



# MERCADO



**En esta sección:**

- Nuestros Alimentos, Nuestra Responsabilidad
- El Poder del Desayuno
- Educación sobre Salud, Bienestar e Investigación
- Innovaciones y Renovaciones
- Empaque y Etiquetado
- Mercadotecnia Responsable de Productos
- Inocuidad y Calidad de Nuestros Productos



Como líder de la industria global de alimentos, estamos constantemente buscando nuevas formas de nutrir y deleitar a nuestros consumidores. Desde alimentos para el desayuno hasta snacks y alimentos congelados, nuestros productos son atractivos para una amplia variedad de gustos y necesidades de nutrición.

Parte de nuestra perspectiva para el desarrollo de productos es un enfoque en la mejora de los valores nutricionales de nuestros alimentos. Ya sea que estemos incrementando nutrientes e ingredientes que los consumidores quieren más y necesitan, tales como fibra o granos enteros, o reduciendo otros como el sodio y azúcar.

Nos mantenemos firmes a un objetivo clave: ofrecer alimentos de gran sabor que le gustan a la gente; haciéndolos, mercadeándolos y vendiéndolos de manera segura y responsable. También, estamos comprometidos a informar a los consumidores sobre nutrición para que puedan tomar mejores decisiones al comprar sus alimentos.

## NUESTROS ALIMENTOS, NUESTRAS RESPONSABILIDADES

A principios de 2015, anunciamos nuestros Kellogg's® Global Breakfast Food Beliefs los cuales incluyen compromisos para llevar a nuestros consumidores lo mejor de nosotros cada día. Ésta es una responsabilidad que tomamos muy en serio. Después de todo, sabemos qué importantes son los alimentos deliciosos para reunir a las personas, para compartir un momento y crear un recuerdo duradero. Estas creencias nos guían para continuar ganando nuestro lugar en las mesas de desayuno ahora y en el futuro. Los Kellogg's® Global Breakfast Food Beliefs se presentan en la pág. 12 y se describen posteriormente a detalle en esta sección, tienen objetivos específicos para proporcionar más nutrientes benéficos tales como proteína y fibra, y la reducción de azúcar y sodio en nuestro portafolio de cereales Kellogg's® en los mercados más importantes<sup>8</sup> para 2020.

El mundo está cambiando y las expectativas de los consumidores también. Así como Kellogg tiene una amplia trayectoria en crear confianza entre los consumidores, sabemos que debemos continuar ganándonos esta confianza cada día.

Nuestros consumidores dirigen nuestras acciones, por ello tomamos en cuenta sus gustos cambiantes, percepciones y el concepto que tienen de nutrición y bienestar.

### HACIA UN MUNDO MÁS SANO

La buena nutrición y los granos simples son el corazón de la compañía, nuestros productos y nuestra herencia. Después de todo, nuestro visionario fundador, W.K. Kellogg, aspiraba a hacer "productos de calidad para un mundo más sano".

Un siglo después, mantenemos su legado al responder a las preferencias de los consumidores e incorporar los últimos avances científicos en nuestra continua jornada para mejorar la nutrición a través de nuestros productos. Mientras hacemos una variedad de alimentos – algunos con perfiles nutrimentales más saludables y otros para satisfacer un antojo ocasional- vemos de cerca lo último en ciencia y apoyamos activamente la investigación para entender cómo nuestra compañía puede contribuir a la salud y el bienestar.





## EL PODER DEL DESAYUNO

En Kellogg, creemos en el poder del desayuno. Construyendo sobre la herencia de nuestro fundador, también creemos que un desayuno basado en cereales puede proporcionar un gran comienzo a nuestro día.

El cereal Kellogg's® Corn Flakes fue creado en 1906, lo que dio inicio a más de un siglo de dedicación para brindar nutrición con cereales que la gente disfruta comer. En los años siguientes, llegamos a ser la primera compañía de alimentos en contratar nuestro propio nutriólogo/ nutricionista; también abrimos nuestro propio laboratorio de investigación y nos mantuvimos actualizados sobre ciencia de la nutrición alrededor del mundo. La evidencia respalda lo que siempre hemos sabido: el cereal con leche es una gran opción para el desayuno.

Estudios recientes auspiciados por Kellogg en EE.UU.,<sup>9</sup> México<sup>10</sup> y Canadá<sup>11</sup> han demostrado que los niños que tienen cereal y leche como desayuno obtienen más nutrientes que necesitan (tales como vitamina D, hierro y calcio), en comparación con aquellos que

eligen otro desayuno o quienes no desayunan. Nuestro sitio de internet de Nutrición contiene más información sobre las últimas investigaciones respecto de este tema.

En años recientes, hemos estado adicionando a nuestros alimentos con nutrientes esenciales para la buena salud, entre los que se incluyen fibra, granos enteros, proteína, vitamina D y otras vitaminas y minerales importantes.

En la sección de Comunidad compartimos más información acerca de cómo nuestra creencia en el poder del desayuno estimula nuestra causa filantrópica distintiva de *Desayunos para Mejores Días*.

**SABÍAS  
QUE  
SÓLO  
4%**

del consumo de azúcar diario en EE.UU. viene de consumir cereal.<sup>12</sup>



**EL COSTO  
PROMEDIO DE  
UNA PORCIÓN  
DE CEREAL  
CON LECHE**

EN EE.UU.

El compartir tres o más alimentos en familia por semana (incluyendo el desayuno) reduce en los niños, haciéndolos:

- 24%** más probable que coman alimentos saludables
- 35%** menos probable que tengan desórdenes alimenticios
- 20%** menos probable que coman alimentos no saludables
- 12%** menos probable que tengan sobrepeso<sup>13</sup>

<sup>9</sup> Kevin Miller y Victor Fulgoni III. Tendencia de 10 años en la toma de nutrientes entre diferentes hábitos de desayunos de niños y adolescentes. FASEB J Abril 2014 28:810.4.

