



INFORMA

## **El Pozo Alimentación crece en ventas y aumenta la inversión**

**La plantilla media alcanza los 4.896 empleados, un 6 por ciento más que en 2018**

**1 de septiembre de 2020-** El Pozo Alimentación, empresa de alimentación integrada en Grupo Fuertes cerró el ejercicio 2019 con una facturación de 1.278,78 millones de euros frente a los 1.123 millones de euros de 2018. La compañía vuelve a incrementar sus ventas y alcanza un nuevo récord en sus operaciones, con un crecimiento de la facturación de un 13,8% respecto al año pasado.

Para mejorar la eficiencia en sus procesos, la compañía realizó nuevas inversiones por valor de 73 millones de euros, un 25% más que el año anterior, destinadas a aumentar la eficacia productiva en sus instalaciones y avanzar en su estrategia basada en el talento, la creación de valor compartido, la competitividad, la innovación y la marca.

Las ventas al exterior crecieron un 38% y representan el 22% del total de la empresa. La compañía, presente en más de 80 países, tiene como objetivo seguir aumentando su cifra de exportación y consolidarse en áreas geográficas estratégicas.

El Pozo Alimentación sigue mejorando sus cifras en términos de empleo. La plantilla media de la compañía alcanzó los 4.896 empleos, un 6 por ciento más respecto al año previo. Además, genera 23.000 empleos indirectos relacionados directamente con su actividad empresarial.

La marca El Pozo es actualmente la más consumida y está presente en ocho de cada diez hogares españoles, según el último ranking 'Brand Footprint', el mayor estudio de marcas de gran consumo basado en compras reales, que la sitúa en esta posición por quinto año consecutivo.

El Pozo Alimentación tiene un compromiso con la excelencia y es pionera en alimentación saludable tanto en carnes frescas como en productos elaborados y curados, saludables y elaborados con los más altos estándares de seguridad alimentaria. Ofrece más de 1.500 referencias de alimentos innovadores, equilibrados y nutritivos para responder a las necesidades de los consumidores. Entre los lanzamientos más significativos del pasado ejercicio, destacan los nuevos

ExtraTiernos del Chef, o la gama BienStar +PRO. Además ha incorporado el Corte a Lascas, de jamón y paleta 'Legado Ibérico'; Jamón El Pozo curado en lonchas, con un 25 por ciento menos de sal, y la nueva gama de loncheados: jamón cocido, pechuga de pavo y york sándwich lonchas finas. También realiza un importante esfuerzo en investigación, trabajando en la obtención de nuevos estándares en proteína animal para la elaboración de productos cárnicos diferenciados.

Además, El Pozo Alimentación fue la primera empresa cárnica en 2019 en obtener la certificación Bienestar Animal de Interporc, la más exigente de la Unión Europea, y ha sido pionera en implantar el estricto reglamento técnico por el que se rige este distintivo, que ofrece mayor transparencia al consumidor y supone una apuesta por la sostenibilidad.

