

Reafirma HEINEKEN México compromisos con el País

Busca compañía ser la cervecera número uno en sustentabilidad; sostiene compromiso con el medio ambiente sobre el cuidado y reúso del agua

El 2022 fue un año récord para HEINEKEN a nivel global, con un crecimiento de 21 por ciento en ingresos y 24 por ciento en utilidades. En línea con la tendencia del grupo, HEINEKEN México creció a doble dígito, con un portafolio que busca responder a las preferencias actuales del consumidor, manteniendo la sustentabilidad al centro y atrayendo al mejor talento.

Lo anterior lo dio a conocer en conferencia de prensa Guillaume Duverdier, director general de HEINEKEN México, quien dijo que a pesar de lo desafiante del entorno, los resultados del año pasado fueron muy sólidos y no sólo han recuperando el nivel de negocio que tenían antes de la pandemia, sino que lo han superado.

En este crecimiento de volumen de la compañía cervecera, destacó el segmen-

to de marcas premium, que creció más del 10 por ciento, así como el reforzamiento de propuestas que van más allá de cerveza y el crecimiento de su cadena SIX, que abrió más de mil 700 tiendas en 2022, con lo que suma un total de 16 mil en el País.

El directivo, que tiene 23 años en HEINEKEN, habló de los avances que tiene en materia digital la empresa en México, con la plataforma de e-business y la aplicación e-shop, que utiliza el soporte de sus tiendas SIX para hacer entregas por delivery en menos de 60 minutos.

La ambición, dijo, es convertirse en el mejor cervecero en digitalización.

México, aseguró Duverdier, es uno de los mercados más fuertes para la cerveza a nivel mundial y HEINEKEN México es una de las compañías más importantes de la industria nacional gracias a su volumen y rentabilidad.

“Tenemos planes de crecimiento de ventas y en paralelo haremos las inversiones que se necesiten para seguir este rumbo”, puntualizó.

Asimismo resaltó el ADN innovador de la empresa y, como ejemplo, recordó el lanzamiento de HEINEKEN Silver,

elaborada con tecnología de temperaturas bajo cero para otorgar sabor más suave y sutil, así como Amstel Ultra, la cerveza más baja en calorías y carbohidratos del portafolio y su presentación en hard seltzers.

La innovación, agregó el director general, la han llevado a otros planos, desde mercadotecnia y organización de eventos, hasta en su producción; muestra de ello es la creación de una nueva planta de fabricación de lata en Meoqui, Chihuahua, con una inversión de mil 800 millones de pesos.

En cuanto a la venta de las acciones de Femsá, dijo que están agradecidos porque ha sido un accionista muy importante, que los ha apoyado por 132 años en México y 13 a nivel grupo.

Añadió que esto les dio oportunidad para recomprar parte de las acciones y la oportunidad de darle la bienvenida a nuevos accionistas de largo plazo, como Bill Gates.

“Estos son signos de confianza sobre la estrategia a largo plazo del grupo”, enfatizó.

Sólida estrategia sustentable

Guillaume Duverdier, director general de HEINEKEN México compartió, junto con Mónica Bichara, vicepresidente de Asuntos Corporativos y Legal, las metas y proyectos encaminados a convertirse en la cervecera más

sustentable en el país. Señalaron que es primordial seguir creando nuevas formas de sumar acciones en favor de las comunidades donde operan, reafirmando el compromiso con el cuidado del medio ambiente.

Bichara precisó que con el programa de sustentabilidad “Brindar un Mundo Mejor”, tienen ambiciones altas hacia el 2030 y 2040.

Explicó que en el tema ambiental buscan reducir su huella de carbono y tener un



Fecha 01.03.2023	Sección Negocios	Página 5
----------------------------	----------------------------	--------------------

proceso de producción completamente neutro en 2030.

El avance al momento es del 32 por ciento, y para 2040 buscan que esa neutralidad en carbono sea en toda su cadena de valor, desde los campos de cebada hasta la

barra donde se disfrutan sus productos.

“Son estos motivos los que nos impulsan a integrar la sustentabilidad en nuestro esquema de negocio y poniendo al frente de éste a los

consumidores y a las comunidades donde operamos”.

En cuanto al agua, buscan mayor eficiencia en su uso para producir un litro de cerveza. HEINEKEN México cerró el año con un pro-

medio nacional de 2.44 litros de agua por cada litro de cerveza; su planta más eficiente, Meoqui, utiliza solo 1.8 litros.

A nivel internacional el promedio está entre 3.5 y 4.5 litros.