<sup>10</sup> Salvador Villalpando, Vanessa De la Cruz Gongora, Alejandra Contreras Manzano, Filiberto Beltran-Velazquez, Deisy Hervert-Hernandez. Los niños mexicanos consumiendo desayuno y cereales listos para comer tienen una ingesta más alta y adecuada de micronutrientes que los que no desayunan. ENSANUT 2012 (130.4); FASEB J Abril 2014 28:130.4.

<sup>11</sup> Susan I. Barr, et al. El desayuno está positivamente asociado con suficiencia nutricional en los niños y adolescentes canadienses. British Journal of Nutrition 112.08 (2014): 1373-1383.

<sup>12</sup> Departamento de Agricultura de EE.UU. y Departamento de Salud y Servicios Humanos de EE.UU. Directrices Dietéticas para estadounidenses (DGA, por sus siglas en inglés), 2010. 7o. Edición, Washington, DC: Oficina de Impresión del gobierno de EE.UU. Diciembre 2010.

<sup>13</sup> AJ Hammons y BH Fiese. (2011) ¿Está relacionada la frecuencia de alimentos compartidos con la familia con la salud nutricional de los niños y adolescentes? Pediatría. 127(6):e1565-74.

## OFRECER MÁS DE LO QUE LOS CONSUMIDORES QUIEREN: ALIMENTOS CON FIBRA PARA LA SALUD

Una dieta alta en fibra está asociada en general con beneficios para la salud digestiva y del corazón; sin embargo, en realidad pocas personas cubren las recomendaciones de consumo diario de fibra. El consumo en promedio diario de fibra tanto en niños y adultos es únicamente cerca de la mitad de la cantidad diaria recomendada.

Desayunar es una de las mejores maneras de motivar a las personas a consumir más alimentos con fibra en sus dietas. Un simple tazón de cereal con fibra, acompañado con fruta y leche, proporciona además de fibra, potasio, vitamina D y calcio, nutrientes de los que muchos consumidores necesitan más.

Kellogg ofrece más cereales con una buena fuente de fibra (al menos 3 gramos) y al menos la mitad de la porción de granos enteros (8 gramos), en comparación a cualquier otra compañía de alimentos en los EE.UU. Nuestro equipo de Nutrición Kellogg trabaja en conjunto con líderes de opinión y profesionales de la salud para que ellos, a su vez, puedan ayudar a los consumidores a cerrar lo que se conoce como la “brecha de la fibra”.

**DE ACUERDO CON UN ESTUDIO  
REALIZADO EN ESCUELAS PÚBLICAS  
DE LA CIUDAD DE MÉXICO, MÁS DEL  
75% DE LOS PADRES RECONOCE QUE  
LA FIBRA ES MUY IMPORTANTE EN LA  
ALIMENTACIÓN DE SUS HIJOS.**

**SIN EMBARGO**

**LA DIETA DE LOS NIÑOS  
MEXICANOS CUBRE TAN SOLO EL  
50% DE LA RECOMENDACIÓN  
DIARIA DE INGESTA DE FIBRA.**



## FIBRA DIETÉTICA: BUENO PARA TU BOLSILLO

**Consumir alimentos con fibra además de ser bueno para tu salud, podría ser bueno para tu bolsillo.**

Consumir alimentos con fibra además de ser bueno para tu salud, podría ser bueno para tu bolsillo.

El número de visitas al doctor por regularidad digestiva y otros problemas relacionados ha crecido considerablemente en EE.UU. en los últimos 20 años, lo cual contribuye a un incremento en costos de salud. Parte de la solución puede ser tan simple como comer alimentos altos en fibra cada día.

Un estudio económico de salud reciente, patrocinado por Kellogg Company, mostró el potencial en ahorro en costo del cuidado de la salud de \$12.7 mil millones por año si en EE.UU. los adultos incrementaran su ingesta de fibra en la dieta a 25 gramos, el nivel mínimo recomendado por los expertos en salud para adultos. Actualmente, menos de uno de diez estadounidenses satisface la ingesta de fibra diaria recomendada.

En este estudio, un grupo independiente de investigadores de la ciencia de la nutrición, epidemiología y economía de la salud evaluaron los costos médicos directos asociados con problemas de regularidad digestiva entre adultos en los EE.UU. El equipo desarrolló un modelo para determinar el potencial de dólares que se podrían ahorrar a través de medidas preventivas y relacionadas con el estilo de vida, en este caso incrementando la ingesta de alimentos con fibra en sus dietas.

Con base al estudio, si al menos la mitad de la población de EE.UU incrementara su ingesta de fibra en la dieta por solo 3 gramos al día, podríamos ver más de \$2 mil millones de ahorros en costo del cuidado de la salud.

Un estudio similar en el Reino Unido, también patrocinado por Kellogg, encontró que ocho de diez mujeres no están obteniendo suficiente fibra, resultando en un costo de salud digestiva para los negocios en el Reino Unido de £1.2 billones cada año. El estudio encontró que un cuarto de las mujeres no desayuna por lo menos dos veces a la semana, lo cual contribuye a síntomas de una salud digestiva pobre.

## FIBRA - AHORROS EN COSTO

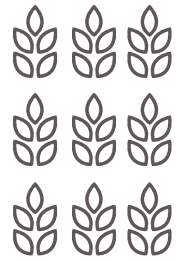


agregarán a sus dietas diarias...



