



Historias de éxito

**COMPAÑÍA CERVECERÍAS UNIDAS (CCU) ARGENTINA**

## Gran jugada

5/5/2022 , 9 min

En un período de pocos años, la cervecera argentina CCU ha aumentado su participación de mercado al 33% gracias a un valiente compromiso con la lata. Con una llenadora y dos líneas completas, KHS justifica la confianza depositada como socio competente.

---

### FOTOGRAFÍA / ILUSTRACIÓN

JAVIER PIERINI

### FOTO DE CUBIERTA

Con su marca premium Imperial, CCU Argentina le hace frente a los microcerveceros que ayudaron a hacer de la cerveza una bebida socialmente aceptable en Argentina.

Con sede en Argentina desde 1994, el fabricante de bebidas chileno Compañía Cervecerías Unidas (CCU) se ha convertido en la segunda cervecera más grande del país después de AB InBev. Especialmente desde 2008, la empresa ha crecido de forma extremadamente dinámica. En ese momento, la participación de mercado era de alrededor del 12%, hoy CCU tiene alrededor de un tercio del mercado cervecero. Tres factores son los principales responsables de este desarrollo: por un lado, está el acuerdo de licencia con Heineken, cuyos productos han sido elaborados y vendidos exclusivamente por CCU en Argentina desde 2004; a los que le siguen otros acuerdos, por ejemplo con Amstel, Warsteiner y Grolsch. Por otro lado, en el año 2008 fue adquirida la cervecera de Luján, situada a aproximadamente 75 km de Buenos Aires, y actualmente la más grande de un total de tres plantas de producción en el país.

## VISIÓN GENERAL

### → **ALTA TECNOLOGÍA DE KHS**

→ <b>2013: <i>Luján</i></b>	Línea de botellas de vidrio retornables	33.000 botellas por hora
→ <b>2016: <i>Luján</i></b>	Línea de latas	72.000 latas por hora
→ <b>2017: <i>Luján</i></b>	Línea de kegs	80 kegs por hora
→ <b>2019: <i>Santa Fe</i></b>	Línea de latas	60.000 latas por hora
→ <b>2020: <i>Luján</i></b>	Línea de latas	72.000 latas por hora



↑  
Como licenciataria, CCU Argentina también llena en latas de 710 mililitros cervezas de marcas internacionales como Miller, Heineken, Grolsch y Warsteiner.



↑  
La llenadora KHS Innofill Can DVD procesa hasta 82.000 latas por hora.

En este video vea la última línea de enlatado de KHS en Luján, desde la instalación y puesta en marcha hasta el inicio de la producción comercial.

**[VER AHORA](#)**

## **Aumento de ventas con las latas**

La decisión en 2016 de llenar latas de cerveza a gran escala tuvo el mayor efecto en el desarrollo de las ventas. Con una participación, en ese momento, de solo un 5% del mercado total, el envase de aluminio para cervezas todavía está poco presente. En vista de los altos costes logísticos para el transporte y la clasificación, especialmente para las botellas de vidrio retornables que se han utilizado hasta ahora, CCU tomó la decisión de arriesgar la jugada.

Para la elección de un socio técnico, elige al proveedor de sistemas de Dortmund KHS. “Tres años antes ya habíamos implementado conjuntamente una línea de vidrio y una llenadora en la planta de Luján”, recuerda Héctor Mungo, quien fue gerente de planta de CCU en Luján hasta marzo de 2020. “Nos impresionó la forma en que KHS se involucró en nuestro mercado con una organización local de ventas y servicio. La calidad y eficiencia de la línea de vidrio y la confiabilidad de los técnicos en el sitio han dado como resultado una verdadera relación de confianza”. La experiencia global en llenado de latas con certeza hizo el resto.

El cronograma para el nuevo proyecto es extremadamente ajustado, y la fecha para el lanzamiento del nuevo contenedor parece haber sido elegida audazmente: debíamos elaborar la primera cerveza envasada en lata durante noviembre de 2016, justo en el medio de la temporada alta, que aquí es desde octubre hasta febrero. Durante este período no pueden permitirse paradas, que podrían ocasionar pérdidas masivas en las ventas.

