AXEL ARMANDO VICENTE JULAJUJ

 La empresa gallo

Es la primera vez que un premio de esa naturaleza se le otorga a una cerveza en América”, dice Javier Del Cid, a cargo del Museo Bodegas del Siglo XIX, una galería que guarda la historia de esta compañía, considerada entre las cinco más grandes de la nación.

Al norte de la Ciudad de Guatemala, en el barrio  El Zapote, se encuentra la fábrica de cerveza Gallo, la más grande del Istmo, que se ha convertido en una tradición desde su creación en 1896, de la mano de su casa matriz, Cervecería Centro Americana, nacida en 1886.

“Durante más de un siglo hemos elaborado la cerveza tradicionalmente, como en sus inicios”, afirma Del Cid.

Entre maquinaria de producción antigua, barriles, grandes toneles donde se guardaba la cerveza e imágenes que recuerdan a la Guatemala de los últimos cien años, el museo se ha hecho un lugar dentro de la misma fábrica, donde se encontraban las máquinas para elaborar la bebida no destilada.

“El proceso es, en esencia, el mismo, pero se han incorporado mejoras tecnológicas y nuevos métodos de producción”, explica Del Cid mientras camina por los pasillos del museo, donde cuelgan las imágenes de los dos fundadores, los hermanos Mariano y Rafael Castillo Córdova.

La empresa embotelladora fundó el lugar en 1987, con motivo de la conmemoración de su centenario, y casi 30 años después, este baúl de los recuerdos continúa albergando pasado y presente a partes iguales.

La cerveza es toda una tradición en el país pese a estar catalogada como una de las naciones con el consumo anual de alcohol puro por persona más bajo de Latinoamérica, de acuerdo a datos de organismos internacionales.

El listado lo comandan Granada y Santa Lucía, El Salvador y Canadá, seguidos por Chile, Estados Unidos y Brasil, mientras que Guatemala se sitúa en los últimos escalones del continente, pese a un crecimiento del mercado en los  recientes años.

La cerveza Gallo nació hace 120 años y se mantiene vigente con la misma fórmula, compuesta por cinco ingredientes base: agua, maíz, malta cebada, azúcar y lúpulo, aunque el elemento mágico de la pócima del éxito se protege y mantiene en secreto.

La mezcla de los hermanos Castillo Córdova, influenciada en sus orígenes por maestros cerveceros alemanes, produce mosto, una especie de jugo caliente que después se introduce en grandes tanques de fermentación.

Al líquido se le agrega levadura dentro de los mismos toneles, para que se consuman los azúcares, y se le inyectan gas y alcohol a la fórmula. El resultado es la denominada cerveza joven o cerveza verde.

La bebida pasaba posteriormente a un proceso de maduración y reposo en 24 grandes tanques, refrigerada a dos grados bajo cero en una bodega de gran magnitud, durante 50 días.

Los adelantos tecnológicos han reducido los tiempos a 25 días, ahora con toneles automatizados individualmente para disminuir la temperatura al antojo de la producción.

s cantidades de la bebida que se elaboran actualmente varían en base a un factor: la demanda, que tiene sus picos en verano (marzo, abril y mayo) y las fiestas de fin de año, sin olvidar que la cerveza es un producto perecedero que pierde su vigencia un año después de ser producida.

“La calidad nos ha hecho  especiales siempre”, apunta Del Cid, cuyo museo también ofrece un Tour Cervecero.
Desde la materia prima hasta los procesos, es la calidad la que se ha traducido para que Gallo sea una marca arraigada en el público nacional.

La producción no cesa una vez que está terminado el líquido, que debe ser envasado y sellado con tapas.
De acuerdo a Del Cid, las máquinas coronadoras que pegan las tapas al envase de vidrio tenían capacidad para sellar cinco mil botellas por hora en 1940 y, dos décadas más tarde, llegó hasta 20 mil o 30 mil.

“Actualmente puede colocarle 'tapitas' a 80 mil botellas por hora”, explica el administrador del museo, amplio conocedor del mercado guatemalteco de cervezas.

La instalación de la fábrica en la finca El Zapote no fue coincidencia, después de que originalmente la producción se llevaba a cabo en un local en el centro de la Ciudad de Guatemala.

El lugar tenía como ventajas principales el acceso a reservas de agua y a la distribución de sus productos, que hoy incluyen más de 15 presentaciones de cervezas.

Una de ellas es Gallo, la más antigua del país. El producto principal de Cervecería Centro Americana se llamaba originalmente Lager Bier, pero ya incorporaba la figura de un gallo en su envase. La gente la empezó a llamarla Gallo y desde 1926 se colocó el nombre en la etiqueta y en 1960 se le instaló el logo a la presentación de la bebida.

Los guatemaltecos  compran más cerveza en botella que en lata, un fenómeno contrario a lo que sucede a nivel mundial.
El antiguo y rústico equipo industrial que exhibe el museo cervecero es lo que más llama la atención de sus visitantes.
“El guatemalteco se ve particularmente atraído por el emprendimiento y la visión de la empresa 130 años después. Eso es lo que a la gente le interesa”, subraya Del Cid.

**Producción**

La Cervecería Centroamericana produce 2.5 millones de hectolitros al año, de los cuales medio millón se venden en el extranjero. México, Estados Unidos, Italia, Japón y China son sus mayores mercados.

En el territorio nacional tiene una cuota  del 80 por ciento y llegó a tener el cien por ciento. Fuera del país, los estadounidenses valoran mucho el sabor de Gallo. En el 2004 fue la primera marca comercial de Guatemala en ser admitida en el Salón de la Fama de la Asociación Americana de Marketing, en Nueva York.

Esta empresa es, además, una fuente importante de empleos.  Más de 10 mil personas trabajan en esta fábrica, algunas de ellas llevan más de 50 años. “Desde  siempre  se le ha dado prioridad al capital humano”, refiere  Del Cid.
Algo que se traduce en que los trabajadores de la Cervecería Centroamericana tengan prestaciones laborales muy por encima de las legalmente establecidas.

Las cifras de  la Superintendencia de Administración Tributaria (SAT), indican que en los últimos 10 años aumentó  99 por ciento la venta de bebidas con alcohol, mientras el resto de la industria de los líquidos creció  34 por ciento.
“El paladar del guatemalteco, más de cien años después de que la marca salió al mercado, es la viva prueba de que el sabor de Gallo sigue siendo el mismo”, concluye Del Cid.