Meléndez: la digitalización al servicio de la trazabilidad de la patata

Innovación, sostenibilidad y adecuación a las demandas del consumidor son los puntales sobre los que Patatas Meléndez quiere consolidar su liderazgo indiscutible en patata fresca en nuestro país. En 2022 abrirá la planta más moderna del mundo.

elEconomista VALLADOLID

Patatas Meléndez, empresa castellana y leonesa dedicada al sector de la patata, alcanzó, el pasado año, una facturación de 104 millones de euros, lo que supone un incremento del 17%. Esta empresa, que en la actualidad alcanza el 20% de la cuota de mercado nacional, mantiene en los últimos años un crecimiento constante de las ventas, duplicando su facturación en los últimos cinco años.

Este incremento económico se debe, como ha explicado su CEO, Javier Meléndez, a *elEconomista,* al mayor consumo de patata por la pandemia y al aumento de la cartera de clientes dado que en los últimos años se han potenciado los estándares de calidad.

En el terreno laboral esta empresa continúa con su apuesta por el medio rural y el entorno en el que está asentada. La mayor parte de sus profesionales proceden de municipios del entorno de Medina del Campo, lo que supone una apuesta por frenar la despoblación.

La clave de esta evolución de Meléndez radica como ha explicado su CEO a que se ha adaptado a la demanda de los consumidores tanto el producto, apostando por la patata fresca nacional, como los formatos de compra y los canales de venta".

Todos los eslabones de la cadena de valor de este producto, como ha señalado Meléndez, han comprendido las bondades desde el punto de vista nutricional y las oportunidades que ofrece culinariamente la patata fresca y recién cosechada. El propio consumidor, como ha señalado el CEO de la sociedad castellana y leonesa, está apostando por este producto al ser fresco, natural, y nacional. "Con la patata fresca la sociedad es consciente que está apoyando su territorio y su futuro. Por un lado se benefician de la venta los agricultores de España, y con la patata nueva se apuesta por una mejora del medio ambiente al reducirse los desplazamientos del producto lo que reduce las emisiones de CO2 y con ello la huella de carbono".

Para obtener patata de origen nacional durante todo el año, Patatas Meléndez ha hecho un gran esfuerzo de I+D+I que le ha permitido obtener dos cosechas en determinadas zonas del territorio nacional cuya climatología lo permite.

La empresa vallisoletana líder en el sector de la patata fresca ha adecuado además sus formatos ofreciendo bolsas más manejables -como los nuevos envases de 3 kg- y nuevos canales de venta, apostando por vender todos sus productos vía online a través de su página web.

El consumidor actual también ha cambiado su forma de vida y sus hábitos alimenticios. Actualmente prefiere métodos que le permitan cocinar la patata de una forma más rápida pero sin que se pierdan sus propiedades y el sabor. En esa línea se enmarcan los productos de IV y V gama lanzados por Meléndez como la línea Microondable, en la que se ofrece una patata fresca con un método de cocción rápido y que a la vez, mantiene las características organolépticas del producto.

"Seguimos trabajando en introducir nuevos productos, como el boniato que está siendo demandado cada vez en mayor medida por los consumidores. En Meléndez tenemos una auténtica vocación por diversificar e innovar en nuestras propuestas al mercado. También apostamos por productos innovadores que ofrezcan a los consumidores nuevas alternativas de consumo, como platos de patatas con verduras, que se preparan en tan sólo unos minutos y que son compatibles con una dieta equilibrada", ha asegurado Javier Meléndez.

Javier Meléndez, CEO de Patatas Meléndez. EE

La nueva planta de Medina del Campo. EE

Digitalización

En consonancia con las nuevas demandas del consumidor del siglo XXI, que exige un mayor conocimiento del producto que consume desde el punto de vista de la seguridad alimentaria, Patatas Meléndez ha incrementado, en los últimos años, los controles, las certificaciones, los análisis en campo y el seguimiento del cultivo. Precisamente, este año recibía el sello 'GRASP para las Prácticas Sociales', una nueva certificación internacional que ofrece salud y seguridad para los consumidores y bienestar a los trabajadores.

En este camino, la empresa castellana y leonesa lleva inmersa, desde el pasado año 2020, en un proceso de digitalización global de toda la actividad, desde el origen hasta que las patatas llegan a los lineales de la distribución. Este Proyecto, con una inversión total de 32 millones de euros, implica la digitalización del cultivo, el uso de energía verde y la reducción del uso de plásticos en los envases y embalajes así como un uso eficiente del agua, reduciendo la huella hídrica.

Este proceso de digitalización comprende, como principal actuación, la construcción de una nueva planta 4.0. Las obras se encuentran en un estado muy avanzado y permitirán disponer, desde el último trimestre de 2022, de la fábrica más moderna del mundo. En estas nuevas instalaciones las patatas será procesadas y seleccionadas como la fruta más frágil, incorporando la mejor tecnología disponible, desde la Inteligencia Artificial, con procesos de *'Machine Learning'* e *'Internet of things'*.

"Todo este proceso va encaminado a llevar al consumidor la mejor patata con la máxima calidad. Supondrá un salto cualitativo del máximo nivel para ofrecer a los consumidores solo y exclusivamente las mejores patatas. Cuando la patata sea Meléndez será siempre la mejor", ha destacado el CEO de la empresa.

Sostenibilidad

La empresa vallisoletana, como ha destacado Javier Meléndez, tiene en su ADN el cuidado y respeto del medio natural. Esa idiosincrasia unida a que el actual consumidor realiza un consumo consciente y responsable, es decir, la elección de productos y servicios no solo en base a su calidad y precio, sino por su impacto ambiental y social, han motivado que la empresa venga realizando, en los últimos años, cambios en materia de sostenibilidad.

En la actualidad la empresa castellana y leonesa está trabajando en el desarrollo de una infraestructura de autoconsumo eléctrico basado en fuentes de energía renovables. El objetivo es, cuando la nueva fábrica esté en funcionamiento, alcanzar los 22.000m2 de placas fotovoltaicas de última generación lo que supondrá el 40% del consumo energético de la fábrica.