

CARMEN PONCE



La **factoría** de Heineken en la capital del **Santo Reino** supone una pieza clave en la **economía** de la provincia y desde comienzo del **confinamiento** no ha parado para atender al **sector hostelero**, a los jiennenses y ha hecho una gran contribución al sistema sanitario

DIRECTORA DE RELACIONES CORPORATIVAS DE HEINEKEN ESPAÑA

“Los bares forman parte de nuestra cultura y el día a día”

FRANCISCO GAITÁN

—¿Qué nos puede contar de este spot, cuál es su filosofía y qué pretende contar?

—El spot es el punto culmen de un movimiento que se llama “#FuerzaBar”, que arrancó al principio de este confinamiento y ahora mismo lo que pretende es poner una dosis de ilusión y esperanza para todos, invitándonos a recordar dónde nos recordamos la penúltima caña, ese añorado momento, para volver a tomarnos la primera y detrás, implica un movimiento de inyección, ilusión y esfuerzo para el sector hostelero, que como todos bien saben, lo están pasando muy mal.

—Así es. Con el deseo expreso de ayudarles, hemos creado el hashtag “#YoSoyDeBares” (...). Le quería preguntar por la fábrica de Jaén. Para nosotros es muy importante esta empresa, Heineken, ¿cómo ha ido todo este tiempo en la fábrica?

—Como bien dices, para Heineken España Jaén es una provincia muy especial, tenemos de las cosas más preciadas para una compañía cervecera como es una fábrica, una de las cuatro que tenemos en toda España y nos gusta decir que trabajamos para contribuir en la facilidad y en las buenas experiencias de todos los jiennenses con la marca Cruzcampo y nuestra marca Alcázar. Como industria esencial hemos mantenido la actividad y las cuatro fábricas han estado operativas, Jaén incluida. Me gustaría decir, para todos los compañeros que están teletrabajando desde mediados de marzo, que los compañeros que están a pie de máquina son unos auténticos héroes.

—El operativo para que todos esos bares y restaurantes recepten esa rica cerveza, ¿cómo sería?

—El contacto con nuestros clientes no se ha interrumpido en ningún momento. Hemos estado cerca, pendientes de ellos y hemos dado respuesta a sus inquietudes desde el primer día de confinamiento. En eso ha consistido el movimiento #FuerzaBar que ahora le comento un poco más. Estamos reactivando



nuevas líneas de producción en la fábrica, hay productos como el barril que solo se consumen en el bar. Estamos preparando las instalaciones de los bares para que estén en las mejores condiciones, y sobre todo, llevando ese esfuerzo que hemos desarrollado en los últimos dos meses y poniéndolo al servicio de los establecimientos para que abran en las mejores condiciones posibles (...). Tenemos ahora mismo a todo el equipo comercial en la calle, visitando nuestros clientes.

—Les hablamos de la iniciativa #FuerzaBar. Estamos en el sur, nos gusta el contacto, tenemos que prestar atención a las medidas que nos marcan las autoridades. ¿Qué pretenden ustedes con esta iniciativa?

—Esta iniciativa nació cuando se anunció el cierre y buscaba principalmente apoyar al sector hos-

telero, que es un sector muy importante para una cervecera, obviamente, pero también es lo es para la economía de España, de Jaén y me atrevería a decir que para nuestra cultura. Los bares forman parte de nuestra cultura y del día a día.

—Habla de Alcázar, de ese bottellín verde que tan fantásticamente recuperaron. ¿También se ha fabricado?

—En la fábrica no se ha parado. La planta de Jaén ha estado en funcionamiento durante toda la crisis, seguirá funcionando, adaptándose a las nuevas condiciones de consumo. No ha faltado y no faltará, por supuesto que no.

—Su responsabilidad social corporativa ha estado presente en estos dos meses.

—(...) ¿Cómo una cervecera puede contribuir con el sistema sanita-

rio? Lo hemos hecho, primero, con lo que mejor sabemos hacer que es cerveza. Primero, en Jaén donamos 10.000 Radler 0,0 para dales un descanso o un motivo de alegría a todo el equipo de los hospitales de la provincia. Y también, de forma más creativa, fabricando pantallas protectoras. Somos pioneros en impresoras 3D, y hemos hecho más de 2.000 pantallas y las pusimos a disposición de otros hospitales de Andalucía.

—¿Sería prematuro preguntarle por la cerveza de Navidad de este año?

—Normalmente, el maestro cervecero se pone a trabajar al día siguiente de cerrar una edición de Navidad en la edición del año siguiente, no es prematuro. Seguramente, a la vuelta de verano ya estarán las fórmulas y los planes de producción. Este año no va a faltar la Cruzcampo Navidad.