

Nuevas Generaciones: Baldo e Inma Llusera, de Pifarré 1911

DN.- ¿Cómo ha sido su trayectoria dentro de la compañía? Desde muy pequeños empezamos a venir, primero para jugar al escondite entre las cajas del almacén, hasta terminar trabajando profesionalmente. Mi hermano, explica Inma, dirige la parte de producción, I+D e inversión y organización de planta, y yo me encargo más de temas de oficina: compras, finanzas, RRHH... Quién nos conoce, comentan que somos como el día y la noche, muy diferentes en muchos aspectos, pero la unión de los dos hace que seamos un tándem equilibrado y acertado para el buen funcionamiento de la empresa. Una de las claves del éxito: ambos sabemos y coincidimos en lo que necesita [Pifarré](#) en cada momento.

DN.- ¿Cuál es el legado que han recibido las nuevas generaciones de la familia y que considera que ha caracterizado a su empresa a lo largo de su historia?

Los valores traspasados de generación a generación han sido ilusión, pasión, conocimiento y el saber trabajar con el producto, la voluntad de superación, el orgullo de pertenecer a una empresa muy conocida dentro de nuestro sector y querida por mucha gente, fruto de su larga existencia y proximidad con el cliente. Precisamente, la proximidad con el cliente ha sido para la empresa muy relevante para poder ofrecer siempre el servicio y la mejor solución posible en cada momento.

DN.- ¿Cuáles son a su juicio las fortalezas que ha aportado cada generación?

Cada generación ha aportado su grano de arena en función de cada momento de la historia de la compañía. La primera generación aportó la visión de negocio para crear y encarar la empresa. La segunda, diversificar la producción. La tercera trajo la expansión comercial. Y la cuarta generación, que es la nuestra, profesionalización en todos los ámbitos de la empresa, para seguir creciendo y pasar de ser una empresa local/nacional a una empresa con más presencia internacional. Pero en todas ellas el ADN siempre ha sido el mismo: adaptarnos a nuestro entorno para poder evolucionar sorteando las dificultades del mundo cambiante en que vivimos.

DN.- ¿Y las mayores dificultades a las que han tenido que enfrentarse?

La convivencia en un mismo espacio temporal de distintas generaciones, con sus pros y contras, nos ha dado la suficiente base y solidez para progresar, por lo que más que una dificultad ha sido una vía para fortalecernos.

DN.-¿Cuáles son los principales retos prioritarios que se han marcado en el corto plazo? Seguir preparando la empresa para ganar agilidad y poder adaptarnos lo más rápido posible a las exigencias actuales y futuras del mercado con la ayuda de tecnología y las mejoras en la producción y aprovechar el know-how de más de 100 años para posicionarnos en otras líneas de confitería, nuevas para nosotros.
DN.-¿Cómo desea ser recordado en la historia de la compañía?

Como quienes pudieron mantener Pifarré 1911 como un referente del sector por compaginar su toque tradicional con tecnología y mentalidad presente, pero sin dejar de mirar al futuro, y, por supuesto, sin perder la ilusión por seguir endulzando momentos de la vida de nuestros consumidores