

PRESENTACIÓN
**EM
PRE
SA**

2022

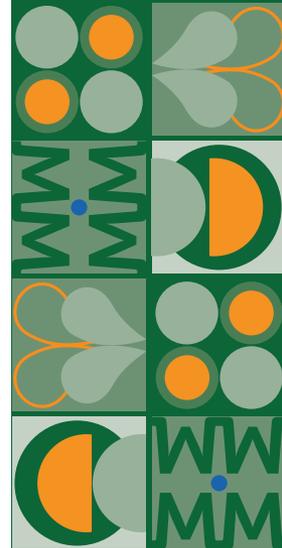
GRUPO
Mérica
FOODS



La creatividad nace de la angustia como el día nace de la noche oscura. Es en la crisis que nace la inventiva, los descubrimientos y las grandes estrategias. Quien supera la crisis se supera a si mismo sin quedar superado.

Albert Einstein (1879-1955)

1. Información Corporativa	
1.1 Orígenes y Evolución	4
1.2 Fortalezas.....	5
2. Información Global	
2.1 Estructura Orgánica de la Empresa	6
2.2 Evolución de la Facturación	7
2.3 Fundamento del Crecimiento.....	8
2.4 Distribuidores Exclusivos y Oficiales	9
2.5 Marcas Propias.....	10
2.6 Líneas de Negocio	11
2.7 Canal Cocina	15
2.8 Productora Audio Visual Propia	16
3. Estructura Comercial	
3.1 Peso de Venta por Canal 2021	17
3.2 Canales de Venta	18
3.3 Herramientas de Venta	
Business Intelligence	23
3.4 Herramienta de Seguimiento	
Campaña Publicitaria.....	25
3.5 Servicio de Consultoría	26
3.6 Join Venture	28
4. Quiénes Somos	29
5. Qué Hacemos	30
6. Como lo Hacemos	32
7. Qué Somos	33
8. Estructura Logística	
8.1 Infraestructura	34
8.2 Getafe	35
8.3 Barcelona	36
8.4 Murcia.....	37
8.5 Red de Distribución	38
9. Acciones de Marketing	
9.1 Trade Marketing	39
9.2 Catálogos.....	40
9.3 Eventos - Alimentaria.....	41
9.4 Cruz Roja y Premios CCPE	42
9.5 Foro Alianza del Pacífico 2019	43
10. Videos Corporativos	44



1.1 Orígenes y Evolución

ORÍGENES

Grupo Mérica Foods se crea como consecuencia de la consolidación de nuestra marca líder "**América**" y la apuesta decidida por ampliar con dos nuevas líneas de negocio, con la línea SALUDABLE en la que confiamos y donde nos hemos dimensionado para ser un referente europeo a través de la marca **TESORO NATURAL**, y con la línea GOURMET a través de **Del Huerto Original** para satisfacer los paladares más exquisitos. Somos una empresa con **25 años de experiencia en el sector**, pionera en la importación y distribución de productos latinoamericanos.

EVOLUCIÓN

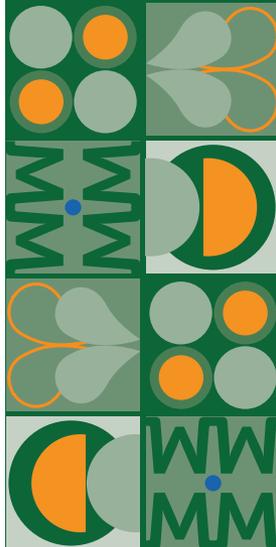
En nuestros orígenes empezamos importando productos étnicos latinoamericanos y actualmente contamos con tres líneas de negocio, étnica, saludable y gourmet. Empezamos distribuyendo a nivel nacional y actualmente distribuimos a toda Europa. Nuestra imagen corporativa ha evolucionado hasta ser un referente en el sector de la alimentación.

