



# Reposicionamiento de una marca a través de la Sostenibilidad



Solís responsable: Reposicionamiento de una marca

# 01. Nestlé España.



Más de un siglo de reconocido prestigio en España



- 10 centros de producción.
- 5.350 personas de plantilla media.
- 2.166 millones de euros en ventas.
- 60 millones de euros en inversión.



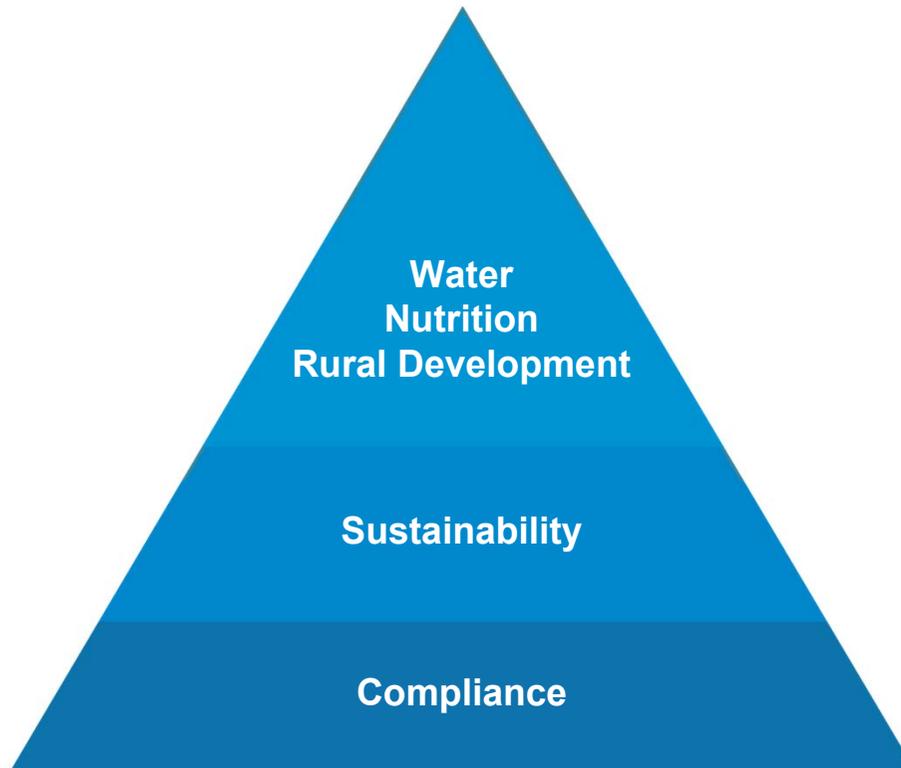


Solís responsable: Reposicionamiento de una marca

# 01. Nestlé España.



**Modelo de Creación de Valor Compartido: para los accionistas y para la sociedad**





Solís responsable: Reposicionamiento de una marca

# 01. Nestlé España.



## → Nuestros Principios Corporativos

**the Leader**

**1** Nutrition, Health and Wellness

**Trusted**

**2** Quality assurance and product safety

**Transparent**

**3** Consumer communication

**Exemplary**

**4** Human rights and labour practices

**Credible**

**5** Leadership and personal responsibility

**6** Safety and health at work

**Safe**

**7** Supplier and customer relations

**Caring**

**10** Water

**Resourceful**

**9** Environmental sustainability

**Inclusive**

**8** Agriculture and rural development

**Recognized**



Solís responsable: Reposicionamiento de una marca

## 02. Contexto.



- **Avance de las marcas de la distribución en el lineal**
- **Necesidad de diferenciarse para mantener la cuota de mercado**
- **Necesidad de diferenciarse para mantener la viabilidad a largo plazo**
- **Todo ello a través de la iniciativa “Solís responsable”:**
  - **Apostando por la agricultura local**
  - **Apostando por un bajo impacto ambiental.**



