

JAVIER HERRERO-VELARDE
DIRECTOR DE MÁRketing GRUPO MAHOU SAN MIGUEL

“Somos muy respetuosos con la legislación”

C. FERRER/ E. CASERO
Madrid. San Miguel, la mítica cerveza española integrada en el Grupo Mahou-San Miguel, celebra este año su 50 Aniversario. Un tiempo que le ha servido para posicionarse como la cerveza española más internacional, con presencia en más 35 países. Una marca según Javier Herrero-Velarde, director de márketing del grupo cervecero, “simpática y cercana para el consumidor”.



Herrero-Velarde, director de márketing de Mahou.

Este año San Miguel celebra su 50º aniversario. ¿Qué balance hace la marca de estos años?

La marca San Miguel ha estado caracterizada desde sus orígenes por tres atributos clave: calidad, internacionalidad e innovación, tanto desde el punto de vista publicitario como de desarrollo del producto. Algunos de nuestros últimos lanzamientos lo demuestran, como la primera cerveza sin alcohol 0,0%.

En los últimos meses hemos asistido a un “ir y venir” en lo referido a la publicidad de la cerveza y de otras bebidas alcohólicas. ¿Cuál es su opinión al respecto?

En Mahou-San Miguel somos muy respetuosos con la legislación. Concretamente en lo referido a publicidad cumplimos con el Código de Autorregulación Publicitaria (Cerveceros de España) en el que se describen todos los puntos que debemos obedecer en esta materia. Además, trabajamos para fomentar el consumo responsable.

Según un estudio de la UNED, la publicidad de cerveza tan sólo tiene efecto en un 1% de los consumidores.

Para que una marca sea recordada por el consu-

midor es necesario que invierta en diferentes campos y, sobre todo, que esté vinculada desde el punto de vista emocional con él siguiendo una línea coherente de comunicación. Un spot publicitario que comunique los valores de la marca es importante pero no lo es más que, por ejemplo, una presentación. Es necesario trabajar otros aspectos como la vinculación de la marca con un patrocinio.

Otro de los aspectos en los que incide el estudio es el elevado porcentaje de españoles que consumen cerveza y que piensan seguir haciéndolo.

El hecho de que se consuma cerveza en sus distintas categorías es muy importante para nosotros, porque de esta manera se demuestra que éste es un producto de calidad, cercano y que cumple con las expectativas del consumidor.

En Mahou-San Miguel realizan importantes inversiones en patrocinio. ¿Qué les reporta?

El patrocinio nos acerca al público, le aporta valores a la marca y crea un vínculo de unión afectivo y emocional entre ésta y el consumidor. Este año ha sido muy importante el patrocinio que hemos realizado a la Selección Española de Baloncesto durante el Eurobasket.