

KITKAT utilizará exclusivamente cacao sostenible

- KITKAT es la primera marca mundial de chocolates que opta por utilizar exclusivamente cacao procedente de cultivo sostenible.
- La iniciativa, que será efectiva a principios de 2016, se ha anunciado coincidiendo con 80 aniversario de la emblemática marca.

Esplugues de Llobregat, 2 de septiembre de 2015.— Nestlé ha anunciado su decisión de utilizar exclusivamente cacao sostenible en la producción de KITKAT, la primera marca de chocolates a nivel mundial que se compromete públicamente en este sentido. La iniciativa, que se ha dado a conocer coincidiendo con el 80 aniversario de la emblemática marca, será efectiva a principios de 2016.

KITKAT está ya utilizando cacao sostenible, auditado por terceros, en productos vendidos en determinados mercados pero, a partir de 2016, esta práctica alcanzará a todos los países del mundo.

Sandra Martínez, Jefe de la Unidad Estratégica de Chocolates del Grupo Nestlé, ha declarado: “Nos satisface ser la primera marca que toma esta decisión”. Y ha añadido que “el aprovisionamiento de cacao sostenible contribuye a preservar los recursos de las comunidades que se dedican al cultivo del cacao, a la vez que permite obtener habas de cacao de mayor calidad. Sin duda, esta decisión viene a reforzar la confianza del consumidor en KITKAT como marca responsable”.

Esta iniciativa forma parte del compromiso de Nestlé de alcanzar las [150.000 toneladas de cacao sostenible en 2017, según consta en el Nestlé Cocoa Plan](#), un programa que tiene como objetivo mejorar las condiciones de vida de las comunidades que se dedican al cultivo del cacao y asegurar la calidad de la materia prima que Nestlé adquiere para su actividad.

Nestlé Cocoa Plan

En 2009, Nestlé lanzó el [Nestlé Cocoa Plan](#), un conjunto de iniciativas encaminadas a la mejora de las condiciones económico-sociales y ambientales de los productores de cacao, así como a su profesionalización, con el fin de asegurar que sus plantaciones sean rentables y respetuosas con el medio ambiente. Entre otras medidas, la compañía entrega cada año más de un millón de plantas de cacao que aseguran una mayor productividad, al tiempo que desarrolla una cadena de suministro transparente y fiable. En estos momentos, la compañía cubre el 35% de sus necesidades de cacao en Europa con materia prima procedente del *Nestlé Cocoa Plan*.

KITKAT, una joven marca octogenaria

Desde siempre, [la emblemática marca KITKAT](#) ha sabido conectar con sus consumidores. Nacida hace 80 años en Gran Bretaña, la barrita de crujiente galleta bañada de chocolate utiliza, desde 1957, el mensaje publicitario “*Have a break*”, un juego de palabras basado en el doble sentido del término inglés *break* (“pausa” y “romper”). Para nosotros, “*Tómate un respiro, toma un KITKAT*”.

Durante estos 80 años, KITKAT ha procurado estar permanentemente en contacto directo con sus consumidores, creando con ellos una conexión que, con el tiempo, la ha llevado a ser reconocida como una de las diez marcas de gran consumo líderes mundiales en social media. ¿Su secreto? La fortaleza de la marca y su habilidad para aprovechar las oportunidades de asociarse a acontecimientos y noticias de gran visibilidad que han llevado a KITKAT al espacio tras implicarse en una acción de *Red Bull* en 2012, a interactuar con *Oreo* tras un post en twitter de una consumidora fiel a ambas marcas o a sorprendernos asociándose con *Google*, que a finales de 2013 denominó “*Android KitKat*” a la versión 4.4. de su sistema operativo.