## **Pensado con aplauso**

A pesar de todas las dificultades existentes, la entrega, la instalación y la puesta en marcha se realizaron sin problemas y según lo programado: “Solo se necesitaron 45 días desde la entrega de las primeras piezas hasta el primer producto terminado. Ninguno de nosotros hubiera pensado que fuera posible que el nuevo equipo realmente produjera de manera tan rápida y confiable”, dice Mungo, quien ahora es el Gerente Técnico de Proyectos responsable de las tres plantas en Argentina. Con la ejecución impecable de este proyecto, KHS finalmente se ha establecido como un socio confiable e importante. Mungo destaca especialmente la estrecha colaboración y la determinación en la superación de los habituales retos que surgen en el transcurso de un proyecto. En Luján estaban tan impresionados por la dedicación de los técnicos que el equipo de CCU los despidió con grandes ovaciones al final del último día de instalación.

Apenas tres meses después del lanzamiento del nuevo envase, está claro que las ventas de cerveza están aumentando constantemente: el nuevo lanzamiento es un éxito completo. Al principio se llena un tamaño de 355 mililitros, la lata de 473 mililitros se agregará como el siguiente formato más grande en 2017, un formato del cual la hermana menor ahora ha sido completamente canibalizada.

CCU también tiene el olfato adecuado con otro tamaño de contenedor: la lata de 710 mililitros, que se lanzó como un producto de nicho en la temporada alta 2017/2018, inicialmente solo salía de la línea de producción uno o dos días al mes. A diferencia de los anteriores formatos individuales, tiene un volumen que a menudo es compartido por varios, una novedad no solo para Argentina, sino en toda Sudamérica. El nuevo tamaño es tan popular que ahora se llena en turnos dobles cuatro días a la semana, y representa casi una cuarta parte del negocio de latas.

El rápido desarrollo de la cervecería refleja, por así decirlo, un cambio de cultura: Argentina, con siete regiones vitivinícolas y un área de cultivo de alrededor de 220.000 hectáreas, es en realidad tradicionalmente un país vitivinícola, en realidad el más

importante de América del Sur. Desde hace algún tiempo, cada vez más argentinos recurren a una bebida alternativa: mientras que el consumo de vino ha caído de más de 50 litros per cápita por año a menos de 20 litros en los últimos 30 años, el consumo de cerveza se ha más que duplicado en el mismo período, y hoy ronda los 40 litros per cápita al año.



↑  
La cerradora de latas es una máquina de la empresa suiza especializada Ferrum, con la que KHS mantiene una larga y cada vez más estrecha relación laboral.

Encontrará más información sobre nuestra llenadora de latas Innofill Can DVD y un vídeo con un ejemplo de aplicación específico en [khs.com](http://khs.com).

[KHS.COM](http://KHS.COM)

## La cerveza con viento a favor

Hay varias razones para este desarrollo, explica el Ing. Darío Mollo, desde principios de 2020 nuevo gerente de planta de CCU en Luján. Hoy, por ejemplo, se ofrece una cantidad significativamente mayor de cervezas premium, desde las principales marcas internacionales hasta las argentinas. Si el mercado estaba dominado por solo dos grandes cervecerías hace poco menos de 20 años, ahora hay alrededor de 600. A diferencia de los EE. UU., estas son, aparte de los dos grandes grupos AB InBev y CCU, micro cervecerías que producen menos de 12.000 hectolitros al año. La única excepción es un puñado de cerveceros, que lograron una producción de entre 50.000 y 60.000 hectolitros. “Comparado con los 7,6 millones de hectolitros que CCU elabora por año en Argentina, eso es, por supuesto, poco significativo”, dice Mollo. Paralelamente a la creciente competencia, la variedad de estilos de cerveza ha aumentado y, con esto, la calidad de los productos ha experimentado un rápido repunte. “Como resultado, la cerveza se ha convertido en una bebida socialmente aceptable y extremadamente popular, especialmente entre los consumidores jóvenes. En el pasado, era “chic” tomar un vaso de whisky en fiestas privadas, ahora es mucho mejor visto beber una Heineken en lata”.

»Hemos realizado aquí un trabajo en equipo que nunca he experimentado en ningún otro proyecto«



Héctor Mungo (links)

El exgerente de la fábrica de Luján, Héctor Mungo (izquierda) y su sucesor, Darío Mollo.



↑  
En CCU, el pasteurizador de túnel  
KHS Innopas SX garantiza una  
seguridad microbiológica óptima de  
las latas de cerveza llenas.



