de alta inversión para crear una alternativa superior a la actual.

Problemas en la demanda

- Poca profesionalización en las compras. Existencia de corruptelas y oportunidad de ahorro basado en los costes ocultos.
- Creciente conciencia del coste de tiempo y gestión.
- Importante cuota de bolsillo de los productos perecederos, que representan entre el 25%-60% de los costes de compra. Posible ahorro en mermas y espacio de almacenaje con un sistema alternativo.
- Necesidad de diferenciarse de la competencia.

3

Explorar una solución innovadora

Retos insalvables “de libro”

- Captar Restaurantes, a distancia, acostumbrados a tratar cara a cara con proveedores.
 - Vender un producto delicado “a ciegas” sin que el cliente previente lo vea, toque y huela.
 - Asegurar la cadena de frío .
 - Encontrar un operador logístico que asegure un transporte que llegue al día siguiente durante la mañana, a cualquier lugar de España.
 - Repercutir un alto coste de transporte (¡2€/kg!) en el producto
 - Asegurar la fiabilidad del proveedor, en un servicio de cuya puntualidad y calidad depende el ingreso del cliente.
 - Encontrar proveedores dispuestos a implantar un proceso fraccionado de preparación de pedidos, cuando están acostumbrados a vender por pallets.
- Clientes
- Logística
- Proveedores

Hubo que exponer la empresa a ideas no probadas

Alternativas estudiadas



- **Forma de comercialización:**
 - Subasta virtual
 - Venta en portal web
 - Red de agentes
 - Red de comerciales
 - Televenta
 - Marketing Directo
- **Forma de distribución**
 - Crear almacenes y flota propia
 - Subcontratar empresas transporte de frío
 - Mensajería con “frío al bulto”
 - Courier refrigerado

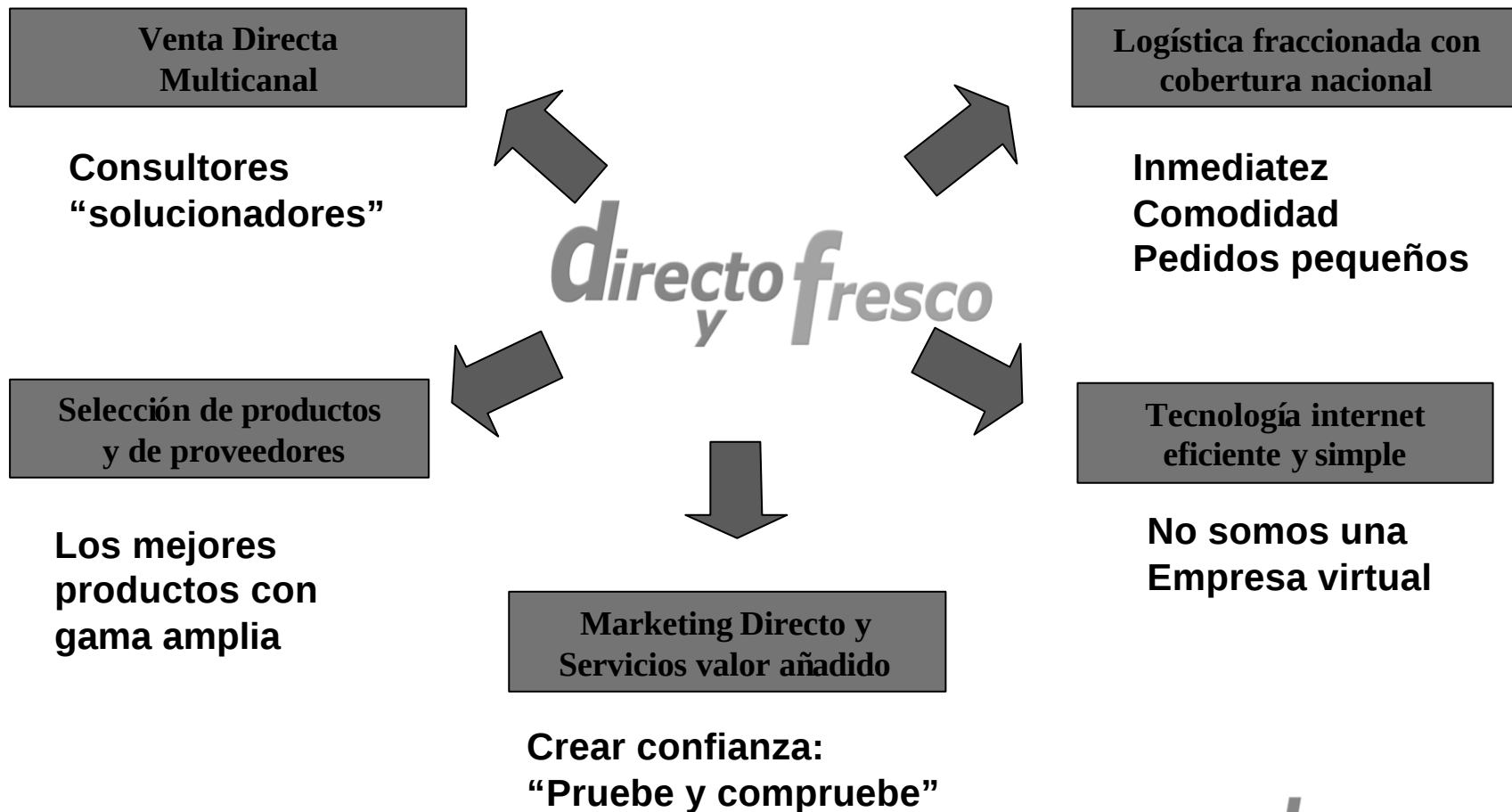
Ninguno de los empleados provenían del sector de alimentación

