

ecobcesta



Sara Muñoz,
directora general de **Biogran**

Estamos profesionalizando la gestión de personas para apoyar el crecimiento del negocio

Biogran es una empresa familiar con más de 30 años de trayectoria en el sector de la alimentación ecológica, complementos, alergias e intolerancias alimentarias. Su marca más reconocida es El Granero Integral, en la elaboración de cuyos productos se tienen en cuenta las más estrictas normas de calidad y de respeto por el medio ambiente. La compañía lleva poco más de un año inmersa en un proceso de profesionalización de su gestión de recursos humanos con el objetivo de dar una mejor respuesta a las necesidades de un negocio en continuo crecimiento. Su directora general, Sara Muñoz, explica cómo están afrontando este reto.

¿Cómo definiría la compañía?

Biogran nace en los años 80 en España fruto de una necesidad que no estaba cubierta en el mercado. Muchas personas comenzaban a demandar una alimentación ecológica, libre de pesticidas químicos, abonos de síntesis y transgénicos. De esta forma, Biogran comenzó a distribuir alimentos básicos en este sentido, comenzando por los cereales, las legumbres, etc., creando así una de sus primeras marcas con más historia, El Granero Integral.

Somos una compañía dedicada a la fabricación y distribución de productos ecológicos y dietéticos, para lo cual contamos con varias marcas de fabricación propia e importamos y comercializamos numerosos productos de terceros. Nuestra compañía surgió por una inquietud personal de sus fundadores y después de 35 años se ha convertido en uno de los referentes del sector ecológico.

Somos una empresa de gran tradición familiar en el sector de la alimentación ecológica, complementos alimenticios y alergias e intolerancias alimentarias.

Nuestros productos están elaborados bajo procedimientos denominados "orgánicos", lo que quiere decir que evitan el uso de productos sintéticos, como pesticidas, herbicidas y fertilizantes, y se cultivan respetando los ciclos propios de la naturaleza, por supuesto, sin modificaciones genéticas (son no transgénicos). En la elaboración de alimentos ecológicos, los únicos aditivos y los coadyuvantes permitidos son aquellos de carácter natural. El uso de vitaminas, colorantes y minerales está prohibido de forma concluyente en casi todos los casos. De cara al consumidor, los productos se denominan ecológicos, orgánicos o biológicos ("eco" y "bio").

Buscamos y seleccionamos cuidadosamente las materias primas para ofrecer productos de la

mayor calidad (contamos con una de las más altas calificaciones en la certificación IFS, *International Food Standard*) teniendo siempre presente el respeto y el cuidado del medio ambiente, la comunidad agrícola y ganadería local y garantizando productos ricos en nutrientes, vitaminas y minerales. Para ello, contamos con unas modernas instalaciones donde impera la innovación y el desarrollo, con el fin de atender a las crecientes exigencias de nuestros consumidores.

Nos desenvolvemos en un mercado que está dejando de ser "alternativo", para convertirse en

ductos ecológicos a través de la innovación y la mejora continua.

¿Cuál es la principal estrategia en materia de gestión de personas de la compañía?

Actualmente, nos encontramos en una fase de gran crecimiento, por lo que estamos trabajando en un análisis que nos permita conocer las necesidades de puestos a cubrir de la compañía a largo plazo para estar preparados para los siguientes retos que debemos afrontar. Dentro de este análisis un punto crítico es detectar si pueden ser

Ofrecemos un proyecto estable, sólido, en un mercado en crecimiento, con potencial de evolucionar dentro de la compañía

un sector con gran proyección y crecimiento en España, en línea con las tendencias de otros países europeos. Según los datos de la Unión Europea, el consumo de productos ecológicos ocupa un nicho de mercado del 25% de media, aunque la cuota por países varía considerablemente. Aunque España se sitúa a la cabeza de Europa en producción junto a Italia, el consumo interno sigue siendo uno de los retos del sector. Esto constituye para nosotros una gran oportunidad de crecimiento para los próximos años.

¿Cuál es la misión y la visión del negocio que desarrolla Biogran?

Nuestra misión es contribuir al cuidado de la salud a través de una alimentación de calidad, ecológica, sana y natural. Nuestra visión a cinco años es convertirnos en el líder nacional en fabricación, distribución y comercialización de pro-

ductos ecológicos a través de la innovación y la mejora continua. cubiertos por profesionales ya en plantilla con aptitudes y darles la formación adecuada a las futuras demandas del puesto, y la posibilidad de crecer profesionalmente.

Tenemos un firme compromiso con el crecimiento de nuestro negocio y una parte importante de nuestra filosofía empresarial es el respeto por las diferencias y el apoyo a la igualdad de oportunidades.

¿Qué papel juega la función de Gestión de Personas?

Es un papel preferente en la compañía, sobre todo por los grandes crecimientos que estamos experimentando.

Sin el factor humano y la entrega de nuestro personal, no podríamos haber llegado donde nos encontramos y, lo más importante, no podremos afrontar los retos futuros.

peplematters

Serrano, 21 - 28001 MADRID - Tel.: 91 781 06 80

www.peplematters.com



Creamos valor, creamos futuro... desde las personas

¿Cómo definiría a la plantilla que compone su compañía?

