



7 Noviembre de 2024 11:07 Irene Núñez

Fundó cuatro tecnológicas y en la búsqueda de un hobby creó en Uruguay Sur 34, "el mejor gin del mundo"

Comenzó a destilar en un monoambiente de Colonia por diversión. Ahora tiene una de las pocas destilerías de la región que abre sus puertas al público y junto a su socio, ya planean llegar a nuevos mercados.

Cuando **Marcelo López** empezó a destilar ginebra en un monoambiente en Colonia, estaba lejos de imaginar que algunos años después, el resultado de tantos ensayos iba a ser elegido como **"el mejor gin del mundo"**. Mucho menos lo hubiera creído antes, cuando su foco era la creación de empresas de software.

Sur 34 Gin nació hace cuatro años en la búsqueda de un hobby y se convirtió en un proyecto de dos emprendedores con ganas de salir de lo tradicional. Hoy, ofrecen un producto de **categoría premium** que busca conquistar los paladares más sofisticados a partir de la creatividad y la innovación.

"Es una industria difícil. Buscamos romper los esquemas y generar una propuesta distinta, como hacía con las startups. Me motiva buscarle la vuelta a un modelo que es muy tradicional y hacer algo realmente distinto a lo que hay en el mercado o en la región", contó López a Forbes Uruguay.

La idea de destilar surgió en la búsqueda de una actividad que fuera más tangible, que le permitiera desconectarse de su trabajo en las tres empresas de tecnología que había creado y que lo conectara con sus sentidos, pero su pasión fue tal que lo convirtió en un emprendimiento. "Mis conocimientos los quise volcar a la destilación y ahí me pregunté: ¿cuál es la nueva y mejor tecnología que permite hacer destilados increíbles? La conocí, la aprendí y la traje", relató.

El resultado de mucho estudio, ensayos, errores y testear nuevas técnicas, fue un producto que combina lo sensorial con lo experiencial. Por un lado, crearon un gin muy cítrico, que implica una propuesta difícil de lograr y novedosa para el mercado. Por el otro, la posibilidad de hacer capacitaciones y tasting tours en su destilería ubicada frente a la Plaza de Toros, en Colonia, departamento del que López es oriundo.



Destilería Sur34 Gin. Foto: Gentileza.

"Hoy somos la **única destilería en Uruguay** y una de las pocas en la región que abre las puertas al público. Además, tratamos de hacer un producto exclusivo y no masivo que solo se venda en espacios donde se valore la calidad más allá del precio", contó.

Con una inversión de US\$ 50.000, comenzó el proyecto que "va a ser rentable antes de lo esperado", aseguró el empresario, quien desarrolló la idea junto a su socio **Ángel Chiazza**, un argentino ingeniero en alimentos que tenía tantas ganas de destilar como él. Se encontraron por casualidad y notaron que compartían los mismos valores, las mismas ganas y las mismas ideas.

"Nosotros reinvertimos toda la ganancia y estamos en modo inversión. Al final de este año capaz que llegamos a break even, pero ha sido a pura inversión y reinversión. Ahora entramos en el circuito de entradas para tours rápidos, la Plaza de Toros nos puso en su sistema y recibe 12.000 personas por mes. Es impresionante. Turistas de todos lados, aunque tenemos mejor respuesta de Uruguay, Argentina y Brasil, a diferencia de lo que yo imaginaba al principio", contó.

Esa faceta turística es la principal fuente de ganancia de Sur34. "Si fuese solo por lo industrial diría que el emprendimiento no es viable", aseguró.

Un producto muy premium

A López no le molesta ser el gin artesanal más caro de Uruguay, al contrario, lo dice casi con orgullo. Sabe que la bebida que venden, desde el contenido hasta la botella y el diseño, tiene mucho piense y esfuerzo detrás. Por eso, su negocio es principalmente business-to-business-to-consumer (B2B2C) y buscan estar en lugares de alta gastronomía, con estrellas Michelin, hoteles o puntos de venta con una propuesta diferente como almacenes naturales que entienden el valor de lo que ofrecen a sus clientes.

