

Fecha: 03-10-2024
Medio: Publimetro
Supl.: Publimetro
Tipo: Noticia general
Título: **Rodrigo Camacho Nestlé cree y apuesta por Chile: inversión, empleo y nuevos productos**

Pág.: 8
Cm2: 732,1

Tiraje: 84.334
Lectoría: 382.227
Favorabilidad: ☐ No Definida

Empresa en expansión. Nestlé Chile destaca en innovación, con miras a convertirse en un gran exportador para América Latina.

Inversiones y planes a futuro. Nestlé Chile tiene proyectos a mediano y largo plazo, en cuanto a su producción y a sus metas de sostenibilidad.

Entrevista: Hernán Cueva
Redactora: Andrea Martínez
Rodrigo Camacho lleva más de 20 años en Nestlé en diversas posiciones de liderazgo. Desde 2023 ocupa el cargo de CEO de Nestlé Chile. Anteriormente, estuvo en Ecuador, liderando la operación.

Entre los datos que nos reveló, destacan las inversiones en tecnología e innovación con miras a crecer en exportaciones y dio detalles también de cómo se preparan para ser anfitriones del IX Encuentro por los Jóvenes de la Alianza del Pacífico en octubre.

Cuéntanos sobre tu trayectoria en Nestlé...

—Fui CEO en Ecuador desde finales del 2012 hasta el 2017. En ese año, asumí en Suiza la presidencia de la división Nestlé Professional, el canal institucional que trabaja con todos los productos Nestlé para oficinas, restaurantes, aerolíneas, trenes, en resumen, todo el consumo fuera del hogar. Tuve la oportunidad de manejar durante cinco años esta división en todas las Américas. Trabajé con Estados Unidos, Canadá y toda Latinoamérica, liderando desde Suiza. Fue muy intere-



“Chile es un país donde Nestlé ve una oportunidad de seguir creciendo... con nuevas líneas de productos”.

RODRIGO CAMACHO
CEO de Nestlé Chile

Rodrigo Camacho

Nestlé cree y apuesta por Chile: inversión, empleo y nuevos productos



Entrevista. Hernán Cueva, Metro Internacional; Rodrigo Camacho, CEO de Nestlé Chile; Erico Yost, Gerente Publimetro Chile. / CORTESÍA

sante poder estar en Casa Matriz. Al sexto año, quisieron que liderara una nueva área, que es la de ventas e-commerce para Latinoamérica, donde tuve la oportunidad de desarrollar herramientas de inteligencia artificial y de Data Analytics para todos los departamentos comerciales. De ahí vine a Chile hace un año, donde estoy liderando una operación espectacular. Es un mercado muy especial para Nestlé, ya que es el tercero más grande de Latinoamérica después de Brasil y México.

¿Cómo es la operación en Chile?

—Este país cuenta con todas las categorías de productos Nestlé. Aquí tenemos 10 fábricas y 9 centros de distribución, dada la longitud de este país. Tener muchos centros de distribución es una de las ventajas competitivas que tiene Nestlé en Chile. La operación ha crecido debido a muy buenas adquisiciones y la fortaleza del portafolio de la marca. Además, es un país estable, que brinda

seguridad y seriedad; donde se pueden hacer negocios, donde las reglas del juego son claras, donde se puede invertir.

¿Cómo se encuentra actualmente el mercado?

—Aunque la velocidad del desarrollo de la economía no está como antes de pandemia, Chile fue uno de los países de Latinoamérica en poder tener un sistema rápido de vacunación. Luego de ello, se venía el reto de mover la industria tras el confinamiento. Entonces, el ‘boom del consumismo’ especialmente entre el 2021 y 2022 fue gigante. Pero, el año pasado, se acabaron los alivios financieros y el consumidor inmediatamente sintió esa falta de poder en su bolsillo. Sin embargo, la inflación se disparó no solo en Chile, sino a nivel mundial. El costo de los transportes, en exportaciones e importaciones, se multiplicaron y elevó los costos. Esto generó un impacto en el consumo.

En ese sentido, ¿cuáles son los planes para el futuro?

IMPORTANTE

■ Rodrigo Camacho lleva más de 20 años en Nestlé en diversas posiciones de liderazgo.

■ En la fábrica láctea más moderna de Nestlé en Chile, ubicada en Osorno, comenzó la producción de fórmulas infantiles bajo la marca Nidal.

