

CASO DE ESTUDIO

Descrito para el proyecto: "The Hexagonal Leader"

Nombre de la organización

Pivovarna Laško Union

Página web de la organización

[Pivovarna Laško Union - About us \(pivovarnalaskounion.com\)](http://pivovarnalaskounion.com)

Logotipo de la organización



Tipo de organización

- ☒ Organización empresarial
☐ Administración pública
☐ ONG
☐ Otros (¿qué tipo?)

Tamaño de la organización

- ☐ Pequeña
☒ Mediana
☐ Grande

Sector económico

Fabricante de bebidas

Breve descripción de la organización

Pivovarna Laško Union (PLU) es el mayor fabricante de bebidas de Eslovenia y emplea a más de 600 personas. La empresa, 100% propiedad de la cervecera internacional holandesa Heineken, se creó en 2016 con la fusión de Pivovarna Laško y Pivovarna Union, heredando así casi 200 años de tradición cervecera eslovena. Esta es la herencia que el personal de Pivovarna Laško Union sigue construyendo hasta el día de hoy. Con dos plantas de producción en Liubliana y Laško, PLU es la principal cervecera y un productor altamente competitivo de sidra y refrescos en Eslovenia. Dentro del Grupo Heineken, Eslovenia ocupa una posición bastante estratégica, ya que Pivovarna Laško Union constituye un importante centro de exportación regional.

Descripción del caso de estudio (situación / problema al que hacen frente) [max 2000 palabras]

Dado que la gente relaciona el consumo de cerveza u otras bebidas alcohólicas con los efectos nocivos del abuso del alcohol, la empresa se ha propuesto un importante reto: promover y defender el consumo responsable de bebidas alcohólicas y apoyar los esfuerzos para disminuir el consumo nocivo. La cerveza es una bebida natural fermentada que, cuando se disfruta con moderación, puede formar parte de un estilo de vida equilibrado. Sin embargo, cuando el alcohol no se consume de forma responsable, existen claros riesgos para la salud y el comportamiento. Para algunas personas y en algunas ocasiones, es mejor no beber.

Por ello, uno de los esfuerzos de la Unión Pivovarna Laško ha sido tomar todas las decisiones y movimientos estratégicos para el futuro. Así, desde 2003, se han comprometido a poner de moda la moderación y a abogar por un consumo responsable. Como parte de esta estrategia, los pilares de "Promoción de la salud y la seguridad" y "Concienciación del consumo responsable" son sumamente importantes. Por ello, la búsqueda de ideas, el desarrollo de nuevos productos y los nuevos enfoques empresariales para alcanzar los objetivos fijados de la mejor manera posible son significativos.

Soluciones sugeridas (ventajas e inconvenientes añadidos)

La promoción de la salud y la seguridad dentro la empresa y fuera de ella está fuertemente relacionada con:

- **El liderazgo:** Creen en el liderazgo dando ejemplo y manteniendo los valores. Uno de sus valores es la seguridad, que debe ser lo primero. Por ello, la empresa sitúa la cultura de la seguridad en un nivel superior tanto en la empresa como en la sociedad eslovena en su conjunto. Los primeros embajadores de la seguridad y el consumo responsable son los trabajadores de la fábrica de cerveza Laško Union.

- **Personas con éxito:** Los primeros embajadores de la seguridad y el consumo responsable son los trabajadores de la fábrica de cerveza Laško Union. La solución en respuesta a los esfuerzos de apoyo para disminuir el consumo nocivo de alcohol es convertirse y mantenerse como una empresa socialmente responsable. Para seguir la estrategia y el compromiso marcados, son conscientes de que una empresa de éxito está formada por individuos de éxito. Por lo tanto, ofrecen un entorno de trabajo creativo; apoyan la cultura corporativa de respeto, confianza, amabilidad, experiencia y cooperación, que permite a cada empleado sacar su potencial y progresar tanto en su desarrollo personal como en su carrera empresarial.

Solución elegida

La empresa optó por un enfoque más estratégico. Desde 2007, el ámbito de la seguridad, la salud y el consumo responsable está controlado por el director de SST con el equipo de profesionales. Los compañeros y los empleados hablan mucho de la importancia de la seguridad y la responsabilidad. Incluso al más alto nivel de la empresa, cada reunión de la dirección comienza con este mismo tema. De este modo, demuestran que son una empresa que ve más allá de sus propios problemas e intereses, centrándose en su misión y sus valores, algo que hacen de forma sincera y coherente. Además, son una empresa que no sólo patrocina y dona, sino que educa.

