



## Explorando Desafíos de Innovación hacia el año 2050



*Fernando Arcos Leroux  
Application Group Manager  
Nestlé Chile S.A.*

Diciembre, 2017



Nestlé  
**NaturNes**

DESCUBRE LA EVOLUCIÓN  
NATURAL DE LOS COLADOS



# Tendencias Claves de Consumo

» La conveniencia es el principal driver de consumo y la principal barrera es la percepción de “no natural”

» La penetración en los hogares es 44% hasta los 36 meses. Existe un alto consumo de pures caseros y de productos que no son adecuados para su edad.

» Las Madres comienzan con alimentos sólidos a partir de los 6 meses, de acuerdo a la recomendación de los pediatras y los bebés a los 24 meses están comiendo la misma comida que el resto de la familia.

» Las comida representan el 92% de nuestras ventas y los postres el 8%.



## Objetivo del Negocio

Lograr el **crecimiento sostenido y rentable** de la categoría y reclutar consumidoras estableciendo **confianza** acerca de la **calidad** y **naturalidad** de nuestros productos

## Dos Batallas que ganar



Asegurar la confianza de las mamás en la calidad y naturalidad de nuestros productos



Reforzar el valor del portfolio para prevenir futuras crisis y así lograr crecimiento sostenible y rentable



# Asegurar la confianza de las mamás en la calidad y naturalidad de nuestros productos



## ¿Cómo derribar estas barreras y aumentar la penetración?

### COMUNICACIÓN MASIVA

De todo lo BUENO que tienen nuestros Colados y Picados



- ✓ 100% INGREDIENTES NATURALES
- ✓ SIN PRESERVANTES
- ✓ SIN COLORANTES



## Continuamos con el Plan de Visitas de Madres a nuestra fábrica



- ✓ 1 visita mensual
- ✓ Comunicación y convocatoria a través del fanpage de [mibebesano.cl](http://mibebesano.cl)



## Partimos el 2015 con campaña Testimoniales



## A partir de Julio activaremos potente CAMPAÑA DE NATURALIDAD





Reforzar el valor del portfolio para prevenir futuras crisis y así lograr crecimiento sostenible y rentable

## Reformulación de Comidas

- ✓ Eliminación de almidón de maíz, harina de trigo, harina de maiz.
- ✓ Materias Primas "GMO Free"
- ✓ Solo con Aceite de Canola (actualmente usamos mezclas Canola-Maiz)



- ✓ Incorporación de espinaca a la variedad de pollo



- ✓ Eliminación de la sal añadida

## Reformulación de Frutas

- ✓ Eliminación de jugos concentrados (cuestionados como "azúcar encubierta")



- ✓ Reemplazar pulpas concentradas por puré de frutas (single strenght) permitiendo declarar "manzana" en vez de "pulpa concentrada de manzana"
- ✓ Usar solo Frutas **ORGANICAS** en todas las variedades



Reforzar el valor del portfolio para prevenir futuras crisis y así lograr crecimiento sostenible y rentable

01

## Clean Label

- ✓ Reformulación de todo el portfolio para prevenir futuros cuestionamientos
- ✓ Implementación Q2 2016



### Etiqueta Actual

Agua, pulpa manzana, jugos concentrados (uva, pera, naranja), pulpa pera, pulpa de plátano, pulpa durazno, almidón de maíz, vitamina C.



### Clean Label

Manzana, Pera, Plátano, Vitamina C

Agua, carne de vacuno (15%), zanahorias, papas, puré de tomates, harina de arroz, harina de maíz, mezcla de aceites vegetales (canola, maíz), almidón de maíz, sal, espinaca.



Agua, carne de vacuno (15%), zanahorias, papas, tomates, aceite de canola, almidón de maíz, sal, espinaca.