Decisiones



- **Qué productos ofrecer**
 - Alta intermediación
 - Acceso difícil
 - Alto valor (para soportar coste logístico)
- **Qué proceso logístico crear**
 - Toma de pedidos
 - Embalaje
 - Cadena de Frío
 - Transporte a destino
- **Identificar segmentos de mercado target**
 - Descartados: bares y cafeterías
 - Prioritarios: restaurantes media y alta gama, Hoteles 4 y 5 estrellas
 - Siembra: particulares

Esquema puesto en marcha



4

Reinventar para sobrevivir

Reinventar para sobrevivir

Cuando inicias algo nuevo, lo lógico es lo inesperado



Reinventar para sobrevivir

Explorar continuamente nuevos caminos

eco
lojas

Lo que se cuece

Boletín mensual de noticias para los profesionales de la Restauración. Semana 37/2004

¿Sabías que..?

Es casi imposible para los ani males divertirse acumular grasa debido al ambiente en el que se mueven. Y son especialmente raras en patricias, vitamina B, hígado, potasio y níquel. Como es habitual.

... más

Recomendamos esta semana:

La perdiz de tiro, es un plato típico en temporada venatoria. Es una perdiz limpia, escudada y lista para cocinar. Proveniente de Toledo. A entregará cualquier parte de España.

(Precio 360.450 gr plaza)
Pedido mínimo 24 unidades. Pk: 4,25 unidades.
(Precios sin IVA, Precio Base Frio 87%)

Ideas gastronómicas

El vinagre por su sabor fuerte se puede usar para preparar un sabroso aderezo para ensaladas sin aceite. Y se le puede dar sabor a una dieta baja en grasas, o baja en sodio. Contiene ácido acético (5 gramos por 100 mililitros), que le da el sabor.

... más

¿A qué esperas?

Recibe gratis esta guía y una colección de fichas de productos para cocinar, con toda información: ingredientes, métodos de cocción, etc., con solo inscribirte a esta Guía. ¡Recíbela este correo o un amigo! Fichas de hoy: merluza.

Batir al mercado

El batugo salvaje es uno de los productos de mayor prestigio, que ahora puede adquirir siempre que realice el pedido con una semana de antelación, para asegurar que lo recibe en las mejores condiciones de precio y frescura.

A un precio de 205 por kilo de mercado. Llámennos y le diremos cómo. (Precio fijo de 205 por kilo).

Ecología Directo S.A. Tel: 911 812 800 www.ecologiadirecto.com

clubdirecto,fresco



Valoras la vida sana y exiges calidad y seriedad en los alimentos frescos



No sabes cocinar, no tienes tiempo, pero quieres comer sano y cómodo

911 812 800
902 901 358

www.directoyfresco.com

Reinventar para sobrevivir

Areverse a cambiar, a explorar,
exige curiosidad, pasión, flexibilidad, riesgo... y más

La idea inicial se debe adaptar constantemente

Una idea, por muy bien concebida e implantada
que se realice, depende también de otros elementos de
gran peso. Por eso,el éxito solo se alcanza cuando, además:

- el equipo se compromete e ilusiona a fondo
- el breakeven se alcanza antes de los 4 años
- hay capital con mentalidad para recorrer este trayecto

Pero el éxito nunca es total porque es un camino que
se reemprende siempre cada día.