

EMPRESAS | PLATAFORMA 21



Brenntag dirige la innovación a optimizar la distribución

Brenntag Iberia, filial española del líder mundial en comercialización de productos químicos, usa la innovación para mejorar su servicio de cara al cliente, además de apostar dentro de la organización por la formación, la comunicación interna y la fidelización del personal

M. CAÑAL

■ Brenntag Iberia, filial con sede en Sevilla del grupo alemán Brenntag –líder mundial en distribución de productos químicos–, presentó el pasado día 20 de octubre ante el Foro 2i sus experiencias innovadoras, dentro de las actividades de formación que realiza en Sevilla esta plataforma empresarial.

El presidente de Brenntag Iberia, Emilio Colomer, explicó que al ser la actividad central de esta compañía la comercialización de productos químicos, no su fabricación, la innovación se centra en la cadena de venta, mientras que la de producto es menor. De hecho, destacó que la empresa está cambiando su estrategia con el objetivo de “pasar de ser una compañía que distribuye productos químicos de base a ofrecer valor añadido”.

Entre estos servicios avanzados destacó la participación en el portal de comercio electrónico Elémica, que permite hacer pedidos a los proveedores por internet y que ya concentra entre el 15 y el 20 por ciento de estas operaciones. Asimismo, Brenntag ofrece a sus clientes servicios como asesoramiento en seguridad y diseño de almacenes o tratamiento de residuos, además de estar al tanto de las innovaciones que surjan en la industria química para hacerlas llegar al mercado.

Esta apuesta por el valor añadido exige “una estrategia innovadora” basada en la cualificación de la plantilla y en un especial cuidado de los aspectos relacionados con salud, seguridad y medio ambiente, para que “la cadena de valor sea responsable”. En este sentido, destacó la adhesión de Brenntag a iniciativas de responsabilidad social como Compromiso de Progreso.

Colomer reconoció que en la compañía no existen indicadores de gestión de la innovación propiamente dichos, sino que ésta se mide en proyectos concretos y, por ejemplo, se hace un seguimiento exclusivo de la inversión en formación. Ésta representa en Brenntag Iberia en torno al 2 por ciento de la masa salarial, con una media de 34 horas de formación por empleado en 2004, especialmente en idiomas.

Otros pilares en los que sustenta su innovación son el *benchmarking* (intercambio de ideas) con el resto de filiales del grupo; las certificaciones de calidad (tiene, entre otras, las ISO 9001 y 140001, la 9100, que le permite trabajar para EADS-CASA, y la GMP-GTDP, que será obligatoria para vender al sector farmacéutico) y la comunicación interna. En este punto, ha creado un portal pionero dentro del grupo que persigue reducir la burocracia interna, fomentar el intercambio de experiencias y favorecer la comunicación entre empleados.

En el ámbito del personal, existen planes de fidelización para retener a los empleados más jóvenes y evitar la rotación; la retribución variable puede alcanzar hasta el 30 por ciento del sa-



Presentación. Emilio Colomer, presidente de Brenntag Iberia, y Frédéric Pierre, consejero delegado.

FOTOS: JOSÉ ÁNGEL GARCÍA

Estrategia de diferenciación

La compañía cambia su enfoque para pasar de ser un distribuidor 'básico' a aportar valor añadido

Ejemplo de iniciativa innovadora

La filial española lidera para el grupo el Proyecto Etiqueta

Brenntag Iberia ha liderado dentro del grupo el llamado Proyecto Etiqueta, que permite a la compañía gestionar las continuas actualizaciones de la normativa que afecta a la distribución de unos 3.000 productos químicos, así como integrar los sistemas que usaban las distintas filiales. Con ello se logra que las etiquetas cumplan íntegramente la legislación sobre manipu-

lación, transporte, envasado y trazabilidad. Detrás de ello, explicó Colomer, “hay todo un complejo proceso de innovaciones en la gestión de normativas, procesos internos y desarrollo comercial”. El sistema consiste en una base de datos multilingüe que contiene todas las sustancias químicas que comercializa Brenntag, con la posibilidad de actualizaciones masivas

de forma fácil y accesible desde cualquier compañía del grupo. El nuevo sistema de edición de documentos se integró en el software de gestión común del grupo, SAP, para cuya implantación se contó con la colaboración de una empresa andaluza, ACT, del Grupo Ayesa. El proyecto culminó en diciembre de 2004 y requirió una inversión de 2,7 millones de euros.

lario; se diseñan planes de desarrollo de carrera y se realiza una evaluación interactiva anual por internet.

Brenntag Iberia tiene sus orígenes en Productos Químicos Sevillanos (PQS), empresa familiar nacida en 1965 que con los años consolidó una red de empresas propias en Galicia, Asturias, Murcia, Portugal y Marruecos. En 1997 fue adquirida por Brenntag, que se quedó sólo con una de las ramas de su negocio, la de distribución de productos químicos, vendiendo la de productos envasados de droguería.

La sede de Brenntag Iberia quedó establecida en Sevilla –desde donde se gestionan los negocios de España, Portugal y Marruecos– y se inició un proceso de compra de compañías dentro de España. Hasta ahora se han adquirido tres empresas, todas en Cataluña –Julia Parrera, Droqsa y Especialidades Puma–, y esta estrategia se mantendrá en los próximos años. En la actualidad, la multinacional es propiedad del fondo Bain Capital.

Brenntag Iberia facturó 216 millones de euros en 2004 y este año prevé cerrarlo con 249 millones, un 15,3 por ciento más. El Ebitda (beneficio antes de impuestos, amortizaciones y depreciaciones) se situará en 13,4 millones, casi un 14 por ciento más que en 2004. La plantilla alcanzará las 432 personas, frente a las 425 de 2004 o las 309 con las que contaba hace cinco años.

Los miembros de 2i

| | |
|------------------|---|
| Grupo Joly | Grapesa |
| Brenntag | Sánchez Romero Carvajal |
| Cunext | Sadiel |
| Dopp Consultores | Persán |
| Fuerte Hoteles | USP Clínica Sagrado Corazón |
| Huntsman Tioxide | Consultora de apoyo: Socintec-Grupo Azertia |