

Servicio y competitividad

Nuestros productos llegan a más de cinco millones de hogares de España y a cientos de miles de Europa y el resto del mundo

Somos plenamente conscientes de que no existe proyecto empresarial exitoso sin una orientación completa a nuestros clientes. Es el principio de nuestro negocio y por ello nos esforzamos en identificar y definir claramente a aquellos que compran nuestros productos, a los que los consumen y a los que nos distribuyen. Así podremos ofrecerles el mejor producto siempre con la mayor competitividad y el mejor servicio.

Nuestra flexibilidad y el alto grado de excelencia de nuestros equipos nos han servido para adaptarnos a los cambios de necesidades y gustos de los consumidores a nivel nacional e internacional. Por ello, estamos presentes ya en más de cinco

millones de hogares de España y en cientos de miles de Europa y el resto del mundo. En España, hemos alcanzado más de un 40% de cuota en el segmento de IV gama y tenemos un 58% del mercado en los productos de formato *pouch*. Nuestra trayectoria nos avala, la elección día a día de los consumidores, también.

El compromiso y la entrega con nuestros clientes es máximo. Gracias a ellos somos más fuertes y competitivos. Así, uniendo la máxima calidad y el conocimiento de los gustos y tendencias, dando un servicio garantizado los 365 días del año, seguimos creciendo y expandiendo nuestro negocio a nuevos canales y mercados.



LLEGAMOS A
+5M
HOGARES EN ESPAÑA

CUOTA
43%
EN IV GAMA

CUOTA
58%
EN FORMATO POUCH

SERVICIO
24h
365 DÍAS AL AÑO



José Luis Paredes, Miguel Zarco y Santiago Pozo forman parte del equipo comercial de nutrición.



Alberto Solaz, Toya Gilabert y Jean-Michel Beranger, del equipo comercial de IV gama.

Nuestras ensaladas llegan a la carta del restaurante

En nuestro afán por buscar nuevos mercados y nuevos canales de distribución, en 2017 hemos llegado con nuestros productos de IV gama al mercado HORECA, esto es, el sector de hostelería, restaurantes y cafeterías. Un amplio segmento con un gran potencial de crecimiento para nuestra compañía.

Con la reactivación del consumo fuera del hogar, en nuestro país está aumentando de forma importante el número de personas que opta por disfrutar de su ocio en un restaurante o por comer de forma saludable fuera de casa. En este contexto, nuestra apuesta por los productos frescos, sanos y saludables tiene, sin duda, mucho que ofrecer.

Dentro del surtido dirigido al canal distribución hemos adaptado nuestras recetas y formatos a cada segmento. Por un lado, los productos Sun&Vegs listos para consumir (Vegepasta, Supersaladas, Es avena! o smoothies), son ideales para venta en establecimientos como gasolineras o máquinas vending. Para el uso en hostelería, hemos creado nuevos formatos de bolsas en tamaño grande y formato industrial, como por ejemplo los mix de ensalada de 500 gramos o un kilo.

A nivel logístico, la distribución geográfica de nuestros centros de producción nos permite responder a la agilidad que exige este nuevo mercado. Desde nuestras plantas podemos entregar producto en menos de 24 horas al 90% de capitales de provincia, incluida las siete Islas del archipiélago canario.



Llegamos en 24 horas al 90 % de las capitales de nuestro país

La prioridad actualmente es continuar creciendo por dos vías. En primer lugar, de la mano de los grandes distribuidores, que se conviertan en aliados para llegar a los pequeños o medianos locales independientes. Y en segundo lugar, conseguir alianzas estratégicas con grupos empresariales especialistas en restauración, que disponen de centros y locales propios, con implantación a nivel nacional.

Los primeros proyectos ya están en marcha desde finales de 2017. El equipo comercial está ya trabajando para generar negocio a través de este nuevo canal de distribución.

Portugal, un aterrizaje con éxito

En 2017 hemos aterrizado en el mercado portugués con nuestro surtido de listos para consumir. Para nuestra entrada en el país vecino, hemos apostado por la marca Sun&Vegs y los productos más innovadores de IV y V gama, como nuestros Platos Micro, las Supersalads o el "Tabulé" y "Quinoa". La llegada de Sun&Vegs a los supermercados se ha hecho de forma paulatina, con un primer lanzamiento en 50 tiendas en el mes de octubre, y que durante 2018 se extenderá a todo el país.

Una marca con personalidad propia

La llegada al mercado luso ha venido acompañada por un nuevo diseño para todos nuestros envases y la adaptación de los mensajes y nombres de cada producto Sun&Vegs a la identidad portuguesa. El nuevo diseño del packaging ha querido reflejar la imagen de los campos donde crecen nuestros vegetales, en un plano visualizado desde el aire. Los nombres de las nuevas referencias recogen la esencia joven, dinámica y en tendencia de nuestros productos: desde las supersalads "Fresco&Frasco", a las ensaladas en vaso "Grão&Grão" o los platos micro "Quente&Boa".

Con motivo del lanzamiento, se ha realizado una importante campaña de comunicación para dar a conocer nuestros productos a los consumidores portugueses. En ella, se ha hecho especial hincapié en los valores que definen nuestra marca: frescos, sanos, optimistas, innovación, pasión y excelencia. Bajo el slogan "O pronto a comer. Agora, em bom" (Lo listo para consumir. Ahora, en bueno), la marca llegó a los consumidores objetivo a través de acciones como degustaciones y decoración de

lineales en los propios supermercados, y con la entrega de muestras de producto en las principales estaciones de metro de Lisboa.

Dentro de la estrategia para dar a conocer la marca, se ha lanzado un website y perfiles en redes sociales donde se incluyen pequeñas historias que reflejan nuestros valores: calidad, innovación y tendencias.



Primeras referencias de Sun&Vegs en Portugal.

Un mercado con apetito por lo saludable

El mercado portugués tiene un gran potencial para nosotros como compañía por su cercanía geográfica y también por los lazos culturales e históricos. Formado por 10 millones de personas, los hábitos de consumo de su población están alineados a los valores Sun&Vegs. De hecho, según estudios recientes, el 45 % de los consumidores lusos asegura tener "hábitos saludables". Siendo así, nuestro objetivo es claro: en Portugal también queremos convertirnos en la empresa de productos fresco y sano preferida por los consumidores.



El lanzamiento de la marca ha venido acompañado de una importante campaña de comunicación más allá del punto de venta.



Nuestros clientes

La unión de la máxima calidad, junto con el servicio garantizado los 365 días del año y la garantía de la mayor eficiencia y competitividad del mercado, nos permite seguir creciendo y expandir nuestro negocio a nuevos territorios. Durante este ejercicio hemos continuado con nuestra expansión internacional, llegando a suministrar nuestros productos a más de 30 clientes en 20 países.

En 2017, el 29% de nuestras ventas de la unidad agrícola se han destinado a mercados internacionales. En el área de nutrición, las ventas internacionales alcanzan ya el 20% de nuestra facturación, un claro ejemplo de compromiso con nuestros clientes que nos hacen ser más fuertes y competitivos de cara al futuro.

