

**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, Metro Internacional; Rodrigo Camacho, CEO de Nestlé Chile, y Erico Yost, Gerente de Publmetro Chile. / GENTILEZA

# Rodrigo Camacho

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

**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 convertirse en un socio clave en ese país; además, dio detalles de cómo se prepararon 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 interesante poder estar en Casa Matriz. Al sexto año, quise liderar 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.

“CHILE ES UN PAÍS DONDE NESTLÉ VE UNA OPORTUNIDAD DE SEGUIR CRECIENDO... CON NUEVAS LINEAS DE PRODUCTOS”

**RODRIGO CAMACHO**  
 CEO de Nestlé Chile.

De ahí vine para 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, de 4.300 kilómetros de extensión. Tener muchos centros de distribución es una de las ventajas competitivas que tiene Nestlé en Chile.

Este ha sido un país donde la operación de Nestlé ha crecido debido a muy buenas adquisiciones y la fortaleza del portafolio de la marca. Ade-

más, 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, por ejemplo, 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.

**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.

■ En octubre, Chile fue el país anfitrión del IX Encuentro por los Jóvenes de la Alianza del Pacífico.



Sin embargo, la inflación se disparó no sólo en Chile, sino a nivel mundial. El costo de los transportes, en exportaciones e importaciones, se multiplicaron y elevó los costes. Esto generó un impacto en el consumo.

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

—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, las cuales 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 el CENABAST, la Central de Abastecimiento del Sistema Nacional de Servicios de Salud en Chile, para la producción de fórmulas infantiles que 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 Euro-

**“EN CHILE Y EN EL MUNDO ESTAMOS LIDERANDO UNA TRANSFORMACIÓN HACIA LA AGRICULTURA REGENERATIVA”.**

**RODRIGO CAMACHO**  
CEO de Nestlé Chile.

pa. 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. Hace un mes y medio tuvimos una reunión en Suiza de nuestro plan estratégico para los siguientes tres años, donde nos aprobaron USD 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 forta-

lecer una red de producción acorde con las necesidades y las tendencias de mercado. **¿Cuántos colaboradores tiene Nestlé Chile?**  
—Contamos con 7.700 colaboradores directos.

**¿Qué más hace Nestlé en torno a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de Naciones Unidas?**

—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, tales como videos, canciones, juegos y actividades interactivas, enfocadas en desarrollar hábitos saludables desde edades tempranas.

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, nos enfocamos en metas anuales para asegurar que vamos encaminados hacia nuestros objetivos.

Para esto, trabajamos di-



**Nueva fábrica Nestlé en Osorno.** Cuenta con instalaciones que destacan en automatización e innovación. / GENTILEZA

ferentes 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. Entre las actividades están la posibilidad de acceder a educación dual y participación en ferias de empleo, donde más de 100 compañías se han unido y se han comprometido a emplear jóvenes, en jornadas virtuales continuas de hasta

72 horas.

Como parte de esto, el 23 de octubre se llevó 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, estuvo presente.

La idea es motivar a que más compañías contraten jóvenes. Ellos vienen con un conocimiento especial, una mente diferente a otras generaciones, son muy rápidos, muy digitales, y el objetivo es que ayudemos a reducir la tasa de desempleo en este grupo en Chile, que hoy está en 14,4, cuando el promedio es 8,6. Hay que promover que los jóvenes tengan oportunidades y cuando se gradúen de la universidad o del instituto técnico tengan la posibilidad de trabajar.

**Para cerrar esta entrevista,**

**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 La Fête Chocolat. Esto motivó a que otros países siguieran este camino, como hace 6 meses en Brasil, que se compró una gran compañía que se llama Chocolates Kopenhagen, 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.



**Nestlé Chile.** Prevé un crecimiento importante a mediano y largo plazo. / GENTILEZA