Food Service Institute
Explorando un mundo sin mapas

Alberto Rodríguez-Toquero repasa en profundidad la actualidad, la pandemia, el futuro del sector, las iniciativas llevadas a cabo por su Grupo y la importancia de la restauración en la economía.

"PRESERVAR LA ACTIVIDAD DE NUESTROS BARES Y RESTAURANTES ES SALVAGUARDAR NUESTRO ESTILO Y MODO DE VIDA"

ALBERTO RODRÍGUEZ-TOQUERO, director general de Mahou San Miguel.

Como empresa vinculada directamente al mundo de la restauración habréis sufrido las consecuencias de esta crisis desde el primer momento... ¿Pueden hacernos una valoración del impacto que ha tenido en vuestra empresa? ¿Se sigue bebiendo cerveza y refrescos con las mismas ganas?

Nuestro negocio está estrechamente vinculado al sector hostelero y al encuentro social, por lo que nuestra compañía se ha visto y se seguirá viendo muy afectada por esta crisis de emergencia sanitaria y por las medidas implantadas por el Gobierno para contribuir a paliarla, como el cierre de bares y restaurantes durante tres meses y su reapertura progresiva.

La hostelería es el canal de venta mayoritario para Mahou San Miguel y el ligero incremento de las ventas en otros canales como el de alimentación durante este periodo no compensa, en absoluto, el impacto del cierre de establecimientos en nuestros resultados. Concretamente, durante los primeros ocho meses del año, nuestras ventas en hostelería se han reducido en un 37% respecto al año anterior, mientras que las de alimentación han aumentado en torno al 10%. Todo ello, unido al importante esfuerzo que la compañía ha realizado para proteger el empleo y para apoyar al sector hostelero, afectará negativamente al resultado de 2020.

En nuestro caso, si analizamos el consumo de cerveza y agua, podemos asegurar que ambos negocios han sufrido con la crisis y que sus ventas se han resentido considerablemente, siendo algo más acusada la caída en cerveza.

De las acciones y del plan de recuperación del consumo que están haciendo con sus clientes, ¿qué destacaría?

La hostelería es un canal clave para Mahou San Miguel y siempre hemos tenido un fuerte vínculo con todos los agentes que lo conforman. Ante esta situación, tan complicada para todos, hemos querido reforzar esa unión y estar muy cerca de nuestros proveedores, distribuidores y clientes con iniciativas que contribuyan a reducir el impacto que les está causando esta crisis.

Por eso, a pesar de que nuestro negocio se está viendo también muy afectado, estamos reenfocando nuestros recursos y trabajando junto a los hosteleros para impulsar la reactivación de sus negocios con menores costes y proteger así el empleo en este sector clave para la economía española.

“Nuestro compromiso con la hostelería es de largo plazo y seguiremos impulsando una sociabilización responsable”

Dentro de nuestro Plan Global de Apoyo a la Hostelería destacaría la aportación extraordinaria de producto (cerveza y agua) a nuestros clientes hosteleros, que supondrá una facturación estimada de 75 millones de euros para los establecimientos.

Este Plan se completa con iniciativas dirigidas a apoyarles financieramente de forma personalizada, a generar tráfico responsable a sus negocios o a promover la digitalización del sector, entre otras. Además, por primera vez en nuestra historia, nuestras marcas icónicas Mahou, San Miguel, Alhambra y Solán de Cabras se han unido en una campaña conjunta bajo el lema “Somos Familia”, renunciando a sus comunicaciones individuales para volcarse con el apoyo a la hostelería.

“La hostelería es y seguirá siendo uno de los sectores más damnificados, porque en nuestro país el consumo en estos establecimientos está estrechamente ligado a las relaciones sociales”

"Serán claves el impulso de medidas que aseguren la liquidez a todo tipo de empresas, mediante un mejor acceso a instrumentos de financiación y el alivio o aplazamiento de cargas fiscales"

Además de las acciones que han llevado a cabo, ¿qué más podría hacerse por este sector?; ¿Ha echado en falta alguna iniciativa? ¿Más apoyo por parte de la Administración?

