

Pasa a denominarse Calidad Pascual

Grupo Pascual cambia de nombre para desligarse del negocio lácteo



Tomás Pascual Gómez-Cuétara, presidente de Calidad Pascual, hoy en Madrid en la presentación de la nueva denominación del grupo.

EFE.

Calidad Pascual, la nueva denominación de Grupo Leche Pascual, “no es una empresa láctea, es una empresa enfocada a la salud y a la nutrición”, dijo ayer **Ignacio García-Cano**, consejero delegado de la compañía. El ejecutivo recordó en la presentación, en Madrid, de la nueva imagen corporativa del grupo, que el negocio lácteo supone el 56% de los ingresos totales, y las divisiones de agua, café, y soja el otro 45% restante.

Cinco marcas del grupo –**Pascual, Bezoya, Bio Frutas, Vive Soy y Mocay**– representan el 95% del negocio total. “Somos mucho más que leche”, subrayó García-Cano.

La compañía fundada por **Tomás Pascual en Aranda de Duero en 1969** finaliza el próximo año la implantación de un plan estratégico iniciado en 2008. El cambio de denominación del grupo forma parte de ese plan, como la potenciación de la presencia en el exterior de la compañía, asignatura pendiente de la empresa presidida hoy por el hijo del fundador, Tomás Pascual Gómez-Cuétara.

El cambio de denominación de la compañía sucede pocos años después de que se idearan en el mercado de la leche en España varias alternativas de fusiones para crear un gran grupo lácteo español. Grupo Pascual trató de hacerse con **Puleva** en 2010 (finalmente la adquirió el grupo francés Lactalis, por más de 600 millones); y el grupo **Capsa** (propietario de Central Lechera Asturiana) llegó a plantear una fusión con Grupo Leche Pascual.

“La base del proyecto de empresa que nació hace 45 años sigue presente pero adaptada a los momentos actuales, siempre hemos sido capaces de modificar nuestras estrategias”, declaró ayer Tomás Pascual. “Cuando mi padre constituyó la compañía, lo que quería hacer era algo que permitiera a su familia y a su región ser algo más importante y que cuando él no estuviera le trascendiera”, recordó el hijo del fundador del grupo de alimentación.

García-Cano aseguró que el objetivo del grupo es que los ingresos fuera de España lleguen a representar el 30% de la facturación total, cuando en la actualidad es sólo del 5%.

La presencia internacional de Calidad Pascual se limita a la comercialización de artículos, yogures, con socios locales en Venezuela y Filipinas. El grupo exporta artículos a 70 países, pero ahora pretende tener más presencia física en otros países.

En Venezuela –donde Pascual opera una fábrica conjunta con el grupo venezolano Polar, en la ciudad de Valencia– por ley, las compañías no pueden repatriar las inversiones, realidad que, comentó ayer Tomás Pascual, no descuadra los planes del grupo español ya que “sabíamos ya que no traeríamos ese dinero en cinco o diez años, nuestra estrategia en el país es a largo

plazo”, aseguró. El primer ejecutivo destacó el yogur que el grupo vende en Venezuela, que no es necesario guardar en frío. En Filipinas Calidad Pascual estudia levantar una fábrica.

La compañía española tratará de expandir su negocio en otros países alcanzando acuerdo con grupos locales. Tomás Pascual apuntó los mercados de África y Asia, en particular India y China como los próximos en los que querría estar presente Calidad Pascual.

“Este cambio es una evolución natural de la identidad anterior, los productos de Pascual se mantendrán como hasta ahora y gracias a esta innovación podemos expresar mejor lo que somos, una empresa familiar referente en el sector de la alimentación”, dijo Pascual.

El consejero delegado del grupo aseguró que la compañía había finalizado el pasado ejercicio con un nivel de facturación similar al de 2012, algo más de 700 millones de euros y que había cumplido con los “compromisos” adquiridos con la banca acreedora (el grupo refinanció deuda el pasado año por 300 millones). García-Cano precisó que la elaboración de los datos económicos del ejercicio 2013 todavía no se ha finalizado.

Calidad Pascual emplea a **2.300 personas, vende 200 artículos, cuenta con nueve fábricas y 26 delegaciones en España.** El grupo mantiene alianzas con empresas como **Nutrexpa, Unilever, Laboratorios Esteve, Kellogg’s** para la distribución de productos o la elaboración de nuevos artículos.

Qualianza, la filial de distribución

Calidad Pascual creó a mediados de 2013 una nueva división, **Qualianza**, que agrupa los servicios de distribución del grupo. La empresa, que empezó a operar el pasado mes de noviembre, gestiona la distribución de los artículos de su matriz, así como los de otras compañías como **Heinz, Kellogg’s, Farggi, Unicer (Pedras Salgadas) y Nutrexpa** en los canales de hostelería y alimentación tradicional. Qualianza cuenta con 27 delegaciones en España y emplea a 800 personas.

Ignacio García-Cano, consejero delegado de Calidad Pascual, comentó ayer en la presentación de la nueva imagen corporativa del grupo, que el objetivo con esta nueva división es convertirse en un “líder en la distribución en hostelería” alcanzando nuevos acuerdos con grandes compañías para distribuir sus artículos en España.