GRUPO
Mérica
FOODS

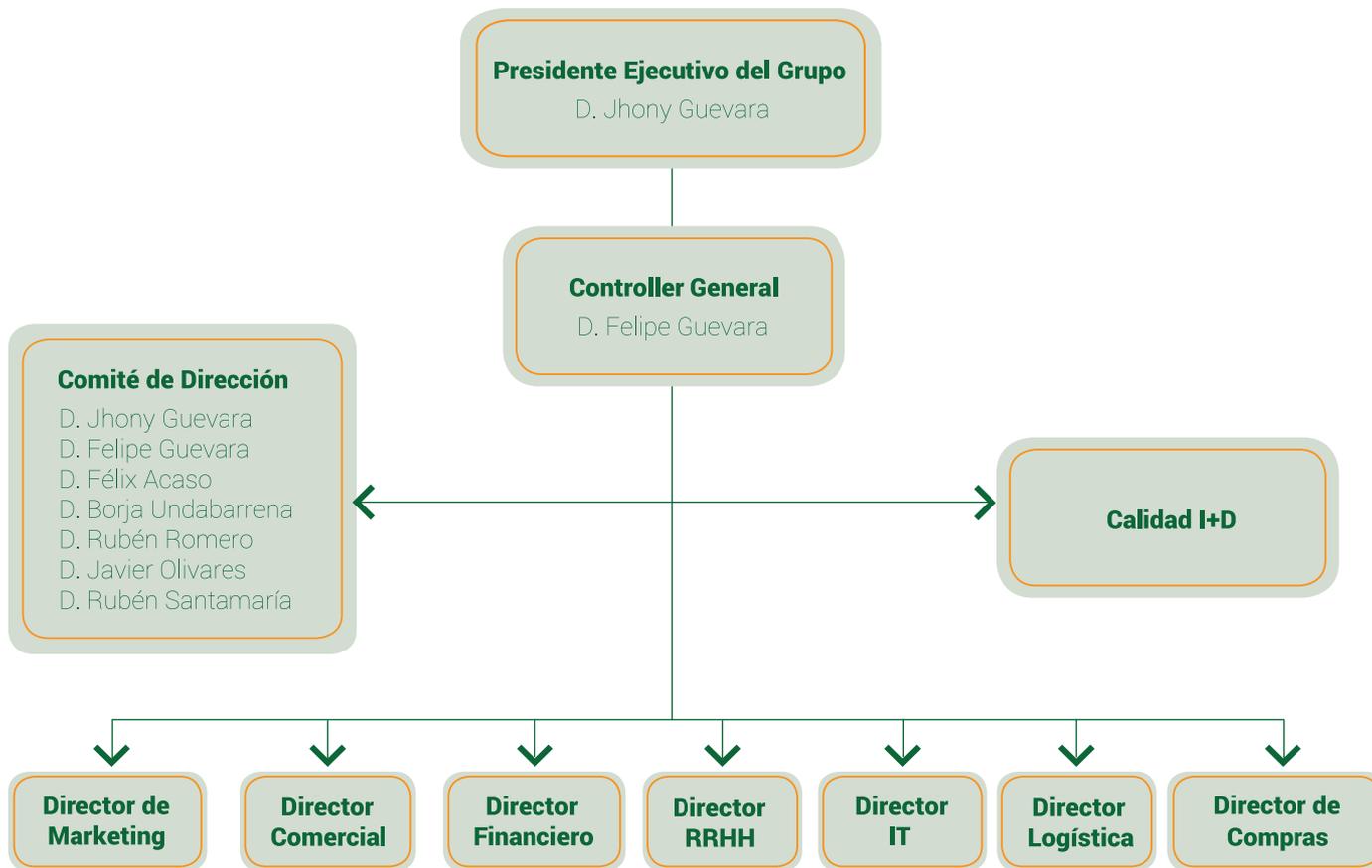


1.2 Fortalezas

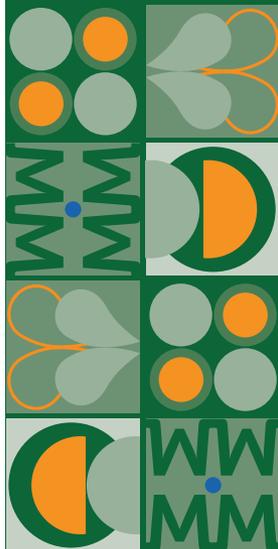
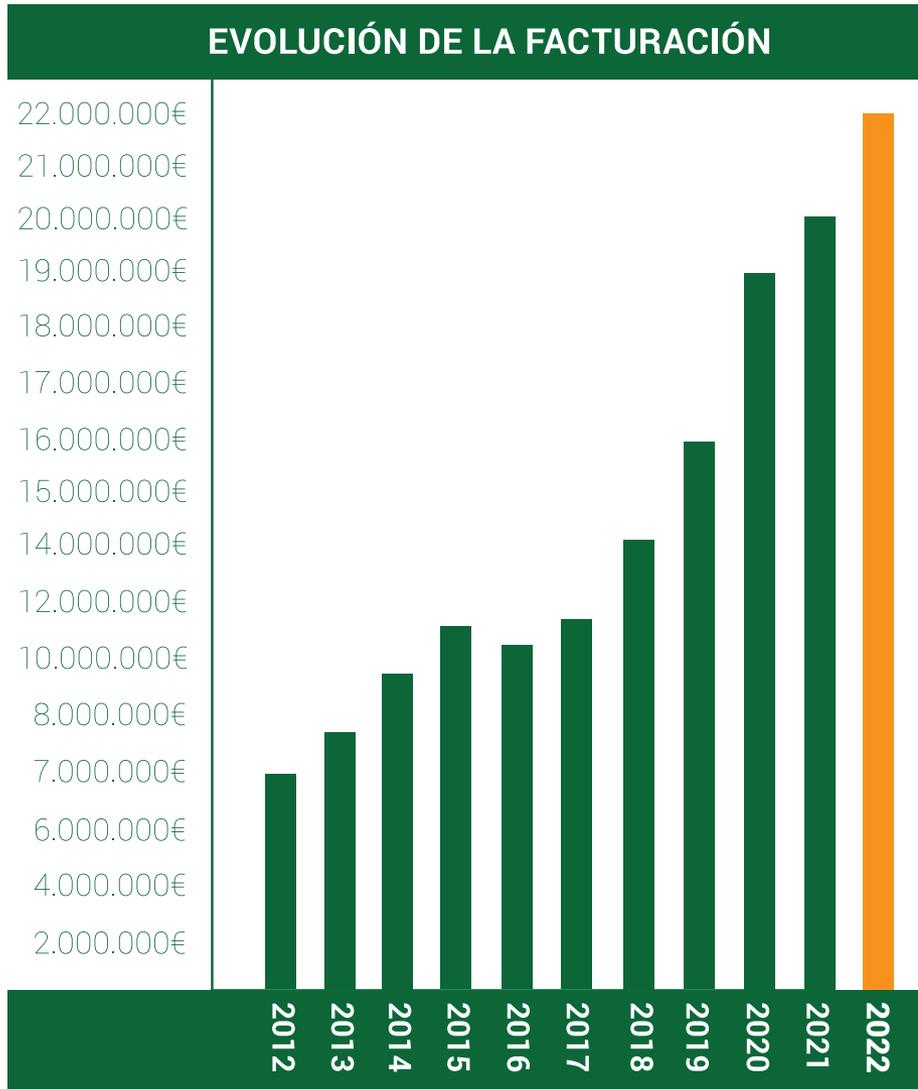
- Importamos y distribuimos productos ORIENTADOS a la practica totalidad de targets latinoamericanos.
- **Un surtido muy amplio y completo compuesto por casi 400 referencias**, el 40% de marcas propias, incluyendo las marcas más representativas del sector.
- Alianzas estratégicas con marcas y empresas a nivel europeo.
- **Amplia cobertura a nivel nacional**: atendemos todas las comunidades autónomas con nuestra propia red comercial y logística.
- **Amplia cobertura a nivel europeo**, atendemos a la totalidad de los distribuidores orientados al canal étnico con cobertura en la mayoría de los países europeos.
- Estrategias de comunicación y marketing en el canal convenience basadas en construcción de marca, la creación de posicionamiento y la obtención de masa crítica, con la creación de comunicación en el punto de venta mediante decoración de tiendas, expositores de impulso, floorstand, etc.
- Medición, control y estudio de la acciones de marketing, con ROI por tienda, canal y delegación, junto con **seguimiento de acciones con geolocalización de fotos** y acciones.
- La esencia de nuestra empresa y la base de nuestra estrategia, no es solo la venta, **GRUPO MÉRICA FOODS construye marca**.
- **Trabajamos 6 canales de distribución**: Tradicional, Moderno, Distribuidores, Exportaciones, Televenta y Tienda Online.
- Crecimiento sostenido durante los últimos 7 años duplicando la facturación.
- Disponemos de **planta de envasado propia** de granos, harinas y cereales en atmósfera protectora.
- Ubicación estratégica de las Delegaciones
Central: Madrid - Delegaciones: Barcelona, Valencia y Murcia.



