

INDUSTRIA. LA FIRMA INVIRTIÓ US\$15 MILLONES EN NUEVO EMPAQUE DE NESCAFÉ QUE SALDRÁ EN JULIO

Nestlé aumenta su capacidad de producción y prepara entrada a nuevas categorías

BOGOTÁ. A pesar del desánimo en el consumidor colombiano observado en el primer trimestre del año, las cinco plantas que posee Nestlé en Colombia no se detienen y no pueden hacerlo porque, según **Manuel Andrés**, presidente de la multinacional en el país, la demanda de sus productos está creciendo como la espuma. El ritmo es tal, que la compañía comenzó a invertir este año en el aumento de la capacidad de producción de líneas como *Milo*, *Maggi* y los envases flexibles de *La Lechera*.

¿En qué proyectos corporativos está trabajando Nestlé para el mercado colombiano?

Colombia sigue siendo un eje de crecimiento para la firma en América Latina. Venimos de tres años de crecimiento a doble dígito y le seguimos apostando al país. Estamos invirtiendo en el área de tecnología de punta, por ejemplo, hicimos hace año y medio el lanzamiento del cubito *Maggi* con doble capa, siendo Colombia el primer país en tener este producto. Algo puntual en lo que estamos trabajando este año es un nuevo empaque para *Nescafé* que va a salir en julio y donde invertimos casi US\$15 millones.

¿A cuánto asciende la inversión general en 2013?

En tecnología, rondamos US\$50 millones, pero también inyectamos capital en marcas, que es una cuantía muy superior; y en desarrollo e investigación. Nestlé invierte casi 2% de lo que vendemos en el país, que en 2012 fue más de \$1.200 millones.

¿Tienen alguna estrategia de crecimiento en el área industrial?

Llevamos cuatro años de crecimiento de una marca como *Milo*, que es enorme, donde la capacidad ya no está dando. Estamos viendo varias alternativas para maximizar la producción. Hoy vendemos 4.000 toneladas de *Milo* en el mercado local, además de lo que exportamos, esto significa que estamos a un 95% de la capacidad

total, así que si en un mes vendemos más de lo que teníamos previsto, nos metemos en problemas. Otras de las marcas en la que aumentamos capacidad fue *Maggi*, acabamos casi de duplicarla, y eso nos permite algunos años de tranquilidad. También lo hicimos con el empaque flexible de *La Lechera* porque estamos teniendo mucha demanda internacional.

¿Qué línea de negocios reportará mayor crecimiento?

A nivel general estamos creciendo a doble dígito o lo que es más importante al doble del ritmo de la economía nacional. Dentro de eso, todas nuestras áreas han tenido un performance positivo. Recalco el crecimiento de *Milo*; y en café, estamos viendo una sustitución del tostado y molido a café más conveniente como *Nescafé*, donde estamos vendiendo más y ganando participación. Lo que va a crecer más es la parte de bebidas, especialmente los modificadores de leche y café.

El mercado de alimentos y bebidas ya está muy maduro, ¿qué propondrá Nestlé en materia de innovación?

Estamos desarrollando fuertemente el eje de nutrición, lo que significa desde lanzar una galleta bajo la marca *Fitness*, donde la compañía está empezando a crecer en este nicho de salud, hasta complementar productos ya existentes como la leche *Klim*, que es la más consumida en Colombia. Después de un estudio hecho con el *Icbf*, queremos ayudar a reducir la falta de zinc en los colombianos a través de este producto.

Manuel Andrés,
presidente de Nestlé.
CORTESÍA

¿Cuál es la meta de ventas y participación en 2013?

La meta es crecer por encima de la economía local. El inicio ha estado muy difícil porque hemos visto un freno del consumo, sobre todo el masivo. Me contentaría si crecemos al ritmo de la economía, que el Gobierno dice será 4% o 5%. El plan es crecer 7% y facturar más de \$1.200 millones.

¿Colombia es uno de los países que más se destaca en América Latina?

En cuanto a consumo per cápita, no somos de los más altos de la región porque nos queda una oportunidad enorme al no tener presencia en algunas de las categorías que son grandes, como azúcares (dulces) o la leche en polvo, donde ingresamos hace poco. Estamos empezando a hacer pequeños pinitos vía compra, adquisiciones o por operación nuestra. En

2012 entramos en leche líquida, donde no habíamos estado en casi 70 años de historia acá, y este año seguimos viendo mercados.

