

Juan Manuel González Serna

PRESIDENTE DEL GRUPO SIRO

Creciendo entre gigantes



Los momentos de conversación con Juan Manuel González Serna son siempre de gran intensidad y aprendizaje por su enorme experiencia como gestor, pero, sobre todo, por su gran conocimiento y capacidad crítica de la situación económica y empresarial. Se perciben en él los rasgos de un negociador nato, ejecutivo y pragmático, pero atento a los detalles. Una veintena de cambios de residencia familiar atestiguan su compromiso con los proyectos que acomete, desde la empresa familiar en Ciudad Real que dirigió en sus primeros años. Es licenciado en Económicas y Empresariales y Derecho por ICADE y MBA por IESE.

La historia del Grupo Siro es una sucesión de adquisiciones y posterior integración de varias compañías y marcas, muchas de ellas en manos de multinacionales como Danone, United Biscuits, Sara Lee o Barilla, que no supieron dar con los resortes de la rentabilidad.

Javier López Somoza

Hoy día, casi 20 años después, el Grupo Siro es uno de los mayores Grupos empresariales en España del sector de la alimentación

Actualmente, el Grupo está presente en los negocios de galletas, aperitivos, pasta, pan de molde, pastelería y bollería. Facturamos 321 millones de euros en 2009, que es un 20% de crecimiento con respecto al ejercicio anterior, en un año ciertamente difícil para la economía española y mundial.

«El compromiso social rentable ha de ser rentable por sí mismo para garantizar su sostenibilidad»

El compromiso social es una de las principales referencias de su estrategia

Grupo Siro tiene un firme compromiso con la sociedad, que ha formado parte de sus criterios esenciales desde su nacimiento. Así, ha realizado una fuerte apuesta por la integración del mayor número posible de personas con riesgo de

exclusión social y laboral en sus centros de trabajo, en especial, de personas con capacidades diferentes, a partir de su compromiso social rentable.

Las bases que rigen el compromiso social rentable es que ha de ser rentable por sí mismo para garantizar su sostenibilidad y hacer a las personas con capacidades diferentes responsables de su actividad, como sucede con el resto de colaboradores.

Actualmente, Grupo Siro cuenta con dos centros especiales de empleo, que emplean a personas con capacidades diferentes, situados en Venta de Baños (Palencia) y Paterna (Valencia). El número total de personas con discapacidad que trabajan en estos centros asciende a 363 trabajadores, que ha supuesto un incremento del 17% respecto al año anterior, y que es prácticamente un 15% de nuestra plantilla total.

Y con capital 100% español

La mayor parte del capital la tenemos mi mujer, Lucía, y yo. Desde 2008, además, participa en el capital Madrigal Partici-



paciones, instrumento inversor de las cajas de ahorros de Castilla y León que nos ha aportado músculo financiero para continuar con nuestro proceso de inversiones.

Desde 2004 mantienen con Mercadona un acuerdo de interproveedor

Este acuerdo se basa en la confianza y estabilidad, que es lo que nos ha permitido afrontar un plan estratégico para el período 2007-10 con más de 200 millones euros de inversión para abordar nuevos proyectos que permitan garantizar la máxima calidad al mejor precio posible para los consumidores.

... y además crecer

Sí. Grupo Siro cuenta en la actualidad con 19 centros de trabajo, de los cuales 14 son fábricas (nueve en Castilla y León, dos en la Comunidad Valenciana, uno en Cataluña y otro en Gran Canaria), un almacén logístico automático en Venta de Baños, un centro de I+D+i en El Espinar y oficinas en Venta de Baños y Madrid. Además,

contamos con una oficina comercial en Londres.

«Aunque centrados en el mercado español, estamos abiertos a las necesidades de nuestros clientes en otros mercados»

Hablando de mercados exteriores...

Grupo Siro comercializa sus productos en más de 40 países, principalmente la Unión Europea, Estados Unidos y Canadá. Aunque centrados en el mercado español, estamos abiertos a las necesidades de nuestros clientes en otros mercados. El sector con mayor aceptación en el mercado exterior es fiel a la tradición galletera del Grupo Siro, seguido en volumen por el negocio de pasta, sobre todo para marcas privadas en Europa. Ha experimentando un importante auge del negocio de bollería.

Uno de los aspectos más importantes para el sector son los temas relacionados con la seguridad alimentaria

La calidad y, en particular, la seguridad alimentaria son siempre objetivo prioritario en el Grupo Siro. Disponer de un sistema propio y robusto de seguridad alimentaria es uno de los valores que le permite ser líder y lo habilita para la consecución de cualquier norma de seguridad alimentaria de reconocido prestigio a nivel europeo. Este año, el Grupo ha dado un paso más certificando todas sus plantas según la norma IFS (International Food Standard). El resultado para el consumidor son las máximas garantías a través de la vigilancia de las políticas de fabricación e higiene y seguridad alimentaria.