■ El 23 de octubre próximo, Chile será el país anfitrión del IX Encuentro por los Jóvenes de la Alianza del Pacífico.

—Este año estamos demostrando que Nestlé cree y le apuesta a Chile. En abril, terminamos una nueva línea de producción en la fábrica de Cancura, en la Región de Los Lagos. Realizamos una importante inversión para fórmulas infantiles con la marca Nidal, que



“En Chile y en el mundo estamos liderando una transformación hacia la agricultura regenerativa”.

RODRIGO CAMACHO
CEO de Nestlé Chile

son productos muy especializados y pocos países pueden producir. El desarrollo de esta producción implicó traer tecnología al país, con lo cual desarrollamos las capacidades de trabajadores, generamos más empleo, abastecemos el mercado local y nos da la posibilidad de exportar. Por ejemplo, acabamos de ganar una licitación importante con la Cenabast para la producción de fórmulas infantiles que ya se encuentran en muchos hospitales del país. Lo mismo con nuestra fábrica San Fernando en la región de O'Higgins, donde empezó la producción de una nueva línea de Nescafé mixes, que son cafés lacteados y saborizados en polvo que antes traíamos de Europa. Esa es una línea muy automatizada, lo más moderno que existe en el mundo para la producción. Chile es un país donde Nestlé ve una oportunidad de seguir creciendo. Al contar con 10 fábricas, queremos seguir creando líneas de productos con nuevos tipos de alimentos, pensando cada vez más en la nutrición del ser humano. Esto ya es un hecho: nos aprobaron 300 millones de dólares para inversión en Chile. Este monto estará dirigido a la automatización de todas las líneas, al desarrollo e innovación de nuevos productos, y a fortalecer una red de producción acorde con las necesidades y las tendencias de mercado.

¿Qué más hace Nestlé en torno a los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU?

—En Nestlé trabajamos el programa de sustentabilidad en tres frentes: “Good for you”, “Good for the planet” e “Iniciativa por los Jóvenes”. Cuando hablamos de “Good for you”, trabajamos en dos frentes específicos: con Recetas Nestlé tratamos de conectar con los consumidores para darles nuevas alternativas más nutricionales; y el programa “Nestlé Niños

Saludables”, el cual desde hace 15 años ha beneficiado a cerca de 100 mil niños de todo el país, con clases de nutrición gracias a los recursos educativos entregados por Nestlé para profesores y padres. En “Good for the planet” buscamos cumplir con los compromisos de la compañía: llegar a ser en el 2050, una compañía con cero emisiones de gases de efecto invernadero. Para esto, trabajamos diferentes programas, pero en Chile es relevante el de la agricultura regenerativa. Este país tiene una gran producción lechera. Trabajamos con más de 400 fincas ganaderas grandes, a las cuales les compramos leche. Hasta este momento, hemos logrado que la gran mayoría de ellas integren prácticas de agricultura regenerativa, lo cual implica el cuidado del suelo y pastos. Por último, “Iniciativa por los Jóvenes” es un programa que nació hace 10 años en Europa y se ha extendido en América, donde ha resonado mucho porque busca la empleabilidad en las personas jóvenes, especialmente entre 18 y 29 años. Como parte de esto, el próximo 23 de octubre, se llevará a cabo el IX Encuentro de Iniciativas por la Juventud con la Alianza del Pacífico, integrada por Chile, Colombia, México y Perú, pero también hemos invitado a Costa Rica y Ecuador. Incluso, Laurent Freixe, el Director Ejecutivo de Nestlé, estará presente. La idea es motivar a que más compañías contraten jóvenes.

Cuéntanos sobre la última adquisición de Nestlé para ampliar su portafolio...

—La Fête Chocolat es un desarrollo chileno, que desde hace muchos años ha destacado en el segmento de chocolate premium y súper premium. Tiene el 50% de la participación en el mercado, ya que es una marca muy querida en este país. Nestlé también quiso participar en la categoría súper premium y por eso se adquirió el negocio de la Fête Chocolat. Esto motivó a que otros países siguieran este camino, como hace seis meses en Brasil, que se compró una gran compañía que se llama Chocolates Copenhagen, que tiene más de 1.000 boutiques. Con La Fête Chocolat tenemos dos sistemas de venta muy importantes: el sistema online que te hace llegar tu pedido en máximo dos horas, en cualquier lugar de Chile; y 58 boutiques esparcidas por todo el territorio.

