

Fortu Simón

DIRECTOR DE MARKETING
NOMEN FOODS

“**Más calidad, más innovación y más responsabilidad social marcan el camino**”

■ POR JESÚS C. LOZANO

Rememoro la primera vez que visité el Delta del Ebro, hace casi ya dos décadas. No se me olvida aquel río salvaje, por el caudal de sus aguas, y cariñoso, por su suave manera de acariciar el Mediterráneo. Llovía aquella tarde de agosto. Y recuerdo también el Delta del Ebro, a finales del pasado mes de enero, sufriendo uno de los temporales más graves de los últimos tiempos, con zonas completamente inundadas por el mar, cuyas aguas penetraron ferozmente varios kilómetros tierra adentro.

Entre un recuerdo y otro, y previo a ellos, y también posterior, se yerguen sus arrozales como elemento común. Esos mismos arrozales que fueron anegados a comienzos de año. Los mismos arrozales que ofrecen alojamiento a Nomen Foods, compañía que asienta sus orígenes hace un siglo y medio, cuando la cooperativa Arrossaires del Delta de l'Ebre sembró la semilla de lo que actualmente es una de las principales empresas arroceras de España y que ha hecho de la tradición, la calidad y la innovación su razón de ser.

“La innovación es algo que tenemos en nuestro ADN, que está muy arraigado en el conjunto de la empresa. Siempre trabajamos en la búsqueda de nuevos nichos de mercado y de nuevas tendencias. Creemos firmemente que la salud y el *convenience* son ejes muy importantes en la actualidad, y seguro que vamos a seguir dando pasos importantes en estas líneas”, afirma el director de Marketing de la compañía tarraconense, Fortu Simón, añadiendo que “también queremos ser un referente de innovación en sostenibilidad,



donde, en el marco de un ambicioso plan, estamos haciendo avances importantes en los *packagings*”.

Nomen Foods tiene incorporada la innovación en todos sus procesos y áreas. Y el ámbito de la sostenibilidad, que es clave para la empresa, no es una excepción: “La sostenibilidad es un factor inquebrantable para la sociedad en general y eso nos incluye a todos; a partir de este punto, entendemos que incorporar el factor innovación al fomento de la sostenibilidad nos permite dar pasos inmensos”, reflexiona Simón, aludiendo, además del *packaging*, al proyecto ‘Organic Delta Rice’, cuya finalidad es crear el conocimiento técnico necesario para la producción ecológica de arroz.

Colaboración

Asimismo, el mencionado proyecto también da pie al directivo para referirse a la importancia que tienen las relaciones colaborativas en el seno de su empresa. A su juicio, ‘Organic Delta Rice’ es un ejemplo de colaboración público-privada, fundamental para sumar fuerzas en aras de la

consecución de un objetivo común. “En Nomen Foods somos muy conscientes del rol que debe jugar la compañía en el marco de una sociedad que, entre todos, debemos hacer progresar de una forma sostenible”, remarca el director de Marketing, añadiendo que la apuesta estratégica de la empresa se basa en dar respuesta a las nuevas exigencias de consumo y producción, avanzando en proyectos de innovación en semillas, variedades y productos ecológicos, así como fomentando el equilibrio con el medio ambiente con prácticas comerciales responsables y éticas.

El departamento que dirige Fortu Simón juega un rol esencial para escuchar al consumidor y entender sus inquietudes. “Hay que ponerse en su piel, pensar y sentir como él lo hace; y a partir de ahí, hemos de trabajar intensamente, aplicando creatividad, para ofrecer una respuesta que sea de su agrado”, recomienda, al tiempo que aboga por una innovación “transversal y que esté asumida de forma natural por todos los que trabajamos en Nomen Foods” para dar respuesta a los nuevos estilos de vida y las exigencias que se derivan de los consumidores.

Por otra parte, desde Nomen Foods, que cuenta con las marcas Nomen, Bayo y Segadors del Delta, se considera que “la satisfacción de las necesidades del consumidor es un generador brutal de empatía hacia la marca”. El trabajo realizado durante años es el mejor aval del que dispone una marca, pero eso ya no es suficiente, ya que será necesario hacerlo aún mejor: “Más calidad, más innovación y más responsabilidad social marcan el camino a seguir para dar respuestas y generar confianza en los consumidores, y quien no se suba a este tren difícilmente podrá competir”.

Creatividad y anticipación

Y todo lo escrito hasta aquí se debe sazonar con creatividad. “En nuestra compañía sabemos que sólo podemos dar respuesta al consumidor a través de un modelo basado en la innovación, que siempre ha de tener un componente de creatividad que no todas las organizaciones han incorporado”, considera Fortu Simón, para quien es clave generar el ecosistema adecuado para que la creatividad y la innovación puedan desarrollarse dentro de las empresas.

En este sentido, Nomen Foods impulsa la innovación a través de determinadas acciones que sirven para optimizar la cadena de suministro, como la reciente alianza signada con Microsoft, o mediante la realización de determinadas acciones sociales, como la incorporación del sistema braille al etiquetado.

Por último, desde la empresa tarraconense se añade una última variable al ecosistema generado por creatividad e innovación. Se trata de la transparencia. Ahora ya sí la ecuación está

LAS CUATRO CLAVES

NOMEN FOODS

EL ROL DE LA INNOVACIÓN

“Es una herramienta clave para anticiparnos a las tendencias de la sociedad”

EL FACTOR DIFERENCIAL

“La innovación debe ser transversal y estar asumida de forma natural”

PERSPECTIVAS PARA EL FUTURO INMEDIATO

“Queremos ser un referente de innovación en sostenibilidad con un ambicioso plan”

LA ESTRATEGIA COMUNICATIVA

“La transparencia nos garantiza escuchar y estar en contacto con el consumidor”

completa. “Tenemos un firme compromiso con la transparencia, porque es lo que nos garantiza escuchar y estar en contacto de forma directa con el consumidor”, rubrica Fortu Simón, para quien las redes sociales se han convertido en un “fantástico aliado” para conocer qué quiere el consumidor y anticiparse a los nuevos hábitos de consumo. “La innovación es una herramienta clave para anticiparnos a las tendencias de la sociedad”, concluye el directivo.



Nomen Foods se encuentra embarcado en la mejora de los ‘packagings’ y en el proyecto ‘Organic Delta Rice’, entre otras iniciativas.