Reforzar el valor del portfolio para prevenir futuras crisis y así lograr crecimiento sostenible y rentable

## 01 Clean Label

- ✓ Reformulated products to prevent future public questionings
- ✓ Implementation Q2 2016
- ✓ AG with R&D and Reller support



## 02 NaturNes

- ✓ We will evaluate NaturNes brand with mothers to re-launch our products with the new recipes

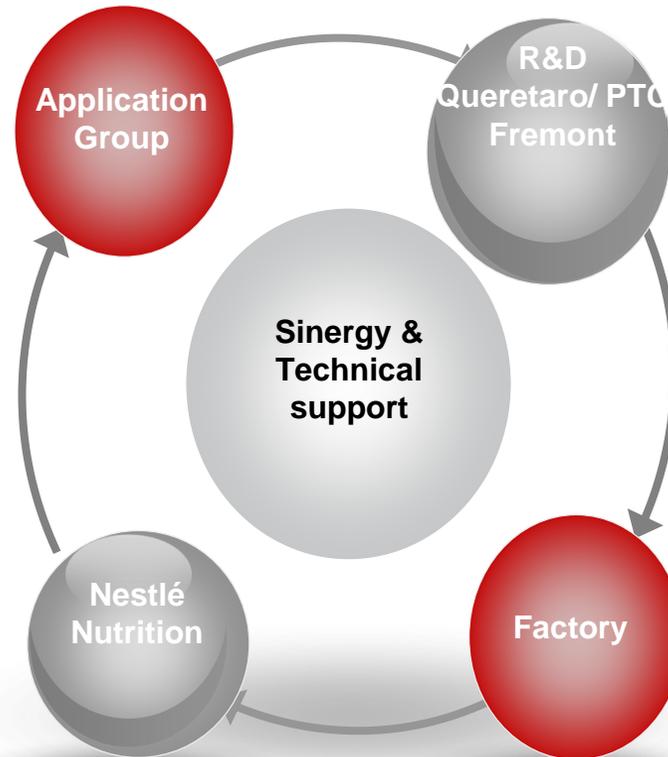


+ Nestlé  
NaturNes®



# TRABAJO EN EQUIPO INTERDISCIPLINARIO

- Develop to recipes (NHW)
- Design with Compliance
- Design to industrial process
- Leader to project
- Dossier of product as deliverable



- Recipes to Naturality concept
- Recipe release (MRM)

- Technical Acceptance
- Learning
- Raw Materials specifications

- Support to ensure contaminants compliance of raw materials (Agronomyst)
- Ensure Supply raw materials
- Thermal process validation



# *Materias primas agropecuarias*



# Desarrollo de Proveedores de MP Agropecuarias como una Ventaja Competitiva Comercial

## Desafíos en el abastecimiento de Materias Primas Agropecuarias

Cumplir con las Normas de Calidad y Seguridad Alimentaria

Asegurar un abastecimiento sustentable

Evitar la volatilidad monetaria, impuestos y procedimientos de Importación.

Cumplir con nuestros compromisos de “Responsible Sourcing”