Esta crisis sanitaria está afectando profundamente a la economía y a la sociedad española, aunque hay sectores más afectados que otros. La hostelería es y seguirá siendo uno de los más damnificados, porque en nuestro país el consumo en estos establecimientos está estrechamente ligado a las relaciones sociales.

Creemos que es el momento de permitir la recuperación del sector y de crear las condiciones para minimizar el impacto económico de la pandemia y de las medidas y restricciones derivadas de la misma, como el distanciamiento social o la reducción de aforos, problemáticas agravadas por otros factores como la caída del turismo, el deterioro económico de las familias o la desconfianza del consumidor.

En este sentido serán claves el impulso de medidas que aseguren la liquidez a todo tipo de empresas, mediante un mejor acceso a instrumentos de financiación y el alivio o aplazamiento de cargas fiscales, que les permitan recuperar su actividad y proteger el empleo, fundamental para la reactivación del consumo. En la situación actual, marcada por la incertidumbre y los rebrotes, también es clave promover la sociabilización responsable para que la gente acuda a los bares y restaurantes de forma segura.

Se dice que este es un sector clave en la economía de nuestro país. ¿Qué destacaría de él?

La hostelería es un sector clave en la economía española, ya que supone un 6,2% del PIB del país y es un eje crítico de apoyo al turismo, otro de los motores de riqueza nacional. Sin embargo, se trata de una industria particularmente frágil y vulnerable a ciclos y choques económicos, como la actual crisis provocada por el Covid-19. El cierre de negocios, la destrucción de empleo y el descenso de la facturación del sector, tendrá un importante impacto en las cuentas públicas y en la recaudación del IVA en nuestro país.

Más allá de las cifras, en Mahou San Miguel estamos convencidos de que preservar la actividad de nuestros bares y restaurantes es salvaguardar también nuestro estilo y modo de vida.

Nuestro compromiso con la hostelería es de largo plazo y seguiremos impulsando una sociabilización responsable y ayudando al sector en otros aspectos clave a futuro como el desarrollo de nuevas experiencias de valor añadido o el impulso de la digitalización.

Su empresa vende productos en Horeca y en supermercados... ¿Cree que los meses de aislamiento y las precauciones y el miedo que tienen los consumidores a la hora de ir a los restaurantes influirán en el largo plazo en un consumo más "casero"?

En estos meses hemos observado cambios en el comportamiento del consumidor y cómo han ido evolucionando sus preferencias, hábitos y actitudes generados por el confinamiento y el post-confinamiento. La realidad es que, como individuos y como sociedad, hoy nos movemos entre múltiples tensiones entre lo que "quiero" y lo que "puedo" y habrá que ver qué cambios y pautas son coyunturales y cuáles han llegado para quedarse.

Por ejemplo, esta nueva realidad ha hecho que muchos más consumidores se animen a adquirir productos online. En el caso de Mahou San Miguel, durante el confinamiento registramos un importante aumento de pedidos en nuestro e-commerce Solana, donde refor-

MAHOU SAN MIGUEL es una compañía familiar 100% española e independiente, líder del sector cervecero en nuestro país y con fuerte implantación internacional. Dispone de ocho centros de elaboración de cerveza –siete en España y uno en India–, cuatro manantiales de agua con sus plantas de envasado y un equipo de más de 4.250 profesionales.

zamos nuestro servicio complementando la importante labor de los establecimientos de alimentación. Con el proceso de desescalada la demanda en el canal online se ha ido estabilizando, pero continúa por encima de las cifras previas a la pandemia.

Con todo, los bares y restaurantes en España forman parte de nuestra esencia y de nuestra manera de disfrutar y entender la vida, por lo que estamos seguros de que la gente continuará acudiendo a estos establecimientos y consumiendo fuera del hogar con responsabilidad y seguridad.

¿Qué implicaciones tendrá esta crisis en el consumo extradoméstico?

El consumidor tiene muy presente que esta situación ha tenido o puede tener un impacto directo en su economía, por lo que puede tender a desarrollar un comportamiento más ahorrador y reducir el consumo fuera del hogar, pero, por otro lado, esta situación también le lleva a necesitar más que nunca de experiencias gratificantes que le proporcionen placer o disfrute. Existe todavía mucha incertidumbre sobre el futuro inmediato, pero en el contexto actual está claro que la exigencia de seguridad ha de encajarse con la necesidad de retomar ciertos hábitos y actividades sociales.

