

Fecha: 26-03-2024  
 Medio: El Mercurio  
 Supl.: El Mercurio - Cuerpo B  
 Tipo: Noticia general  
 Título: Cervecería Austral invertirá US\$ 100 mills. en planta para exportar a nuevos mercados

Pág.: 12  
 Cm2: 440,0  
 VPE: \$ 5.780.167

Tiraje: 126.654  
 Lectoría: 320.543  
 Favorabilidad: ☐ No Definida

# Firma inicia la construcción de la fase 1 de la instalación ubicada al sur de Punta Arenas: **Cervecería Austral invertirá US\$ 100 mills. en planta para exportar a nuevos mercados**

Con este proyecto, tendría capacidad para concretar envíos de sus productos a países de América Latina, Europa y Asia.

N. BIRCHMEIER

En medio de una ralentización en el crecimiento de las cervezas *premium* en el mercado chileno, Cervecería Austral dará un paso para fortalecer su operación. La firma, donde Compañía de Cervecerías Unidas (CCU) posee un 48,3% de la propiedad, iniciará la construcción de su nueva planta de cervezas en Punta Arenas, iniciativa que le permitirá duplicar su actual capacidad en los próximos años.

El proyecto considera una inversión de US\$ 100 millones para "aumentar la capacidad productiva e incorporar nuevas tecnologías para la optimización de sus procesos". Así, buscan ampliar los volúmenes de producción de su actual planta, que está en el orden de los 150.000 hectolitros por año (HL/año). El proyecto cuenta con el respaldo de CCU —ligada al Grupo Luksic—, que en 2023 obtuvo ganancias de \$105.653 millones y cerró con una deuda financiera neta de \$764.448 millones.

Felipe Covarrubias, gerente general de Cervecería Austral, señala que este plan estaba en carpeta previo a las coyunturas económicas que han afectado al país en los últimos años. Este escenario se ha traducido, entre otras cosas, en un menor crecimiento en el consumo de cerve-

zas *premium*, segmento donde compiten con marcas como Miller, Estrella Damm, Kross, Corona, Stella Artois, Km 24.7, y Quilmes, entre otras. La categoría *premium* considera productos con precios sobre \$5.000 el pack.

"La definición de salir a buscar un nuevo hogar para Austral antecede la contingencia económica actual, a la pandemia y al estallido", asegura el ejecutivo. Si bien recalca que las condiciones económicas actuales encarecen los costos de la iniciativa, lo que hace que "un proyecto de este calibre tenga mayores dificultades y mayores plazos", afirma que "aún así el convencimiento es que (la planta) tiene que salir adelante".

"La necesidad de tener una nueva planta donde sustentar nuestro crecimiento sigue estando vigente y la verdad es que el mercado nos sigue diciendo que nuestro producto tiene espacio para crecer", dice. Y agrega que la planta se ubica en Magallanes por un tema de origen e identidad de la marca.

Covarrubias detalla que la iniciativa está dividida en tres etapas: la primera que estima en unos US\$ 50 millones para la construcción de la planta —ubicada en un terreno de 17,5 hectáreas en el sector rural de Guairabo, al sur de Punta Arenas—, para ampliar la capacidad actual hasta los 300.000 HL/año.

"A finales del 2026 deberíamos estar con la planta ya sacando sus primeros lotes de cerveza Austral", sostiene.

Añade que la segunda y tercera etapa contempla "llegar hasta incluso 4 y 6 veces más de lo que somos hoy día", aumentando la producción a 600.000 HL y 900.000 HL, respectivamente. Según la Declaración de Impacto Ambiental (DIA) de la iniciativa, que fue aprobada a mediados de 2021, está previsto iniciar la segunda etapa el 2034 y la última en 2044.

Por otra parte, el ejecutivo comenta que dentro de sus planes figura llevar las cervezas producidas en sus instalaciones a otros mercados. En años anteriores la firma ha enviado pe-

**“La necesidad de tener una nueva planta donde sustentar nuestro crecimiento sigue estando vigente y la verdad es que el mercado nos sigue diciendo que nuestro producto tiene espacio para crecer”.**

FELIPE COVARRUBIAS  
 GERENTE GENERAL DE CERVECERÍA AUSTRAL



queños volúmenes de sus variedades, principalmente Lager, a Argentina. "Lo más operativamente sencillo es, por supuesto, pensar en Latinoamérica, pero nosotros creemos que el mercado da para más que eso; en Europa, que es un mercado que tiene un consumo per cápita altísimo, vemos que hay espacio para muchos actores; y también hemos recibido interés de grupos asiáticos, o sea, hemos sido contactados más de una vez por distribuidores coreanos que les gustaría tener nuestros productos", dice.

## Disputa con Quilmes

La marca Patagonia se encuentra en disputa en Chile. El año pasado, se conoció una demanda presentada por Quilmes —compañía argentina, que forma parte del grupo AB InBev— por competencia desleal y acusando plagio de su cerveza Patagonia en Chile. En el mercado local, la trasandina comercializa su marca Km 24.7.

Al respecto Covarrubias indica que la demanda "ha tenido varias instancias, que inició ante el Conar y después en tribunales civiles, pero la verdad es que en los datos duros, la demanda ha sido desestimada". "Nuestras defensas han sido bastante consistentes y contundentes al punto de que esta demanda no ha avanzado". En sus alegatos, CCU señala que desde 2001, Austral cuenta con el registro de la marca "Patagonia" para la clase 32 (alcoholes).

HECTOR FLORES