

STARBUCKS

CAFÉ CON COMPROMISO

EN OCTUBRE, LA CADENA CREÓ LOS STARBUCKS DAYS PARA CELEBRAR A SU PROPIA COMUNIDAD DE CLIENTES Y DESTINÓ AYUDA A LA PREVENCIÓN DEL CÁNCER DE MAMA.



APOYANDO LA CONCIENCIACIÓN EN EL MES ROSA

Como parte de la iniciativa mundial del Mes Rosa, creada para generar conciencia sobre la enfermedad y brindar apoyo y acompañamiento a quienes se ven afectados por ella, la marca dona una parte de las ventas de bebidas seleccionadas para ayudar a estas organizaciones con sus esfuerzos. Las tiendas y canales de comunicación serán amplificadores de los mensajes de concientización para apoyar aún más la lucha contra el cáncer de mama.

"Starbucks se ha propuesto guiar a sus clientes en temáticas relevantes para la sociedad. Como marca global, nos preocupa profundamente el bienestar de las comunidades a las que servimos. Nuestro vínculo con las organizaciones que promueven y concientizan sobre esta causa vital, que tiene el potencial de salvar vidas, nos llena de orgullo y es una responsabilidad que asumimos", expresó Soledad Fantuzzi, gerente de marketing Starbucks Argentina, Chile, Colombia, Uruguay y Paraguay.



CUATRO DÍAS DE GRATITUD PARA SU COMUNIDAD

Por primera vez, Starbucks Chile celebró Starbucks Days, una nueva iniciativa diseñada para expresar gratitud a las personas que son parte de la experiencia Starbucks a través de promociones especiales y acciones con impacto positivo. Esta celebración reconoce a todos los que hacen de Starbucks parte de su día: partners (colaboradores), clientes y comunidades.

Los clientes pudieron disfrutar de bebidas a precios increíbles y a distintas acciones en tienda. Esta iniciativa animó a los clientes a disfrutar de sus bebidas favoritas.

"En Starbucks, cada taza es una oportunidad para conectar de una forma auténtica. Starbucks Days no sólo es una forma de expresar nuestra gratitud, sino también una oportunidad para fortalecer los lazos, crear momentos significativos y generar un impacto positivo para todos los involucrados en esta experiencia", comentó Soledad Fantuzzi, gerente de marketing Starbucks Argentina, Chile, Uruguay y Paraguay.

#GraciasPorCadaDía fue el hashtag que reunía a los fanáticos y que proponía compartir su experiencia de gratitud y comunidad. Cada taza y cada gesto son una oportunidad para hacer del mundo un lugar mejor. ■