

POR BLOOMBERG

La startup chilena NotCo cerró sus oficinas en Nueva York y encargó a Kraft Heinz la venta de sus productos en Estados Unidos y Canadá mientras se enfoca en rentabilizar la operación, dijo el director ejecutivo y fundador Matias Muchnick a Bloomberg.

El acuerdo va en paralelo a una *joint venture* entre las dos compañías, firmado en 2022 para producir versiones a partir de vegetales de Kraft Heinz y comercializarlos en Norteamérica, excluyendo México. Ahora también está utilizando la infraestructura de Kraft para vender los productos de NotCo.

“Pasar la operación de EEUU a una compañía de la escala de Kraft, con las métricas de costos de ellos, es una obviedad”, dijo Muchnick.

Reducción de gastos

NotCo está enfocado en reducir costos tras retrasar sus estimaciones de cuándo será rentable de 2024 a 2027. También ha firmado varios acuerdos con otras empresas alimentarias multinacionales, como Mars y Mondelez International, para licenciar su *software* que permite a los productores replicar sabores utilizando diferentes ingredientes. NotCo busca firmar más acuerdos de este tipo este año, dijo Muchnick.

La decisión de cerrar la oficina de Nueva York también obedece a que cada vez es más difícil recaudar fondos de capital de riesgo en América Latina, dijo el fundador.

Pocas empresas emergentes de

NotCo cierra sus oficinas en Nueva York y deja la operación en Norteamérica en las manos de su socia Kraft Heinz

■ NotCo ha recortado algunos de sus productos y ha despedido a cerca de 11% de su plantilla en un intento por reducir costos.



la región han podido levantar fondos desde la pandemia, ya que las altas tasas de interés, la inflación y la agitación política ahuyentan a los inversionistas. Las firmas han recurrido a reducir costos, a despidos y a retrasar sus planes de salir a bolsa. Muchos han tenido que endeudarse en lugar de capitalizar.

NotCo ha recortado algunos de

sus productos y ha despedido a cerca del 11% de su plantilla en un intento por reducir costos, y ya no está considerando expandir la marca NotCo a nuevas ubicaciones o categorías de alimentos, señaló Muchnick.

“Había que dejar de hacer muchas más cosas de lo que nosotros pensamos que teníamos que hacer” para llegar a la rentabilidad, afirmó. “Hay veces que tienes un producto espectacular, pero porque el margen de contribución no te da, tienes que sacarlo”, expresó.

Metas de innovación

El objetivo es que sus operaciones en Chile y Argentina sean rentables para el segundo trimestre de este año y que México y Brasil lo sean en 2026, dijo Muchnick. La meta de 2027 se obtiene teniendo en cuenta también su negocio de marca compartida. No prevé una salida a bolsa en un futuro próximo.

A pesar de esto, Muchnick no prevé nuevas medidas de reducción de costos. NotCo tiene suficiente efectivo para al menos cinco años y no quiere recurrir a los mercados privados nuevamente. Ahora quiere centrarse en la innovación y generar dinero a través de su ventaja competitiva, los acuerdos de licencia para tecnología de inteligencia artificial.

“Esto es lo que nos hace únicos en NotCo”, dijo Muchnick. Kraft “opera 10 veces más eficientemente mi negocio y yo me puedo enfocar en lo que realmente importa para el futuro de la compañía”, agrega.