Quescrem

Más cremoso. Más sabroso.

SECTOR LÁCTEO

Competir desde Galicia en un mercado cada vez más abierto



Sergio Martínez Alonso · CEO Innolact–Quescrem · Director Unidad de Negocio Quesos

Nuestra historia

2006

El proyecto fue **fundado por 4 investigadores** de la Universidad de Santiago de Compostela con el objetivo de crear una empresa láctea innovadora.

2009



Lanzamos Quescrem **PLUS**

2011

Primer incremento de capacidad de fabrica.

2012

Recibimos el premio de **Éxito Económico y Empresarial de la Xunta de Galicia.**

2014



Lanzamos Quescrem **Yogurt Concentrado**

2016



Abrimos nuestra segunda fábrica.

2018



Lanzamos **Stracchino Chocalate & hazelnuts Kefir**

2019



Abrimos nuestra primera **oficina comercial en Shanghái**

2020



Lanzamos **Greenster**

2022

Creamos Quescrem **Gourmet Experiencie Basque Cheescake**

2023

GRUPO CENTRAL LECHERA ASTURIANA

Grupo Central Lechera Asturiana la mayor cooperativa láctea de España se convierte en un socio estratégico alcanzando el 60% de participación en la actualidad.

2024



Lanzamineto **FluidTECH**

2025

20 Aniversario

2026

Quescrem en números

28M €
Cifra de negocio

5,5 MKg
Kg fabricados

110
Personas

1
Nueva planta recientemente inaugurada con la tecnología más avanzada y foco sostenibilidad

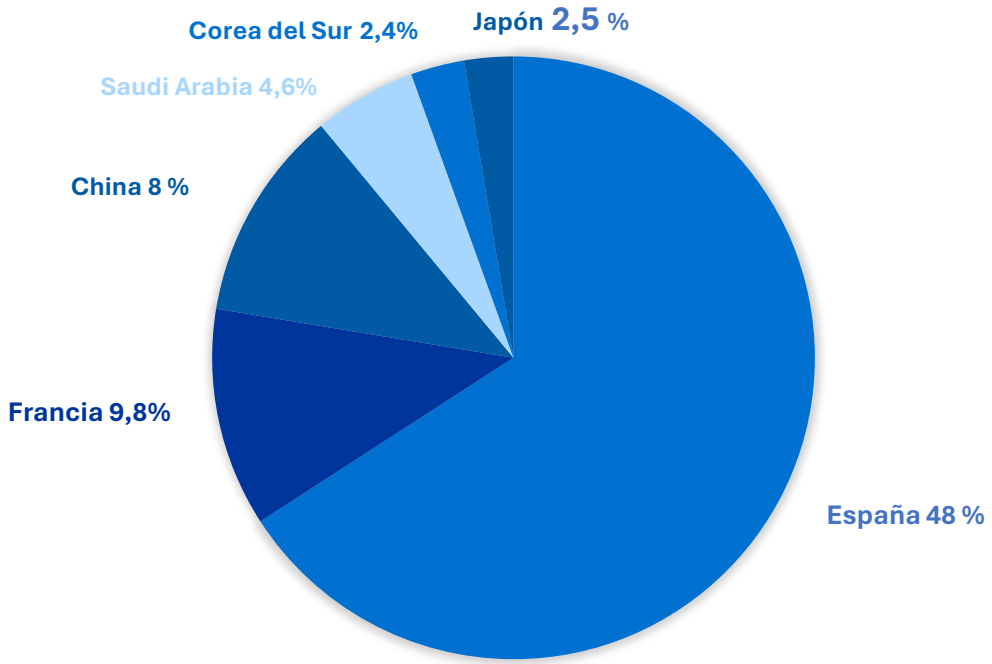
138
Referencias

50
Países

100%
Energías renovables

*Facturación estimada Grupo Central Lechera Asturiana (CLAS) 1.000M€

Top ventas por País



Food Service 55,5%



Industria alimentaria 37,2%



Retail 7,3%



138 Referencias

44 **Familias**

12 Formato de Packaging

La pregunta

¿Qué tenemos que hacer para que un cliente internacional elija un producto gallego aunque tenga una alternativa más barata?

Apertura de mercados = más competencia + más oportunidades

Mercosur es una manifestación de una realidad más amplia: mercados más abiertos, más exigentes y con más alternativas.

China 2014

La innovación abre mercados. La competitividad permite permanecer.



Mascarpone refrigerado
9 meses de vida útil

- Vida útil limitada en importación europea
- **Desarrollo Quescrem: 9 meses refrigerado**
- Entrada y crecimiento en China
- Fabricantes locales + competidores mejoran
- **La ventaja se reduce: cae el crecimiento**

La innovación tiene fecha de caducidad.

De producto a solución

Cada vez más, la pregunta es qué necesita conseguir el cliente con nuestro queso crema.