¿Cuál es su particular manual para resistir a la crisis que estamos viviendo? ¿Qué actitud?

Si hemos podido afrontar todos los retos que se nos han presentado este año ha sido gracias a la solidez de nuestro negocio y a los buenos resultados obtenidos en el ejercicio 2019. Esto nos ha permitido hacer frente a nuestro compromiso irrenunciable con las personas y con la sociedad, manteniendo los puestos del trabajo y el sueldo del 100% de nuestra plantilla y reenfocando nuestros recursos para apoyar a la Hostelería.

La prudencia financiera que caracteriza a Mahou San Miguel ha sido clave para poder salvaguardar la visión de largo plazo de la compañía. Seguimos pensando en el futuro y en que esta crisis también nos está ofreciendo oportunidades y aprendizajes, como la posibilidad de reinventarnos para proteger nuestra actividad y responder a las necesidades de la sociedad en un contexto que ha supuesto un cambio de paradigma tal que hay que replantearse la forma de ser y de actuar con la máxima agilidad y flexibilidad.

Mahou San Miguel es una gran empresa, con una cultura y valores únicos que han demostrado ser claves en este contexto. A lo largo de nuestros 130 años de historia hemos superado situaciones muy complicadas y estamos convencidos de que conseguiremos hacerlo de nuevo, contribuyendo de forma activa a que nuestro país deje atrás esta grave crisis.

> **“Hemos tenido que priorizar proyectos y recursos. Debemos fomentar nuestra resiliencia para continuar impulsando las transformaciones que nos permitirán afrontar los retos del nuevo entorno”**

¿Cuál es su pronóstico de recuperación?

Esperamos un 2021 especialmente duro, en el que se hará muy patente el profundo impacto que esta situación de emergencia sanitaria ha tenido y seguirá teniendo en la economía y la sociedad de este país. La salida de la crisis será paulatina y nos llevará tiempo recuperar la confianza del mercado y del consumidor, pero sabemos que para lograrlo necesitaremos de las empresas, pequeñas y grandes, porque todas juegan un rol clave en la generación de empleo y la reactivación económica.

El corto plazo nos ha obligado a priorizar proyectos y recursos para centrarnos en lo importante, pero debemos mirar más allá y fomentar nuestra resiliencia para continuar impulsando las transformaciones que nos permitirán afrontar los retos del nuevo entorno. Por eso en Mahou San Miguel asumimos el próximo año como un ejercicio de transición, en el que nos enfocaremos en seguir protegiendo del empleo dentro y fuera de nuestra compañía y en continuar apoyando al sector hostelero, pilares que consideramos clave en este camino hacia la recuperación. Tampoco dejaremos de lado aspectos la digitalización o la innovación, que han demostrado ser palancas críticas de desarrollo en el contexto actual, así como nuestro compromiso con la sostenibilidad para potenciar nuestro rol como motor de transformador social.

¿Qué le gustaría transmitir a los restauradores y baristas de este país?

Lo que les hemos transmitido a lo largo de estos meses y que seguimos transmitiéndoles cada día, que es el apoyo incondicional de esta compañía que los considera un miembro más de la gran familia que formamos en Mahou San Miguel. Nuestro compromiso con la hostelería es de largo plazo y seguiremos apoyándoles en todas las circunstancias y dificultades que se nos presenten en nuestro camino en común.

CAPRICHO ANDALUZ

¡Líderes en monodosis!

LA PRIMERA TARRINA CON HASTA UN 95% DE MATERIAL RECICLADO

LA TARRINA, DE USO INDIVIDUAL, PROPORCIONA SEGURIDAD ALIMENTARIA

La solución: + Higiénica + Segura

Descubre además todo nuestro **surtido** de **monodosis** y **miniaturas**

Eco

Membrillo y mermeladas

Miel

Patés

Tomate natural

Miniaturas

Condimentos

Sets

Salsas

Professional

www.borgesprofessional.com

¡Somos tu **proveedor** de **confianza**! Te ofrecemos lo mejor para la satisfacción y tranquilidad de tus clientes.

#comprometidospornaturaleza