

CARMEN PONCE

DIRECTORA DE RELACIONES CORPORATIVAS Y SOSTENIBILIDAD DE HEINEKEN ESPAÑA

“El poder de las alianzas es incuestionable para llegar más lejos”

Heineken se apoya en la acción colectiva para “aspirar a lograr objetivos tan ambiciosos como los que nos marcamos en ámbitos como la sostenibilidad medioambiental o el progreso social”, enfatiza la entrevistada, para quien innovación y digitalización son dos aliados imprescindibles en la estrategia empresarial.

Balance de la última década

La digitalización y la innovación se han convertido en dos palancas clave en estos últimos diez años y seguirán siéndolo en los próximos. En concreto, el e-commerce ha experimentado un crecimiento exponencial, al igual que los procesos de B2B. Por eso, en Heineken España trabajamos cada día para ser la cervecera mejor conectada: ponemos al consumidor y al cliente en el centro de nuestra estrategia y ayudamos a nuestros bares en sus procesos de digitalización y mejora constante para impulsar su competitividad. Y a todo esto se le une una mayor demanda de productos de empresas sostenibles y transparentes. Los consumidores quieren saber más, desde el origen hasta la llegada a la góndola, sobre los ingredientes, abastecimiento y procesos de fabricación que posee el producto que compran.

Desafíos futuros

Claramente, debemos ofrecer una apuesta de valor a nuestros consumidores. Por innovación. Por sostenibilidad. El sector, y nosotros con él, debemos comercializar productos de valor añadido que coincidan con los valores e intereses que demandan nuestros consumidores. Vivimos inmersos en un contexto de cambios rápidos y permanentes, en el que es más importante que nunca ponerles en el centro de todo lo que hacemos. Esta situación nos obliga a escuchar más que nunca y a ser ágiles para adaptarnos rápidamente, buscando soluciones que respondan a las necesidades de cada momento. Apostando siempre por la innovación y la calidad, como siempre hemos hecho, con la vocación de aportar valor a toda nuestra cadena, desde el campo hasta el bar.

Claves de la gestión

La clave radica en ponernos en el lugar de nuestros

consumidores, clientes, empleados y proveedores. Y ayudarles a crecer. Gracias a ello, y a pesar de la incertidumbre que vivimos, estamos concentrando esfuerzos para limitar el impacto del incremento de costes y su repercusión en nuestros clientes y consumidores. La eficiencia y agilidad para adaptarnos a nuevas situaciones y el espíritu de mejora constante que siempre nos ha definido son aspectos fundamentales de nuestra estrategia de negocio.

Relevancia del factor humano

La digitalización es, hoy día, un aliado imprescindible en la estrategia de cualquier compañía, independientemente de su tamaño y del sector al que pertenezca. Pero nunca sustituirá a las personas, al menos en una compañía como la nuestra. En Heineken somos conscientes de que las personas son más necesarias que nunca para hacer que esta digitalización funcione y cumpla su objetivo. Por eso estamos siempre innovando para hacer que los datos aporten valor para nuestro negocio y el de nuestros clientes. Esta filosofía se refleja, por ejemplo, en cómo integramos la digitalización en nuestra propuesta de valor para la hostelería, con servicios que les ayudan a gestionar mejor y más fácilmente sus establecimientos.

Conceptos esenciales

El poder de las alianzas es incuestionable. Por eso, en Heineken España nos apoyamos en la acción colectiva, colaborando con Administraciones públicas, instituciones, empresas y consumidores para llegar más lejos. Porque sabemos que solos no podríamos aspirar a lograr objetivos tan ambiciosos como los que nos marcamos, especialmente en ámbitos como la sostenibilidad medioambiental o el progreso social. Gracias a esta red de trabajo conjunto, ya hemos logrado hitos tan relevantes como becar a más de 160 jóvenes, elaborar todas nuestras cervezas con electricidad 100% renovable, arrancar la construcción de la primera planta termosolar de la industria española en nuestra fábrica de Sevilla y fomentar una logística y una hostelería más verdes.

