

Pedro López, director general de Chocolates Valor

# “Nos basamos en una política de diferenciación”

Cuando se cumplen 500 años del descubrimiento del cacao, el chocolate sigue siendo la mejor *adicción* en la que pueden caer mayores y pequeños. El director general de Chocolates Valor, Pedro

López, cuenta su experiencia al frente de una empresa que se ha erigido como la segunda del sector en España, por detrás de Nestlé, y que celebró sus 125 años de existencia en 2006.

AMELIA POMARES  
3º PERIODISMO

**Pregunta.** ¿Qué ofrece Valor?

**Respuesta.** Chocolates Valor tiene una gran gama de productos, desde chocolate puro, a chocolate con leche o con almendras. También cuenta con bombones de autor, chocolate a la taza, sin azúcar, trufados, etc. En definitiva, múltiples variedades para todos los gustos.

**P.** ¿Cuál es el producto que más se demanda?

**R.** Aunque cada persona tiene sus preferencias y le gusta un tipo de chocolate distinto, nuestro producto estrella es el chocolate puro

■ “Intentamos que el chocolate sea un *placer adulto* ya que es una *adicción* que todos deberíamos tener”

con almendras, porque es el más conocido y, posiblemente, el que más gusta.

**P.** ¿Qué tienen que aprender los nuevos empresarios de una em-

presa como Valor, que está consolidada como la segunda del sector en España?

**R.** No tienen nada que aprender de nosotros, porque cada empresario tiene que seguir una política propia. Nosotros nos hemos basado siempre en una política de diferenciación y nos ha ido bien, pero eso no quiere decir que sea la mejor opción para otra empresa. Cada empresario tiene que pensar, ante todo, en su propia empresa y en qué será mejor para ella.

**P.** ¿Cuál es el objetivo de la nueva página *web* ‘Amigos del chocolate’?

**R.** Hacer amigos. La idea es que todos aquellos a los que les gusta el chocolate compartan esa adicción, pero también recetas y opiniones sobre los productos de Valor, es decir, que participen de algún modo de la cultura del chocolate.

**P.** Se ha dicho incluso que Valor ha reinventado la adicción al chocolate, ¿cómo se consigue eso?

**R.** No me atrevería a decir tanto. Nosotros hemos intentado llegar a todos los públicos, descubriéndoles a muchos lo que supone el placer del chocolate, que no sólo es para niños, sino que intentamos que sea un “placer adulto”, porque

el chocolate es una adicción que todos deberíamos tener.

**P.** ¿Se puede decir que el lema “placer adulto” ha cambiado de alguna forma la mentalidad de que el chocolate sólo es para niños?

**R.** En cierto modo sí. Hemos abierto el campo a algunos adultos que veían el chocolate como algo para niños, cuando el chocolate es una adicción muy sana para todos.

■ “Nuestro producto estrella es el chocolate puro con almendras porque es el más conocido y el que más gusta”

**P.** ¿Es adicto al chocolate?

**R.** Sí, muchísimo.

**P.** ¿Cómo ha logrado Valor la expansión por España?

**R.** Simplemente, a través de nuestra política de diferenciación, siendo fieles a ella y tratando de evolucionar dentro de la empresa.

**P.** ¿Se han producido cambios desde que está al frente?

**R.** Más que cambios, he seguido una línea de evolución continua,



Pedro López en el Centro del CEU UCH en Elche.

A.P.

que ya venía de antes. Por lo tanto, yo lo que he hecho ha sido continuar en ese camino, seguir innovando para lograr hacer evolucionar a la empresa.

**P.** ¿Hay algún proyecto de futuro para la empresa?

**R.** En Valor tratamos de seguir evolucionando, innovando, y eso hace que siempre haya proyectos de futuro y nuevas metas para poder seguir creciendo e intentar hacer el mejor chocolate.

**P.** El año pasado se celebró el

125 aniversario, ¿qué actos realizó Chocolates Valor para su conmemoración?

**R.** Se hicieron diversas actividades y se prepararon muchas cosas, quizá la más importante fue la visita de los príncipes de Asturias a nuestra fábrica en Villajoyosa (Alicante). Además, el periodista Carlos Herrera presentó un día el programa desde la fábrica. Por otra parte, nosotros preparamos diversas actividades para los trabajadores e incluso para sus hijos.