Meléndez: innovar es volver al origen

En Patatas Meléndez tienen un objetivo claro: continuar con el crecimiento para seguir liderando el sector de la patata en España; creciendo en productos, en instalaciones y en líneas de negocio. Así, con el objetivo de promocionar su marca estarán estos días en Fruit Attraction, donde podrá visitarse su stand en el Pabellón 10 Stand 10D10.

La compañía, con una cuota de mercado del 19,7%, afronta nuevos retos para consolidar su liderazgo con la meta de cerrar el ejercicio 2019 con una cifra de negocio cercana a los 85 millones de euros.

- 180 millones kg comercializados
- 19,1 % de cuota de mercado
- Cerca de 85 millones € de facturación
- 250 trabajadores
- 000 m^2 de instalaciones

Profesionalización del sector agrario

Meléndez ha contribuido a la profesionalización del sector de la patata trabajando con más de 400 agricultores a los que aconseja sobre las variedades más demandadas. En su Plan Agrario apuesta por el control del cultivo a través de productores integrados. Según Javier Meléndez, CEO de la compañía, “hace falta rigor técnico y científico para asegurar la trazabilidad perfecta en todos nuestros procesos y es en lo que diariamente trabaja el equipo técnico y de calidad, un tándem perfecto con el agricultor para llevar el mejor producto del campo a la mesa”.

Nuevas y mejores instalaciones

Patatas Meléndez continúa con una proyección imparable, ampliando sus instalaciones con la construcción de una nueva planta de más de 20.000 m^2. Está prevista una inversión de más de 15 millones de € y contará con la tecnología de última generación y la robótica más avanzada. Serán las instalaciones de patatas más modernas de Europa y la intención es inaugurarla en 2021.

Productos innovadores

En Patatas Meléndez la innovación es el camino para el éxito. El origen y la innovación son los pilares básicos de la compañía, tanto en procesos de cultivo como en la dotación de infraestructuras modernas y eficientes, para poner en la mesa de los consumidores una patata de excelente calidad los 365 días del año.

Este carácter innovador les ha llevado a diversificar su gama de productos y desarrollar una nueva línea de patata fresca 'Ready to go' que lanzó el pasado mes de mayo y que está posicionándose con éxito en la distribución española.

Se trata de su nueva línea PaTapas, patatas para cocer al vapor y en microondas, una variedad de calibre pequeño, óptima para este uso culinario. Un plato gourmet visualmente atractivo y práctico que permite una cocción perfecta manteniendo todo su sabor.

Las PaTapas se acompañan de 6 salsa diferentes.

Necesidades de los consumidores

La estrategia de Meléndez se centra en mejorar todos los procesos y estar atentos a los cambios del mercado con el fin de hacer crecer la categoría y ofrecer al consumidor alternativas sanas y fáciles de preparar.

Según su directivo "vamos a presentar innovaciones que apuestan por la salud y por hacerla compatible con el placer que supone saborear una buena patata o un buen boniato: asadas, al grill, con verduras... Esa es nuestra nueva apuesta tras la línea microondable. Nuestro objetivo con el desarrollo de esta gama de productos es consolidar el mercado nacional y abrirnos a los mercados globales".

Protección del medio ambiente

La compañía tiene una preocupación constante por el medio ambiente, algo que pasa por reducir el uso de plásticos. En este sentido, Meléndez tiene como estrategia de cara a los próximo tres años, la reducción del plástico en al menos un 20%. Y en ello ya están trabajando, en el lanzamiento de una bolsa compostable, única en el sector.

Presencia en Mercamadrid

Meléndez acaba de inaugurar dos puntos de venta en Mercamadrid para estar presente en el mercado de frutas y hortalizas más importante de España, además de ser un punto logístico clave que va a permitir una distribución capilar para el canal HORECA y el mercado minorista. El Meléndez Market, tal como se va a llamar su nueva línea de negocio, supondrá una lanzadera

desde la que ofrecer nuevos productos y reforzar su imagen de calidad. La intención de la compañía es abrir otros puestos en el resto de principales mercados centrales de abastos españoles.