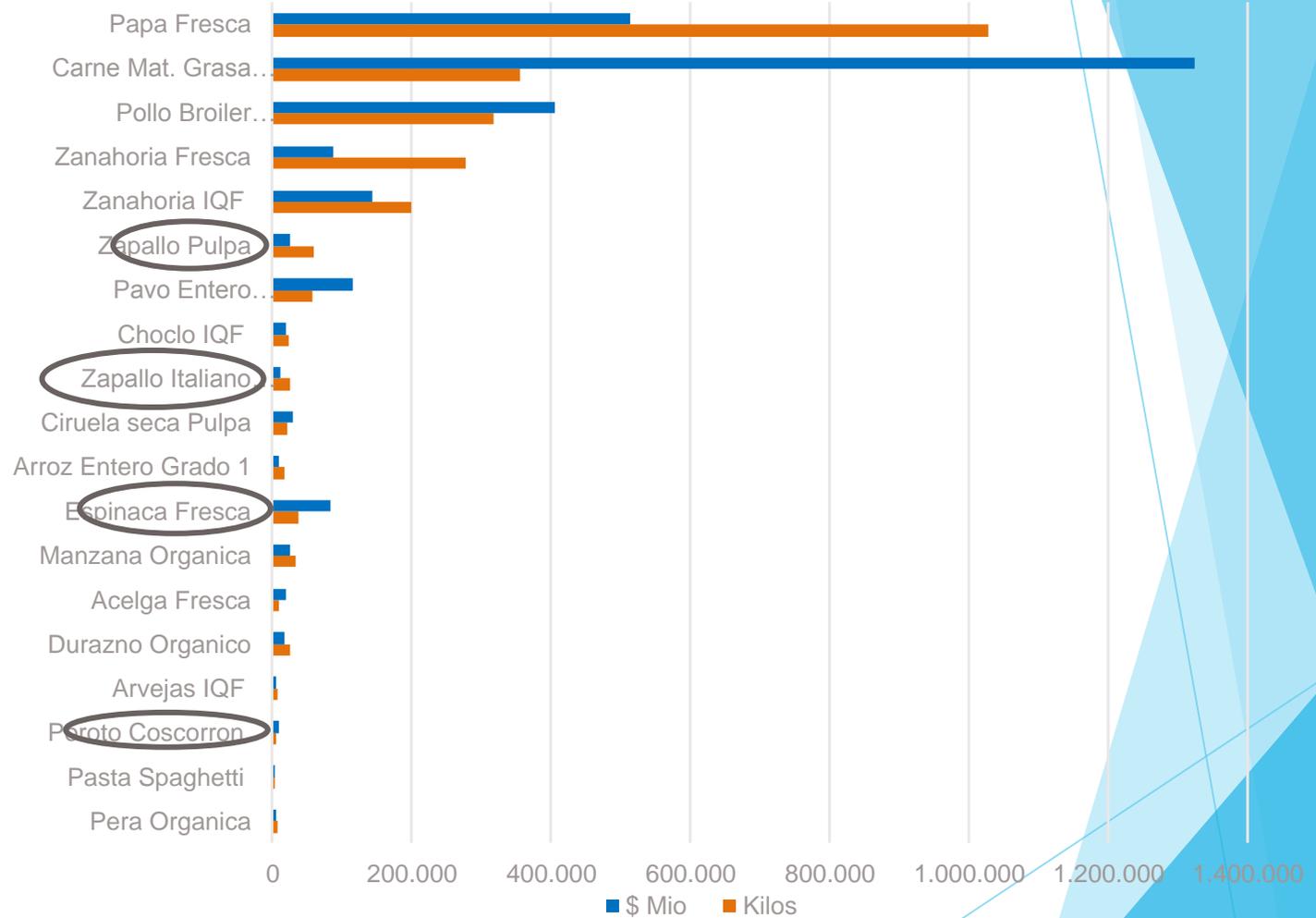
# M&D

-  **2.512 tons/año**
-  **22 Suppliers**
-  **24 Raw Materials**
-  **23 Finished Products**

<b>Vegetales Frescos &amp; IQF</b>	<b>1371</b>
<b>Carnes</b>	<b>729</b>
<b>Pasta &amp; Arroz</b>	<b>27</b>
<b>Pulpas BF</b>	<b>107</b>
<b>Pulpas Orgánicas</b>	<b>67</b>



MP's \$ / Vol.



# Infant Cereals

-  **10.877 ton/año**
-  **25 Farmers**
-  **11 Suppliers**
-  **14 Raw Materials**



# Incidente Inocuidad M&D



➔ 2010

Product	"Colado de durazno" (Nestlé)	"Colado Ciruela Pasa" (Gerber-Nestlé)	"Tutti Frutti" (Nestlé)
Iprodione	0.08	0.04	0.01
Quantification Limit (mg/kg)	0.01	0.01	0.01
Instrumental methodology	All Cases: Gas Chromatography		



2011 → 2012 → 2013 → 2014 → 2015



### Farmers

Contaminants  
Traceability  
Records  
Volumes



### Supplier

Cross/contam  
Quality certificates  
New norms  
Traceability  
Records



### SC-AG-QA-ASD

Specifications  
Audits  
Action plans  
New developments



SC : Supply Chain

AG: Application Group

QA : Quality Assurance



**Gracias!**