

Mercado Saludable y Gourmet

# ¿Quién es Gastronomy Market?

Somos un mercado de alimentos.

Fundado en Agosto de 2014 con 2 puntos de venta: Parque 93 y Usaquén.

- Propuesta de Valor: El mejor surtido de alimentos Saludables y Gourmet en un solo Lugar con un servicio diferenciado.
- En cada categoria de alimentos ofrecemos opciones saludables y gourmet, de proveedores artesanales colombianos o de importadores.



# Parque 93 y Usaquén









- En nuestra determinación de ofrecer los mejores alimentos, el vender productos orgánicos es una necesidad.
- Creemos y confiamos en las tendencias mundiales de alimentarse mejor y Colombia no será la excepcion.
- Hoy en día ofrecemos más de 300 productos Orgánicos entre empacados y Fruver.
- Esperamos llegar a 1.000 productos en el 2018.



Consideramos que en un futuro...

"Lo saludable deberá ser sabroso y lo gourmet deberá ser saludable".



# Experiencia con Productos Orgánicos

# **Positivas**

- Cada vez llegan más personas ofreciendo productos Orgánicos de muy buena calidad.
- Son personas emprendedoras como nosotros.
- Son personas conocedoras y apasionadas con el movimiento.
- Excelente acogida de nuestros clientes hacia estos productos, especialmente con los nacionales.
- La aceptación de nuestra amplia variedad.



"Más allá de ser un negocio, es placentero tratar con la comunidad de productores orgánicos".



# <u>Negativas</u>

- Complejidad generarada por el proveedor pequeño (contado, entregas, etc.)
- Los pequeños proveedores no están preparados para dar apoyo al crecimiento de sus marcas/almacenes: impulsos, redes sociales, etc.
- Los proveedores no son tan efectivos en comunicar los beneficios de sus productos.
- El abastecimiento completo y oportuno.
- Se enfoca en la calidad, pero no tiene la experiencia y la claridad sobre la venta y el mercadeo.



- Poco conocimiento del movimiento Orgánico en Colombia y en general.
- Los clientes no tienen claro las certificaciones que existen.
- -El consumidor sabe que orgánico es mejor, pero realmente no entiende porque debe pagar más por un producto orgánico, desde un punto de vista de salud.





# Manejo de Proveedores Orgánicos

### Como vender más productos Orgánicos

- Arriesgar más, no hacer lo mismo que hacen todos, tener variedad de productos Nuevos y Ganadores.
- Mayor comunicación de los beneficios de consumir organico. No solo de los proveedores, sino de las Instituciones y el Estado.



### Exigencias para vender productos Orgánicos

- Productos procesados: certificación de orgánico, la que aplique al lugar de producción.
- Productos frescos: certificación o que estén asociados con un tercero que certifica los procesos.
- Productos tradicionales ganadores e innovadores, variedad, que estén de moda, que sean ricos y de buena calidad.
- Lograr tener abastecimiento efectivo.





# Ventas

### Lo más Solicitado

- Pollo
- Huevos
- Vinagre de Manzana
- Aceite de coco
- Leche de almendras
- Fruta deshidratada

- Aguacate
- Banano
- Tomates
- Comida para bebés
- Kale
- Harinas





### Lo medio

- Quinua
- Chía
- Manzana de agua
- Lechugas
- Zanahoria
- Calabacín
- Pepino
- Bebidas naturales
- Snacks
- Mieles
- Mermeladas





# Lo Menos Solicitado

- Cervezas
- Vinos
- Enlatados
- Sales
- Encurtidos
- Gaseosas
- Quesos
- Azúcar







# Los productos Orgánicos SÍ pueden generar crecimiento en ventas:

- Nuestros productos Orgánicos pasaron de ser el 4.5% de las ventas al 9% en el último año.
- Del 4to trimestre de 2015 al 2do trimestre de 2016, los productos Orgánicos han crecido un 60% en ventas.
- Hay un tema de rentabilidad que esperamos se pueda ir corrigiendo.



### Impacto de la merma en los productos FRUVER:

- 1. Descomposición natural, un poco mayor en productos Orgánicos.
- 2. El aspecto físico hace que haya mas rechazo de producto bueno.
- Inicialmente los clientes piden Orgánico en determinadas categorías (las que creen que son mas dañinas), pero poco a poco su interés se va ampliando a otras categorías.
- Productos orgánicos para bebés tiene mucha demanda, pero pocos proveedores ofertan.





# Necesidades

- Aceites
- Harinas
- Salsas
- Pastas
- Encurtidos
- Galletas
- Infusiones
- Leches o derivados
- Snacks
- Alimentos Bebes/Niños

- Cereales
- Mantequilla de mani.
- Quinua
- Chía
- Fruta fresca
- Miel
- Mermeladas
- Condimentos
- Granos



# La Industria y el Futuro

# <u>Industria</u>

- Tiene un GRAN potencial, las tendencias están cambiando y cada vez somos más conscientes en nuestra manera de comer.
- El problema es la calidad en FRUVER, los productos todavía no tienen una buena apariencia y los consumidores están acostumbrados a FRUVER perfectos.
- Falta mucha comunicación, la gente todavía necesita aprender y entender. En FRUVER es difícil que algunos clientes entiendan el porque del costo de los productos.



# **BPA**

- La gente no entiende realmente que es BPA. Que garantía da el BPA al consumidor.
- Nosotros lo compramos por que nos parece correcto y es la segunda mejor, pero no es útil para vender.
- La comunicación es fundamental, el consumidor debería saber de este estándar y tener la claridad y certeza que se cumpla.
- En algunos productos funciona como con la Hidroponía, la gente prefiere el producto por ser hidropónico.



# <u>Futuro</u>

- Ayudaría mucho que el proceso y costo de certificación fuera menos complicado y más económico. Hay muchos proveedores que no se logran certificar por estos motivos.
- Mas inversión en comunicarle a los clientes los beneficios de lo orgánicos.
- Los sistemas de salud (públicos y privados), tienen que comenzar a darle mas importancia a la buena alimentación como medio para reducir costos de salud y calidad de vida de las personas.



# Conclusiones

### Comunicación

- Beneficios en General
- Los productos de los proveedores

#### <u>Abastecimiento</u>

- Logística
- Durabilidad y aspecto del producto

# Foco sobre venta y Mercadeo

- Ayudar en el proceso de mercadeo y ventas
- Los productos (principalmente los empacados) no se venden solos, debe gestionarse el mercadeo y ventas.





Cra 7 No. 124 – 97, Usaquén \* Cra 13 No. 93B – 51, Parque 93 www.gastronomymkt.com