



**La Despensa del Campo**

## PROBLEMÁTICA SECTOR HORTOFRUTICOLA

### NIVEL AGRICULTOR



Falta de alternativas en zonas desfavorecidas

Bajos precios

Dificultad de cobro

### NIVEL CONSUMIDOR



Poca información

Poca garantía de seguridad alimentaria

Precios altos

Poca calidad



## NUESTRA SOLUCIÓN AL PROBLEMA A NIVEL DE CAMPO

**AGRUPAMOS A LOS AGRICULTORES EN UNA COPERATIVA DENOMINADA PRODUCTORES GALIFRESH QUE ES SOCIA DE LA DESPENSA**



### SITUACIÓN ACTUAL

•17 productores      12 gallegos  
   5 resto de españa

•30.000 toneladas agrupadas

•Todos los socios producen bajo certificaciones de calidad como Globalgap



## NUESTRA SOLUCIÓN AL CONSUMIDOR

**MAYOR INFORMACIÓN  
SOBRE EL PRODUCTO Y EL  
PRODUCTOR**

**MÁXIMA CALIDAD MEDIANTE  
PRODUCCIÓN RESPONSABLE**

**COMPRA DIRECTA AL  
PRODUCTOR OBTENIENDO  
MEJOR PRECIO PREMIANDO  
LA FIDELIDAD CON DESCUENTOS**





## LA DESPENSA DEL CAMPO

PRIMERA CADENA DE FRUTERÍAS DIRECTO DEL PRODUCTOR





## NUESTRO EQUIPO



**Ramón Navarro Aracil**  
Director Ejecutivo (CEO)



**Eusebio Méndez León**  
Director Comercial (CCO)



**Gustavo Pazo Gonzalez**  
Director Financiero (CFO)

**Amplia y dilatada experiencia en el sector**

**Know How en cada etapa del canal**

**Profesionalidad y compromiso**



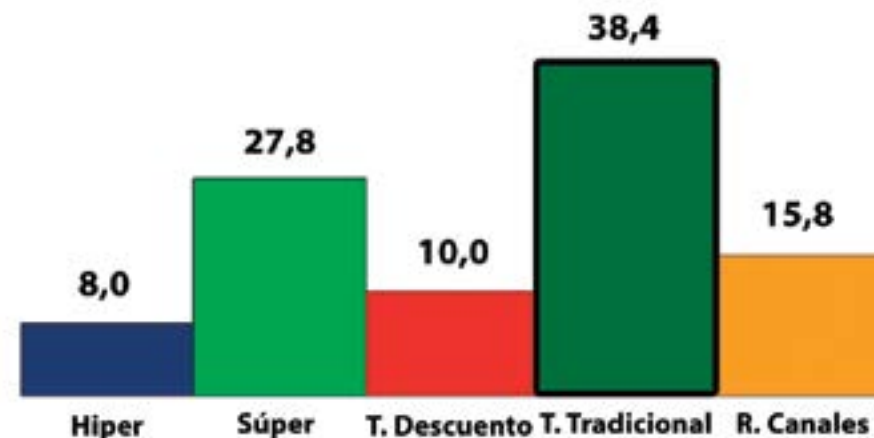
## EL SECTOR EN CIFRAS

### CONSUMO NACIONAL Y DISTRIBUCIÓN

#### CONSUMO NACIONAL

	TOTAL
Volumen (miles kgs.)	8.753.183,63
Valor (Miles Euros)	11.282.638,57
Consumo per cápita (kgs.)	195,28
Gasto per cápita (Euros)	251,70

#### DISTRIBUCIÓN POR CANALES DE FRUTA, HORTALIZAS Y PATATAS



### ES UN NEGOCIO ADAPTADO A LAS NUEVAS TENDENCIAS DE CONSUMO

- Un 26% consume producto local
- Un 14% de la población sigue una dieta anti edad
- Un 14% consume productos directamente del productor
- Un 14% del consumo se realiza online
- Un 10% consume productos saludables



