

# La consistencia de un propósito

POR CUARTO AÑO CONSECUTIVO, **NESTLÉ CHILE** DESARROLLA LA CAMPAÑA “**NESTLÉ ES DE TODOS LOS QUE ELEGIMOS UNA BUENA VIDA**”, INSPIRADA EN SU LEMA POR MÁS DE 150 AÑOS, “**GOOD FOOD, GOOD LIFE**”.

“Good Food, Good Life” ha sido el lema de Nestlé por más de 150 años, que busca reflejar el propósito de la empresa de “Contribuir a una buena vida” al entregar la mejor calidad en sus productos, y donde la innovación, el respeto y el cuidado por el medio ambiente, comunidades, personas, familias y mascotas son pilares fundamentales.

En esa línea, Nestlé Chile está desarrollando la campaña “Nestlé es de todos los que elegimos una buena vida”, en la cual resalta su compromiso con la calidad de sus productos, la sostenibilidad en toda la cadena de valor y la búsqueda de bienestar de sus comunidades.

La campaña “tiene como objetivo principal reafirmar nuestro compromiso

con la calidad de vida, ofreciendo productos que no solo son deliciosos, sino también saludables y sostenibles”, explica María Fernanda Torres, directora de Comunicaciones y Marketing de Nestlé Chile. La ejecutiva agrega que “queremos hacer visible no sólo nuestro compromiso de desarrollar todo el poder de la alimentación para mejorar la calidad de vida, hoy y para las futuras generaciones, sino también para mostrar que detrás de cada una de nuestras marcas y productos hay mucho más; hay distintas iniciativas que trabajan en post de este propósito de contribuir a una buena vida y la responsabilidad que tenemos con la sostenibilidad en toda la cadena de valor y el bienestar de nuestras comunidades”.

La campaña se ha desarrollado por cuatro años consecutivos con un buen balance. “Evaluamos nuestros resultados

sobre la base del positivo impacto que generamos en la salud y nutrición de nuestros consumidores, la reducción de la huella de carbono en nuestra cadena de valor, y la eficacia de nuestras iniciativas comunitarias, como “Nestlé por niños saludables” y nuestra “Iniciativa por los Jóvenes”, por mencionar algunas. Cada año, hemos observado un aumento en la satisfacción del consumidor, una mayor visibilidad de nuestras acciones sostenibles y un impacto positivo en la comunidad”, destaca la ejecutiva.

## ¿En qué consiste la campaña de este año?

Nuevamente este año, nuestra campaña corporativa está fundamentada en nuestro propósito como compañía, sin embargo, en esta nueva versión hacemos evidente que



detrás de Nestlé hay más de 100 marcas en Chile y que detrás de ellas hay una forma de “hacer tan especial” de la compañía, focalizado en asegurar la calidad por, sobre todo. Además, través del mensaje “Nestlé es de todos los que elegimos una buena vida” celebramos a las personas que nos eligen cada día en su hogar, porque al hacerlo están apoyando muchas iniciativas que hacen que su vida, y la de todos, sea mejor. Saben que son parte de un propósito mayor y por eso el concepto es que Nestlé es de todos los que eligen una buena vida”. Con nuestra amplia gama de productos llegamos a todas las personas que viven en Chile, independiente de su rango etario, nivel socioeconómico, gustos, estilos de vida, etc. Y de esta forma, nuestra campaña se dirige así mismo, de forma amplia a todos ellos.

### **Al ser una compañía multimarca, ¿cuál es para Nestlé el valor e importancia del branding corporativo?**

Nestlé es una marca muy valorada por los chilenos, así lo reflejan los diferentes rankings y reconocimientos por parte de consumidores y clientes, donde hemos sido distinguidos como una de las marcas más valoradas, tales como Marca Ciudadana de Cadem y Chile 3D de GFK, entre otros. A pesar de que Nestlé tiene más de 100 marcas en Chile, como, por ejemplo, Nescafé, Maggi, Purina, Savory y Tritón, nuestra marca corporativa aúna nuestro propósito, comunicando nuestros valores centrales, y nuestra forma de trabajar y comunicar: mejorar la calidad de vida de las personas, familia y mascotas, y cuidando del planeta. Esto crea una sinergia entre nuestras marcas y refuerza la confianza del consumidor en todos nuestros productos.

### **¿Cuál es para Nestlé el valor del propósito dentro de su estrategia?**

El propósito es el corazón de nuestra estrategia en Nestlé y es nuestra guía para todo lo que hacemos y la forma en que lo hacemos. Creemos que nuestra misión de contribuir a una buena vida no solo impulsa nuestro negocio, sino que también nos permite crear un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente. A través de una constante innovación, buscamos mejorar la nutrición, la salud y el bienestar de nuestros consumidores, al mismo tiempo que nos dedicamos a proteger y renovar los ecosistemas. Esto nos guía en cada decisión, asegurando que nuestro crecimiento empresarial esté siempre alineado con la sostenibilidad y el bienestar comunitario.

## **Iniciativas en el marco de “Buena Vida”**

**En el marco de la campaña “Buena Vida”, Nestlé Chile busca dar a conocer diversas iniciativas claves, entre las que se cuentan:**

**Agricultura regenerativa:** Implementamos prácticas de agricultura regenerativa con cerca de 300 productores de leche fresca en la zona sur de Chile, gracias a lo cual logramos reducir 16 mil toneladas de CO2 en 2023. A nivel global, la compañía busca producir el 20% de sus ingredientes mediante estas prácticas para 2025 y el 50% para 2030, aspirando a cero emisiones netas para 2050.

**Nestlé por Niños Saludables:** Es el programa de educación nutricional privado más grande de Chile que, desde sus inicios, hace más de 14 años, ha impactado a más de 85.000 niños, promoviendo hábitos alimenticios saludables desde temprana edad.

**Iniciativa por los Jóvenes:** Hemos beneficiado a más de 10.000 jóvenes con oportunidades de empleo y formación

profesional, impulsando su desarrollo y empleabilidad. Estas iniciativas tienen un alcance significativo, no sólo en términos de números, sino en el impacto positivo y sostenible que generan en la sociedad chilena.

**Calidad intransable:** Todos nuestros productos cumplen con los más altos estándares de calidad y nuestros equipos la aseguran a lo largo de toda la cadena de valor, desde la compra de materias primas hasta que el producto está listo para ser consumido.

**Recetas Nestlé:** Es una gran y única plataforma culinaria que busca inspirar, educar y entretener abordando todo el poder de la cocina en nuestros consumidores. Buscamos tener una relación altamente personalizada con ellos entregando soluciones para nuestra comunidad interesada en la cocina y nutrición que buscan un aliado en todo el proceso de cocinar. Contamos con toda la trayectoria culinaria de Nestlé y sus marcas con productos iconos de gran vínculo; traducido en miles de recetas y contenidos alojados en nuestro sitio [www.recetasnestle.cl](http://www.recetasnestle.cl) y en todas nuestras redes sociales conectando día a día con nuestros usuarios. 



María Fernanda Torres, directora de Comunicaciones y Marketing de Nestlé Chile.

María Fernanda  
**Torres**