

© Publicaciones Alimarket, S.A. Queda prohibida la reproducción total o parcial de este contenido -incluida la reproducción del mismo en RRSS- sin que haya una autorización explícita por parte de Alimarket.

Alimarket
Cuestión de confianza

'El Navarrico', al abordaje de tres nuevas líneas de negocio

Noticias de Alimentación > [Conservas Vegetales](#) | 25/01/2024 | MARTA CASTILLO



José Salcedo Soria, compañía especializada en conservas vegetales más conocida por su marca 'El Navarrico', aborda este año un **ambicioso programa de diversificación, en tres líneas de negocio diferentes**: caldos, platos preparados y salsas.

Para poner en marcha este triple proyecto, la compañía navarra, con instalaciones de 15.000 m² de superficie en la localidad de San Adrián y más de medio centenar de trabajadores en plantilla, ha **invertido del orden de 600.000 € en 2023**, para nuevas líneas de producción, y **destinará otros 400.000 € este año** para optimizar las líneas y digitalizar procesos. Parte de la inversión se destina también a un plan de Economía Circular, dirigido a ganar eficiencia, y para acciones de marketing y comunicación

Se trata de un aterrizaje, como hemos señalado, en tres vertientes diferenciadas, todas ellas bajo su marca 'El Navarrico'. Así, próximamente pondrá en el mercado una familia de caldos tradicionales, integrada por un caldo de cocido, otro de pollo y un fumet de pescado, en envase de 785 ml y que pone de relevancia su carácter tradicional y natural.

Ya en marzo, tiene previsto entrar en platos preparados ambiente, a base de legumbres y verduras, con recetas también tradicionales "y nutricionalmente completas". Se presentarán en bandejas microondables, de 340 gr, listas para calentar y consumir.

Finalmente, está desarrollando una línea de emulsionados (ali-oli y mayonesas, entre otros) de calidad, en envase de vidrio de 212 ml.

Crece un 10% en 2023

José Salcedo Soria ha conseguido terminar el ejercicio 2023 con un **incremento de su facturación del orden del 10%, hasta alcanzar los 9,4 M€**, de los cuáles unos 2 M procedieron de las exportaciones. Sus principales mercados de destino son Reino Unido, EE.UU. y Alemania, los cuáles cree que seguirán evolucionando de forma positiva "sobre todo para productos de valor añadido".

En el mercado nacional, la compañía ha **impulsado su posicionamiento en el canal de la gran distribución**, que ya representa el 55% de su cifra de negocio (frente al 34% de tiendas tradicionales y el 11% de la hostelería).

De hecho, ha incrementado presencia tanto con marcas propias ('El Navarrico', 'Monjardín Orgánico' y 'Auzolán', estas dos últimas para conservas procedentes de agricultura ecológica), en cadenas como El Club del Gourmet de El Corte Inglés, Costco y Eroski; como con MDD, que en 2023 ha llegado a representar el 35% del total (frente al 30% del año 2022), para establecimientos como el ya mencionado ECI, Aldi y Mercadona.

Alimarket

Cuestión de confianza

© Publicaciones Alimarket, S.A. Queda prohibida la reproducción total o parcial de este contenido -incluida la reproducción del mismo en RRSS- sin que haya una autorización explícita por parte de Alimarket.