

Featured interview >>

NIGEL WRIGHT RECRUITMENT // NOVEMBER 2011

NIGEL WRIGHT
RECRUITMENT

Pierre Louis Montfort

Responsable de I+D+I de Grupo Siro

Pierre Louis Montfort es un experto en productos de panadería e I+D con más de 20 años de experiencia el sector. Tras una carrera al servicio de algunas de las mayores compañías de consumo del mundo, en puestos de producción, marketing y desarrollo de productos, el año pasado decidió trasladar su familia a España para convertirse en el Jefe de Investigación, Desarrollo e Innovación experto en productos de panadería en Grupo Siro, uno de los fabricantes de alimentos líder en España. Se reunió con el Grupo Nigel Wright para hablar de su nuevo rol y de cómo espera él contribuir a la estrategia de crecimiento de Grupo Siro, tanto en España como en el extranjero. >>

Ha pasado casi un año desde que llegó a España, ¿cuál es el ambiente de negocios aquí en comparación con Francia?

España está sufriendo más que Francia y, posiblemente, más que cualquier otro país en Europa. Tiene uno de los niveles más altos de desempleo en Europa y para los consumidores resulta cada vez más difícil adaptarse a las condiciones económicas actuales. Sin embargo, creo que España tiene el talento y la capacidad de adaptación a un ritmo más rápido de lo que lo ha hecho hasta ahora. Cuenta con una población relativamente joven, capaz de luchar contra las condiciones adversas y de buscar nuevos modelos económicos que beneficien al país a largo plazo.

¿Qué ocurre con los problemas específicos de la industria alimentaria?

Como en todas partes, los retos significan calidad, eficiencia de los costes y necesidad de innovación. Pero hay ciertos retos, que creo que el sector de fabricación de alimentos debe aumentar en el clima actual. En primer lugar, es esencial desarrollar y asegurar la cadena de valor en beneficio de todos los

"roles" involucrados - desde los productores de materias primas hasta los que las convierten en bienes finales. En este juego intervienen muchos actores, ¡no sólo uno!

El segundo reto, la innovación, tiene que verse con el apoyo de otros sectores de la industria. Deben adaptarse a las nuevas formas de procesamiento, análisis y organización, garantizando al mismo tiempo que la seguridad y los niveles nutricionales y ambientales que el consumidor espera hoy en día, se comuniquen a través de la cadena de valor.



El tercer desafío de la industria alimentaria es asegurar que se contrata a gente con talento que hará posible estos cambios. Yo creo que la competencia para atraer a nuestra industria a los mejores químicos, físicos y científicos de alimentos, comienza en las puertas de la Universidad.

¿Qué le atrajo de la oportunidad de trabajar para Grupo Siro?

Comparto la idea de que es importante ubicar a las personas en el centro de la estrategia - confiando en la gente y dándoles responsabilidad, cualquiera que sea su edad y experiencia, para que las cosas funcionen. Es claramente un punto de diferenciación de la estrategia de Grupo Siro, frente a otras empresas.

Otro aspecto importante, con mi trayectoria en compañías líderes en el mundo, fue la oportunidad de trabajar con un modelo de negocio diferente. Yo estoy acostumbrado a un entorno donde los productos se desarrollan y se comercializan por medio de negociaciones en conflicto con los grandes minoristas nacionales. Grupo Siro es diferente - es un "proveedor integral" de Mercadona, la principal cadena de supermercados en España. A través de

Grupo Siro:



Grupo Siro es uno de los mayores grupos industriales del sector de la alimentación en España.

Con capital íntegramente español y más de 3.600 colaboradores, Grupo Siro está presente en seis negocios de alimentación, ocupando una posición relevante en cada uno de ellos: galletas, pasta, pan de molde, bollería, pastelería e I+D+i. Con una producción de 271 millones de kilos al año, y una facturación de 410 millones de €, Grupo Siro tiene como objetivo principal ofrecer soluciones en el sector de la alimentación.

esta singular alianza que tenemos con ellos, buscamos en primer lugar, maximizar el valor añadido para el consumidor, pero además para los empleados, los proveedores, la sociedad en su conjunto y para el propietario del capital.

Este atractivo modelo ha llevado a Mercadona a disfrutar de un crecimiento de dos cifras durante los últimos diez años. Como proveedor de panadería, el Grupo Siro se dedica a la promoción de la marca Hacendado y al desarrollo de su gama de panadería, de ahí que concentremos nuestros esfuerzos en la creación de valor.

Por último, al formar parte del Grupo Siro, sentí que podía aportar a esta joven y ambiciosa empresa un valor añadido en lo que se refiere a la organización de la innovación y a contribuir al desarrollo de su gente, sus talentos y sus competencias.

El éxito de Grupo Siro en España ha sido su compromiso con la innovación y la diferenciación de sus productos, ¿cómo se está desarrollando este aspecto de su negocio?

Creo que el éxito del Grupo Siro se deriva de su compromiso para probar y evaluar productos con los consumidores en una situación de ventas. Básicamente, se trata de mantener el desarrollo de los productos hasta que conseguimos la absoluta aprobación por parte de los consumidores. Tenemos que seguir desarrollando esta capacidad de diferenciar nuestros productos, para asegurar que nos mantenemos por delante de nuestros competidores. Nuestro papel en el centro de i+dea no es sólo mantener el éxito de nuestros productos actuales, sino también asegurar la ruta de innovación en el desarrollo de productos, a través de todas nuestras categorías principales - galletas, pasta, pan, pastelería y bollería.