3

GRAMOS DE FIBRA



9

GRAMOS DE FIBRA

EE.UU. podría potencialmente ahorrar

\$2

MIL MILLONES

\$12.7

MIL MILLONES

en costos médicos anuales asociados con irregularidad ocasional<sup>14</sup>

<sup>14</sup> Ahorro en costos al reducir las tasas de estreñimiento atribuidas al incremento de ingesta de fibra en la dieta: un modelo de decisión-analítica. BMC Salud Pública, 2014.

## NUTRI INSK

En Latinoamérica, nuestra aplicación para dispositivos móviles Nutri INSK, está empoderando a los consumidores para seleccionar alimentos más saludables y reforzar sus hábitos de bienestar. Esta aplicación es gratis (disponible para dispositivos iOS y Android) y permite a los usuarios registrar sus alimentos favoritos, llevar un registro de aquellos que consumen durante el día, también proporciona recomendaciones en la selección de alimentos basado en las necesidades calóricas y de nutrientes de los individuos. Los usuarios también reciben consejos diarios sobre cómo mantener un estilo de vida saludable a través de dieta y ejercicio.



## VITAMINA D

Desde comienzos del 2011, iniciamos la adición de vitamina D a nuestros cereales vendidos en el Reino Unido e Irlanda, donde los pediatras estaban observando un incremento de casos de raquitismo infantil, una enfermedad de los huesos ocasionada por deficiencias de vitamina D. A partir de 2015, todos los cereales fortificados para niños de Kellogg vendidos en Europa tienen vitamina D. En 2014, nos asociamos con la Fundación de Nutrición Británica (*British*

*Nutrition Foundation*) para convocar a científicos e influenciadores de 10 países europeos para revisar la ingesta en dietas y el status de la vitamina D en la población europea. El objetivo era entender la escala de la deficiencia de la vitamina D en Europa y desarrollar soluciones, incluyendo la fortificación de cereales y otros alimentos. **Por su parte en México y Centroamérica también se han adicionado algunos productos dirigidos a niños con vitamina D.**



# EDUCACIÓN SOBRE SALUD, BIENESTAR E INVESTIGACIÓN



Nuestra trayectoria en nutrición está reflejada en el trabajo de nuestros profesionistas, entre los que se incluyen nutriólogos/nutricionistas registrados, expertos en normas y etiquetado, y científicos en alimentos y nutrición. Nuestro equipo de nutrición crea recursos para los consumidores, apoya el desarrollo de nuevos productos, proporciona información nutrimental y de ingredientes para los empaques, apoya y conduce investigaciones científicas, además presenta y patrocina continuos programas de educación y simposios, todo para ayudar al negocio en general.

El **sitio de internet global de Kellogg para profesionales de la salud**, proporciona acceso tanto en el contexto global como en el local, a lo último en investigación, información y herramientas adaptadas para los nueve mercados internacionales. Compartimos noticias con los profesionales de la nutrición desde desayunos hasta bocadillos e información sobre diabetes y control de peso. Algunos de nuestros sitios regionales – tales como Sudáfrica, Japón y Alemania – proporcionan información en otros idiomas, e incluyen oportunidades continuas de educación. **También contamos con información en español para los usuarios de Latinoamérica y el Caribe. Para más detalles consulta [www.kelloggsnutrition.com](http://www.kelloggsnutrition.com)**

Nuestros profesionales en nutrición tienen una participación muy activa en conferencias importantes sobre el cuidado de la salud. En 2014, por segunda ocasión, nos presentamos en la Conferencia Nacional de la Academia Americana de Pediatría (AAP, por sus siglas en inglés). En la conferencia se presentó información sobre los beneficios del desayuno y la fibra a más de 15,000 pediatras y profesionales de la salud infantil. Además se proporcionó un folleto bilingüe sobre la fibra desarrollado por la AAP y patrocinado por Kellogg; más de 500,000 copias de folletos se distribuyeron en oficinas de pediatras en todo EE.UU. o se compraron a través de la página de internet de la AAP.

En India, presentamos nuestros hallazgos referentes a hábitos del desayuno de los consumidores en conferencias para nutricionistas y profesionales del cuidado de la salud. El estudio de Hábitos del Desayuno en India, fue comisionado por Kellogg y aplicado a 3,600 personas en las cuatro principales ciudades de India. El estudio, relacionado con los hábitos de desayuno y la actitud hacia los alimentos de la mañana, encontró que sólo una de cada cuatro personas (y uno de cada tres adolescentes) admite no desayunar.



## MÉXICO Y LATINOAMÉRICA

En México, se llevó a cabo el Simposio del Instituto de Salud y Nutrición Kellogg's® (INSK): Programación Nutricional. Dicho instituto está comprometido con favorecer la actualización de los profesionales de la salud en temas relacionados con la nutrición. Durante el simposio se contó con la ponencia magistral a cargo del Dr. Berthold Koletzko, jefe del Grupo de Investigación de Metabolismo y Nutrición del Hospital Infantil Dr. Van Haunersches, e investigador en la Universidad de Munich Alemania. Mediante su charla "Nuevas oportunidades en la prevención de enfermedades crónico degenerativas" el especialista de reconocimiento mundial, compartió la relevancia que tiene la alimentación en los primeros 1000 días de vida sobre el desarrollo de genes influyentes para la salud de toda la vida. Por primera vez el simposio INSK fue compartido simultáneamente de forma virtual a 1,700 estudiantes de la licenciatura de nutrición de 21 universidades en México y Costa Rica.

En México, Kellogg fue patrocinador de destacados congresos nacionales entre ellos el de gastroenterología. Dentro del XX Aniversario del Congreso ECOS Internacionales de la Asociación Mexicana de Gastroenterología, All-Bran® fue patrocinador de una

interesante conferencia donde se compartieron los beneficios de la fibra natural de salvado de trigo. Ante especialistas de consulta pública y privada, la investigadora experta mostró cómo este ingrediente es el mejor para la regularidad intestinal.

