

**GOURMET.** Se trata de una nueva serie de aceitunas que ofrece un salto de calidad, desde la materia prima al 'packaging'

## Zambudio celebra 50 años con la nueva gama Serie Oro

**MADRID**

**Lydia Martín.** Desde los años 70 lleva Aceitunas Zambudio trabajando en torno a una máxima: el sabor y la calidad. Tan fieles han sido a estos valores que este año la empresa familiar cumple medio siglo de vida, con una segunda generación al frente que se mantiene fiel al origen de la empresa y proyecta su modo de entender este producto por todo el mundo.

Aceitunas Zambudio es una empresa dedicada exclusivamente a la elaboración, aderezo y fabricado de aceitunas y encurtidos, productos muy arraigados en el país, en distintos formatos de hojalata, cristal y plástico. Ahora, con motivo de su 50 aniversario y aprovechando Salón Gourmets, la empresa ha presentado la Serie Oro, una nueva gama en formato retail de 350 gramos con un salto más

de calidad y tamaño de producto, tanto en la selección de la materia prima como en un 'packaging' más gourmet, siendo diferente al resto de su catálogo. «Son variedades con más calibre y más selección, con un envoltorio que muestra una nueva imagen corporativa», indica Alejandro Zambudio Pina, CEO de Zambudio.

Son seis variedades las que se encuentran en esta serie: Manzanilla sabor anchoa, chupadeo, mojo picón, aliñada de la abuela, deshuesadas con aliño especial en aceite y cocktail en aceite. Un concepto nuevo que se suma a los más de 300 productos de su catálogo y sus más de 30 variedades de encurtidos y aceitunas.

De la feria vuelven felices a la Región: «Llevábamos bastantes años sin venir y no nos esperábamos que se hubiera profesionalizado tanto



Pablo Viglione, María Capel y Alejandro Zambudio en su stand. L. Martín / EFO



La nueva gama Serie Oro que ha lanzado al mercado. L. Martín / EFO

esta feria, y estamos muy contentos con buenas sensaciones», indica el CEO, que apunta a nuevos contactos de exportación gracias a la feria y nuevos pedidos. En torno a su nueva serie de aceitunas,

considera que puede llegar «a un mercado gourmet en constante crecimiento», reforzando el mercado nacional tras la buena visión de marca y producto que le han transmitido en este evento.

### Crecimiento constante

Alejandro Zambudio señala que en estos 50 años la empresa ha estado creciendo de forma constante, lo que le ha llevado a exportar a más de 20 países. En los últimos seis años, la compañía ha doblado su facturación. «Es muy positivo y tenemos muchas ganas de seguir creciendo y apostando por el valor y la calidad del producto, así como por el trabajo bien hecho, dando buen servicio a los clientes y creciendo más en la exportación año tras año, abriendo campo y sin perder un buen mercado nacional que tenemos», indica.