LITORALPRESS

Fecha: 16-03-2024
Medio: La Tercera
Supl. : La Tercera - Edición Especial
Tipo: Actualidad
Título: **Nespresso, una marca de café con propósito**

Pág. : 7
Cm2: 394,7
VPE: $ 3.927.128

Tiraje: 78.224
Lectoría: 253.149
Favorabilidad: No Definida

> Nespresso > www.nespresso.com

Nespresso, una marca de café con propósito

La sostenibilidad ha estado siempre presente en el ADN de la marca, ya que tienen la convicción de que el café puede ser una fuerza para el bien, que genere un impacto positivo en la naturaleza y en la vida de las personas.

Ya se cumplen casi 2 años desde que *Nespresso* anunció globalmente su certificación como Empresa B, uniéndose a un movimiento global de más de 7.900 empresas con propósito que cumplen con los más altos estándares de responsabilidad social, ambiental y transparencia de BCORP™. Para la marca, ser Empresa B Certificada es mucho más que hacer negocios. Es generar a su vez un impacto positivo en el mundo, en el medio ambiente, las personas y las comunidades.

Paula Bascuñán, *Marketing Manager de Nespresso* Chile menciona que "estamos muy orgullosos de ser Empresa B Certificada, ya que esto constituye un reconocimiento al compromiso que ha tenido la marca desde hace más de 30 años con la sostenibilidad, la transparencia y los negocios responsables. Estos dos años de aprendizaje continuo, han reforzado nuestra convicción de que el café debe ser una fuerza para el bien y que se puede hacer negocios de manera correcta".

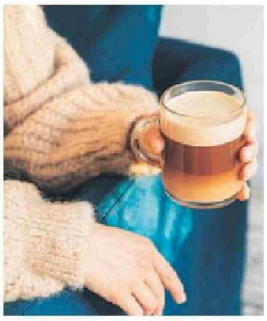
Compromiso con la calidad sustentable

• Programa AAA Sustainable Quality™

A lo largo de los últimos 30 años, la marca ha apostado globalmente por diversas iniciativas que dejan una huella positiva en el entorno, tales como el *Programa AAA Sustainable Quality™*, desarrollado en 2003 en colaboración con la ONG Rainforest Alliance. Este programa, cuyos tres pilares son calidad, sostenibilidad (social y medio ambiental) y productividad, le permite a *Nespresso* abastecerse de granos de café de la más alta calidad de manera sustentable en el tiempo, y a su vez, mejorar la calidad de vida de más de 150.000 caficultores y sus familias en 18 países.

Foto: Nespresso

Con este programa, la marca ofrece a los caficultores asistencia técnica gratuita a través de sus más de 600 agrónomos quienes los capacitan para mejorar la calidad de sus cosechas, la productividad de sus fincas y su desempeño ambiental. Por su parte, la marca paga una prima a los caficultores como reconocimiento por su compromiso con la calidad sustentable.



Por otro lado, el 2014 lanzaron su actual estrategia de sustentabilidad: *"The Positive Cup"* que se basa en crear valor compartido y se focaliza en mejorar la sustentabilidad en tres pilares: café, aluminio y clima.

• Programa de reciclaje local

Desde el 2018, *Nespresso* ha implementado en Chile un programa de reciclaje de cápsulas, reflejando su compromiso con la sostenibilidad ambiental. En ese sentido, la marca recolecta las cápsulas utilizadas de sus consumidores, y su socio Armony Sustentable, empresa especializada en el transporte y tratamiento de residuos orgánicos, las lleva hasta su planta de compostaje en donde se separa el aluminio del café. El café residual se transforma en compost, mientras que el aluminio se recicla. Este enfoque garantiza una gestión responsable de los materiales, minimizando el impacto ambiental y ofreciendo a los consumidores la oportunidad de contribuir activamente a la preservación del medio ambiente.