Solís responsable: Reposicionamiento de una marca

# 03. Estrategia: Aprovechamiento responsable.



## ➔ Sistema de producción integrada certificada por la Junta de Extremadura

Minimización de uso de agua

Control natural de plagas

Minimización de uso de fertilizantes

**CAMPAÑA 2014 – VERIFICACION RESULTADOS**

**Resultados 2014 -3er año**

**CERTIFICACION, "EN TODA LA CADENA DE VALOR"**



**COSECHA 2014**



**CAMPO**  
CERTIFICADO DE CULTIVO  
PRODUCCION INTEGRADA EXTREMADURA



**PRIMERA TRANSFORMACION**  
CERTIFICADO DE CONFORMIDAD  
Producción Integrada de Extremadura



**SEGUNDA TRANSFORMACION**  
CERTIFICADO DE CONFORMIDAD  
Producción Integrada de Extremadura





Solís responsable: Reposicionamiento de una marca

## 03. Estrategia: Aprovechamiento responsable.



### SUMMARY RESULTS 2012-2015

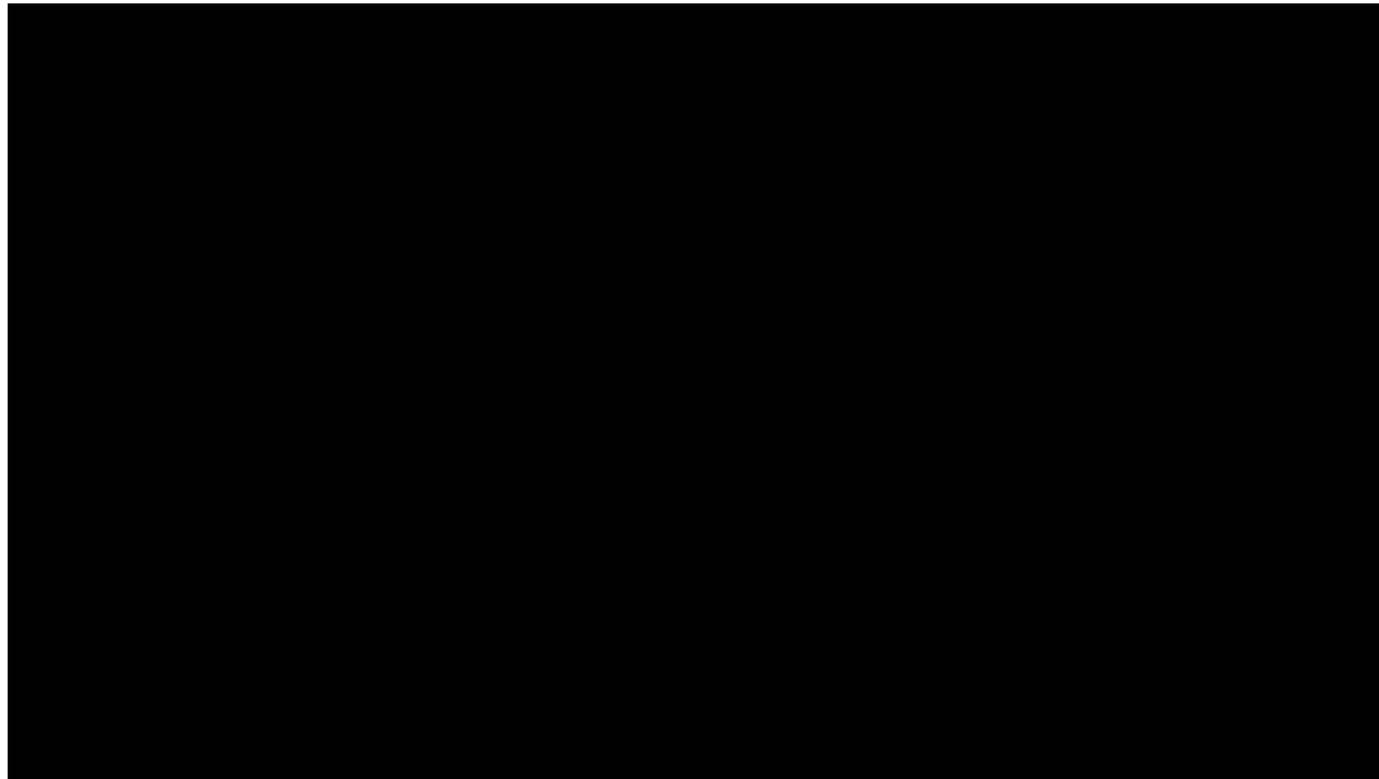
*Comparison of farms under Integrated Production Standard vs. Conventional*

		2012	2013	2014	2015		Global average 2012-2015
					Vegas Bajas	Vegas Altas	
SURFACE OF INTEGRATED PRODUCTION	Hectars	23	57	404	496	479	1459
TOTAL PESTICIDES	AMOUNT	-65%	-25%	-21%	-2%	-17%	-14%
	COST	-	-30%	-22%	-5%	-15%	-14%
FERTILIZERS	AMOUNT	-62%	-21%	-10%	-17%	-23%	-18%
	COST	-	-31%	-16%	-22%	-12%	-17%
IRRIGATION	AMOUNT	-30%	-33%	-12%	-2%	-10%	-9%
YIELD	AMOUNT	94 ton (=)	77 ton (+ 8%)	97 ton (+13%)	98 ton (=)	95 ton (+5%)	96 ton (=)
QUALITY	°brix	5,07 (+3%)	5,04 (=)	4,75 (+11%)	5,45 (+6%)	4,68 (+5%)	4,98 (+5%)



Solís responsable: Reposicionamiento de una marca

## 03. Estrategia: Aprovechamiento responsable.





Solís responsable: Reposicionamiento de una marca

## 04. Comunicación.



### **RESPONSABLE CON EL CULTIVO LOCAL**

Todos nuestros tomates proceden de los cultivos de la Vega del Guadiana, de agricultores locales.