2.1 Estructura Orgánica de la Empresa



2.2 Evolución de la Facturación



2.3 Fundamento del Crecimiento

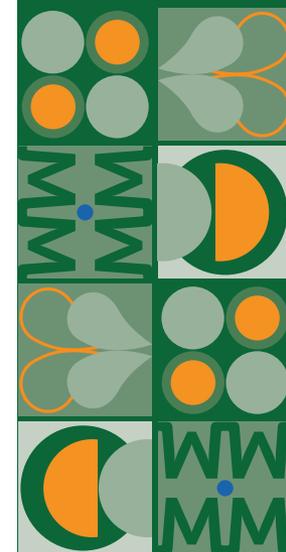


2.4 Distribuidores Exclusivos y Oficiales

DISTRIBUIDOR EXCLUSIVO



DISTRIBUIDOR OFICIAL



2.5 Marcas Propias

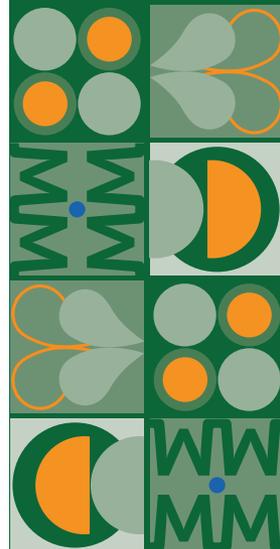
MARCAS PROPIAS



2.6 Líneas de Negocio

LÍNEAS DE NEGOCIO

Gran fortaleza en el sector de la alimentación en Europa, con tres líneas de negocio perfectamente segmentadas y diferenciadas.



2.6 Líneas de Negocio

ALIMENTACIÓN ÉTNICA

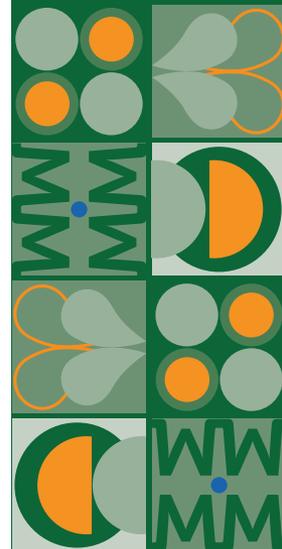
- Producción y distribución de productos orientados a **12 targets latinoamericanos**.
- Llevamos la representación del 90%, en exclusiva, de las marcas más importantes y reconocidas en Latinoamérica.
- Líderes en la comercialización y distribución de **bebidas refrescantes orientadas a peruanos, ecuatorianos y bolivianos, con marca propia**.
- **Creamos un vínculo de añoranza** con las marcas de origen y las nuestras, elaborando productos que mantienen el sabor, color, textura y propiedades organolépticas con un packaging bajo los estándares europeos.
- **Marca competitiva y reconocida para el consumidor**. Nuestra marca América es la pionera y la más reconocida por los consumidores con total cobertura, posicionamiento y masa crítica.



2.6 Líneas de Negocio

ALIMENTACIÓN SALUDABLE

- En España la tendencia hacia un mayor consumo de productos saludables es una realidad que va a más, con unos incrementos que vienen situándose entre el 6 y 7% en los últimos años.
- El 35% de los productos de alimentación saludable en Europa son españoles.
- El público objetivo es un consumidor informado, que se interesa por las bondades que les pueda aportar la ingesta de este tipo de alimentos.
- Desde Tesoro Natural tenemos interlocución y contacto directo con el consumidor final. Para ello, **tenemos canales directos de venta y comunicación** junto con venta On-Line con formatos adaptados al consumo doméstico.



2.6 Líneas de Negocio

ALIMENTACIÓN GOURMET

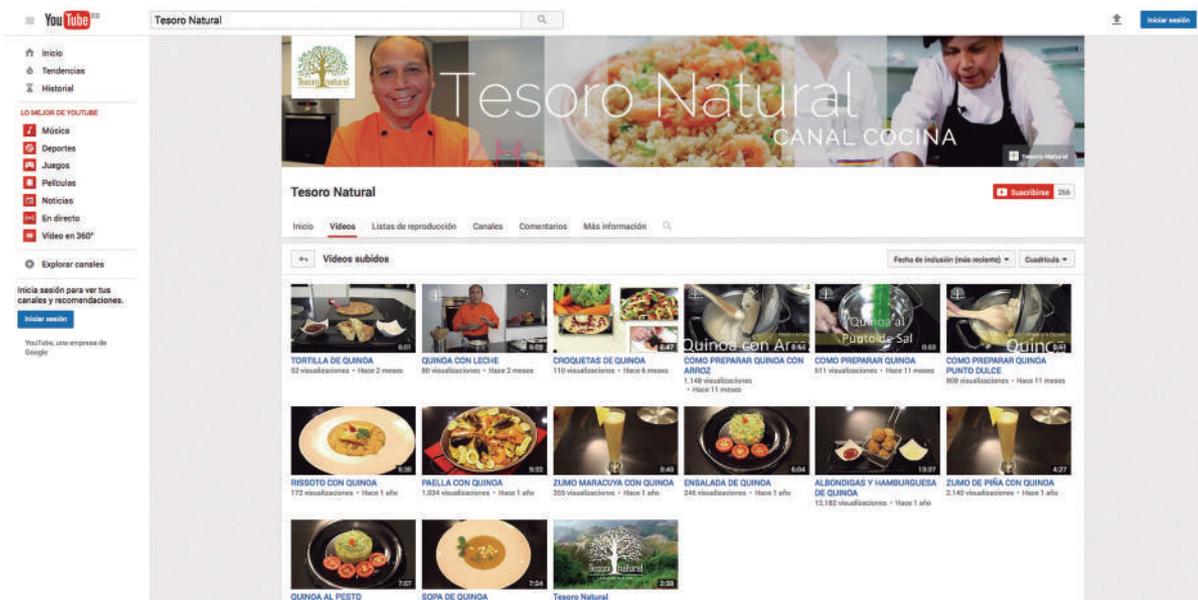
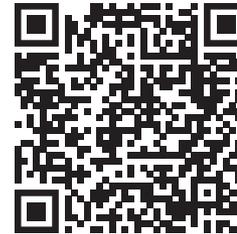
- Universo de clientes: **toda la Unión Europea.**
- Alimentación Gourmet que forma parte de la **alimentación española y europea.**
- Debido a nuestras empresas del grupo situadas en origen, muchos de nuestros **productos agrícolas, vienen directamente del campo.** Eso nos asegura el control absoluto del producto desde el cultivo y recolección hasta la producción y posterior importación hasta nuestros almacenes. Contribuyendo además a un **precio justo en origen**, ya que las comunidades campesinas son parte indisoluble de nuestros orígenes y nuestro sustento.
- **No existen intermediarios**, del campo al cliente a través nuestro.
- **Podemos atender clientes finales, distribuidores, mayoristas y alimentación moderna.**

