

Organigrama general



Departamento Comercial y de Operaciones, y E-commerce

Es el Departamento encargado de liderar la estrategia comercial de la organización y de asegurar la implementación de los planes de negocio.

Entre sus funciones, realiza la gestión comercial, la definición de productos y la fijación de objetivos de venta, y controla la calidad del producto.

Departamento Financiero

Este Departamento se ocupa de las responsabilidades económicas de la empresa, encargándose, entre otros aspectos, de la planificación y elaboración de presupuestos, de elaborar el modelo de organización financiera y de gestionar los gastos asociados a la actividad de la cadena, así como de la inversión y financiación.

Departamento de Auditoría Interna

Es el responsable de evaluar los procedimientos operativos, la gestión de riesgos, las funciones de control y los procesos de la organización. Con un enfoque sistemático y disciplinado, evalúa y mejora la eficiencia de todos los procesos.

Departamento Jurídico y Gestión Inmobiliaria

Coordina y asegura un flujo legal de relaciones entre la empresa e intervinientes, respetando los códigos de buen gobierno y anticipando los cambios normativos.

Guía su actuación siguiendo las normas jurídicas y éticas, facilitando que cada departamento cuente con el acompañamiento jurídico adecuado.

En la parte de Gestión Inmobiliaria lidera los planes de expansión de la compañía.

Departamento de Recursos Humanos y Servicios Generales

En el ámbito de la organización interna de la empresa este Departamento es el responsable de la gestión de los recursos humanos.

Entre sus funciones principales, selecciona y forma a las personas que la empresa necesita, proporciona a los trabajadores los medios necesarios para que puedan ejercer su trabajo e intenta que el trabajador satisfaga sus necesidades.

Además, se ocupa de las relaciones laborales y de la prevención de riesgos laborales.

Paralelamente, Servicios Generales se encarga de una cantidad importante y significativa de actividades operativas. Estas, en su mayoría, están relacionadas con tareas de mantenimiento y la adecuación de espacios e instalaciones.

Departamento de Pricing

El Departamento de Pricing se encarga de la correcta gestión y mantenimiento de precios, permitiendo a la empresa ser más eficiente y conduciéndola a una mayor rentabilidad.

Entre sus funciones principales, cada día analiza la oferta y el posicionamiento de la competencia, así como fija los precios en sus establecimientos.

Departamento de Logística

Su función principal es planificar y gestionar todos los flujos. Además, es responsabilidad del Departamento crear e implementar sistemas de control y mejora de procedimientos con el objetivo de aumentar la eficacia de todas y cada una de las operaciones.

Entre los procesos más importantes, el almacenaje y transporte son algunas de las principales funciones de las que se encarga.

Departamento Técnico

Confeciona y ejecuta proyectos de obra nueva y/o reformas de establecimientos ya existentes recogidos en el Plan Estratégico de Nuevas Tiendas y Reformas de la compañía.

Lidera los proyectos propios y se asegura de la correcta ejecución de las obras, siguiendo las directrices marcadas por el propio Departamento.

El Área de Mantenimiento realiza un control diario y programado de las instalaciones, con la finalidad de detectar la necesidades de mantenimiento.

Departamento de IT y Sistemas

Administra las herramientas tecnológicas que usa toda la compañía y, además, garantiza la seguridad y el correcto funcionamiento de todos los elementos.

En líneas generales, el Departamento de IT y Sistemas se ocupa de aspectos referentes al software, hardware, redes de acceso a internet, almacenamiento de la información, uso de bancos de datos y diseño de herramientas.

Apoya el crecimiento y la innovación de la empresa, alineando su trabajo a los objetivos de esta.

Departamento de Marketing y Comunicación

Diseña y planifica las estrategias de Marketing y Comunicación que debe seguir la empresa, dándole a conocer a la opinión pública y poniendo en marcha acciones que ayuden a reforzar la identidad, la cultura y la imagen corporativa, considerando igualmente importantes la comunicación externa e interna.

Gestiona las campañas publicitarias y de comunicación en los diferentes canales y soportes.

Asimismo, desarrolla proyectos estratégicos y de posicionamiento, y apoya mediante patrocinios a los equipos deportivos más representativos.

Departamento de Proyectos, Instituciones y Estaciones de Servicio

Centra su estrategia en la búsqueda continua de nuevos proyectos de interés para el negocio.

Lidera la venta al mayor, entendida esta como una modalidad que consiste en la compra y venta de productos en grandes cantidades entre organizaciones comerciales.

Asimismo, gestiona todos los establecimientos DinoShop, fruto del acuerdo con las estaciones de servicio bp.