

LA CONSTANCIA FACILITÓ HERRAMIENTAS CLAVES PARA SU CADENA DE VALOR

San Salvador, agosto 2020. Para contribuir con la recuperación paulatina de su cadena de valor frente al proceso de reactivación económica post Covid-19, La Constancia ha liderado una estrategia integral que, desde el inicio de la pandemia, priorizó la seguridad de sus clientes, aliados y colaboradores, y el desarrollo de herramientas claves para el fortalecimiento de los negocios afectados.

Con esta estrategia buscaron el cumplimiento de su propósito **“Unir a las personas por un mundo mejor”**, que orienta la toma de decisiones de esta compañía miembro de la familia AB-Inbev, la cervecera más grande del mundo. Esto les ha permitido tener acceso a prácticas y protocolos que han sido probados en otros países que enfrentaron la pandemia mucho antes.

Contribuyendo con la reapertura de bares y restaurantes de forma segura

“Para sumar a la reactivación de la economía es importante ver hacia otras latitudes que han iniciado su reactivación a pesar del impacto que supuso el cierre de negocios a nivel mundial” indicó Carol Colorado Directora Legal & Asuntos Corporativos. Por ello La Constancia desarrolló el webinar **“Reactivación segura de restaurantes y bares, buenas prácticas y herramientas”**, para dueños de restaurantes, bares y cafeterías.

Durante el webinar compartieron experiencias de **reconocidos representantes del sector de hostelería en España** quienes vieron cómo la pandemia revirtió la tendencia de crecimiento de este segmento constituido por +315,900 establecimientos, que en los últimos dos años había crecido entre un 2 y 3%, y representaba el 6.2 del PIB español. A la fecha, su trabajo coordinado ha hecho posible un regreso paulatino en un ambiente de nuevos retos.

Los especialistas invitados fueron Manuel Castilla, vicepresidente ejecutivo de la Asociación de Hostelería de Sevilla y Provincia; y el doctor José Martínez Olmo, Licenciado en Medicina de la Universidad de Granada y especialista en Medicina Preventiva y Salud Pública.

Entre los temas desarrollados se destacaron: Espacio seguro para eventos y cómo operar en él, acciones para certificar a negocios como espacios seguros, mitos y realidades sobre el contagio del virus; entre otros.

“Es el momento de unirnos como salvadoreños y sector para sumarnos a las acciones que contribuyan a la recuperación económica y social del país. Al facilitar conocimiento técnico, experiencias exitosas y plataformas que funcionen de manera práctica para nuestros aliados, clientes y consumidores, estamos seguros de que iremos por el camino correcto” agregó Carol Colorado.

Otros apoyos para el sector de bares y restaurantes

“MenuDigital.com” es una plataforma gratuita para el sector, que a través de la generación de códigos QR únicos, permite a los comercios compartir sus menús directo en el celular del cliente, aumentando la bioseguridad y la economía sin contacto (touchless).

Apoyo integral en tiempos de crisis

Apoyar al país y la industria ha sido el principal compromiso para La Constancia, por eso en medio de la pandemia, basaron su estrategia corporativa en tres pilares clave: **Reinvención, compromiso social y apoyo a su cadena de valor**. De esta forma lograron importantes hitos.

- **A nivel interno:** Reforzaron las medidas de bioseguridad para cuidar a sus 3,000 colaboradores, por encima de las recomendaciones de la Organización Mundial de La Salud (OMS) y las autoridades locales.
- **Innovación digital:** Desarrollaron innovadoras plataformas digitales para contribuir con su cadena de valor, tales como:
 - **TiendaCercaSV**, un sitio de geolocalización para conectar a los tenderos con sus clientes que ha beneficiado a más de 17,000 familias de negocios suscritos en el sitio web y por su aceptación, se trabaja en su mejora y la ampliación de beneficios con el apoyo de empresas aliadas como Coca Cola, C Imberton, Banco Agrícola, Tigo, entre otras.
 - **Una por Volver**, liderado por marca Pilsener y que brinda apoyo a pequeños y medianos empresarios impactados por la pandemia. Combina recursos de tecnología para favorecer a las empresas afectadas y a sus empleados, a través de incentivos que beneficien a los consumidores con cupones por consumo.
 - **“MenuDigital.com”**, plataforma gratuita para generar menús en código QR con que se aumenta la bioseguridad y la economía sin contacto. El establecimiento sube imágenes de su menú y los clientes a través del código único QR, pueden tenerlas en su móvil al momento de ordenar.
- **Donativos:** Entregaron 68,000 unidades de alcohol sanitizante de 500 ml para los Héroes 24/7 que combaten la enfermedad. También dieron 1 millón 413 mil unidades de sus productos, entre agua embotellada, bebidas carbonatadas, bebidas energizantes y otros.
- **Operación:** Adecuaron su planta de cerveza para realizar una operación extraordinaria y abastecer de agua potable a municipios del gran San Salvador en coordinación con la municipalidad. A través de camiones cisterna se distribuyeron 636,000 litros de agua.
- **Campañas de sensibilización:** Reforzaron las medidas de bioseguridad dentro y fuera de casa, con esfuerzos educativos e informativos para combatir la propagación del virus. Además, a través de #LatinosUnidos, una plataforma de conciertos live streaming liderados por la marca Golden, recaudaron \$8,500 para apoyar a FUSAL en la compra de canastas alimentarias.

Alexandra Arias Cader

Gerente de Comunicaciones Corporativas

T +503 7840-5500

alexandra.ariascader@ab-inbev.com

Avenida Independencia, #526, S.S