Del Huerto
ORIGINAL

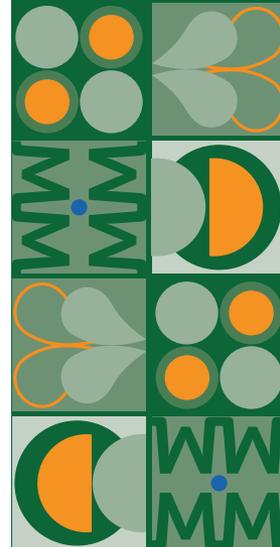


2.7 Canal Cocina

Para visualizar el Canal Cocina



*Al hacer click en el link se les redirigirá a nuestro canal de YouTube. (Se recomienda tener el explorador a utilizar actualizado a su última versión para que no haya problemas en el visionado de los vídeos).



2.8 Productora Audio Visual Propia

Disponemos de productora audiovisual propia, para la gestión de nuestro canal cocina, con un equipo de profesionales con una gran experiencia.

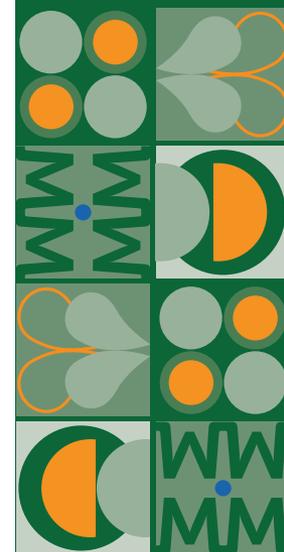
También realizamos campañas audiovisuales para publicitar los productos de nuestro catálogo y ayudar a nuestros clientes en la publicidad de su negocio.



3.1 Peso de Venta por Canal 2021

Tradicional	48%	9.600.000€
Distribuidores	26%	5.200.000€
Televenta	8%	1.600.000€
Internacional	8%	1.600.000€
Moderno	6%	1.200.000€
Horeca	3%	600.000€
Tienda Online	1%	200.000€
Total	100%	20.000.000€

3. Estructura Comercial



3.2 Canales de Venta

- **Tradicional:**

- Líderes con más de 4.000 clientes a nivel nacional de consumo semanal
- Más de 100.000 visitas anuales
- Atención personalizada en los puntos de venta con nuestra propia fuerza comercial



- **Moderno:**

- Mayor penetración de mercado
- Diversidad de consumidores
- Estrategia en la creación de marcas
- Branding
- Mejora en la gestión por categoría



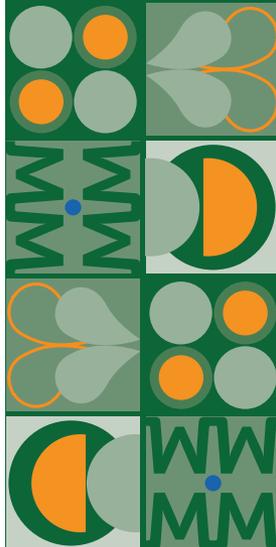
3.2 Canales de Venta

- Moderno:



IN AND OUT

DIQ %



3.2 Canales de Venta

• Canal Internacional:

- Presencia en los principales países de la Unión Europea
- Partnership con los principales distribuidores en cada uno de los países miembros
- Presente en el canal de Gran Consumo en Italia
- Es la empresa del sector que tiene más presencia en la Unión Europea
- Expansión en países fuera de la Unión Europea como: Suiza, Noruega, Guinea Ecuatorial, Marruecos y Emiratos Árabes.



• Distribuidores / Horeca:

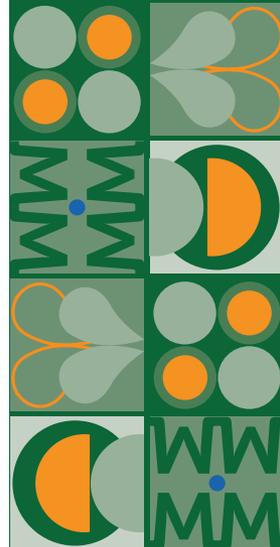
- **4 KAM especializados** en distribuidores con más de 100 clientes activos distribuidos estratégicamente en toda la península.
- **Llegamos al cliente final por medio de los Distribuidores** de forma muy efectiva ya que la capilaridad de éste canal llega a aquellos puntos que no gestionamos de forma directa.
- El descubrimiento de la **gastronomía peruana**, en especial los granos andinos, quinoa, chía, salsas, etc, ha permitido el crecimiento del canal Horeca (sector con un crecimiento cada vez más acentuado).
- **Cobertura en el Canal Horeca** con acuerdos estratégicos con los principales distribuidores nacionales, haciendo especial foco en nuestras cervezas y nuestra gama de bebidas saludables Tesoro Natural.