¿Cuáles son los principales retos para los próximos años?

Este año 2010, cerraremos el plan estratégico que ha supuesto triplicar la compañía de la mano de un importante aumento de su capital humano. Para el futuro, el Grupo mantendrá su compromiso con el desarrollo personal y profesional de todos sus colaboradores. La estrategia de Grupo Siro se basa en el crecimiento de sus clientes con alianzas estables a largo plazo para conseguir el crecimiento mutuo y la satisfacción de los cinco grupos de interés a través de nuestro compromiso y nuestra capacidad de innovación para ofrecer soluciones globales, diferentes e innovadoras. Hoy en día, el mercado demanda productos que satisfagan las múltiples preferencias de los consumidores. Somos conscientes de ello y, para seguir ocupando un lugar privilegiado en el mercado, en el Grupo Siro se va a continuar apostando por la estrategia de innovación y diferenciación que tan buenos resultados nos ha dado. Queremos contar con la más alta tecnología para elaborar productos diferenciados y de calidad, que cumplan y superen los estándares internacionales de seguridad alimentaria. A través de la mejora permanente para adaptarnos a las necesidades de los clientes y a la evolución y tendencias del mercado, se asegura el máximo nivel de calidad de todos los procesos, productos o servicios que ofrecemos al menor coste posible ::

PRINCIPALES CIFRAS DEL GRUPO SIRO

| | 2007 | 2008 | 2009 |
|--------------------------------|-----------|-----------|-----------|
| Facturación (mill. €) | 220 | 264 | 321 |
| EBITDA (mill. €) | 28 | 37 | 53 |
| Colaboradores | 2.000 | 2.500 | 2.700 |
| Colaboradores con discapacidad | 211 (11%) | 285 (11%) | 354 (14%) |
| Inversiones (mill. €) | 67 | 101 | 44 |

INNOVACIÓN EN EL GRUPO SIRO

La inversión permanente en I+D+i es uno de los ejes fundamentales en los que el Grupo Siro centra su estrategia empresarial, con el objetivo de ofrecer soluciones globales, diferentes e innovadoras para satisfacer la demanda de los consumidores y mantener una posición de liderazgo en el mercado agroalimentario español.

El Grupo ha dedicado año tras año un mayor número de recursos a la innovación, con una inversión de seis millones de euros en 2008; ha incrementado la plantilla especializada en esta área, pasando de los 10 colaboradores del año pasado a los 35 que tiene actualmente y que disponen de modernas instalaciones en el nuevo centro de I+D+i de El Espinar y que concentra el esfuerzo innovador de la compañía.

La inversión en investigación de nuevos productos y mercados supone más del 1,68% de la facturación del Grupo. De este modo, el Grupo Siro plantea nuevas alternativas al consumidor y potencia la originalidad de sus productos, con el objetivo de hacer crecer todas aquellas categorías de productos en los que está presente, dinamizando así los segmentos de mercado donde compete.

Ha pasado de comercializar 50 productos en 1991 a más de 700 en la actualidad, cifra que quedará notablemente sobrepasada con la actividad de I+D+i, que tiene, asimismo, vocación de servicio a otras compañías y ya está atendiendo encargos de otros productores.

Algunos proyectos en marcha:

- Bollería fresca y más saludable con productos que llegan frescos al consumidor y con características más saludables, lo que viene a responder a la cada vez mayor demanda de la sociedad y del sector de ofrecer una dieta más sana.
- Participa en el proyecto ACUISOST, cuyo objetivo es el aprovechamiento de subproductos alimentarios, aprobado en la convocatoria CENIT 2007-2011.
- Participación en el proyecto INVIAS, aprobado en la convocatoria 2009-2011 del programa fondos tecnológicos. El objetivo es la utilización de materias primas naturales alternativas para la fabricación de productos nutricionalmente más saludables.
- También ha desarrollado proyectos como el de galletas adaptadas a las necesidades infantiles y pan sin azúcares añadidos. Ha aplicado nuevas tecnologías de producción para las fábricas de galletas, así como nuevos productos para el negocio del pan, que contribuyen a la optimización de los procesos.

La apuesta, en definitiva, del Grupo Siro es desarrollar productos alimenticios innovadores para todos los consumidores y otros específicos para aquellas personas que tienen intolerancia al gluten o que no pueden tomar azúcar.

Actualmente, el Grupo Siro tiene en marcha más de 100 proyectos que aseguran la continuidad de su política de I+D+i y el desarrollo futuro de la compañía y que se centran en la investigación de alimentos más saludables y desarrollo de nuevos productos. El equipo de I+D+i está inmerso en un nuevo proyecto de investigación de tecnología del frío.

Asimismo, colabora con las universidades de Valladolid, del País Vasco y de Burgos con la participación de alumnos en prácticas. La colaboración se extiende igualmente a centros tecnológicos como CARTIF, AINIA y CETECE.



Centro I+D+i del Grupo Siro en El Espinar.