

José Luis Saiz

CEO Y DIRECTOR GENERAL EJECUTIVO
CALIDAD PASCUAL

“Innovación,
pasión y calidad
seguirán siendo
nuestra esencia”

Tomás Pascual Sanz fundó Industrias Lácteas Pascual en 1969 al hacerse cargo de una cooperativa láctea de Aranda de Duero (Burgos) que estaba en quiebra. Hoy en día, medio siglo después, la compañía mantiene la vigencia de sus valores fundacionales, que son innovación, pasión, calidad, cercanía e integridad. “La historia de Calidad Pascual se resume en sus valores. Todas las compañías tienen valores, aunque no todas los ponen en práctica. Nosotros, en cambio, siempre los hemos intentado poner en práctica a lo largo de estos cincuenta años, aunque unas veces con más éxito y otras con menos”, afirma el consejero delegado y director general ejecutivo de la compañía, José Luis Saiz.

Cuatro años después de su génesis, en 1973, Pascual introdujo en España el envasado *tetra briky* y el proceso de uperización. “Durante estas cinco décadas, Calidad Pascual ha contribuido a que exista una sociedad mejor gracias al cuidado de la salud y la democratización de la innovación, siendo los primeros en comercializar leche de larga vida accesible para todo el mundo y leche desnatada, por ejemplo”, se congratula Saiz, quien también destaca la importancia que tienen la pasión y la calidad como estandartes de la compañía: “Siempre hemos sido punta de lanza por la pasión de nuestra gente, por las personas que trabajan en la compañía, siempre apasionadas por aportar sostenibilidad y liderazgo;



y en cuanto a la calidad, nosotros no vendemos a cualquier precio ni de cualquier forma, ya que tenemos unas líneas rojas claramente marcadas”.

INNOVACIÓN, PASIÓN Y CALIDAD

“Innovación, pasión y calidad resumen nuestra historia y van a seguir formando parte de la esencia de Calidad Pascual en el futuro”, adelanta el directivo, recalcando la apuesta que está realizando actualmente la compañía por la innovación gracias a la plataforma ‘Garaje’, concebida como una aceleradora para potenciar el trabajo colaborativo con el foco puesto en el lanzamiento de productos que fomenten la alimentación saludable.

Sobre la calidad, José Luis Saiz destaca el relanzamiento realizado en el último trimestre del pasado año de Leche Pascual, con un envase mejor, con certificación de bienestar animal... “Tenemos en

“ *QUEREMOS SER RECONOCIDOS
COMO EMPRESA QUE CONTRIBUYE
A TENER UNA MEJOR SOCIEDAD*

“ *2019 NOS PERMITIRÁ RUBRICAR
NUESTRO TERCER AÑO
CONSECUTIVO DE CRECIMIENTO*

Calidad Pascual tiene certificadas todas sus granjas en bienestar animal.



cartera más proyectos relacionados con la calidad que buscarán crear una mejor sociedad, una mejor vida de los consumidores y un planeta más sostenible”, prosigue el dirigente, al tiempo que, en clave de pasión, la compañía quiere crear entornos físicos y emocionales que permitan que los empleados ofrezcan lo mejor de sí mismos.

Preguntado José Luis Saiz sobre el papel que le gustaría que desempeñase Calidad Pascual en el futuro de la industria agroalimentaria, responde que “queremos ser reconocidos como una empresa que contribuye a tener una mejor sociedad y que es líder, que provoca un sentimiento de admiración, reconocimiento y enamoramiento, aunque no sea la que más vende”.

CRECIMIENTO

Calidad Pascual reparte sus ventas al 50% entre los canales de distribución moderna y HDC (hostelería y distribución capital), correspondiendo el 49% de la facturación a los productos lácteos, seguidos a gran distancia por Bezoya (18%) y Bifrutas (8%). “La compañía ha vuelto a crecer en 2018, lo que significa que ya llevamos dos años creciendo. Calidad Pascual ha vuelto a la senda del crecimiento, y en 2019 continuará creciendo, impulsada por el desarrollo que está teniendo nuestra leche”, se alegra Saiz, destacando que Leche Pascual volteó, en el último tercio de 2018, la tendencia descendente

que padecía durante los últimos años. “Ofrecemos una leche muy diferente a la del resto de nuestros competidores, que además está consiguiendo que la categoría ralentice el decrecimiento que sufría durante los últimos tiempos”, analiza.

Los objetivos de la compañía, para este 2019, se centran en consolidar el crecimiento con el relanzamiento de Leche Pascual, alcanzar el liderazgo nacional en valor con Bezoya en la categoría de aguas, fortalecer la marca Bifrutas, potenciar la internacionalización y reforzar la apuesta por la innovación con la plataforma ‘Garaje’. “Todo ello nos permitirá rubricar nuestro tercer año consecutivo de crecimiento”, señala José Luis Saiz.

Por otra parte, y tras el reciente acuerdo firmado con Grupo Ágora para distribuir en exclusiva la cerveza Marlen en el canal horeca, José Luis Saiz reconoce que “vamos a seguir potenciando las alianzas porque uniendo fuerzas llegamos más rápido y de manera más eficiente y ágil a nuestros clientes”. Y si este reportaje comenzaba haciendo una mención al fundador de Calidad Pascual, se cierra con su primogénito y actual presidente de la compañía, Tomás Pascual Gómez-Cuétara, rescatando una frase que pronunció en el XII aniversario del Instituto Tomás Pascual Sanz, a mediados del pasado mes de febrero: “Calidad Pascual no existiría si no tuviera valores; si somos empresa es porque compartimos valores”. ●