3.2 Canales de Venta

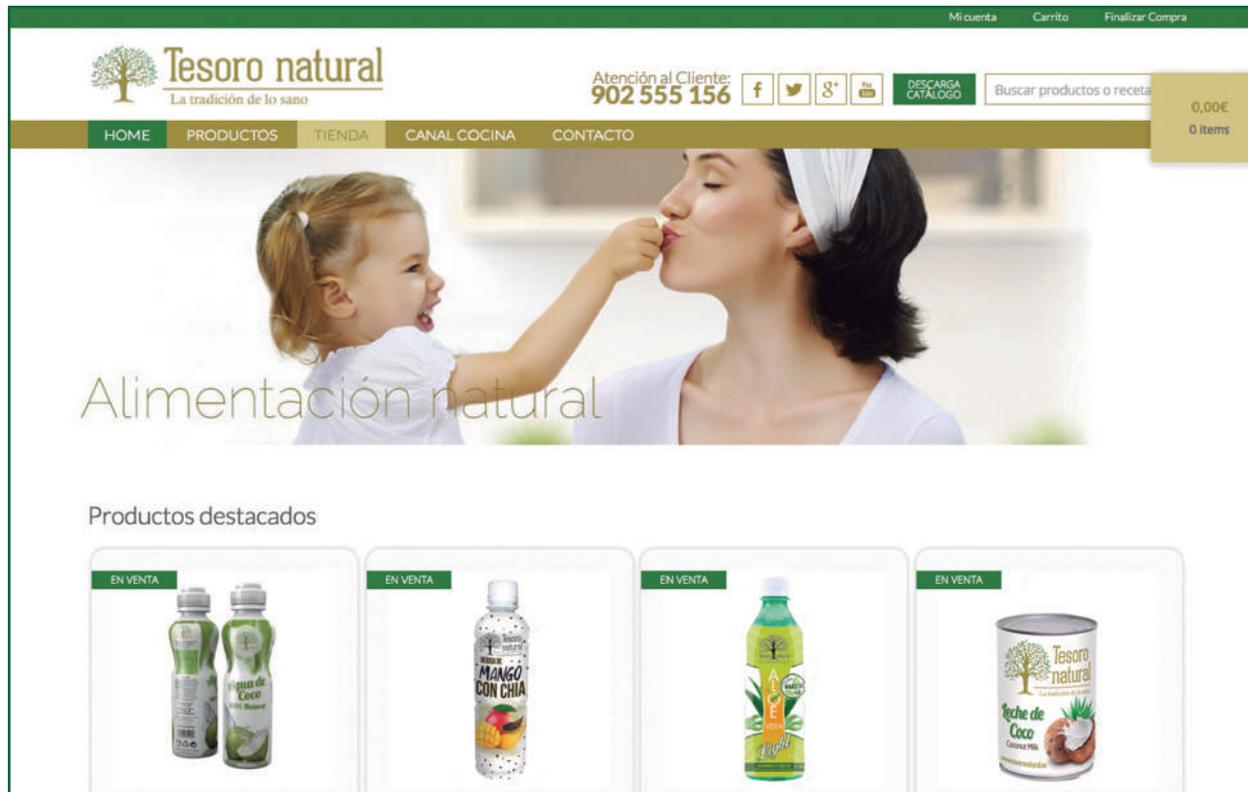
• **Televenta:**

- **Flexibilidad horaria** de atención al cliente
- Realización de una **preventa y postventa** personalizada
- Apoyo visual y gráfico de productos a través de las **Redes Sociales y diferentes canales de Comunicación**
- Alta profesionalización de los **asesores de ventas**
- **Amplitud geográfica** para poder atender a todos los potenciales clientes



3.2 Canales de Venta

- **Tienda Online:**



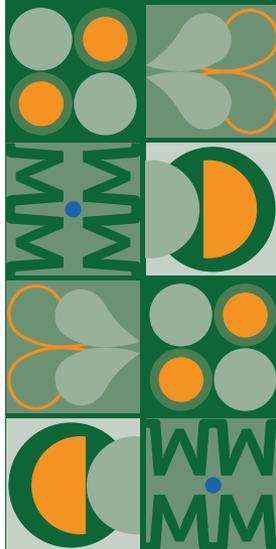
3.3 Herramientas de Venta / Business Intelligence

A través de nuestras herramientas de venta somos capaces de aportar la siguiente información:

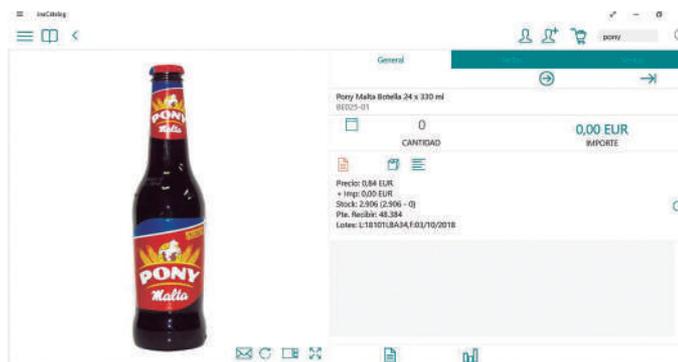
- **Seguimiento de capilaridad**, distribución numérica y comunicación, bases de cualquier estrategia en el sector retail.
- **Visitas efectuadas** por nuestro equipo de ventas
- **Productos ofertados** a los clientes
- **Geolocalización del equipo de ventas**
- **Cuántas veces y a quien se ha enseñado un producto**

Es nuestra herramienta para conocer al instante la realidad de un producto en el punto de venta

Business Intelligence: Tenemos un equipo de dos personas analizando datos, proporcionando informes sobre la empresa a todos los departamentos.



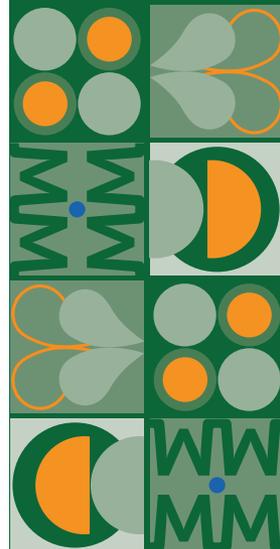
3.3 Herramientas de Venta / Business Intelligence



3.4 Herramienta de Seguimiento Campaña Publicitaria



A través de nuestra herramienta de seguimiento somos capaces de llevar a cabo un control por geolocalización de las campañas publicitarias de cualquier producto, con imágenes del estado del establecimiento antes y después de la instalación del material publicitario.