Yo creo que tenemos la gran suerte de contar con un equipo implicado, totalmente entregado al proyecto y que transmite ilusión y cariño a lo que hace, primando la calidad y servicio al cliente por encima de todo.

Una plantilla cada vez más profesional, compuesta por personas de toda la vida, que han crecido dentro de la compañía, junto con las nuevas incorporaciones, que han sido perfectamente acogidas y que han sabido adaptarse al perfil más familiar y personalista de Biogran. Buscamos personas comprometidas con el entorno, con iniciativa, que valoren la integridad y el trabajo en equipo.

Esto es principalmente lo que nos gustaría conservar, nuestro carácter tradicional en una em-

compromiso de calidad, cultura del esfuerzo, integridad, innovación, mejora continua, servicio y trabajo en equipo. Así, en todas las facetas de nuestro negocio, desde la elección de un proveedor, selección de materias primas, hasta la atención al cliente, la palabra calidad dirige todas nuestras actuaciones.

Somos constantes y nos identificamos con el proyecto, superándonos diariamente en todo lo que hacemos. No nos conformamos...

Trabajamos con respeto a los demás y al entorno. Somos rigurosos y honestos. Intentamos que nuestra actitud sea siempre intachable.

Aportamos nuevos productos, nuevas ideas, nuevos procesos, para adelantarnos a las necesidades del mercado.

Nos replanteamos lo que hacemos, buscamos soluciones que se adapten mejor a las cambian-

¿Cuál es la propuesta de valor que realizan a los empleados? ¿Qué atributos ofrece la compañía que hacen de ella un excelente lugar para trabajar?

Ofrecemos un proyecto estable, sólido, en un mercado en crecimiento, con potencial para evolucionar dentro de la compañía.

Y, lo que es más importante, Biogran es una empresa dinámica, innovadora, siempre poniendo en marcha proyectos nuevos y motivantes y, por encima de todo, colaborando con la mejora del medio ambiente y contribuyendo a mejorar la salud de las personas.

Nuestras áreas de actividad contemplan diferentes áreas funcionales como la producción, almacén, comercial, Investigación y Desarrollo (I+D), logística y distribución, calidad, marketing, etc.

¿Cómo ha evolucionado la compañía en los últimos años, desde la perspectiva de gestión de personas?

Ha pasado de un trato individual, paternalista, a un trato más profesional, con sistemas más equitativos y objetivos.

Estamos en pleno proceso de implantación y desarrollo, pero sin perder nuestra cercanía y carácter tradicional.

¿Cuáles son los retos de futuro? ¿Considera que están preparados para acometer esos retos? ¿Cómo contribuye la función de recursos humanos a acometer esos retos?

Nos sentimos afortunados por estar en un sector y mercado en auge, en el que la tendencia saludable está calando fuerte en los consumidores, y ha llegado para quedarse.

Hasta hace más de un año no teníamos formalizado un departamento de Recursos Humanos y es por estos retos y está inquietud en afrontarlos por lo que se decidió de manera unánime en el Consejo de Administración acometer un nuevo proyecto e implantar las bases sólidas de este departamento.

Todavía queda mucho trabajo por delante, estamos en las primeras fases, pero se trata de un proyecto muy apasionante, como es el de gestionar personas.

¿Podría destacarnos algún proyecto relacionado con la gestión de personas del que se sienta especialmente orgullosa?

A veces tienes procesos o hechos tan implantados en tu día a día, que están tan interiorizados, que hasta que no sales del entorno de tu empresa y tienes una visión externa y te relacionas con otras compañías o sectores no los valoras.

Este es mi caso con el tema del número de mujeres que trabajan en Biogran (constituyen el 65% de la plantilla), así como el horario continuado que implantó mi madre hace 20 años. Lo hizo teniendo como premisa que lo más productivo tanto para el empleado y como para la empresa era horario continuo y, en la medida que el departamento o proceso lo permite, siempre de mañana. Esto implica tener unos procesos más eficientes y un equipo que puede conciliar su vida personal o familiar con la laboral ■

Desde hace más de 20 años apostamos por la conciliación y por la contratación de mujeres, que son ya más del 65% de la plantilla

presa con una evolución cada vez más profesional que cree en las personas y que fomenta la diversidad cultural.

¿Cuáles son los valores corporativos comunes a los profesionales de Biogran? ¿Cómo definiría cada uno de ellos?

Los valores de Biogran son los principios éticos sobre los que se asienta nuestra cultura corporativa.

Son siete valores muy implantados en la compañía y que constituyen la base de nuestro éxito:

tes necesidades y que aporten mayor satisfacción y valor añadido.

Nos orientamos a nuestros clientes, tanto internos como externos; les escuchamos activamente para conocer sus necesidades y proponerle la solución adecuada. Tenemos en cuenta su opinión y nos interesa conocer su grado de satisfacción.

Canalizamos las diversas alternativas y soluciones hacia un resultado mejor y más consistente. Trabajamos en un clima de transparencia, confianza y respeto mutuo.



Cristina Hebrero y Elena Martín Toscano, de PeopleMatters, junto a Sara Muñoz, de Biogran.