

HOLDING ALIMENTARIO DEL GRUPO ANGELINI CONCRETA SU PRIMERA COMPRA EN ESTADOS UNIDOS



De izquierda a derecha: Crescente Valle, gerente de Estrategia de Nutrisco; José Pedro Moreno, gerente general de Valle Frio; Michel Bouley, gerente de Administración y Finanzas de Nutrisco, junto al grupo de asesores. En la pantalla, Julia y Brian Klein de LiveMore.

Reservadamente, el pasado 6 de junio Nutrisco -compañía que forma parte de Empresas Copec- adquirió el 80% de la firma LiveMore SuperFoods, que basada en California y dedicada a elaborar batidos de fruta, fue creada por dos emprendedores norteamericanos: padre e hija, Brian y Julia Klein. Es una más de las conquistas de este grupo alimentario chileno, que en pocos años transitó de la actividad pesquera a diversificarse a la fruta y snacks en Chile, entre varios productos saludables, y que ahora se internacionaliza. Proyectan alcanzar ventas por US\$ 1.000 millones en 2027, duplicando su facturación en cuatro años.

El 6 de junio recién pasado, de manera telemática, altos ejecutivos de la firma Nutrisco, el área de negocios alimentarios de Empresas Copec, vinculada al grupo Angelini, sellaron una operación que está haciendo que este rubro de este conglomerado empresarial esté concretando su internacionalización, con la primera compra de una empresa fuera de Chile.

A través de la pantalla y brindando con batidos de fruta, ese día celebraron Crescente Valle, José Pedro Moreno y Michel Bouley, además de asesores, mientras en la pantalla estaban Julia y Brian Klein (ver fotografía).

Se trata de la adquisición por parte de Nutrisco de una participación mayoritaria de la firma LiveMore Superfoods, con headquarters en Newport Beach, California y cuyo core son los productos de batidos con frutas y verduras.

La compra incluye el 80% de LiveMore, que hasta ahora estaba en manos íntegramente de la familia Klein, que mantiene el 20% restante tras la transacción.

El deal es un paso más en la ruta emprendida por Nutrisco de crecer en la industria de alimentos saludables (ver recuadro), camino para el que había dado un primer paso en suelo estadounidense, en marzo de este año, abriendo un "centro



Roberto Angelini, director de Nutrisco



Ignacio Astete, CEO Nutrisco North America.

DE LA PESCA A UN HOLDING DE ALIMENTOS

El grupo Angelini, a través del negocio alimentario de Empresas Copec, ha estado embarcado en un plan de diversificación en la industria de los alimentos saludables en los últimos años, que cristalizó en 2022, cuando emprendió una reorganización completa de Orizon, su compañía pesquera que opera de la Región de Atacama al sur. Y derivado de aquel proceso, ese año se formalizó la creación del holding de alimentos bajo la sociedad Nutrisco -un derivado de *nutrition company*-, firma que hoy preside Jorge Andueza y cuyo gerente general es Rigoberto Rojo.

Esta compañía empezó a integrar varios negocios. Uno es la empresa Valle Frio, basada en Romeral, para desarrollar el negocio de frutas congeladas, en sociedad con la familia Moreno, en participaciones 65%- 35%, respectivamente. Otra es Nutrisco Chile, donde no hay socios externos y que distribuye alimentos de desarrollo propio, de representación de marcas internacionales y también de productos de terceros. Otra es Flip, que con planta de proceso en Quilicura, se inserta en la industria de snacks saludables y chips vegetales, cuya fórmula fue creada por Pedro Bouchon, vicerrector de Investigación de la PUC, y que en la actualidad pertenece a Nutrisco (78,9%) y al Dictuc PUC. Más tarde aún, en 2023, adquirieron el 70% de Fjordour, que con plantas en Aysén y Magallanes, procesa y exporta productos premium, como centolla, bacalao y jaiba, entre otros.

Y luego vino el mencionado salto a Estados Unidos, con la apertura del centro de negocios que instalaron en Miami, precisamente para desarrollar nuevos negocios, identificar oportunidades de expansión, y potenciar la comercialización de sus productos.

Así, si hasta antes de 2022 en este rubro alimentario todo era negocio pesquero para los Angelini, empezaron a cobrar fuerza también los otros negocios del mundo de los alimentos. Según la memoria de Nutrisco de 2023, la firma tuvo ingresos consolidados por US\$ 428 millones, 49% más que el año anterior y con exportaciones que totalizaron US\$ 233 millones, el 55% de los ingresos totales. El resultado final, a su turno, alcanzó los US\$ 21,2 millones en utilidades, 98% más que el año previo. Nutrisco proyecta alcanzar ventas por US\$ 1.000 millones en 2027, duplicando su facturación cada cuatro años.

de negocios" en Miami, Nutrisco North America. Y a él había llegado a cargo como CEO Ignacio Astete Heimpell -ex hombre fuerte de Drake Food Services, holding alimentario de Nicolás Ibáñez-, quien ahora, con esta compra, asumió como CEO de LiveMore.

Padre e hija

LiveMore es una compañía con historia en Estados Unidos. Fue fundada en California por dos emprendedores, el padre y su hija mayor, Brian y Julia Klein, respectivamente. Pero los antecedentes en el negocio de la fruta son aún anteriores para esta familia, pues el abuelo de Brian Klein ya tenía un negocio de comercialización de fruta, específicamente de berries, en Estados Unidos, por lo que la familia Klein, en rigor, lleva 85 años y cuatro generaciones dedicada a comercializar fruta en ese país.

