

Diario Financiero

La nueva generación del mercado de la cerveza

(Publicado : 25/1/2008, 5:0 horas)

Mestra, Capital, Kross, Quimera, Szot y Colonos del Sur firmaron un acuerdo de distribución.

Ninguno sobrepasa las cuatro décadas, es más, la gran mayoría aun no cumple los treinta años, pero demuestran gran experiencia en un mundo donde no ha sido fácil competir. De hecho, debido a esto, los ejecutivos de la nueva generación cervecera decidieron unirse a través de un acuerdo estratégico que firmaron con la filial de Concha y Toro, Comercial Peumo, la cual se encargará de hacer la distribución y estrategia comercial de las marcas Mestra, Colonos del Sur, Capital, Kross, Szot y Quimera, las que poco a poco comienzan a hacerse conocidas en los bares capitalinos.

Hasta agotar stock

Los esfuerzos han acarreado frutos y en términos de crecimiento, los números auguran que este nuevo nicho de la cerveza es rentable.

Andrés Martínez, de Quimera, dice que "las cifras de crecimiento de la cerveza hablan por sí solas", aunque advierte que lo que buscan los productores -o microcerveceros como prefieren que los llamen-, es llegar a un público donde se privilegia la calidad por sobre el volumen.

José Tomás Infante, de Kross, explica que en los últimos dos años han crecido hasta 300%. "Somos muy pequeños pero este año nos gustaría llegar a un volumen de 5.000 cajas a diciembre de 2008".

Nicolás Albagly de Mestra coincide en que el crecimiento ha sido explosivo. "Partimos en enero del 2007 vendiendo 400 litros y esperamos cerrar enero de este año con ventas sobre los 8.000 litros".

En el caso de Cerveza Capital, Alvaro Artiagoitia agrega que si al principio vendían 1.000 botellas, hoy son 15.000. Agrega que para responder a esa mayor demanda ya se embarcaron en el proyecto de construir su propia fábrica la que producirá 40.000 litros mensuales y en la que invirtieron US\$ 500 mil.

El creador de Szot, Kevin Szot, en tanto, espera incrementar su capacidad de 7.500 litros a 20.000 litros en 2008, mientras que Eduardo Quintana, de Colonos del Sur, señala que incrementarán su producción en 10.000 litros, alcanzando los 25 mil litros de cerveza mensuales en su planta ubicada en el sur .

La historia

El camino no ha sido fácil. Estos emprendimientos han comenzado de forma absolutamente artesanal y cada uno de los "creadores" tiene una historia particular.

Así es como antes de que el apellido Szot se hiciera conocido como marca cervecera, fue sinónimo del nombre del ejecutivo que ocupó la vicepresidencia del área de ventas regionales de cash management, del Citibank en Estados Unidos. "Con mi esposa decidimos lanzarnos en esta iniciativa y ser emprendedores luego de una larga carrera en Citibank, en Nueva York, Buenos Aires, Miami y San Juan", explicó Kevin Szot.

En el caso de Kross, el proyecto comenzó luego de que José Tomás Infante –actual gerente general de la firma-, conociera en un viaje a Irlanda al ingeniero alemán en cerveza Asbojorn Gerlach, con quien trazó un plan de negocios que en corto período involucró a inversionistas de peso, como la familia Schiess.

Cerveza Capital, en tanto, nació de la mano de Álvaro Artiagoitia, enólogo de la Universidad Católica, quien decidió que quería materializar en un negocio la experiencia adquirida a través e su "fanatismo" por esta bebida. Trabajó varios años como enólogo en Napa Valley y al ver la revolución de este producto en el mercado norteamericano decidió probar como funcionaba el negocio de la cerveza artesanal en Chile.

Un caso parecido fue el de Nicolás Albagly y Cristóbal Comandari, hoy socios en Mestra, quienes luego de un paso por Londres y Boston, decidieron entrar al rubro. "De regreso en Chile, empezamos a investigar el mercado, tirar números y decidimos lanzarnos al proyecto, para esto nos fuimos a capacitar a Argentina y posteriormente compramos unas máquinas y nos instalamos en una pequeña planta en Aculeo", explicó Albagly.