Usted ha estado especialmente involucrado en el desarrollo de productos de panadería desde mediados de los años 80, ¿qué ha cambiado? ¿Cuáles son las últimas tendencias a nivel internacional?

No creo que las tendencias hayan cambiado drásticamente en los últimos treinta años. Si es cierto, que la frescura y los aspectos



Creo que el éxito del Grupo Siro se deriva de su compromiso para probar y evaluar productos con los consumidores en una situación de ventas.

nutricionales de los productos alimenticios son considerados más importantes hoy en día. La comodidad es otra tendencia creciente, mientras que aspectos tales como productos con recetas étnicas y sin aditivos también están atrayendo cada día a nuevos consumidores. Yo no diría que ha habido una gran revolución en la industria, sino más bien una serie de evoluciones.

Europa está experimentando un descenso en productos de panadería tradicional, que se ha relacionado con el estilo de vida acelerado y cada vez más móvil de muchos europeos hoy en día. ¿Qué está haciendo Grupo Siro para satisfacer la demanda del nuevo consumidor?

Los cambios en los hábitos alimenticios nos proporcionan una oportunidad para innovar a través de la cadena de valor en términos de sabor, calidad, envoltorio, etc. Las demandas de los consumidores de hoy sin duda están centradas en los sabores tradicionales, la comodidad, una menor cantidad de aditivos o una vida útil más larga - el hecho de que Grupo Siro esté vendiendo sus productos a nivel internacional nos permite aprender y tomar ideas de otros mercados, al tratar de satisfacer esas demandas.

Es evidente que Grupo Siro tiene una gran posición y reputación en España, ¿cuáles son sus ambiciones europeas? ¿Y fuera de Europa?



El Grupo Siro tiene amplias ambiciones a nivel europeo y global. Grandes empresas como Pepsi-co y Unilever son clientes actuales del Grupo Siro. También tenemos clientes en el Reino Unido, EE.UU. y Canadá. En última instancia, nos gustaría volver a crear en otros territorios nuestro exitoso modelo de alianza en España. En términos de mercados emergentes, veo América (Latina) como el lugar más obvio para desarrollar el Grupo Siro debido a las similitudes culturales y lingüísticas.

Háblenos del "centro i+dea", ¿cómo se trabaja allí?

El "centro i+dea", es un nuevo centro de innovación, que cuesta 6 millones de euros y atiende a 15 centros de producción en toda España. Actualmente contamos con 47 empleados que trabajan en parte en este centro y en parte asistiendo a las pruebas industriales en las fábricas. El promedio de edad de los trabajadores del centro es alrededor de 30, un ambiente joven y muy animado!

Nuestra ambición para i+dea, es convertirlo en uno de los mejores centros de innovación de alimentos en España y Europa. Contamos con un equipo de personas muy ambicioso, por lo que considero que es una posibilidad real. Nos enfrentamos al desafío de diversificar y fortalecer nuestros métodos, para mejorar la eficiencia en los procesos y con el apoyo de nuestros proveedores, construir conocimiento a través de todo el equipo.

El centro está abierto a la colaboración con

otras empresas de alimentación, organizaciones de investigación, universidades, etc. Es una herramienta fabulosa, por eso debemos reafirmar esta realidad para asegurar que obtenemos el máximo provecho.

Usted ha pasado la mayor parte de su carrera trabajando para Unilever, ¿qué ha aprendido de esta icónica empresa de bienes de consumo masivo?

Principalmente tres cosas: cómo alinear a la gente en una misma dirección, el poder de la formación de alianzas y los enormes beneficios derivados de la creación de una cultura colaboradora e innovadora.

¿Cómo atrae y retiene a personal con talento para la I+D de Grupo Siro?

Desde su creación, el centro i+dea ha confiado en un conjunto de talentos que en un principio nos ayudaron a responder con rapidez a una demanda no prevista de personal, causadas por un alto crecimiento. Éste conjunto ha evolucionado hasta convertirse en un método eficaz de búsqueda y captación de otros talentos, con la experiencia y trayectoria en los sectores de alimentación en los que operamos.

Al principio buscábamos básicamente contratar a ingenieros en alimentos, pero ahora que hemos ampliado nuestras competencias, buscamos además químicos y físicos. Fundamentalmente, estamos buscando personas que puedan aportar un enfoque diferente a la dinámica del equipo, y que a la

vez se adapten a la cultura y los valores de la empresa.

Considero el conjunto de talentos como un instrumento de referencia que nos ayuda a evaluar las habilidades que tenemos o no, y a conocer las rutas de desarrollo que van a enriquecer los valores y el potencial de nuestro equipo. También es importante recordar, que el centro de i+dea es básicamente un conjunto de talentos en sí mismo para toda la empresa.

¿Trasladarse a España ha sido un reto o ha sido adaptado bien a la cultura?

Pensé que sería capaz de aprender el idioma más rápido de lo que lo he hecho hasta ahora, pero es más complejo de lo que imaginaba. Sin embargo, estar motivado por nuevos retos siempre es gratificante. El proceso de aprender un nuevo idioma y cultura también te ayuda a entender mejor las diferencias en las formas de trabajo a las que uno está acostumbrado, así como a reforzar tu capacidad de ver, diagnosticar y probar soluciones.

No sólo es un verdadero reto para mí, sino también para mi esposa y mis dos hijos - incluyendo los mayores ¡que se han quedado en Francia! Me parece que no hay nada mejor que ponerte a prueba en tu vida profesional y privada. Tengo la filosofía de un corredor y creo que el esfuerzo es parte de la vida.



También es importante recordar, que el centro de i+dea es básicamente un conjunto de talentos en sí mismo para toda la empresa.