

## **FUNDACIÓN HEFAME APOYA LA INNOVACIÓN PARA LIDERAR**

El pasado 16 de abril en la Facultad de Economía y Empresa, Universidad de Murcia (Salón de Actos), la cátedra Emuri, de la que Fundación Hefame es patrona, desarrollo una actividad para dar a conocer las claves de la innovación en el liderazgo, de la mano de Tomás Pascual Gómez-Cuétara (Madrid, 1962) que es presidente de Pascual, empresa familiar referente en el sector de alimentación y bebidas en España.

El ponente es Ingeniero Industrial por la Universidad Politécnica de Madrid y cuenta con un Máster of Science in Management por el MIT Sloan School of Management.

Desde 2006 lidera la compañía, que cuenta con más de 2.200 empleados y una facturación cercana a los 1.000 millones de euros.

Asimismo, ha sido presidente de la Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB) y del Club Excelencia en Gestión, lo que le otorga una visión estratégica relevante sobre la industria.

Su trayectoria está marcada por un fuerte enfoque en la innovación, la sostenibilidad y la excelencia empresarial.

El acto comenzó con la intervención del Rector de la Universidad de Murcia, quien dio la bienvenida a los asistentes y destacó la relevancia de este tipo de encuentros para fortalecer la conexión entre el ámbito académico y el tejido empresarial.



A continuación, José Luis Munuera Alemán, director de EMURI, presentó la cátedra y esbozó algunas de sus actividades. Agradeció a todas las empresas patronas su apoyo y destacó la colaboración entre universidad, empresa y administración.



Seguidamente, presentó al ponente invitado, dando paso a la conferencia de Tomás Pascual Gómez-Cuétara, titulada: "Innovar para liderar: claves del modelo Pascual".



La intervención del ponente permitió analizar la evolución del Grupo Pascual desde su fundación en 1969, poniendo de relieve cómo la innovación ha constituido el eje fundamental de su crecimiento y transformación empresarial.

Uno de los hitos clave fue la introducción de la tecnología de ultrapasteurización (UHT), que permitió ampliar la vida útil de la leche sin alterar su sabor, superando así las limitaciones logísticas de la leche fresca. Este avance, junto con el desarrollo del envasado aséptico, supuso un punto de inflexión en el sector.

A lo largo de su trayectoria, la compañía ha apostado por la diversificación y la mejora continua, incorporando nuevas categorías como yogures, bebidas vegetales o Bifrutas, y adaptándose de forma constante a las necesidades del consumidor, incluyendo productos orientados a intolerancias o nuevas demandas nutricionales. En esta línea, el grupo ha evolucionado hacia una estructura más diversificada, operando en distintos negocios como Bezoya o Coffee & Horeca, lo que le ha permitido ampliar su presencia en diferentes segmentos del mercado.

El ponente subrayó que la innovación no se limita al producto, sino que abarca también el envase, los procesos y el modelo de negocio, destacando el carácter pionero de Pascual en el uso de envases PET para la leche.

Asimismo, la empresa ha desarrollado una organización más descentralizada por unidades de negocio y ha impulsado iniciativas como Innoventures Pascual, a través de la cual invierte y colabora con startups,

reforzando así su apuesta por la innovación abierta y el desarrollo de nuevos modelos empresariales.

También hizo hincapié en la importancia de escuchar al consumidor y en la necesidad de experimentar, resumido en una de sus ideas clave: “innovar es equivocarse rápido y barato”, como forma de reducir riesgos y mejorar la capacidad de adaptación.



Igualmente, destacó la expansión internacional de la empresa, presente en mercados como Filipinas, Marruecos, Angola o Centroamérica, donde la adaptación a los gustos locales ha sido determinante para su éxito.

En cuanto a la cultura empresarial, resaltó la importancia del propósito y los valores como guía de actuación, destacando principios como la integridad, la calidad, la cercanía, la innovación y la pasión.

En conjunto, la intervención puso de manifiesto cómo la innovación, entendida de forma integral —en producto, procesos, modelo de negocio y cultura empresarial— ha sido el factor clave en la evolución y consolidación del grupo Pascual, así como en su adaptación a los cambios del mercado y a las necesidades del consumidor.

La conferencia dejó una impresión muy positiva entre los asistentes. Tanto estudiantes como profesores y profesionales valoraron no solo la trayectoria y el conocimiento del ponente, sino también su cercanía y capacidad de comunicación. Este equilibrio entre excelencia profesional y dimensión humana contribuyó a generar un ambiente especialmente enriquecedor, facilitando la reflexión y el intercambio de ideas.

El evento reunió en un mismo espacio a los principales agentes del ecosistema académico y empresarial, reforzando el papel de EMURI como punto de encuentro entre la academia y la práctica profesional en el ámbito de la innovación. Además, asistieron: 400 estudiantes, principalmente de la Facultad de Economía y Empresa de la Universidad de Murcia y 30 empresarios y representantes institucionales entre ellos, de los que aparte de los patronos de EMURI



Fuente: Cátedra Emuri-Fundación Hefame