JAPÓN



Cheesecake congelada

QUESCREM PLUS

- **Estabilidad freeze–thaw**
- **Textura cremosa tras descongelación**
- **Sin sinéresis**

CHINA · 2026







Basque cheesecake · FreshHippo

Internacionalizarnos no solo nos permitió vender más lejos. Nos obligó a aprender más deprisa.

Valor añadido + competitividad

Generar valor y fabricarlo de forma competitiva son la misma conversación.



ESCALA **COMPETITIVIDAD INDUSTRIAL** **VALORIZACIÓN INTEGRAL**

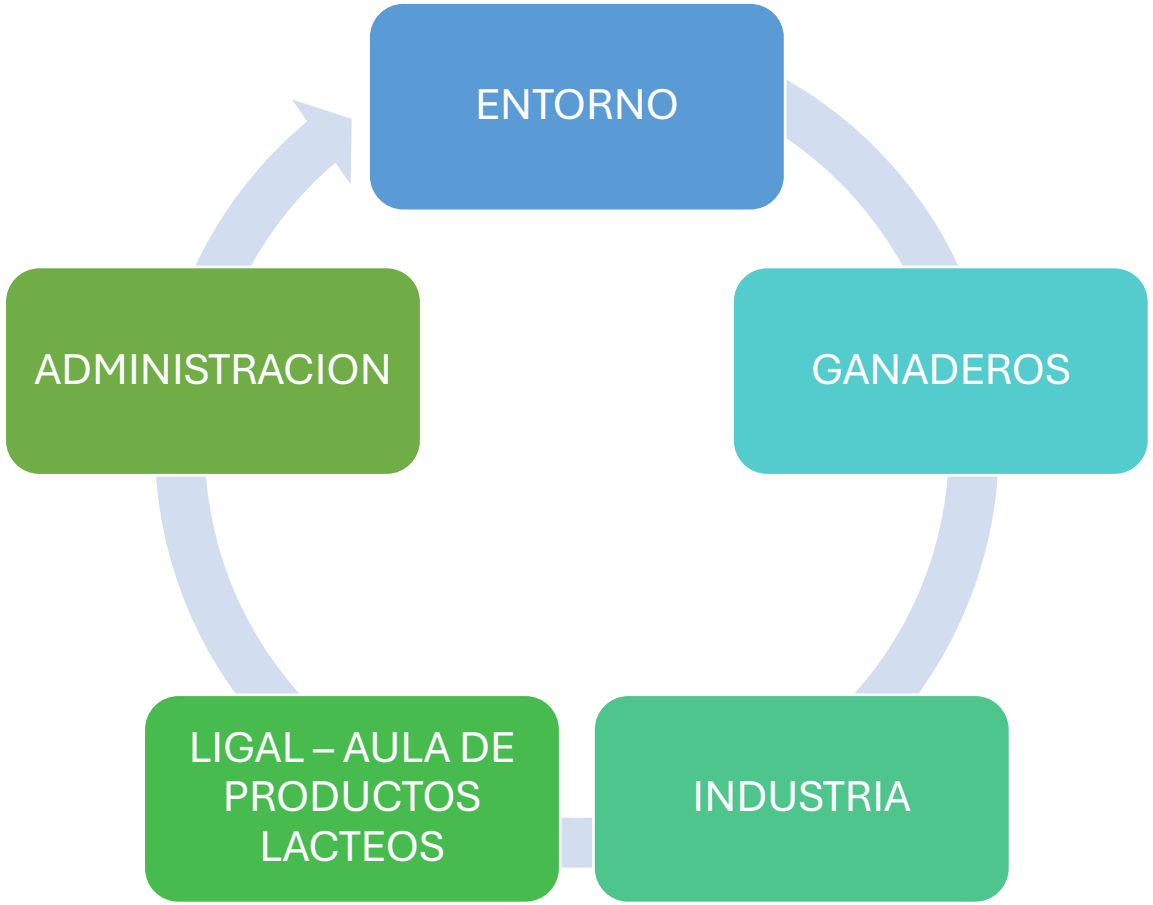
No basta con transformar más leche. Hay que transformar mejor, con escala, eficiencia y aprovechamiento completo de todos sus componentes.

El suero es un buen ejemplo: si no se valoriza bien, una parte relevante del valor de la leche queda por el camino.

Valor añadido sin competitividad no funciona. Competir solo por coste tampoco puede ser nuestra estrategia.

Galicia tiene algo difícil de copiar

Un ecosistema lácteo con capacidad y recorrido de mejora.



Tenemos las capacidades. La oportunidad está en conectarlas cada vez mejor.

INNOVACIÓN

COMPETITIVIDAD

CALIDAD

→ REPUTACIÓN

El reto no es solamente protegernos del mundo.
El reto es conseguir que el mundo quiera comprar lo que somos capaces de hacer con nuestra leche.