En Latinoamérica, Kellogg participó en diversos congresos de profesionales de salud. En mayo, se presentó una conferencia acerca del papel del desayuno en la salud y la nutrición, enmarcándose en la situación actual de Latinoamérica durante el V Congreso de Obesidad y Metabolismo de Costa Rica. Asistieron representantes del Colegio de Médicos y Cirujanos de Costa Rica, la Federación Latinoamericana de Obesidad y la Asociación Latinoamericana de Diabetes. Por otra parte, durante el Congreso Nacional de Médicos Generales y Familiares llevado a cabo en mayo en Querétaro, México, el Instituto de Nutrición y Salud Kellogg's® participó por primera vez con este grupo de profesionales de salud compartiendo información para sus pacientes en el stand y también presentando una conferencia acerca de la influencia de la familia en el establecimiento de hábitos saludables.



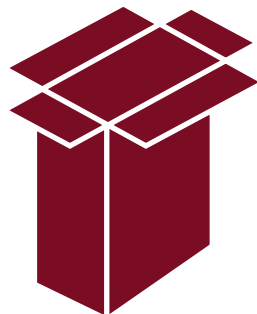
# UN EJEMPLO: EL ROL DEL DESAYUNO Y EL CEREAL EN MÉXICO

## DE ACUERDO A LA ÚLTIMA ENCUESTA NACIONAL DE SALUD Y NUTRICIÓN EN MÉXICO (ENSANUT 2012):

Los consumidores de cereal tienen una mayor ingestión de

### VITAMINAS Y MINERALES.

Los cereales representan una contribución importante a la dieta de los mexicanos de vitaminas A, C, E, piridoxina, tiamina, riboflavina, niacina, ácido fólico, hierro y zinc.



Los niños mexicanos de 1 a 11 años que consumen cereales de caja tienen una concentración en sangre mayor de ácido fólico, hierro y vitamina B12.

2 de cada 10 mexicanos no desayunan, y los que lo hacen no necesariamente consumen un desayuno completo.



A diferencia de las personas que se saltan el desayuno o desayunan otros alimentos, los mexicanos que consumen cereales de caja en el desayuno tienden a presentar un peso e índice de masa corporal más saludable.

La prevalencia de obesidad es menor en escolares que desayunan cereal de caja en comparación con aquéllos que se saltan el desayuno o desayunan otros alimentos.

Los adultos en México que consumen cereal de caja en el desayuno presentan una prevalencia de obesidad menor que la población que consume otras opciones de desayuno.

Los adultos que consumen cereal en México tienden a presentar menor prevalencia de diabetes, hipertensión y un perfil de lípidos más saludable.

Los adultos que consumen cereal en México presentan una menor prevalencia de factores de riesgo de enfermedades crónicas.



### Referencias:

Villalpando-Hernández, S., Shamah-Levy, T.; De la Cruz-Góngora, V., Contreras. Manzano, A.; Jiménez Aguilar, A. Contribución de los cereales listos para el consumo a la ingesta dietética de la población mexicana. Resultados de la ENSANUT 2012. Encuesta Nacional de Salud y Nutrición 2012 (ENSANUT 2012). 2013, Instituto Nacional de Salud Pública, México (reporte interno de Kellogg).

Villalpando-Hernández, S., Shamah-Levy, T.; De la Cruz-Góngora, V., Contreras Manzano, A.; Jiménez Aguilar, A. Contribución de los cereales listos para el consumo a la ingesta dietética de la población mexicana. Resultados de dieta del recordatorio de 24 hrs, ENSANUT 2012, 2º. Informe. Encuesta Nacional de Salud y Nutrición 2012 (ENSANUT 2012). 2013, Instituto Nacional de Salud Pública, México (reporte interno de Kellogg).

Villalpando-Hernández, S.; De la Cruz-Góngora, V., Contreras Manzano, A.; Ramírez Toscano, Y. Relación del consumo de cereales listos para consumo, estado de nutrición y factores de riesgo cardiovascular en población mexicana. Resultados de la ENSANUT-2012. Encuesta Nacional de Salud y Nutrición 2012 (ENSANUT 2012). 2014, Instituto Nacional de Salud Pública, México (reporte interno de Kellogg).

## EDUCACIÓN SOBRE SALUD Y BIENESTAR E INVESTIGACIÓN, CONTINUACIÓN

También apoyamos la investigación científica sobre nutrición. Por ejemplo, por sexto año consecutivo, el Instituto de Nutrición y Salud Kellogg's® (INSK) en México se llevó a cabo la sexta edición de la ceremonia de la convocatoria Apoyo a Proyectos de Investigación en Nutrición (APIN). Se destinaron \$1'600,000 pesos mexicanos- un 60% de incremento contra años anteriores - entre los cinco proyectos de investigación ganadores, pertenecientes a prestigias instituciones de investigación.

Desde el año 2009 Kellogg ha favorecido la investigación orientada hacia la nutrición y por ende la salud de los mexicanos mediante la iniciativa APIN a fin de dar cumplimiento a uno de los pilares estratégicos del INSK: Promover la generación de conocimientos en salud y nutrición. El otorgamiento de fondos se dirige a fortalecer proyectos que no se han iniciado o a darle seguimiento a trabajos inconclusos. Se recibieron 128 trabajos de 54 instituciones académicas y centros de investigación de todo el país.





