

El Pozo Alimentación crece en su 70 aniversario un 8,5 por ciento en facturación hasta los 1.804,3 millones de euros

La compañía impulsa su crecimiento gracias a un fuerte posicionamiento de marca y el lanzamiento de productos de alto valor añadido

10 de junio de 2024.- El Pozo Alimentación, que celebra este año su 70 aniversario crece un 8,5 por ciento en facturación hasta los 1.804,3 millones de euros en 2023. Esta evolución se debe a un notable posicionamiento de marca y a la innovación en productos de alto valor añadido.

El Pozo Alimentación ha invertido 76,5 millones de euros tanto en tangibles como intangibles. La empresa ha centrado sus esfuerzos en la investigación, formación y desarrollo de sus productos y marca. Entre los lanzamientos más importantes se encuentran la línea +PROTEÍNAS ElPozo Bienstar, con productos loncheados y semicocidos ricos en proteínas, un segmento en crecimiento donde la compañía es pionera; La Croquetería, una gama de empanados gourmet que destaca por su calidad y sabor y la marca ElPozo KING UPP, la propuesta más joven y rompedora de la compañía.

Además, la marca ElPozo, la más presente en los hogares españoles, ha renovado su imagen con el rebranding de su línea más artesana, ELPOZO 1954, incluyendo un nuevo logo, diseños, formatos y una nueva campaña de comunicación con la banda murciana Viva Suecia. La lista de embajadores de la compañía, que ya incluía al tenista Carlos Alcaraz, se ha ampliado con José Coronado para Legado Ibérico y Olga Carmona para ElPozo Bienstar.

La compañía ha llevado a cabo varios proyectos de infraestructuras, entre los más destacados se encuentran la implantación de una planta de biotecnología, la construcción de un parque fotovoltaico para autoconsumo eléctrico y la creación de un nuevo centro de congelación de carne.

La empresa, que está presente en más de 80 países y tiene como objetivo seguir aumentando su cuota exportadora y consolidarse en las áreas geográficas con más potencial, ha alcanzado este año una cifra de negocio en el exterior en torno al 20 por ciento de su facturación.



La compañía, que es una de las principales creadoras de empleo de calidad en nuestro país, cerró el ejercicio 2023 con una plantilla media de 5.159 personas. Construir un buen ambiente de trabajo es uno de los principales objetivos de la empresa para conseguir el máximo bienestar de los empleados que forma parte de su proyecto, aportándoles beneficios sociales y fomentando el deporte y los hábitos saludables dentro de la compañía.

El Pozo Alimentación, integrado en el holding Grupo Fuertes, está comprometido con un modelo empresarial coherente y respetuoso con sus grupos de interés para lograr un desarrollo plenamente sostenible, creando valor y compartiéndolo con consumidores, clientes, empleados, proveedores, sociedad en general e inversores.

El consumidor es el centro de nuestro modelo de Integración en Espiral Concéntrica, y al que denominamos CIP (Control Integral de Proceso).

Pies de fotos: Vista aérea de las instalaciones de El Pozo Alimentación

Los tres hermanos Fuertes, José, Tomás y Juana junto al embajador de la marca Carlos Alcaraz y su padre