↑  
En la máquina enfardadora KHS  
Innopack Kisters PSP, las latas se  
colocan en planchas y se envuelven  
en plástico retráctil.

En comparación con Venezuela o Brasil, por ejemplo, donde el consumo per cápita es 70 y 40% más alto, respectivamente, hay un enorme potencial de crecimiento en Argentina, que actualmente no está siendo aprovechado debido a la situación política y económica del país. Es comprensible que CCU se esté posicionando para poder compensar la demanda que seguirá creciendo en el futuro. Actualmente, en Luján la capacidad está siendo aumentada de 3 a 6 millones de hectolitros. Para ello, se ha puesto en marcha un programa de inversiones en tres etapas, que debería completarse en 2023.

Como parte de la primera etapa, a principios de 2020 se adjudicará a KHS para Luján una segunda línea con una capacidad de hasta 72.000 latas por hora. Es técnicamente idéntico al sistema entregado cuatro años antes y, como éste, incluye una llenadora de latas Innofill Can DVD con cerradora Ferrum y un pasteurizador túnel Innopas SX, que garantiza una seguridad microbiológica óptima de los productos. En el sector seco, la línea está equipada con las enfardadoras de termocontracción Innopack Kisters SP y PSP, que agrupan las latas en packs. Estos se cargan en palets con la paletizadora Innopal PB1NF controlada por robot para su transporte al mercado.

El equipo de KHS de 2016 volverá para instalar y poner en marcha la nueva línea y serán recibidos como viejos amigos, destacan Héctor Mungo y Leandro Resnicoff, Gerente de Proyectos, “Practicamos aquí un trabajo en equipo que hasta ahora nunca había visto en ningún otro proyecto. Antes de la pandemia, los colegas de KHS eran una parte integral de nuestros partidos de fútbol de todos los miércoles por la noche y, por supuesto, también invitados a participar del asado posterior. Eso era una verdadera camaradería”. Según Mungo, la base de esta confianza es sin duda el conocimiento de los técnicos y la alta calidad del trabajo que realizan.

## LISTA DE HECHOS —> CCU ARGENTINA



**Tres  
cervecerías**  
en Salta, Santa Fe  
y Luján

### 20 MARCAS DE CERVEZA

**Participación en ventas de marcas propias: 80%**  
p.ej. Schneider, Imperial, Isenbeck

**Participación en ventas bajo licencia: 20%**  
p.ej. Heineken, Miller, Grolsch, Warsteiner

aprox.  
**200**  
SKU  
(cerveza)

más aprox. otras 100  
(vino, sidra)

**1.800  
empleados**

de los cuales 550 en Luján

## Producción de cerveza

**7,6 mill. hectolitros**  
(2021), de los cuales 3,5 mill. en Luján

**50%**

en botellas de vidrio  
retornables

**48%**

en latas



**2%**

en kegs

[www.ccu.com.ar](http://www.ccu.com.ar)

## Todo dentro de lo previsto

Como codirector de las oficinas argentinas de KHS, Jorge Bosch está muy orgulloso del desempeño de sus compañeros. “Desde la entrega y la instalación hasta la puesta en marcha y el período de arranque, cumplimos con todos los plazos a pesar de Corona, e incluso quedamos por debajo del presupuesto. El resultado habla por sí mismo: durante la prueba de aceptación, logramos una efectividad general del sistema del 96,7%”.

Gracias al equipamiento técnico que se ha comprado al proveedor del sistema de Dortmund desde 2016, CCU Argentina ahora puede procesar un total de alrededor de 200.000 latas por hora en los equipos KHS. En el interin, casi la mitad de la producción se envasa ahora en envases de aluminio. “A medida que crece el mercado, también lo hace el número de latas, aunque no tan desproporcionadamente como antes”, dice Darío Mollo. “Espero que su participación se establezca en un 55%”. Con esto, la lata se ha establecido como una alternativa probada y aprobada, igual a la botella de vidrio. Esta es una historia de crecimiento asombrosa, en la que KHS ha sido una especie de partera.

# ¿Más preguntas?

**Jorge Bosch**

KHS Argentina S.A., Buenos Aires

+54 11 5219 2298

[jorge.bosch@khs.com](mailto:jorge.bosch@khs.com)