# EDUCACIÓN SOBRE SALUD Y BIENESTAR E INVESTIGACIÓN, CONTINUACIÓN

## BÉLGICA

Proporcionamos un fondo para Katholieke Universiteit Leuven para un cátedra en Nutrición y Ciencia del Cereal. Iniciado en 2010, el programa apoya investigación para avanzar en nutrición y ciencia del cereal, incluyendo el construir un mayor entendimiento en los beneficios del trigo para salud. Una nueva instalación de investigación y desarrollo en Leuven, abierta en 2013, emplea a un equipo de 20 investigadores Kellogg quienes trabajan junto con la facultad de la universidad y el staff para desarrollar nuevos conceptos de alimentos y productos.

## CANADÁ

Fuimos un patrocinador del taller de un día titulado "Avances en Carbohidratos y Fibra en la Nutrición" en la Sociedad de Nutrición Canadiense (*Canadian Nutrition Society*). El evento atrajo a más de 250 nutriólogos/nutricionistas y profesionales de la Nutrición y reunió a renombrados investigadores de todo el mundo para discutir acerca de lo más actualizado en ciencia, perspectivas y controversias sobre la alimentación con carbohidratos.

## EUROPA

Recientemente iniciamos una asociación de 5 años con la Organización Mundial de Gastroenterología (World Gastroenterology Organisation) para colaborar en nuevas áreas de investigación y trabajar juntos en programas educacionales dirigidos a profesionales en el cuidado de la salud. Uno de los primeros proyectos conjuntos será difundir las consecuencias de la inadecuada ingesta de fibra, y en particular prevenir los desórdenes de salud digestiva.

## Recursos en línea

[www.KelloggsNutrition.com](http://www.KelloggsNutrition.com) es nuestro recurso en línea para profesionales en el cuidado de la salud. Duplicó su alcance global entre enero del 2013 y finales del 2014.

Hasta diciembre de 2014, más de 14,000 usuarios se han registrado en todo el mundo.

## Mi Tazón Kellogg's®

El concepto de Mi Tazón se basa en la campaña de Mi Plato (My Plate) del Departamento de Agricultura de EE.UU. (U.S. Department of Agriculture) para ayudar a las personas a seguir las recomendaciones nutricionales de las Directrices Dietéticas para los estadounidenses 2010 (2010 Dietary Guidelines for Americans). Mi Tazón Kellogg muestra qué tan fácil es seguir las recomendaciones con un tazón de cereal. El sitio de internet [ChooseMyBowl.com](http://ChooseMyBowl.com) presenta recomendaciones, herramientas y otros recursos que ayudan a las personas a tomar decisiones inteligentes y disfrutar de una variedad de alimentos para obtener más nutrición de alimentos servidos en tazones. Mi Tazón también ayuda a los consumidores a entender la importancia del control de porciones con ilustraciones que ayudan a medir el "tamaño correcto" de un alimento con cereal.

Cuando lanzamos Mi Tazón en mayo de 2013, ofrecimos tazones hechos de papel que podían ser solicitados con un paquete promocional educativo para ayudar a los profesionales en el cuidado de la salud a educar a sus clientes a construir un mejor tazón. Los tazones de papel fueron tan exitosos que se agotaron, fueron 110,000 en total. En conjunto, los profesionales en el cuidado de la salud ordenaron más de 500 paquetes promocionales educativos. Adicionalmente, entrevistamos a una muestra representativa de los consumidores que recibieron información de Mi Tazón, cerca del 66% comentaron que consumirían cereal en el desayuno más seguido.

## INNOVACIONES Y RENOVACIONES

Los consumidores confían que nuestra compañía ofrecerá alimentos saludables de gran sabor. En Kellogg tenemos la responsabilidad de llevar lo mejor de nosotros a los consumidores cada día – y es algo que nos tomamos muy en serio. Para continuar ganando nuestro lugar en la mesa durante el desayuno, hemos establecido nuestros *Kellogg's® Global Breakfast Food Beliefs*. (Ir a la pág. 12 para mayor información sobre estas guías).

A principios de 2015, como parte de estos *Food Beliefs*, anunciamos objetivos para nuestras marcas de cereal Kellogg's®, los cuales ayudarán a hacer nuestros alimentos aún mejores. Hemos estado en esta jornada por muchos años, pero es la primera vez que establecemos compromisos<sup>19</sup> públicamente para el futuro.

Hemos establecido cuatro promesas específicas que lograremos para 2020. Seleccionamos el 2007 como año base porque ese fue el año que impulsamos, en toda la compañía, los esfuerzos para reducir el contenido de azúcar y sodio en nuestro portafolio de cereales, particularmente en cereales que se dirigen a niños. Al mismo tiempo, se pusieron en marcha sistemas para monitorear los contenidos de azúcar y sodio de nuestros productos en nuestros mercados principales.

Nuestros nuevos compromisos se enfocan tanto en la adición de ingredientes benéficos como en la reducción de ingredientes que los consumidores quieren consumir menos.



### ESPECÍFICAMENTE PARA EL 2020 PROMETEMOS:

- Agregar más nutrientes beneficiosos, que incluyan proteína y ácidos grasos omega 3; incrementar la variedad de ingredientes basados en granos y plantas para proporcionar proteína, fibra y granos enteros; y asegurar que 100% de nuestros cereales tengan por lo menos un nutriente que los consumidores no estén consumiendo de manera suficiente tales como la vitamina D, fibra o hierro.
- Reducir el azúcar en nuestros alimentos para que el 90% de nuestros cereales listos para comer tengan 10 gramos o menos de azúcar por porción de 30 gramos.
- Reducir el sodio de nuestros cereales, en promedio más del 30%. Por lo menos 85% de nuestros cereales listos para comer tendrán 150 miligramos o menos de sodio por porción de 30 gramos.
- Incrementar la educación sobre nutrición y la comunicación sobre estilos de vida activa en un 50%.