### **RESPONSABLE CON EL MEDIO AMBIENTE**

Colaboramos con nuestros agricultores en la aplicación de técnicas de cultivo respetuosas con el medio ambiente con el objetivo de reducir el consumo de agua de riego.

### **RESPONSABLE CON LA NUTRICIÓN**

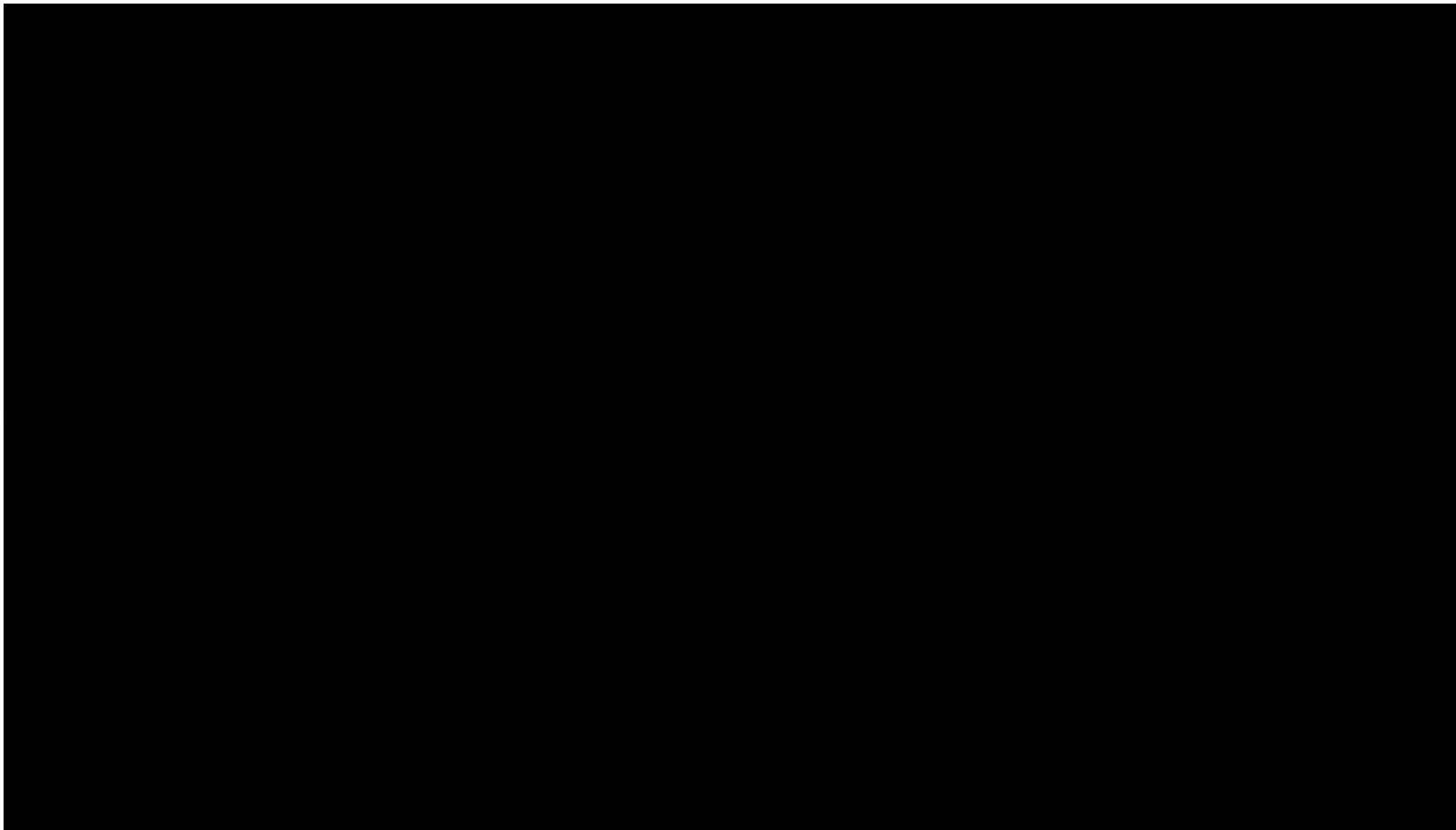
Nos preocupamos por ofrecerte productos equilibrados para ti y los tuyos, con un sabor 100% natural, al punto de sal y sin conservantes.

Más información: [www.tomateresponsible.es](http://www.tomateresponsible.es)  
o escanea el código QR en el dorso del pack



Solís responsable: Reposicionamiento de una marca

## 02. Aprovisionamiento responsable.



# ¡GRACIAS!



[Pedro.ruiz@es.nestle.com](mailto:Pedro.ruiz@es.nestle.com)

[www.solisresponsable.com](http://www.solisresponsable.com)

CONAMA2016