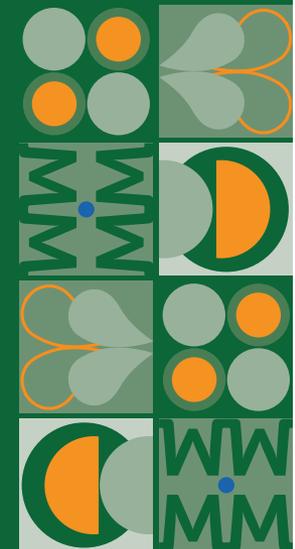


3.5 Servicio de Consultoría

Nuestra **experiencia de más de 25 años**, la profesionalidad de un equipo de ventas compuesto por 42 profesionales, nuestra capilaridad (mas de 4.900 clientes), en definitiva, **nuestro Know-how nos permite ofrecernos como consultores de estudios de mercado**. Ponemos nuestro conocimiento al servicio de nuestros proveedores para:

- **Estudios de mercado**
- **Introducción de nuevos productos**
- **Introducción en España y Europa**
- **Posicionamos y comunicamos en el mayor número de puntos de venta y en tiempos hasta ahora desconocidos en el sector**

En un plazo entre 3 y 6 meses ofrecemos un informe sobre la viabilidad de un proyecto con resultados garantizados debido a nuestra experiencia como referente de la alimentación étnica.



3.5 Servicio de Consultoría

POSICIONAMIENTO Y COMUNICACIÓN
EN LOS **4900 PUNTOS DE VENTAS** DEL CANAL CONVINIENCE



Profesionalidad



Generación de informes



Agilidad ventas



Geolocalización



Imagen de marca



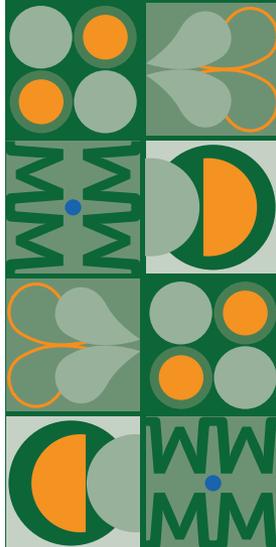
Servicio al cliente



Información para
toma de decisiones



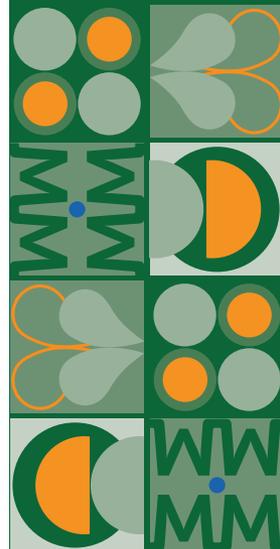
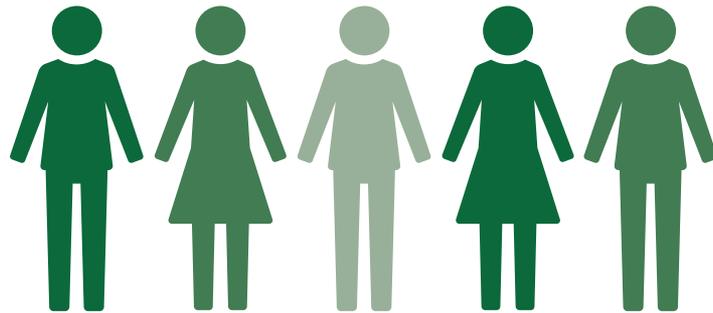
Supervisión



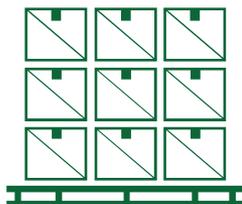
3.6 Join Venture

- Servicios integrales a empresas para la exportación, importación, distribución, posicionamiento, comunicación, estudio de mercado, estudio de los sanitarios necesarios para la importación etc en el canal de la alimentación.
- Las empresas asociadas se benefician del know-how de 25 años en el sector en importación distribución y posicionamiento en todos los canales tanto en el territorio nacional como europeo.
- Nuestra estructura y red de venta se pone al servicio y desarrollo de nuestros asociados. El trabajo se dirige a través de cuatro directores de Grupo Mérica Foods y personal externo, profesionales con experiencia y networking en el sector por medio de proyectos.
- Nunca se incorporará ningún producto que tenga conflicto con algún producto ya en cartera, ni en canal, ni en target, ni en segmento.
- La principal ventaja de esta estrategia es la seguridad de éxito para la empresa asociada, dada la implicación de Grupo Merica Foods ya que comparte riesgo e inversión y la certeza de estar consolidando un proyecto a medio y largo plazo de éxito.

UN EQUIPO CON MÁS DE **89** TRABAJADORES



5.1 Qué Hacemos



Descargamos
19.000 palets
anuales

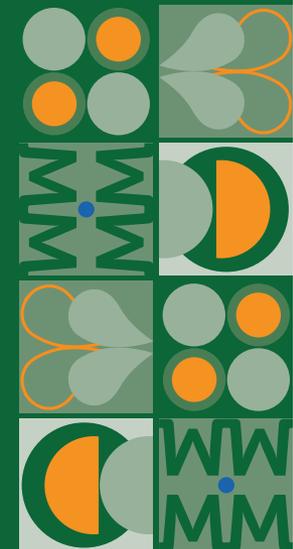


2.000.000
de bolsas envasadas



100.800
pedidos
anuales

800.000 líneas de
preparación anuales



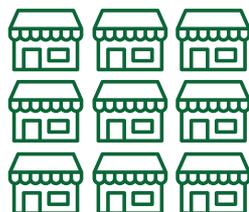
5.1 Qué Hacemos



Presencia en las
17 principales
cadenas de
supermercados

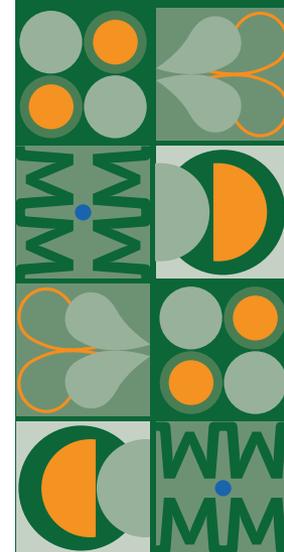


6 Canales
de venta



+ de 1.000
tiendas
decoradas

MÁS DE **4.900 CLIENTES** EN CARTERA
PRESENCIA EN **17 PAISES**



6.1 Cómo lo Hacemos



31 comerciales
canal tradicional



3 comerciales
distribuidores



2 comerciales
kam canal moderno



4 comerciales
televenta



1 comercial
canal internacional



1 comercial
canal horeca

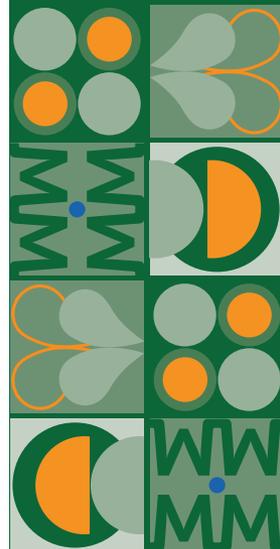
5 estrategias comerciales
diferenciadas por canal y
región