¿Habrán compras este año?

Siempre que haya una oportunidad que sea buena, de valor a nuestros accionistas y esté asociada a los planes de la empresa, estamos abiertos a escuchar oportunidades. Lo que sí digo es que después de tres años y medio en el país estoy en la parte más difícil de mi labor y es encontrar a gente que quiera vender la empresa, porque están creciendo mucho y están contentos.

Si el mercado interno ya es un reto, ¿podrán aumentar sus exportaciones?

Gran parte de la producción está copada en el mercado nacional, por eso las capacidades de exportación están limitadas. No obstante, seguimos exportando *Milo* a Perú, galletas a Ecuador, galletas y chocolates a EE.UU. Debido a que el precio de la leche está tan alto en el ámbito internacional, vamos a exportar casi 30% más de lo que exportamos el año pasado.

VANESSA PÉREZ DÍAZ
vperez@larepublica.com.co

1 MILLÓN

DE SACOS DE CAFÉ LOCAL ES LO MÍNIMO QUE COMPRA NESTLÉ.

¿Por qué viene cayendo el consumo?

Para el presidente de Nestlé Colombia y Ecuador, **Manuel Andrés**, son varias las razones que influyen en la caída del consumo nacional. "Esto se debe en parte por algo de incertidumbre sobre el futuro que mantiene el comprador; segundo, creo que hay un sobreendeudamiento del colombiano promedio debido a la gran cantidad de crédito al consumo que se ha ofrecido con tarjetas y préstamos. Hubo un boom hace 18 o 20 meses que ahora estamos empezando a pagar. Por último, afecta la situación general, donde el consumidor está muy atento a lo que gasta", indicó el ejecutivo de la multinacional, la cual recientemente anunció la disminución en 7% de su huella hídrica en el país.



SÍGANOS EN:

www.larepublica.co

Con más información sobre el mercado colombiano de alimentos y la participación de las empresas en este sector.

MINAS. EL NUEVO DIRECTIVO ESTABA COMO ENCARGADO DESDE NOVIEMBRE

Linares se quedará en la presidencia de Drummond



José Miguel Linares, nuevo presidente de Drummond en Colombia.

BOGOTÁ. *Drummond* tiene nuevamente un presidente. **José Miguel Linares**, quien había estado como encargado de liderar la compañía durante los últimos seis meses. El bogotano será quien reemplace desde ahora de manera permanente a **Augusto Jiménez**, quien había renunciado en noviembre del año pasado, tras mantenerse en el cargo por 23 años.

Linares es abogado de la Universidad de los Andes, y lleva más de 23 años en *Drummond*, donde ha ocupado varias posiciones, como Gerente Administrativo y

Legal, y siendo la más reciente la Vicepresidencia de Asuntos Corporativos.

De acuerdo con **Linares**, "este nombramiento constituye un voto de confianza que los dueños de la compañía, la familia *Drummond*, sus directivos y colaboradores han depositado en mí tras 23 años de crecimiento profesional en la empresa".

Según comunicó la compañía, "**Linares** enfocará su gestión en el desarrollo de actividades que reiten el compromiso de *Drummond Ltd.* con una minería social y ambientalmente sosteni-

ble, que generen condiciones para el crecimiento económico del país, y que mejoren la calidad de vida de las comunidades que habitan en el área de influencia de nuestras operaciones".

El año pasado la minera registró en Colombia ingresos operacionales por \$4,68 billones, lo que representó un aumento de 19,3% frente a 2011, cuando estos ascendieron a \$3,87 billones.

La utilidad neta de la compañía fue de \$602.650 millones, mientras en 2011 fue de \$352.484 millones. Las exportaciones de carbón sumaron unas

26 millones de toneladas anuales el año anterior.

Augusto Jiménez, el anterior presidente de la empresa carbonífera, es doctor en Derecho graduado de la Universidad Externado se encontraba en la presidencia desde 1990. La compañía no solo dio paso a su primera extracción de carbón en 1995 sino que, bajo su dirección logró operar desde la Mina Pribbenow y El Descanso, ambas ubicadas en la cuenca del Cesar, y puertas de salida claves para el carbón nacional.

TATIANA ARANGO
tarango@larepublica.com.co