Y fue un hecho personal el que dio un giro a ese negocio. Luego de una grave enfermedad y gracias a su cercanía con los berries, Brian vio en estas frutas una forma de mejorar su propia alimentación y su salud y bienestar, proponiéndose generar productos que mejoraran la calidad de vida de las personas. Fue así como comenzó desarrollando los vasos de *smoothies* con combinaciones de frutas y otros ingredientes naturales y orgánicos (verduras, dátiles, semillas y cacao, entre otros ingredientes).

En la actualidad, LiveMore distribuye sus productos de batidos de fruta -como se conocen en Chile- a los principales retailers y minoristas de Estados Unidos, como las cadenas Target, CVS y Costco, en distintos formatos. Y a su vez, a través de estas cadenas, el producto llega también a México y Canadá. Y además la firma ya desarrolló un canal e-commerce propio, en su sitio web.

Integración vertical

¿Cómo llegó Nutrisco a LiveMore? Fue un paso lógico, explica a DF MAS Ignacio Astete, el CEO de Nutrisco North America, porque a través del negocio frutícola integrado a Nutrisco en Chile -Valle Frio-, ya hace años eran proveedores exclusivos de fruta de LiveMore. De hecho, afirma Astete, cocrearon la marca LiveMore con los Klein.

“LA IDEA ES CONTINUAR POTENCIANDO LA DISTRIBUCIÓN DE LIVEMORE A NIVEL NACIONAL EN ESTADOS UNIDOS, CON UN AMBICIOSO PLAN DE EXPANSIÓN EN EL SEGUNDO SEMESTRE DE 2024 (...) CHILE ASOMA COMO UN MERCADO INTERESANTE”, PLANTEA IGNACIO ASTETE, CEO DE NUTRISCO NORTH AMERICA.

Y además, uno de los productos estrella de LiveMore son los *smoothies*, vasos listos para licuar en casa, que se mezclan y envasan en la planta de Valle Frio en Romeral, en Chile. En la página oficial de la firma estadounidense destacan como sus atributos que todas sus frutas "son cultivadas orgánicamente en Chile".

Ahora, avanza en la compra se dio porque LiveMore calzaba perfecto con ejes estratégicos definidos en Nutrisco, como la integración e internacionalización. En efecto, uno de los objetivos diseñados para Nutrisco es integrarse verticalmente, desde la producción y el campo, hasta la comercialización de los negocios y el consumidor final. Y a la vez, crecer en negocios donde Chile tenga ventajas comparativas y escala.

Astete explica que al adquirir la mayoría de la propiedad de Valle Frio, en 2022 -el principal exportador de fruta congelada a Estados Unidos-, Nutrisco apostó por este negocio y crecieron 35% en el periodo 2022-2023, lo que los motivó a seguir impulsándolo. Explica que les hizo sentido

crecer a través de la fruta, dado que Chile es un productor reconocido en la industria a nivel mundial.

Ahora, con los *smoothies*, agregan un eslabón: agregar valor a la fruta congelada, "con productos saludables, funcionales y convenientes", dice Astete, quien agrega que con ingredientes provenientes de distintos orígenes mezclados con la fruta, generan múltiples recetas "con un alto grado de diferenciación, muy valoradas por los consumidores", apunta.

Con la operación, además, Nutrisco adquiere una "marca americana" que se distribuye en los principales retailers de toda América del Norte -Estados Unidos, México y Canadá-, y el objetivo ahora de la mano de la firma chilena es que LiveMore profundice su presencia a nivel nacional en Estados Unidos, y llegue a otros mercados fuera de Norteamérica, incluido Chile.

"La idea es continuar potenciando la distribución de LiveMore a nivel nacional en Estados Unidos, con un ambicioso plan de expansión en el segundo semestre de 2024 que incluye los principales retailers del país, así como también expandirnos internacionalmente, buscando potenciar nuestra red de distribución en Nutrisco, donde obviamente Chile asoma como un mercado interesante", plantea Astete.

En el detalle, LiveMore vende en la actualidad en 2.500 puntos de venta, con una mayor concentración en la costa oeste. Y tiene el potencial de estar aprobados como proveedores para abastecer a más de 15.000 tiendas, lo cual esperan impulsar a la brevedad.

Considerando los recursos disponibles luego de la adquisición, explica Astete, tendrán mayor capital de trabajo para soportar un crecimiento robusto. "Actualmente cubrimos Costco, HEB, CVS y Target, entre otros, en conjunto suman más de 15.000 tiendas en Estados Unidos. Además, acabamos de entrar a Walmart que nos otorga una oportunidad de mayor crecimiento aún, siempre de la mano de nuestros socios estratégicos. De esta manera la expansión se basa en aumentar nuestra distribución en los grandes retailers de Norteamérica, expandir nuestra capacidad de distribución de e-commerce a través de plataformas propias y de socios

como Amazon, y continuar desarrollando nuevos productos que mantengamos nuestra promesa de marca, siempre utilizando las mejores frutas", dijo.

Tanto Brian Klein como su hija, se pronunciaron sobre la transacción por escrito. El padre señaló que valoraba "enormemente", la relación a largo plazo con Valle Frio y ahora con Nutrisco, "que me permitirá seguir desarrollando productos saludables desde mi corazón para ayudar a otros a vivir mejor".

Su hija Julia planteó que "el gran valor de esta asociación es poder elevar la marca LiveMore y ampliar nuestra comunidad", pues les permitirá potenciar la misión de hacer que los productos saludables sean accesibles para las personas de todo el mundo. ✨