

Nº	FECHA	MEDIO	SECCIÓN	PÁGINA
302406	2025-11-30	El Mercurio	Economía y Negocios	B 6

Imagen 1/1

Entretelones

Factory Nine: la cadena *made in Chile* que crece al 50% anual y se prepara para duplicar sus 13 locales

• MARÍA JESÚS COLOMA

Muchos creen que Factory Nine es de origen o una franquicia estadounidense. Sin embargo, la pastelería al estilo norteamericano es 100% chilena y, detrás hay una familia de nueve hermanos, de la Novena Región. "Que la gente piense que es una compañía gringa nos da más respaldo y significa que lo estamos haciendo bien", dicen entre risas los hermanos Cristóbal y Pilar Taladriz, socios fundadores de la cadena.

Ingeniero comercial de la Universidad Católica, Cristóbal tenía planes de irse a estudiar un posgrado, pero antes quería ver si armaba algo por su cuenta. En 2016 viajó con amigos a Estados Unidos y visitó la famosa cadena The Cheesecake Factory, reconocida por su producto estrella: los *cheesecakes*. Le llamó la atención la historia, de cómo habían partido vendiendo *cheesecakes* y hoy son una gran cadena de restaurante.

En paralelo, su hermana Pilar estudiaba su examen de grado en Administración de Servicios y no tenía muy claro qué quería hacer después. Fanática de la cocina, especialmente de la pastelería, Cristóbal le ofreció hacer algo juntos. "Le dije a la Pili que quería replicar el modelo de Cheesecake Factory en Chile, porque acá no existía algo realmente al estilo gringo. La idea era que ella se hiciera cargo de la pastelería y yo de la administración. Me dijo que sí y le advertí: 'si vamos, vamos en serio'", recuerda Cristóbal. "Yo no me veía en una oficina, la idea apareció justo a tiempo", añade Pilar.

Ella nunca había cocinado *cheesecake*, así que partió de cero, "a punta de prueba y error", cuenta. "Nos juntábamos todos en el departamento y cada uno iba opinando si les gustaba o qué le faltaba a cada producto hasta llegar a las primeras recetas", comenta Pilar. Cristóbal, por su parte, puso sus



Los hermanos Cristóbal y Pilar Taladriz son los fundadores de Factory Nine, que sumó a sus siete hermanos.

ahorros para iniciar el emprendimiento. "Había trabajado cuatro años en una consultora, pero la carrera de Ingeniería Comercial lamentablemente no te enseña cómo hacer un negocio en la práctica".

El primer nombre fue "Oh my cheesecake", pero la Inapi se los rechazó. La palabra *factory* les gustó, "es un concepto muy gringo, de algo grande, muy contundente". Nine apareció después y calzó con ser nueve hermanos y de la Novena Región. "Era *full* auténtico, sonaba bien y tenía mucho sentido", comentan. Así nació Factory Nine, american bakery.

Primer acuerdo con Bonafide y el despegue

La primera idea fue una cafetería, pero la inversión era muy grande y prefirieron iniciar con una pastelería. Arrendaron una *dark kitchen*, compraron un refrigerador, batidora, procesadora y se consiguieron un horno.

Tras lograr los primeros productos contactaron a la dueña del café Bonafide del Alto Las Condes. Le preguntaron el precio al que vendía los trozos de torta, y le ofrecieron llevarle un "producto mejor", a juicio de los Taladriz, pero más económico. "Ella nos dijo que le llevaríamos dos tortas y dos *cheesecakes* para ver cómo se vendían.



El primer vehículo que tuvieron para transportar los productos.

La venta fue un éxito y nos pidió cinco de cada uno para la semana siguiente, así empezó a crecer".

Salieron a buscar nuevos clientes y de la misma forma llegaron a unos 25-30 mayoristas, a quienes ellos les repartían todo en el auto familiar. Luego compraron un furgón y en 2018 decidieron arrendar un local en Tabancura y lanzarse a la venta directa.

El 1 de junio de ese año abrieron con un par de personas de apoyo, más los hermanos que muchas veces ayudaban en transporte, construcción, diseño, o lo que necesitaran. Los pedidos

comenzaron a crecer tanto minoristas como mayoristas, estos últimos les permitían tener un flujo constante mes a mes. La Navidad de ese año "fue una locura", recuerdan.

Desde el comienzo apostaron por convertirse en actores relevantes. Para eso instalaron sistemas digitales para poder hacer ventas a través de ese canal. De hecho, fueron de los primeros en aterrizar con sus productos en la plataforma de Uber Eats, lo que incluso les permitió sortear la pandemia.

"Durante esa época había dos tipos de negocios en el rubro alimentario, los



Pilar Taladriz moviendo los ingredientes de producción en la primera cocina.

que no estaban digitalizados y los que sí; para nosotros fue una locura. Cuando empezó la primera cuarentena, los pedidos se nos triplicaron en la primera semana", recuerda Cristóbal.

Con el tiempo, el local de Tabancura les quedó chico y se mudaron a Quilicura, donde instalaron la fábrica y comenzaron a abrir nuevos locales. Necesitaron más capital y lo levantaron plata por medio de una sociedad familiar; hoy todos los hermanos son "inversionistas" del negocio.

20 mil brownies al mes, 70 mil carrot cake al año

En los últimos años han registrado un crecimiento promedio superior al 50% anual. Actualmente tienen 13 locales en diferentes comunas de la Región Metropolitana, en los que no solo ofrecen pastelería, sino que también alternativas de sándwiches para desayuno o almuerzo. Emplean a más de 170 personas.

Pese a que prefieren no revelar cifras de ventas y ganancias, los hermanos Taladriz explican que venden 20 mil *brownies* al mes, 70 mil *carrot cake* al año, uno de los productos más solicitados.

Y los planes continúan. En los próximos años esperan duplicar los locales, incursionando en regiones como Temuco, su ciudad natal, a donde esperan llegar. De cara a estos planes, no descartan sumar algún inversionista más grande.

"Hemos tenido conversaciones pero nada concreto, pero sí nos serviría una estructura de apoyo más robusta para dar el siguiente paso que es la expansión nacional", dice Cristóbal.

La expansión estaría siempre acompañada del bajo perfil, como lo han hecho hasta ahora. "Nos genera mucha autorrealización lo que hemos logrado, pero lo disfrutamos nosotros en nuestro círculo más íntimo", dicen los hermanos Taladriz.