(GGCC, Distribuidores,
canal tradicional, televenta
e internacional)



7.1 Qué Somos

- Referente y líderes en europa de bebidas refrescantes latinoamericanas con marcas propias.
- Referentes en el sector de la alimentación saludable y sana, a través de nuestra línea de productos Tesoro Natural, como nuestra Agua de Coco y Aloe Vera, líderes del sector, con gran presencia en la alimentación moderna, como consecuencia del gran posicionamiento en el canal tradicional.
- Líderes indiscutibles en Europa con nuestra línea de productos latinoamericanos, a través de nuestras marcas propias o nuestras representaciones en exclusiva.
- Líderes y referentes en la implantación de estrategias comerciales con posicionamientos y comunicación en el punto de venta en tiempos hasta ahora desconocidos en el sector.



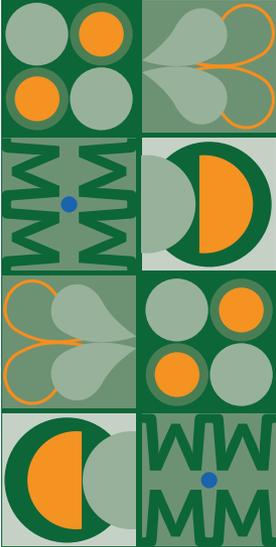
8.1 Infraestructura

- Delegaciones estratégicamente situadas en Madrid, Barcelona y Murcia
- Planta de envasado propia
- Capacidad para más de 8.000 palets
- Red de distribución propia





