



ElPozo Alimentación rompe la barrera de los mil millones de euros de facturación en 2016

Incrementó sus ventas al exterior en un 30 por ciento

La plantilla aumentó un 3,9 por ciento, hasta alcanzar las 4.150 personas

2 de marzo de 2017.- ElPozo Alimentación ha concluido el pasado ejercicio 2016 con una facturación de 1.041 millones de euros, lo que supone un crecimiento del 8 por ciento en relación al ejercicio anterior. Este incremento está impulsado por el significativo avance en exportación, el posicionamiento de marca y la innovación de productos de alto valor añadido, que está experimentando la empresa.

Las ventas en el exterior en valor aumentaron un 30 por ciento, hasta alcanzar los 187 millones de euros. La compañía, presente en más de 80 países, tiene como objetivo seguir aumentando su cuota exportadora y consolidarse en las áreas geográficas con más potencial para la compañía.

En concreto, ElPozo Alimentación apuesta por incrementar su presencia en el denominado grupo de países BRICS, formado por Brasil, India, China, Sudáfrica y Rusia, siempre que las condiciones de mercado lo permitan. En este sentido, ElPozo Alimentación tampoco descarta seguir avanzando en la internacionalización, implantándose en otros países junto a socios de solvencia con los que desarrollar actividades empresariales eficientes.

La plantilla media de la empresa, en su sede de Alhama de Murcia, se situó en 4.150 personas, lo que supone un incremento del 3,9 por ciento respecto a 2015. A estos puestos de trabajo directos hay que sumar más de 23.000 empleos indirectos, generados por su actividad empresarial. Estas cifras demuestran la firme apuesta de ElPozo Alimentación por crear riqueza social mediante el desarrollo de puestos de trabajo estables y de calidad.

En el plano de inversiones, éstas alcanzaron los 45 millones de euros destinados a incrementar la eficiencia e innovación en todas las áreas para reforzar su competitividad en un mercado cada día más global. ElPozo Alimentación dedica gran parte de sus recursos al desarrollo de alimentos equilibrados y nutritivos. Entre los lanzamientos más significativos del pasado ejercicio, y que en algunos casos han

supuesto una verdadera revolución en el mercado, destacan los nuevos ExtraTiernos del Chef, la gama Al Grill, la sobrasada con miel o las cremas de untar y dipear.

Para el director general adjunto de la compañía, Rafael Fuertes, "estos buenos resultados se fundamentan en nuestra orientación hacia el consumidor, que es el centro de nuestra actividad empresarial".

La marca ElPozo es la más presente en los hogares españoles, ya que cuatro de cada cinco consumen sus productos, según recoge el ranking 'Brand Footprint' elaborado por la consultora Kantar Worldpanel, el mayor estudio de marcas de gran consumo, basado en compras reales.