

## Tomás Fuertes

PRESIDENTE  
**ELPOZO ALIMENTACIÓN**

“Compromiso, innovación, esfuerzo, empleo y seguridad son nuestro ADN”



**E**lPozo Alimentación está de celebración. Cumple 65 años. Y afronta el futuro con una vitalidad deslumbrante y un propósito evidente: “Seguir trabajando por ser cada día un poco mejor que el anterior y satisfacer a los consumidores”, proclama su presidente, Tomás Fuertes.

La marca nació en 1954, aunque su origen se remonta a 1935 con la apertura de un modesto establecimiento de comestibles en la plaza ‘El Pozo Concejil’, en Alhama de Murcia. Fue en 1954 cuando se inició la actividad industrial con la primera fábrica de elaboración de productos cárnicos, y desde entonces ha experimentado un crecimiento constante, basado en una estrategia de reinversión y mejora continua.

Desde su creación implantó un Control Integral de Proceso (CIP), un modelo productivo que garantiza la total trazabilidad de los alimentos, desde el principio hasta el fin de cada proceso. El consumidor es el centro de la actividad, orientada a adelantarse a sus necesidades y superar sus expectativas. “Ofrecemos el alimento más sano, más rico y más seguro gracias a que controlamos todo el proceso productivo”, se enorgullece Tomás Fuertes.

La compañía, que en este inicio de 2019 ha franqueado la barrera de los 5.000 trabajadores directos (a los que hay que sumar los más de 23.000 indirectos que genera su actividad empresarial), po-

ne el foco en la generación de valor para sus grupos de interés, entre los que se incluyen empleados, consumidores, accionistas y la sociedad en general. “Generar valor es una obligación moral de una organización que no es un negocio, sino una empresa, un proyecto técnico, económico y social”, subraya el presidente de ElPozo Alimentación.

### MODELO DE NEGOCIO

ElPozo Alimentación, empresa 100% familiar, cuenta con un modelo de negocio eficiente, humano, social y ambientalmente responsable. La innovación es el pilar básico de su filosofía empresarial, que aplica a todas las áreas de la compañía, desde los procesos productivos y la implantación de nuevas tecnologías hasta el lanzamiento de nuevos productos que puedan mejorar el bienestar y la salud de los consumidores. “Nosotros pensamos que innovar por innovar no tiene sentido, hay que aportar diferencias al mercado, pero sobre todo utilidad. Por ello, en ElPozo Alimentación procuramos elaborar novedades que aporten valores reales a los consumidores”, puntualiza el presidente de la compañía. Y dentro de esas innovaciones, ocupa un lugar preeminente BienStar, que permite a la compañía liderar el segmento de cárnicos saludables, siendo la marca que más hogares compra en España, estando presente en uno de cada cuatro, según el último panel de Kantar Worldpanel. “Es la gama más com-

pleta de productos con un perfil nutricional optimizado, siendo ideal para que toda la familia pueda disfrutar de un estilo de vida sano y equilibrado, sin renunciar al mejor sabor”, detalla Tomás Fuertes. Con una filosofía de mejora constante, la multinacional murciana, que está presente en 82 países, dedica gran parte de sus recursos al desarrollo de alimentos equilibrados y nutritivos, y contempla en sus planes de RSC actuaciones de ámbito social, medioambiental, deportivo y económico, orientadas a mejorar el entorno en el que desarrolla su actividad. “Tenemos claro que tienes que aportar tu granito de arena a la sociedad”, señala el presidente.

### ACCIONES FORMATIVAS

Desde ElPozo Alimentación se promueve la alimentación saludable entre la población a través del desarrollo de acciones formativas dirigidas, entre otros colectivos, a los escolares, al mismo tiempo que se potencia el deporte como escuela de valores. “La práctica deportiva representa unos valores que se ajustan fielmente a nuestra filosofía empresarial, como el sacrificio, la disciplina, el compromiso, el empeño, el compañerismo y la superación”, prosigue Tomás Fuertes, precisando que la entidad que preside patrocina, desde hace más de tres décadas, el club ElPozo Murcia Fútbol Sala, al tiempo que también es *sponsor* del equipo español paralímpico, de la Vuelta Ciclista a España y de la Carrera de la Mujer.

Asimismo, la compañía también fomenta la práctica deportiva entre sus 5.000 trabajadores, lo que la ha servido para ser reconocida como



“**INNOVAR POR INNOVAR NO TIENE SENTIDO, HAY QUE APORTAR DIFERENCIAS Y UTILIDAD**

“**NOS OBSESIONA SER LOS MEJORES, NO LOS MÁS GRANDES, AUNQUE EL TAMAÑO ES NECESARIO**

‘Empresa Europea del Deporte y la Salud 2018-2020’, convirtiéndose en la primera organización de alimentación europea en conseguir este galardón, promovido por el Parlamento Europeo.

### FORTALEZAS DE ELPOZO

La compañía cuenta en Alhama de Murcia con uno de los complejos industriales más grandes del sector cárnico en toda Europa, con más de 250.000 metros cuadrados de superficie construida. “Nos obsesiona ser los mejores, no los más grandes; aunque es cierto que el tamaño es hoy en día una herramienta necesaria para convertirnos en proveedor global de muchos de nuestros clientes”, rubrica Tomás Fuertes, recalando que ElPozo conmemora su 65º aniversario con un nuevo logotipo cuyo *claim* es ‘Uno más de la familia’, que concentra los valores que han llevado a la empresa a posicionarse como marca de referencia.

“El origen familiar de ElPozo Alimentación, junto a otras fortalezas representativas de la compañía como la innovación, el esfuerzo, el compromiso, la generación de empleo, la trazabilidad y la seguridad alimentaria conforman el ADN de la empresa”, concluye Tomás Fuertes. ●

Imagen aérea de la fábrica de ElPozo Alimentación, en Alhama de Murcia.