Para seguir la estrategia, la empresa necesitaba ofrecer al mercado varios productos innovadores sin alcohol. Al desarrollar cervezas y radlers con un nivel reducido de alcohol o completamente sin alcohol, han ofrecido a los consumidores, amantes de la cerveza, una opción responsable: pueden disfrutar del sabor de la cerveza y sentarse al volante sin alcohol en la sangre. La cerveza sin alcohol Laško Zlatorog 0,0% se ofreció al mercado en enero de 2020 después de un año de desarrollo intensivo y una importante inversión en tecnología. En la comunicación, la empresa subraya constantemente y sensibiliza que Zlatorog es una cuestión de sabor, no de alcohol.

En la fábrica de cerveza Laško Union, al menos el 10% del presupuesto de arrendamiento de medios se utiliza anualmente para concienciar sobre el consumo responsable. Se informa sobre la selección responsable con marcas como Heineken 0,0, Laško Zlatorog 0,0%, Union Radler 0,0% y Laško Malt 0,0%. Ya hace unos años, en el marco del mayor festival de verano, Pivo in cvetje, la empresa también desempeñó un papel activo en la activación y comunicación de la llamada federación de consumo

responsable, que fue firmada por varias organizaciones asociadas con la misma misión de consumo responsable en eventos deportivos y musicales, en la conducción, etc. Además, están ampliando el número de organizaciones que se adhieren al compromiso con el objetivo de apoyar firmemente todas las actividades de consumo responsable que existen o que se van a desarrollar.

Justificación de la decisión adoptada

La empresa cree firmemente que siempre hay varias maneras de que cada individuo se mejore a sí mismo. En consecuencia, las mejoras tienen una gran influencia en el desarrollo general de toda la cultura organizativa. Por lo tanto, consideran que antes de tomar una decisión es mejor preguntarse qué se podría hacer para mejorar. Este es también el caso de estas prácticas, que tienen una fuerte influencia en el desarrollo de la cultura organizativa.

En cuanto a los logros a nivel de la comunidad, de la sociedad, hay una clara tendencia a que la gente sea más responsable, más consciente de las consecuencias del consumo excesivo de alcohol y a que aumente la demanda de cervezas y radlers sin o con menor grado de alcohol. Esto es especialmente común entre los jóvenes. La empresa se ha preguntado sobre las formas de mejorar, y cree firmemente que sus esfuerzos también han contribuido de forma importante a un futuro mejor.

Solución aplicada a la práctica

Las áreas cubiertas por los 6 pilares de su estrategia sostenible son:

- consumo responsable, salud y seguridad,
- protección de los recursos hídricos,
- suministro sostenible,
- reducción de las emisiones de CO2 y
- cooperación con la comunidad.

Son una cervecería con casi dos siglos de tradición y saben que sólo se puede tener éxito si las comunidades y el entorno que las rodean también lo tienen.

Son una organización con una orientación a largo plazo y también piensan en las generaciones futuras.

Por eso tienen en cuenta tanto los aspectos sociales como los medioambientales y económicos en su trabajo.

Lección aprendida

Todos los premios recibidos, como el reconocimiento Zlata praksa, suponen un respaldo y una motivación adicional para la empresa, ya que significan que van por el buen camino y son más reconocidos como modelo de empresa responsable y orientada a la sostenibilidad.

En su opinión, es importante que una empresa, antes de tomar cualquier decisión definitiva, se haga una simple pregunta: ¿es responsable, es sostenible?

Han aprendido que la empresa necesita supervisar constantemente la eficiencia y la validez de las actividades, obtener información de los datos obtenidos y de las conclusiones como empresa y como individuos, adaptándolas a la situación real del mercado. El entorno empresarial es extremadamente dinámico y requiere flexibilidad y agilidad en todo momento.

El aprendizaje permanente y la gestión sostenible de los procesos es algo sin lo que no pueden imaginar un futuro exitoso.

Conexión con las seis habilidades desarrolladas en el proyecto

Mentalidad y valores

La empresa ve más allá de sus propios problemas e intereses, centrándose en su misión y valores, que implementan en su cultura organizativa. Además de las donaciones y los patrocinios, también educan, comunicando sus valores al público en general y especialmente a los consumidores más jóvenes.

Como cervecera de renombre con casi dos siglos de tradición, saben que sólo se puede tener éxito si las comunidades y el entorno que las rodean también lo tienen. Son una organización con una orientación a largo plazo y también piensan en las generaciones futuras. Esto se refleja en su marketing, pero sobre todo en sus valores y en la mentalidad que la sustenta.