

Sigue en página 4)

“

Producir una
cerveza sin alcohol
requiere técnicas
adicionales

”

Alejandro Kunstmann

Año a año, las cervezas sin alcohol...

(Viene de página 2

cohol permiten ese equilibrio: disfrutar
con libertad y sin renunciar al gusto”.

**De acuerdo con su experiencia
en el mercado, ¿los consumidores
buscan por igual las variedades sin
alcohol y cero alcohol o hay una
que predomina?**

“Hemos notado una mayor preferen-
cia por las variedades sin alcohol, que
pueden tener hasta 0,5° de alcohol, ya
que conservan de mejor forma el perfil
y carácter de una cerveza tradicional”.

Los precios no cambian

CCU es una compañía con 175 años
de historia y que, tal como explica Fe-
lipe Sarah, se ha caracterizado siempre
por buscar diversas alternativas de
consumo para las personas, “sobre
todo de un producto tan importante
para todos los chilenos como es la cer-
veza. Por esto el 2008 iniciamos una
nueva categoría con el lanzamiento de
Cristal Cero, ampliando el año 2016 el
portafolio sin alcohol con Cristal Cero
Radler, que tiene jugo de limón 100%
natural. Luego se fueron sumando
otras marcas, con variedades como
Heineken 0.0 y Royal Guard Cero”.

El ejecutivo agrega que hoy estamos
frente a una categoría que representa
aproximadamente un 2% de las ventas
de cervezas en Chile.

En el caso de Kunstmann, las varie-
dades disponibles en el mercado son
Lager Sin Alcohol y Ale Sin Alcohol. “La
primera de ellas es una cerveza refres-
cante, de amargor suave aportado por
los lúpulos Mosaic y final limpio, ideal
para quienes buscan una opción clá-
sica. Está disponible en botella, lata y
schop en distintos puntos del país. La
segunda es una variedad experimen-
tal, con notas frutales y un perfil más
complejo, gracias a la incorporación
del lúpulo Citra. Solo está disponible
por tiempo limitado en nuestros bares
Kunstmann, como parte de la apuesta



CEDIDA



“

Las nuevas
generaciones son más
abiertas a alternativas
sin alcohol

”

Camila Plass
AB InBev

de la cervecería por la innovación con-
stante”, comenta su gerente general.

En AB InBev, gran parte de su por-
tafolio de marcas cuenta con alguna
versión sin alcohol. “Tenemos, por
ejemplo, Corona Cero en un botellín
de 330 ml., Stella Artois Sin Alcohol en
un formato similar, Budweiser Zero y
Quilmes Cero, que viene en una lata de
473 ml.”, detalla Camila Plass.

**¿El precio de estas variedades
es similar al de sus otros tipos de
cervezas o hay diferencias?**

“Nuestro propósito es ampliar las
alternativas para los consumidores y,
para esto, ofrecemos las variedades sin
alcohol a precios similares a las con al-
cohol. Es una decisión coherente con
la visión que tenemos de ampliar las
opciones para todo tipo de personas
y promover elecciones de consumo
responsables, sin barreras de acceso”.

Sobre este punto, Felipe Sarah dice
que el precio de sus cervezas sin alco-
hol es similar al de las otras variedades.
“De haber diferencias, se debe más
bien a la actividad promocional propia
de nuestros clientes”.

Algo similar plantea Alejandro Kunst-
mann, destacando que los precios son
muy parecidos. “Su proceso de elabo-
ración se realiza con los mismos están-
dares de calidad, en nuestro complejo
cervecero en Valdivia y con los mismos
ingredientes naturales. De hecho, pro-
ducir una cerveza sin alcohol requiere
técnicas adicionales para mantener
su sabor sin perder carácter, lo que
incluso puede hacerla más desafiante
desde el punto de vista técnico y pro-
ductivo”.

**¿Cómo ven el futuro a corto plazo
de estos productos, deberían se-
guir aumentando su participación
dentro del total de ventas de la ca-
tegoría?**

“Sin duda, el futuro de la categoría
es muy prometedor. Estamos desarro-
llando nuevas propuestas e innovacio-
nes que apuntan directamente a ese
segmento. El consumidor chileno quiere
más opciones y en Kunstmann segui-
mos atentos a esas tendencias: cer-
vezas con menos grados alcohólicos,
sabores innovadores y experiencias
distintas, pero siempre con nuestro
sello: hacer cervezas desde Valdivia,
con calidad e identidad”.

Según Camila Plass, todo indica que
las cervezas sin alcohol seguirán cre-
ciendo con fuerza, impulsadas por un
consumidor cada vez más abierto a
nuevas experiencias. “Es una elección
que vino para quedarse y para seguir
conquistando récords de participación
con los años. La calidad del producto,
sumada a un entorno que promueve
el bienestar y el disfrute responsable,
crea las condiciones ideales para que
continúe expandiéndose y ganando
participación. Además, las nuevas ge-
neraciones son más abiertas a nuevas
alternativas sin alcohol como parte de
su estilo de vida, lo que refuerza aún
más su proyección de largo plazo”.