## NUESTRAS VENTAJAS

### CADENA DE VALOR

**CADENA  
TRADICIONAL**

**Productor**

**Intermediario 1**

**Intermediario 2**

**Consumidor**

**LA DESPENSA  
DEL CAMPO**

**Productor**

**Consumidor**





## PROPUESTA DE VALOR

**ELIMINACIÓN  
INTERMEDIARIOS**

**VENTAJA COMPETITIVA  
EN COSTES**

**EL CONSUMIDOR  
PAGA MENOS  
EL AGRICULTOR  
RECIBE MÁS**



## NUESTRO PRIMER MES

### HITOS 1ª TIENDA

Cientes/mes

3.000 clientes

Ventas/mes

8.000 ventas

Kg/mes

6.150Kg

### OBJETIVOS

Cientes/mes

6.000 clientes

Ventas/mes

20.280 ventas

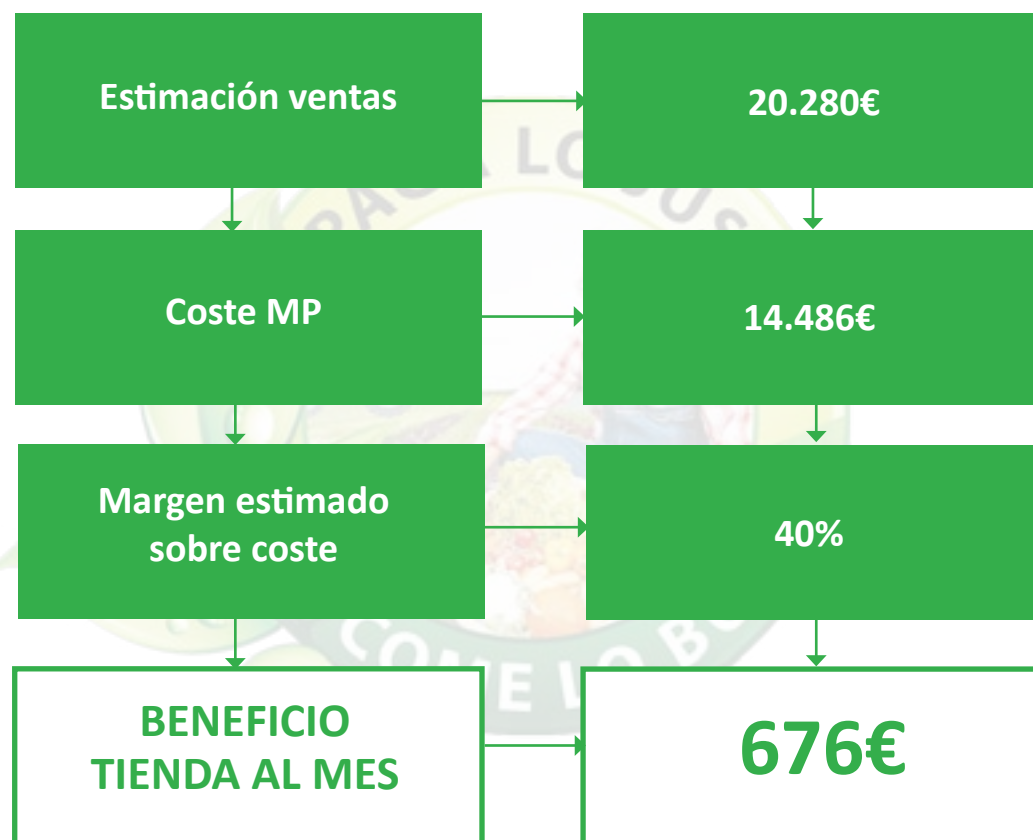
Kg/mes

13.520Kg





## NUESTROS COSTES Y PREVISIONES POR TIENDA





## COMO QUEREMOS CRECER NUESTRO PRIMER AÑO

Primer año abrir 1 tienda cada 2 meses a nivel regional





## COMO QUEREMOS CRECER

Segundo año y consecutivos abrir 1 tienda al mes a nivel nacional con crecimiento provincial



- 1º AÑO
- 2º AÑO
- 3º AÑO
- 4º AÑO
- 5º AÑO



## NECESIDADES FINANCIERAS

**CAPITAL NECESARIO POR TIENDA: 30.000€**





## CUANTAS TIENDAS QUEREMOS ABRIR

TANTAS COMO NUESTRO SISTEMA DE CONTROL Y NUESTRO CRECIMIENTO NOS PERMITA.

### NUESTRO OBJETIVO



### EBITDA

