

La pandemia del covid-19 ha creado nuevas oportunidades y desafíos para los proveedores de productos frescos, y las empresas minoristas en línea y de entrega a domicilio(delivery) que experimentaron alzas en sus ventas en 2020.

En una sesión titulada New Routes to Market, Tilman Eichstaedt de HelloFresh dijo que creía que la pandemia tendría una influencia duradera en la forma en que vivimos y trabajamos.

“El trabajo flexible y el aumento de la comida a domicilio han creado más espacio en el mercado para las empresas de reparto a domicilio”, indicó.

Eichstaedt explicó cómo HelloFresh había tenido que expandir significativamente su red de proveedores en el último año para hacer frente al aumento de la demanda de Covid.

El experto comentó “que la compañía había recurrido a la capacidad latente en el canal de servicio de alimentos durante el cierre para permitirle escalar rápida y exitosamente su cadena de suministro para satisfacer la demanda adicional”.

## **Enfoque en el futuro**

“El enfoque en el futuro estaría en hacer que la cadena de suministro sea lo más ajustada posible desde la granja hasta la mesa, señaló Eichstaedt.

Tilman Eichstaedt dijo: “Tratamos de ser lo más regional y local posible en nuestras compras: cuanto más fresco es el producto y más rápido podemos llevarlo a nuestros clientes, mejor sabe”.

“Siempre estamos buscando soluciones innovadoras para hacer que nuestra cadena de suministro sea lo más eficiente posible. Nuestro objetivo es encontrar socios para cultivar productos según nuestras especificaciones y entregarlos cuando los necesitemos”, agregó

## **Impulso a una mayor sostenibilidad**

Eichstaedt dijo que el impulso hacia una mayor sostenibilidad también ofrecía muchas oportunidades excelentes a los proveedores para diferenciar su oferta.

“Necesitamos poder convencer al cliente de que este es un producto superior, ya sea por el sabor, porque requiere menos agua para crecer, o por cualquier otra razón”, dijo.

La sesión también escuchó al dúo holandés Ron Simpson y Julien Zaal, quienes están listos

para abrir varias sucursales nuevas de su restaurante con temática de aguacate, The Avocado Show, en los próximos meses.

El restaurante continúa su expansión europea a pesar de los desafíos del Covid-19, habiendo abierto recientemente su última sucursal en Madrid.

“Ha sido toda una aventura abrirnos en estos tiempos desafiantes en diferentes culturas y países, y hemos pasado por muchas cosas juntos en los últimos 10 meses para llegar a donde estamos hoy: finalmente abiertos”, dijo Zaal.