Ya hemos demostrado progresos significativos, reduciendo el sodio, por ejemplo, con una reducción promedio de un 29% entre 2007 y 2014. Hemos dedicado mucho tiempo, esfuerzo e investigación a mejorar los perfiles de nutrición de nuestros cereales, buscando aplicar cuando es posible nuevas tecnologías y fórmulas que reduzcan el azúcar y el sodio sin tener un impacto en el sabor que nuestros consumidores conocen y que ya les gusta.

Mucho de esto lo hemos hecho "encubiertos", en otras palabras de manera gradual y sin alardes (a lo largo del tiempo) para que los consumidores no notaran que hemos mejorado los perfiles de nutrición de sus cereales favoritos. Para finales de 2014, 84% de nuestros cereales tenían 10 gramos o menos de azúcar, y 82% tenían 150 miligramos o menos de sodio por porción de 30 gramos.

19 Estos compromisos son para nuestros mercados principales: EE.UU., Canadá, México, Francia, Reino Unido y Australia.

# INNOVACIONES Y RENOVACIONES, CONTINUACIÓN

Aunque parezca que no estamos muy lejos de llegar a nuestros compromisos de 2020, el hacer estas últimas reducciones para alcanzar nuestros objetivos fue la parte más dura. Lo comparamos como cuando te estancas mientras estás tratando de perder peso; las primeras libras son más fáciles de perder pero es más y más difícil alcanzar la meta cuando más te acercas a lograrlo. El sodio es un reto especial. Además de proporcionar sabor, el sodio es esencial para la textura y preservación de nuestros alimentos.

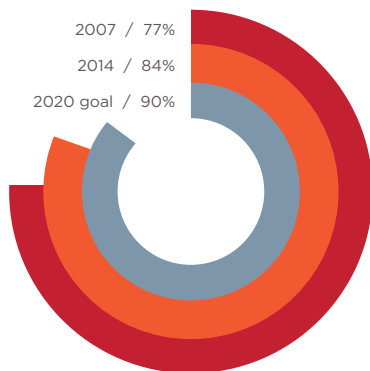
En el 2014, nuestros cereales para el desayuno en Brasil tienen menos de 174 mg de sodio por porción de 30 g, este ajuste en la fórmula se realizó atendiendo a un compromiso de reducción de sodio entre industrias. Este ajuste corresponde a la fase 1, mientras que al final del 2015 tendremos la fase 2 en la que nos comprometemos a lograr 125 mg de sodio por porción de 30 g.

Mientras tanto, estamos trabajando para desarrollar métricas que demuestren el progreso hacia nuestros

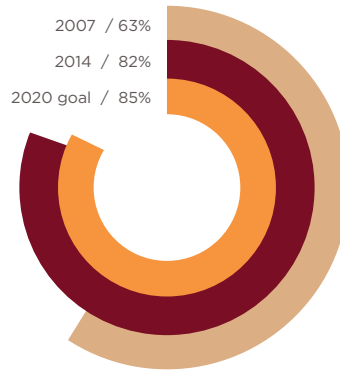
compromisos alrededor de nutrientes benéficos. Para empezar, necesitamos definir los nutrientes que no están obteniendo nuestros consumidores de manera suficiente y esto puede variar en cada región. Por ejemplo, en algunos lugares, como en el norte de Europa, la vitamina D es considerada un nutriente de esta naturaleza. En otros lugares, la fibra es más importante para la población local. Una vez que identificamos los nutrientes necesarios, monitoreamos el progreso para alcanzar el objetivo al 100%.

## NUESTROS COMPROMISOS CON LA NUTRICIÓN<sup>20</sup>

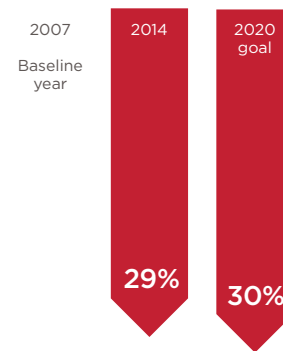
Porcentaje de cereales con 10 gramos o menos de azúcar por porción de 30 gramos



Porcentaje de cereales con 150 miligramos o menos de sodio por porción de 30 gramos



Porcentaje de reducción de sodio en cereales (desde 2007)



## CONSEJO ASESOR CIENTÍFICO KELLOGG

En Kellogg, empleamos a algunos de los expertos técnicos más importantes del mundo en nutrición y ciencia de los alimentos, pero incluso los mejores pueden obtener conocimientos y apreciaciones desde una perspectiva externa.

Eso fue la inspiración para el Consejo Asesor Científico Kellogg (SAB, por sus siglas en inglés), creado en 2010 para ayudar a guiar a Kellogg en un posicionamiento de liderazgo en la nutrición y ciencia del cereal. El consejo de 10 miembros mantiene a nuestros equipos técnicos actualizados con los últimos avances en alimentos y

ciencias de la nutrición. Nos cuestionan sobre temas difíciles acerca de nuestras estrategias y planes para que podamos tomar las decisiones correctas para nuestra compañía y nuestros consumidores.

El Consejo, que se reunió dos veces en 2014, incluyó expertos de muchas de nuestras regiones de operación entre ellas: Bélgica, Finlandia, Francia, Japón, Países Bajos, Filipinas y EE.UU. Su experiencia comprende ciencia de los alimentos, ciencia de cultivos y cereal, proceso de alimentos y nutrición.

<sup>20</sup> La información es un promedio de nuestros seis mercados más importantes, lo cual representa la mayoría de nuestras ventas a nivel mundial.



