

El modelo Farmidable de consumo sostenible continúa su crecimiento

La empresa ha lanzado una nueva ronda de financiación de 200k€ en Adventureros. El próximo miércoles 3 de abril se celebrará un Demo Day para inversores interesados

Pocas veces tiene uno la oportunidad de encontrarse con emprendedores “de letras” en el ámbito de empresas tecnológicas y de alto crecimiento. Pablo Stürzer (psicólogo industrial) y Alberto Palacios (licenciado en Ciencias políticas por la UCM y Máster en Marketing por ESIC) han montado un proyecto puramente representativo de la nueva ola en el mundo del capital riesgo, conocida como Impact Investing.

“La industria alimenticia tiene una huella ecológica enorme en la que los alimentos fuera de temporada y sobre todo el transporte juegan un papel fundamental. Además, los pequeños productores locales, que intentan producir alimentos de manera sostenible, han quedado fuera de la cadena de distribución de los grandes supermercados. Venden en su pueblo, en el pueblo de al lado y poco más”.

De ahí nace Farmidable, la plataforma que conecta a productores locales con los consumidores de la zona.

Con una impresionante tasa de conversión online del 8%, en 2018 Farmidable dobló con creces el total de pedidos (134% más) y aumentó en un 33% el gasto de los usuarios por compra, consiguiendo además que los usuarios que realizaron una compra en el momento de registrarse en la plataforma creciera en un 60%. En otras palabras, sus métricas muestran que los consumidores se identifican con las inquietudes a las que Farmidable da respuesta.

¿Cómo funciona? “Pues como un nuevo modelo de distribución basado en la compra de proximidad a través de nuestra web o app”, explica Pablo. “Farmidable tiene un centro logístico al que los productores locales envían sus productos en función de las compras que se hacen en la plataforma, y desde ahí distribuimos los pedidos”.

No obstante, aclara que Farmidable es también una extensión de los grupos de consumo de los que ambos han formado parte durante años. “Un grupo de consumo son diez o doce personas que tratan de coordinarse para realizar compras a los productores locales de la zona. Los grupos de consumo se organizan a través de alguien que coordina con una tabla excel y a veces la persona se pone mala, se equivoca, se va de vacaciones... Es decir, que con frecuencia suponen quebraderos de cabeza e incomodidad para el consumidor”. Por eso Farmidable ofrece la compra en línea y se basa en comunidades de consumo naturales ya existentes, que facilitan que los usuarios recojan su compra en un lugar conveniente. “Lo habitual es el colegio de los niños o el lugar de trabajo, así además de realizar una compra de proximidad ahorras tiempo y emites menos CO2”.

“El impacto social forma parte de todo lo que hacemos” explica Alberto. “Con Farmidable no sólo creamos puestos de trabajo, sino que buscamos a personas en riesgo de exclusión que puedan realizarlos. También tratamos de que nuestros medios de transporte sean lo más sostenibles posible, y así hacemos con todo”. Los productores locales con los que trabaja Farmidable han podido vender casi 150 toneladas de productos ecológicos y de proximidad a través de la plataforma, y en el último año han visto crecer en un 40% los ingresos generados a través de Farmidable.

No es por nada que el Banco Europeo de Inversiones nombrara a Farmidable entre las diez mejores startups de impacto europeas. Farmidable es también la primera empresa española dedicada a la entrega de productos de alimentación local a la que se le otorga la certificación B-Corp, que garantiza unos altos estándares de rendimiento empresarial, impacto social y respeto por el medio ambiente.

Alberto explica en detalle la relación que se ha desarrollado durante décadas entre consumidores y grandes distribuidores de alimentación: “Los consumidores demandamos y los supermercados quieren ofrecernos productos naturales lo más baratos posible, agradables a la vista y que resistan mucho tiempo en la nevera. Pero lo que aparentemente podría parecer un círculo virtuoso es en realidad un círculo vicioso.

La cadena de producción que requiere producir cada vez más barato, cada vez más bonito, cada vez más disponible, está generando globalmente millones de toneladas de CO₂ que, sencillamente, no tienen sentido. El supermercado ha terminado convirtiéndose en una especie de burbuja de cristal donde cada fruta es estéticamente perfecta, pero tiene mucho de espejismo. La fruta en el mundo real, el que podemos permitirnos y en el que nuestros hijos podrían vivir, no es perfecta”.

Por eso, repiten, “para nada se trata de ser antisistema, sino de ser coherentes con la realidad de nuestro planeta, de ser realmente racionales”. La empresa ha desarrollado internamente la tecnología que empareja los pedidos, los distintos proveedores, el transporte necesario y los puntos de entrega; lo cual, “junto con la red adecuada de productores locales abre las puertas a una rápida escalabilidad”. Farmidable opera por el momento en Madrid y Barcelona, mientras prepara aperturas en nuevas ciudades de España a lo largo de 2019.

Pablo, que es emprendedor en serie (blablweb, motovitae y agendit además de las dos empresas fundadas con Alberto), enfatiza: “el modelo es altamente escalable, aunque antes de replicarlo en otros países se trata de consolidar el proyecto en las principales ciudades de España”. Para ello están recaudando 200.000 euros en la plataforma de inversión Adventureros PFP, tras una financiación previa de 340.000 euros que se destinó a desarrollar la tecnología y validar las operaciones.

Pocas veces se encuentra uno con un cruce de competencias, experiencia y profundidad de perspectiva tan afortunado como el que se da en Farmidable, con el potencial de cambiar la gigantesca industria alimenticia, como lo indica la adquisición del portal ecológico online Planeta Huerto por Carrefour. “Afortunados, sin duda”, dicen, “pero lo trabajamos mucho. Por nuestros hijos, sobre todo, pero que la satisfacción de nuestro consumidores o que nuestros colaboradores y empleados se sientan agradecidos, no nos sienta nada mal”.

Los inversores interesados en saber más de Farmidable podrán escuchar de primera mano a los emprendedores en el próximo Demo Day de Adventureros, el día 3 de abril en Madrid. Para asistir al encuentro es imprescindible reservar invitación en <https://www.adventureros.es/demoday>

Datos de contacto:

Guillermo Prieto
+34 91 193 00 61

Nota de prensa publicada en: [Madrid, por Javier Coca](#)

Categorías: [Nutrición](#) [Franquicias](#) [Industria Alimentaria](#) [Emprendedores](#) [Logística](#) [E-Commerce](#) [Consumo](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>