

**JORDI LLACH**

**DIRECTOR GENERAL DE NESTLÉ**

# “La sostenibilidad es un compromiso costoso, pero marcará la diferencia”

La combinación de sostenibilidad e innovación forma el sello diferencial de Nestlé, compañía en la que se afronta el futuro inmediato con la pretensión de crear un nuevo modelo de consumo más respetuoso con el planeta y “hacer llegar al consumidor todo el esfuerzo y trabajo que existe tras nuestras marcas y productos”. Ponerlo en valor -enfatisa el directivo- será clave para decantar la elección en el lineal.

### Inmediatez frente a estrategia

A diferencia de otras épocas, hoy el contexto está marcado por una incertidumbre y una volatilidad constante. Ante ello, la estrategia pasa por ser ágiles, resilientes y muy flexibles para, a pesar de los contratiempos con los que nos vamos encontrando, poder seguir avanzando. En este entorno en el que todo cambia tan rápido, la estrategia es estar preparados, tener muy claras cuáles son las prioridades e ir a por ellas. Y ello se consigue poniendo al consumidor en el centro y apostando por la simplicidad, la flexibilidad y la agilidad para poder responder más, mejor y más rápido.

### Pilares esenciales

En Nestlé creemos firmemente en el valor de la alimentación para mejorar la calidad de vida, hoy y en el futuro. La nutrición es un pilar fundamental y constante para nosotros, y está en la esencia de nuestra compañía desde su origen. Y, por ello, somos conscientes de que será la sostenibilidad lo que nos permitirá seguir operando en el futuro. Creemos en la importancia de invertir en prácticas sostenibles y, por eso, estamos realizando un gran esfuerzo con inversiones e iniciativas sobre el terreno, en toda la cadena de valor. Sabemos que, a corto plazo, es un compromiso costoso, pero estamos convencidos de que también es lo que marcará la diferencia respecto a los demás. Y a la sostenibilidad, debemos añadir también la innovación. Estamos constantemente buscando nuevas formas de mejorar nuestros productos para adaptarnos a lo que quieren los consumidores, a las nuevas tendencias y a las posibilidades que nos ofrece la tecnología para seguir siendo líderes en el sector de la alimentación.

### Desafíos

El mayor desafío al que nos enfrentamos es, sin duda, la

crisis climática que, a su vez, se ha convertido en un motor de transformación que implica que hagamos las cosas de otra manera. Del éxito y la capacidad que tengamos para crear un nuevo modelo de consumo más respetuoso con el planeta dependerá nuestro futuro, como empresa y como sociedad. En esta línea, vemos a un consumidor cada vez más interesado en conocer el origen y la calidad de lo que consume y con una lógica preocupación por el medio ambiente. Para nosotros, este es otro gran desafío: hemos de ser capaces de hacer llegar al consumidor todo el esfuerzo y trabajo que existe tras nuestras marcas y productos. Ponerlo en valor será clave para que el consumidor nos elija en el lineal.

### El valor de la marca

Para Nestlé es fundamental ofrecer productos adaptados a las necesidades del consumidor, apetitosos, únicos y comprometidos con la sostenibilidad. Todas aquellas personas que valoren estos aspectos van a encontrar en nuestras marcas la opción que buscan. La capacidad para responder a las necesidades de los consumidores con rapidez y trasladar eficazmente esa propuesta de valor única en nuestros productos, con precios asequibles para el consumidor y justos para nuestros proveedores, será lo que marcará nuestro papel en el escenario actual.

### Perspectivas para 2024

En el presente contexto es difícil realizar previsiones. No obstante, todo apunta a que la inflación tenderá a moderarse, pero el consumo no se recuperará tan rápido. En este sentido, dar respuestas a lo que busca el consumidor y explorar esas nuevas oportunidades de consumo será relevante.