"Lo más difícil en lo que es industria es encontrar partners que entiendan cómo es el producto, que en este caso es poco pero bueno", aseguró.

Los clientes e incluso fanáticos que hoy en día tiene la marca, también tienen la posibilidad de comprar directamente a través de sus canales digitales, por lo que el e-commerce es también una gran apuesta.

"Nuestro principal diferencial es la calidad del alcohol que logramos con la tecnología que usamos. Además, tenemos una receta muy diferente a todo lo que hay en la vuelta que es muy herbal. Este producto es fácil de tomar. Está diseñado para ser acompañado con tónica y para que lo usen en cócteles, lo que le da una impronta distinta a la experiencia de cata. El sabor es único y la amabilidad del alcohol es increíble porque es hiperrefinado, es decir que da ganas de seguir tomando y no da resaca al otro día. Es un producto muy superior en calidad y en sabores", detalló.

Cruzar fronteras

Su nuevo objetivo es la exportación. Para eso actualmente están en consultoría con la **Cámara de Industrias** para poder aprender sobre un mundo que, hasta el momento, es desconocido para los socios: cómo se exporta, qué hay que tener en cuenta, cómo se cotiza y a qué mercados objetivos van a ir primero.

El galardón a "mejor gin del mundo", otorgado por **USA Spirits Ratings Competition en San Francisco**, funcionó como un catalizador para captar miradas nacionales e internacionales. "Fue un boom y nos empezaron a llegar pedidos de todos los rincones del país. El producto es realmente de película. Tenemos un muy buen feedback de gastronómicos, enólogos y sommeliers. Ahora queremos llegar a Brasil, San Pablo en particular, Chile y España. Tenemos acercamientos de otros países, como Estados Unidos, China y Japón, pero es más complejo y no es lo que nosotros queremos", contó el empresario.



Varietal cítrico de Sur34 Gin. Foto: Gentileza.

Es que la meta es poder aumentar la capacidad, pero continuar con pequeñas producciones para asegurar la calidad. "Hoy tenemos una capacidad productiva de 2.000 botellas por mes, que son 25.000 por año. Al máximo que aspiramos es a un total de 50.000. Esto quiere decir que tenemos todavía la mitad de la capacidad ociosa y esperamos que, cuando exportemos, podamos expandir al doble. Nos imaginamos tener cuatro o cinco mercados, pero manteniendo el estándar", explicó.

Aunque para ninguno de los socios es su trabajo principal, Sur34 Gin es una parte cada vez más relevante en sus vidas. Ahora, además de las exportaciones, ya tienen reservas hasta abril del año que viene asociadas a retiros empresariales. Además, trabajan en una nueva variedad que, aunque es muy solicitada, lleva mucho tiempo de preparación para encontrar la receta perfecta. Finalmente, también están evaluando un nuevo modelo de negocios: el **gin tonic tirado**, que sería una innovación.

"Lo estamos probando con una cervecería amiga, que sería otra línea de negocios que se puede abrir en breve con el producto premium. Para mí es importante hacer proyectos en Colonia, nací en Carmelo y quiero apostar al propósito de la descentralización, a traer un poco de innovación al departamento. Creo que se está logrando y que hoy lo eligen cada vez más como otra opción además de Montevideo y Punta del Este. Espero poder seguir por este camino", expresó.

TAGS

Marcelo López Sur34 Gin

Más noticias >



"El triunfo de Trump le da un espaldarazo a Milei para salir del cepo, pero puede generar problemas de competitividad"



El periodista preferido de Trump y Milei se lanza como empresario: la polémica apuesta de Tucker Carlson



Marcelo Estapé, CEO de IBM Uruguay: "La inteligencia artificial no va a sustituir al humano, pero quien la utilice va a sustituir al que no lo haga"



Cómo este exempleado de Microsoft convirtió su empresa de videojuegos en una de las más rentables del mundo



Juan José Varela, CEO de Balanz Uruguay: "Van a quedar menos jugadores más grandes"



El gobierno de Donald Trump abre un nuevo panorama para crypto y la industria espera aprovecharlo

