

CARLOS JUAN

DIRECTOR GENERAL DE VICKY FOODS

Por Álvaro Ruiz de Velasco



Foro de Marcas
Renombradas
Españolas

¿Qué significa para Vicky Foods formar parte del Foro de Marcas Renombradas?

Formar parte del Foro de Marcas Renombradas Españolas es un honor y una responsabilidad para nosotros. Este foro nos permite estar en contacto con otras marcas líderes, compartir experiencias y aprender de las mejores prácticas en el ámbito del *branding* y la internacionalización. Además, nos brinda la oportunidad de fortalecer nuestra presencia y reputación tanto a nivel nacional como internacional.

¿Qué representa la Marca España para Vicky Foods?

La Marca España es un símbolo de calidad, innovación y tradición. Para Vicky Foods, representa la oportunidad de llevar nuestros productos a mercados internacionales bajo el prestigio y la confianza que la Marca España ofrece. Nos enorgullece contribuir a la imagen positiva de España en el mundo a través de nuestros productos alimenticios, que combinan tradición y modernidad.

Desde 2023 la facturación y crecimiento del grupo ha aumentado significativamente ¿A qué atribuye los buenos resultados que está registrando la compañía?

Los buenos resultados de Vicky Foods se deben a varios factores clave. En primer lugar, nuestra estrategia de



diversificación de productos y marcas ha permitido captar nuevos segmentos de mercado. La internacionalización también ha sido una palanca fundamental, con una presencia creciente en 60 países. Y la inversión en

innovación y sostenibilidad a su vez han jugado un papel crucial, mejorando nuestros procesos y productos para satisfacer las demandas de los consumidores.

Con un gran clúster de marcas como Dulcesol, Hermanos Juan y Be Plus ¿Qué estrategias utiliza Vicky Foods para adaptarse a los cambios constantes en el mercado alimenticio?

Vicky Foods utiliza varias estrategias para adaptarse a los cambios en el mercado alimenticio. Como mencionaba antes, la innovación constante

“Nos enorgullece contribuir a la imagen positiva de España en el mundo”

en nuestros procesos y productos es esencial, buscando siempre mejorar la calidad y satisfacer las nuevas tendencias de consumo. Por otro lado, implementamos campañas de comunicación para mantenernos conectados y en la memoria con nuestros consumidores. La flexibilidad y la capacidad de respuesta rápida ante las demandas del mercado son igualmente fundamentales para nuestro éxito.

Uno de sus pilares es la sostenibilidad ¿Qué iniciativas están llevando a cabo en este ámbito?

La sostenibilidad es uno de nuestros pilares fundamentales. Estamos comprometidos con la reducción de nuestra huella de carbono mediante la instalación de placas fotovoltaicas y tecnología de cogeneración en nuestras fábricas, lo que nos permite generar energía renovable. Asimismo, hemos implementado prácticas de economía circular, como la recuperación de residuos de cartón para fabricar nuevos envases y la reducción del uso de plásticos convencionales en nuestros productos. También trabajamos en la mejora de la eficiencia energética y la reducción del consumo de agua y combustible.

¿Cuál es su visión para la empresa en los próximos cinco años a tenor de la situación internacional?

Nuestra visión para los próximos cinco años es consolidarnos como una empresa líder, innovadora y sostenible en el sector alimenticio a nivel global. Planeamos expandir nuestra presencia internacional, es-



pecialmente en mercados estratégicos como Francia, Portugal, UK y el norte de África. Continuaremos invirtiendo en innovación y sostenibilidad para ofrecer productos de mayor calidad que satisfagan las demandas

de nuestros clientes y consumidores. Además, seguiremos fortaleciendo nuestra estructura comercial y productiva para adaptarnos a los desafíos y oportunidades del mercado internacional.

“Continuaremos invirtiendo en innovación y sostenibilidad para ofrecer productos de mayor calidad que satisfagan las demandas de nuestros clientes y consumidores”