# EJEMPLOS DE INNOVACIÓN Y RENOVACIÓN

Cada año, lanzamos muchos productos nuevos y renovados para satisfacer los gustos del consumidor y las necesidades de mejorar la salud y el bienestar. A continuación presentamos ejemplos de 2014 y principios de 2015:

	Localización	Descripción
  	LATINOAMÉRICA	<p>En México y Centroamérica, <i>Zucaritas® Power Balls™</i> y <i>Choco Krispis® Pops™</i> son renovaciones que consisten en la reducción del 25% de azúcar y la adición de grano entero con una combinación de vitamina D y minerales que ayuda a la nutrición de los niños. También se lanzó la variedad de <i>Froot Loops® Pops™</i> con estas características.</p> <p>En México, se lanzó <i>Zucaritas® Nutri-Crisp™</i> que está elaborado con 3 granos (trigo, maíz y arroz) y contiene vitamina D y vitaminas del complejo B con solo 9 g azúcar.</p> <p>En México se lanzó <i>Krunchy Granola™</i>. Barra de granola elaborada a partir de avena y arroz de grano entero que con sus deliciosos sabores <i>Avena-Chocolate</i> y <i>Avena-Miel</i> aporta fibra, vitaminas antioxidantes y minerales.</p> <p>En Latinoamérica <i>All-Bran®</i> realizó una reformulación de su portafolio de productos con el fin de ser una opción más rica para los consumidores, asimismo se incrementó la fibra en un 10 por ciento, aumentó el contenido de granos enteros de 17 gramos a 20 gramos por porción y se redujo el sodio en un 20 por ciento. Además <i>Special K®</i> renovó también la variedad de sus productos para ahora ofrecer un cereal hecho con 3 granos (arroz, trigo y maíz) además de continuar aportando vitaminas antioxidantes, calcio y ácido fólico para la salud de la mujer.</p>
	EUROPA	<p>Renovamos <i>Kellogg's Corn Flakes™</i>, reduciendo el total de sodio de 150 miligramos a 135 miligramos por porción de 30 gramos.</p> <p>Lanzamos una variedad de granos enteros de muesli y granolas que proporcionan de 40 a 70 por ciento de granos enteros y hasta 10 gramos de fibra en 100 gramos. Por ejemplo, el nuevo <i>Special K® Multi-Grain Porridge</i> contiene cinco granos enteros (avena, cebada, trigo, espelta y centeno) y 30 por ciento menos grasa que productos similares.</p>
  	ESTADOS UNIDOS	<p>Lanzamos 2 nuevos cereales <i>Special K®</i>. El primero, <i>Special K® Protein Cinnamon Brown Sugar Crunch</i> proporciona 11 gramos de proteína con una mitad de taza de leche descremada. El segundo, <i>Special K® Gluten Free</i> proporciona hojuelas multigrano hechas de maíz, sorgo y arroz. También es una buena fuente de fibra, una preocupación frecuente para la gente que evita el gluten. En este país también lanzamos 2 variedades de waffles <i>Eggo® Gluten Free</i>. Los waffles contienen 2 gramos de fibra, 4 gramos de azúcar, 4 gramos de proteína y 15 gramos de granos enteros.</p> <p>Lanzamos <i>Froot Loops® Bloopers</i>, los cuales están hechos de granos enteros y proporcionan una buena fuente de fibra y 10 gramos de azúcar por porción. También bajamos el contenido de azúcar en <i>Frosted Flakes®</i> a 10 gramos por porción. Hemos reducido el contenido de azúcar de este popular cereal en un 17 % desde 2007.</p>

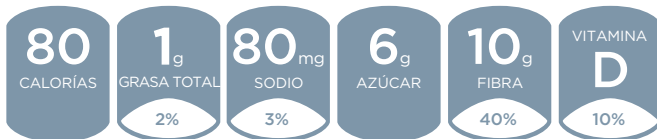
# EJEMPLOS DE INNOVACIÓN Y RENOVACIÓN, CONTINUACIÓN

	Localización	Descripción
	ESTADOS UNIDOS	<p>Cuando germina un grano, éste libera nutrientes y enzimas. El nuevo cereal orgánico de <i>Kashi Sprouted Grains Multi-Grain</i> está hecho con 100% de granos germinados en hojuelas de grano entero hecho de trigo, arroz integral, avena, cebada, espelta y amaranto.</p> <p>El nuevo <i>Rice Krispies® Multi-Grain Shapes</i> (el cual también fue lanzado en Canadá) está hecho con arroz y grano enteros, proporcionando una buena fuente de fibra con 6 gramos por porción. El recientemente lanzado <i>Kellogg's Jif™ Peanut Butter</i> tiene 100 calorías y 8 gramos de granos enteros por porción.</p>
	CANADÁ	<p>Las nuevas Kellogg's® <i>To Go Breakfast Shakes</i> ofrecen 10 gramos de proteína, 5 gramos de fibra y 22 nutrientes esenciales.</p>
	AUSTRALIA / NUEVA ZELANDA	<p>Lanzamos 3 nuevas variedades de cereal <i>Special K® Nourish</i>. Cada variedad contiene una mezcla de frutas y nueces, y una combinación de hojuelas multigrano mezcladas con trozos de avena, quinua y centeno, tiras de salvado y hojuelas de avena. Los cereales no contienen colores artificiales, ni sabores y conservadores.</p> <p>Nuestro <i>All-Bran® High Fiber Muesli</i>, contiene 25 por ciento más fibra que otros mueslis en dicho país.</p>
	JAPÓN	<p>Nuestra nueva granola con "mitad de grasa", hecha a base de cebada, es la única granola que declara ser baja en grasa en Japón, contribuyendo con sólo 1.1 gramos de grasa por un porción de 40 gramos.</p>

# EMPAQUE Y ETIQUETADO

Creemos que obtener conocimientos sobre nutrición es crucial para ayudar a los consumidores a tomar decisiones sobre su alimentación y la de sus familias de manera informada. Por medio del etiquetado en nuestros empaques y el contenido de nuestros sitios de internet, proporcionamos amplia información sobre nutrición, sobre los ingredientes (incluyendo detalles de calorías, fibra, grasa, azúcar y otros nutrientes) para todos nuestros productos.

