

Desde Valdivia, la cerveza de la familia Kunstmann se vende hoy en once países

Más de tres décadas después de su creación y a cargo de la segunda generación, la empresa produce 300 mil hectolitros al año y mantiene su operación industrial en la Región de Los Ríos. • TRINIDAD RIOBÓ M.



tiene la identidad. “El alma de la marca está acá, sin duda”.

Hoy, la empresa está en manos de la segunda generación y cuatro de los cinco hijos de Armin Kunstmann trabajan en

la empresa: Alejandro, Cristóbal, Paula y Camila. En 2021, su hijo Alejandro lo reemplazó como gerente general, manteniéndose como presidente del directorio, puesto que ocupa desde hace 24 años. “Fue un traspaso que se hizo en forma muy paulatina, durante años. La verdad es que fuimos paso a paso involucrándonos desde la segunda generación”, comenta Alejandro Kunstmann, actual gerente general de la empresa.



Familia Kunstmann (de izquierda a derecha): Patricio, Cristóbal, Camila, Patricia Ramos, Armin Kunstmann, Paula y Alejandro.

“**U**n día 13 de septiembre del año 1991 salimos a vender en el auto con mi señora la primera caja”, recuerda Armin Kunstmann, fundador de la tradicional cervecería valdiviana.

En los 90, con su señora, Patricia Ramos, apostaron por recuperar la tradición cervecera que Valdivia había perdido con el terremoto de 1960. En el garaje de su casa y con una inversión mínima, la pareja comenzó a elaborar cerveza en su tiempo libre.

Con un libro en mano de “cómo hacer cerveza” y motivados por alcanzar una mayor independencia laboral, la pareja comenzó a producir y vender entre amigos y conocidos. “Creamos una gran expectativa: que Valdivia volviera a tener su propia cerveza”, explica.

A medida que la cerveza comenzó a ser reconocida, las ventas fueron aumentando y empezaron a llegar pedidos desde ciudades vecinas, primero a través de clientes y contactos conocidos. A mediados de los 90, un pedido de 20 cajas del supermercado Jumbo motivaría a la familia a profesionalizar el negocio. “Fue un impulso para seguir adelante”, comenta el fundador.

La producción creció rápido y pronto fue necesario instalarse fuera de la casa

familiar. “Era una inversión importante con una venta que partía lenta, todavía”, señala Kunstmann.

Así, en 1997, se creó la Sociedad Cervecería Valdivia S.A., incorporando como socios al padre del fundador y a dos de sus tíos. Este capital inicial les permitió trasladarse a la zona de Torobayo, donde se construyó la planta, se invirtió en equipamiento y un pozo propio de agua.

A la par, nació el restaurante Cervecería Kunstmann, el que inicialmente fue pensado para ser una sala de degustación. El espacio terminó transformándose en uno de los puntos clave para la captación de clientes y turistas, el cual está separado de la fábrica de cervezas.

Hoy cuentan con siete restaurantes en territorio nacional e internacional. Tres pertenecen a la familia —Valdivia, Bariloche y Concepción— y los otros cuatro son franquicias que operan como Kunstmann Craft Bar.

En 2002, y solo en el negocio cervecero, la compañía del grupo Luksic CCU se asoció a Kunstmann. El acuerdo permitió escalar la distribución a todo Chile “de forma muy profesional”, señala Armin Kunstmann. “Lo mejor de los dos mundos”, define el fundador. CCU aporta la estructura, Kunstmann man-

tiene la identidad. “El alma de la marca está acá, sin duda”.

Tradición familiar y escala industrial

En sus inicios, la producción era de aproximadamente 1.500 hectolitros al año. Un hectolitro equivale a 100 litros, es decir, tenían una producción de 150.000 litros anuales.

En 2002, al momento de la alianza con CCU, lo habían multiplicado diez veces, a 15.000 hectolitros. Hoy, la planta de Valdivia produce cerca de 300.000 hectolitros anuales, lo que equivale a 30 millones de litros de cerveza al año.

La marca de cerveza está hoy en once países, con Argentina y Brasil como principales mercados externos. Las mayores ventas siguen estando en Chile, donde Kunstmann concentra cerca del 2,5% del volumen de cerveza vendido, pero casi el 5% del valor del mercado, debido a su “posicionamiento premium”.

Por más de tres décadas, Kunstmann ha construido una identidad que mezcla tradición familiar y producción industrial de alta calidad. “Hay una característica de las empresas familiares, que es la visión de largo plazo que, de alguna forma, está arraigada en nuestro ADN”, comenta Alejandro Kunstmann.