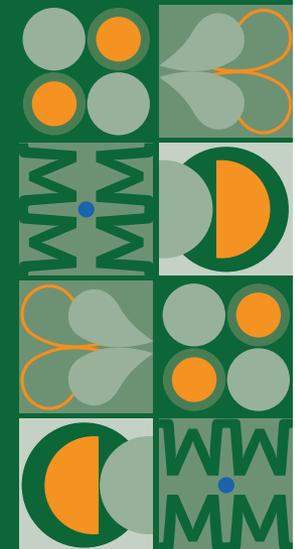
• Madrid 4000 Palets



8.3 Barcelona



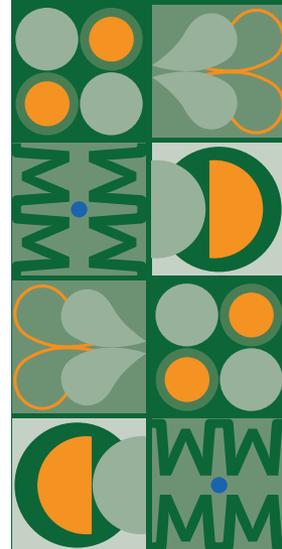
- Barcelona 3500 Palets



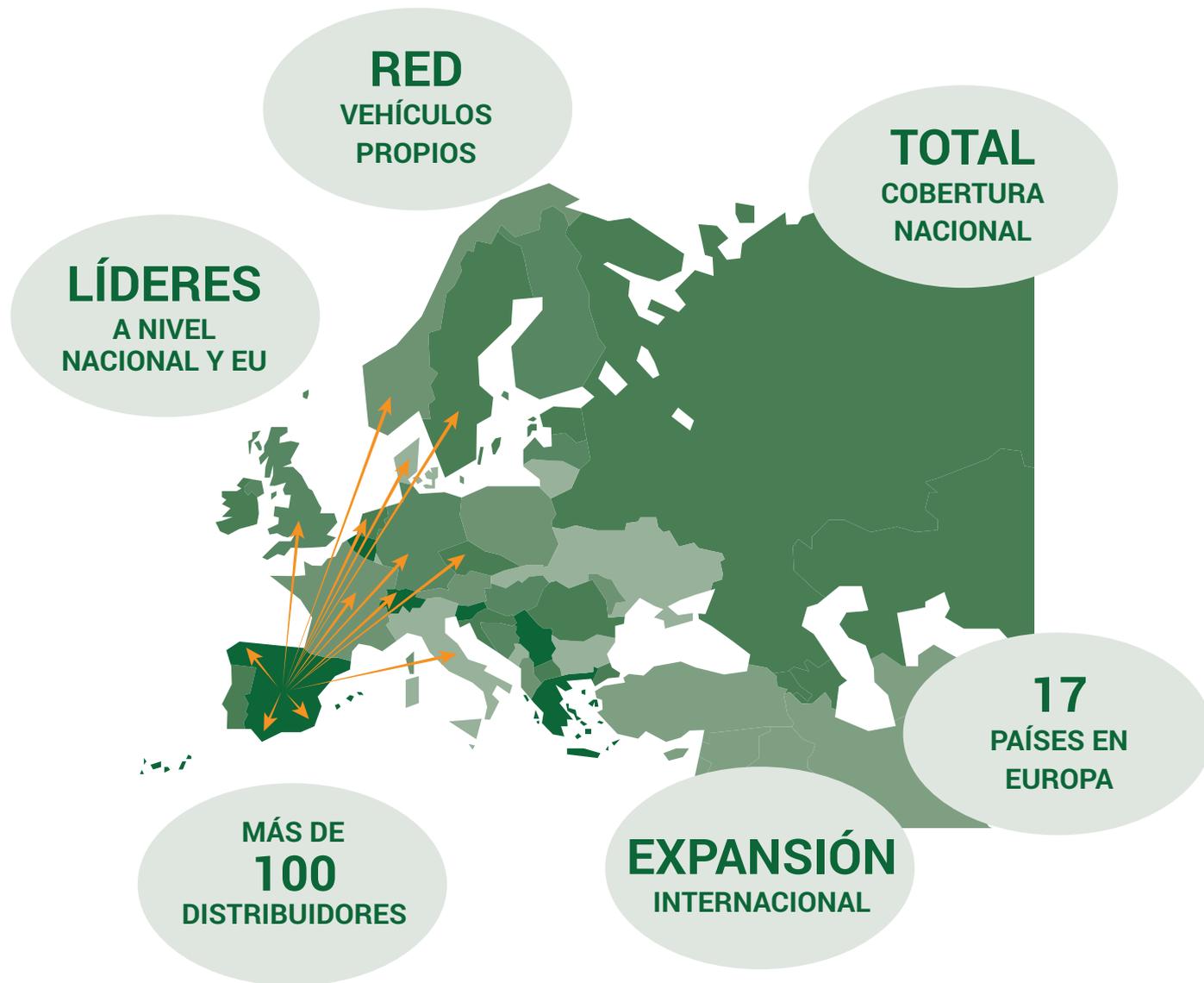
8.4 Murcia



- Murcia 300 Palets



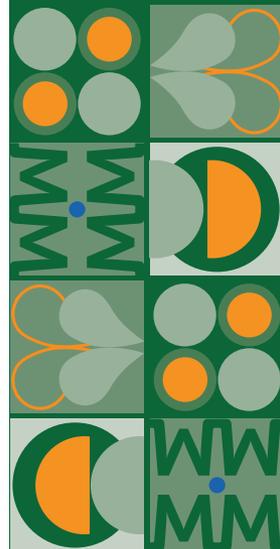
8.5 Red de Distribución



9.1 Trade Marketing



9. Acciones de Marketing



9.2 Catálogos

GRUPO **Mérica** FOODS

25 Años rompiendo fronteras en el sector de la alimentación

OS ESPERAMOS EN: **4 - 7 ABRIL 2022**

A Alimentaria PALACIO PABELLÓN 2, NIVEL 0, CALLE B, STAND 400 BARCELONA - RECINTO GRAN VIA

GRUPO **Mérica** FOODS

Regala Felicidad

SOL DEL CUSCO

Agua de Coco

Tesoros Naturales

Energía, Hidratación, Saludable

Agua de Coco 100% Natural

Sustitutivo natural Bebidas deportivas

GRUPO **Mérica** FOODS

MADRID: 91 694 99 18 • TOLEDO: 925 537 612
 BARCELONA: 93 336 99 07 • MURCIA: 655 934 974
 VALENCIA: 699 367 301
www.mericafoods.com
 SIGUENOS EN:

9.3 Eventos - Alimentaria



"Stand" de Naturandina América Import en Alimentaria 2010



"Stand" de Naturandina América Import en Alimentaria 2012



Alimentaria 2018

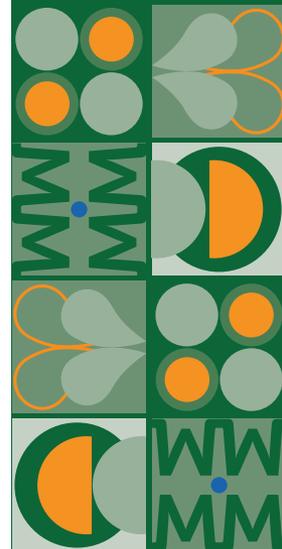
Salón Internacional de Alimentación, Bebidas & Food Service



"Stand" de Naturandina América Import en Alimentaria 2014



"Stand" de Mérica Foods en Alimentaria 2016



9.4 Cruz Roja y Premios CCPE

Grupo Mérica Foods siempre está presente en coloquios, presentaciones, seminarios o cursos donde se pueda colaborar socialmente y aportar nuestra visión de negocio.



Jhony Guevara Mesa de Dialogo Cruz Roja Española 2009



Jhony Guevara Mesa de Dialogo Cruz Roja Española 2010



Jhony Guevara premiado por la Camara de Comercio Peruano Española

9.5 Foro Alianza del Pacífico 2019

Grupo Mérica Foods fue invitado al Foro de la Alianza del Pacífico celebrado el pasado 30 de Octubre de 2019. El Foro se celebró bajo el lema “El futuro de la Alianza del Pacífico: Visión sobre las pymes en los países miembros y observadores y sus organizaciones empresariales.



Jhony Guevara saludando a su Majestad El Rey en la Audiencia en el Palacio de la Zarzuela.



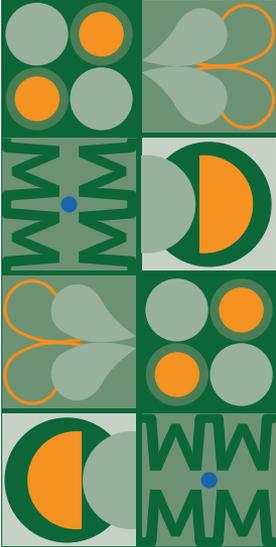
Audiencia de Su Majestad El Rey en el Palacio de la Zarzuela en ocasión del Foro de la Alianza del Pacífico 2019



Jhony Guevara Ponencia Foro de la Alianza del Pacífico 2019.



*Al hacer click en Play se les redirigirá a nuestro canal de YouTube donde podrán ver el vídeo. (Se recomienda tener el explorador a utilizar actualizado a su última versión para que no haya problemas en el visionado del vídeo).



10.1 Videos Corporativos Merica Foods y Tesoro Natural

Para poder reproducirlos hagan click en el botón de PLAY correspondiente*



*Al hacer click en Play se les redirigirá a nuestro canal de YouTube donde podrán ver el vídeo. (Se recomienda tener el explorador a utilizar actualizado a su última versión para que no haya problemas en el visionado del vídeo).

Reunirse en equipo es el **principio**, mantenerse en equipo es el **progreso**, trabajar en equipo asegura el **éxito**.

Henry Ford (1863-1947)

GRUPO
Mérica
FOODS

www.mericafoods.com

Atención al cliente: 900 293 351

in | Grupo Mérica Foods

MADRID 91 694 99 18 • BARCELONA 93 336 99 07 • MURCIA 655 934 974 • VALENCIA 699 367 301