

Ibercacao endulza sus cifras de negocio con una facturación anual de 50 millones de euros



Confianza basada en la calidad

Tal y como nos explican desde Ibercacao, a partir del año 1986, se comenzaron a incluir en los envoltorios de los productos, el lema “fabricado por...”. Este mensaje daba más confianza al consumidor porque reconocía al fabricante de la marca blanca. Sin embargo, hoy en día, ya no hay dudas de si la calidad de los productos de marca de distribución es inferior, igual o superior a la de los productos de marca. “De hecho, hay muchos productos de marca de distribución o marca blanca, más valorados por el consumidor que los propios de la primera marca”, afirma Joan Romagosa.

Todo el proceso de fabricación de los productos de Ibercacao, está tutelado por el departamento de aseguramiento de calidad desde la llegada de las materias primas hasta el producto final. Cuentan con todas las certificaciones de calidad y seguridad alimentaria requeridas en su sector (IFS, BRC), pasan auditorías externas regulares por parte de sus clientes, y además, disponen de certificados de productos sostenibles (UTZ como empresa productora de cacao, que establece una cadena de suministro sostenible a nivel social, medioambiental y económico, así como RSPO, equivalente para Palma Sostenible).

La clave del éxito: la pasión por el trabajo

Ibercacao es una empresa que enfoca todos sus esfuerzos hacia la satisfacción y el servicio a sus clientes garantizando la calidad y la seguridad de sus productos. Para ello, el equipo de más de 160 profesionales que la integran (con puntas de producción en los que pueden llegar a ser 250 personas), comparten los valores de la empresa, que son la pasión por el trabajo, la seriedad, la confianza, la responsabilidad y la transparencia.

Ibercacao cree en su equipo humano como motor del crecimiento sostenido, que junto a unas instalaciones eficientes, hacen que el principal objetivo o reto de futuro marcado desde la dirección de la compañía, es poder llegar a desarrollar su capacidad al 100%.

Este crecimiento se basará en el fortalecimiento de las ventas de sus clientes actuales y en la ampliación de la presencia de la empresa en otros mercados.

Tras más de 70 años de tradición chocolatera, la unión de Chocolates Lacasa y Macao en 2010, ha posicionado a Ibercacao como una de las empresas más importantes del sector de los chocolates en España.

El chocolate es para muchos un pecado y para otros, un placer. Un alimento con legiones de seguidores, que se puede degustar en múltiples variantes y del que cada vez, se conocen más efectos beneficiosos para la salud, como, por ejemplo, las propiedades del chocolate negro para el cuidado de nuestro corazón.

España cuenta con una larga tradición chocolatera, gracias a empresas como Ibercacao S.A., que ha elaborado a lo largo de su historia, un producto de calidad principalmente para marcas de distribución. Una compañía que actualmente alcanza una facturación en torno a los 50 millones de euros gracias a su alta capacidad productiva, la implicación de su equipo humano y a un gran conocimiento del sector.

Una trayectoria ascendente

El origen de Ibercacao data de 1939, y su historia es el reflejo de la evolución habitual de muchos fabricantes de chocolate del país, que comenzaron con una pastelería- chocolatería para años más tarde, convertirse en fabricantes de chocolate. En sus inicios, la compañía era propiedad de la familia Nieto y nació en Quintanar de la Orden (Toledo), donde es más conocida como Dulceina.

En los años noventa, la empresa se vendió a una compañía inversora alemana Hosta-Hamster, dando lugar a Chocolates Hosta- Dulceina, con el 90

% de propiedad alemana. Ya en aquella época, la empresa se orientó hacia la fabricación de marcas de distribución, actividad en la que basa su negocio hoy en día.

El salto de Ibercacao

En 2010, el 90% del negocio fue comprado por un grupo empresarial formado por Chocolates Lacasa y Macao, propiedad de Víctor Casas. El secreto de que esta compra significara un repunte imparable en las cifras de negocio de la compañía, se debe tal y como nos explica Joan Romagosa, director general de Ibercacao, a que los inversores provenían del mundo del cacao y no pretendían solamente invertir: “Fue una compra estratégica para Lacasa, ya que les permitió entrar en un mercado de consumo de cesta de la compra con productos más básicos. Por su parte, Víctor Casas, es una de las personas que mejor conoce el sector del cacao en el que tiene un reconocido prestigio”, asegura.

Cuando se materializó la compra en 2010 y Joan Romagosa se incorporó al nuevo grupo, se encontraron una empresa con un gran potencial humano, productivo y tecnológico, reforzado por la credibilidad que los nuevos socios aportaban al proyecto.

Gracias a esta nueva imagen y a una reorientación del negocio, en tan solo cuatro años, se han posicionado como una de las empresas más importantes del sector de los chocolates en España.

Endulzando el mundo

Hoy en día, Ibercacao es, como ya hemos comentado, una empresa enfocada, sobre todo, a marcas de distribución que fabrica todo tipo de tabletas de chocolate (diferentes presentaciones, calidades...), cacao en polvo, crema de cacao, chocolate a la taza, bombones, turrone, trufas, snack de galleta, además de chocolates industriales (coberturas, cremas, granillo, chips, etc.) para uso profesional por otras industrias alimentarias.



Joan Romagosa
 Director general de Ibercacao
“Hay muchos productos de marca de distribución o marca blanca, más valorados por el consumidor que los propios de la primera marca”

Ibercacao trabaja a nivel internacional a través de dos grandes áreas: una de ellas se basa en la fabricación y comercialización de productos básicos destinados a mercados emergentes, como puede ser el Norte de África. Por otro lado, la segunda área de negocio, atiende a un mercado que reclama productos con un mayor valor añadido, como el mercado asiático y el americano. En el resto de Europa, la estrategia de comercialización y distribución es la misma que se sigue en nuestro país, como fabricantes para marcas de distribución destinadas a grandes y medianas superficies.