En los años 30's, Kellogg fue de las primeras compañías en incluir etiquetado nutricional e información sobre el producto en las cajas. Desde 2005, fuimos precursores en poner las Guías Nutrimientales de Referencia (Guidelines Daily Amount, GDA, por sus siglas en inglés) en el frente de los empaques para dar información al consumidor sobre calorías, azúcar, sodio y otros nutrientes en nuestros cereales. Este sistema de etiquetado basado en datos, que se lleva a cabo en muchos de nuestros mercados a nivel global, complementa el etiquetado de ingredientes y proporciona más detalles sobre nutrición de los que se visualizan a un lado o en la parte trasera de los empaques (algunos países, no todos, tienen leyes que requieren dicho etiquetado).



(valores nutrimentales de referencia)

Kellogg es miembro de la Alianza Internacional de Alimentos y Bebidas (IFBA, por sus siglas en inglés) la cual recientemente adoptó un enfoque global común de etiquetado en el frente de los empaques para ser implementado por todos los miembros de la alianza hacia el final del 2016. Esto incluirá en los productos el etiquetado del contenido energético o calorías en la parte de enfrente de los empaques de alimentos en todo el mundo, Kellogg ya implementa esta práctica en muchos de sus productos.

Los principios de la IFBA's sobre etiquetado nutricional, los cuales sigue Kellogg, requieren que la información en el frente de la caja sea objetiva (con base en evidencia científica), presentada de forma legible (en un formato claro y visible), que sea entendida por el consumidor y le permita tomar decisiones informadas sobre su alimentación.

En el 2012, en los EE.UU. la industria de los alimentos empezó a desplegar el Etiquetado Frontal (Facts Up Front), un sistema de etiquetado simple y fácil de usar que despliega la información clave nutricional (extraída del lateral del empaque) ahora en la parte frontal a la derecha. El etiquetado frontal presenta cuántas calorías y cuánta grasa saturada, sodio y azúcar contiene cada porción. Al final del 2014, 100% de todos nuestros cereales listos para comer y las barras de cereal de la marca Kellogg's® en EE.UU. tenían el etiquetado frontal. Visita el sitio de internet [www.factsupfront.org](http://www.factsupfront.org) para aprender más acerca de este sistema de etiquetado.





# MERCADOTECNIA RESPONSABLE DE PRODUCTO

Kellogg está comprometido a una mercadotecnia y comunicación responsable de sus productos. Nuestros **Lineamientos Globales de Mercadotecnia y Comunicación** (WWMCGs, por sus siglas en inglés) proporcionan una estructura global consistente para prácticas de mercadotecnia responsable, incluyendo nuestro enfoque de publicidad y mercadotecnia para medios digitales y tradicionales, actividades escolares, personajes con licencia, concursos y promociones.

Los WWMCG también incluyen reglas relacionadas con la protección a la privacidad. Regularmente evaluamos los lineamientos para asegurarnos de que sigan siendo relevantes y apropiados.

En los EE.UU. seguiremos los lineamientos revisados por la Iniciativa Publicitaria de Alimentos y Bebidas para Niños de la Oficina de Buenas Prácticas Comerciales (Better Business Bureau's Children Food and Beverage Advertising Initiative, CFBAI por sus siglas en inglés), un programa autorregulatorio voluntario. El último compromiso de la CFBAI, que tuvo efecto a finales de 2013, está diseñado para cambiar la mezcla de alimentos anunciados a los niños menores de 12 años hacia opciones de alimentación más saludables. Estos nuevos criterios proveen lineamientos de mercadotecnia más transparentes y consistentes entre categorías y compañías. Hemos adoptado los criterios de la CFBAI en los EE.UU. cuando exceden nuestros propios estándares internos de Kellogg. Continuamos siguiendo nuestros propios estándares cuando sean más estrictos que los lineamientos revisados de la CFBAI.

También participamos en los compromisos de la Alianza Internacional de Alimentos y Bebidas (IFBA's, por sus siglas en inglés) respecto a la mercadotecnia para niños menores de 12 años de edad.

En la Unión Europea, seguimos un compromiso sobre la publicidad dirigida a niños menores de 12 años hacia aquellos productos que cumplen con criterios de nutrición específicos con base a evidencia científica y lineamientos de alimentación tanto nacional como internacional. El **compromiso con la Unión Europea** también limita la comunicación en escuelas primarias, a menos que la administración escolar lo solicite o esté de acuerdo.

También, recientemente firmamos el Compromiso de Publicidad Responsable para Niños de Singapur (Singapore's Responsible Advertising to Children Pledge), junto con otras 13 compañías líderes en alimentos y bebidas. El compromiso refleja los compromisos hechos por los miembros de la IFBA. En Australia, alcanzamos nuestro compromiso a través del Diálogo de Alimentos y Salud (Food and Health Dialogue) - una iniciativa conjunta con el gobierno, la industria y la salud pública - para reducir el sodio en un 15% en los cereales listos para comer que excedan los 400 miligramos de sodio por 100 gramos de cereal para finales del 2013.

En México, participamos con el Código PABI (Código de Autorregulación de Publicidad de Alimentos y Bebidas No Alcohólicas dirigida al Público Infantil). El Código PABI ayuda a evitar comunicación engañosa y promueve estilos de vida saludable, especialmente para niños menores de 12 años de edad.

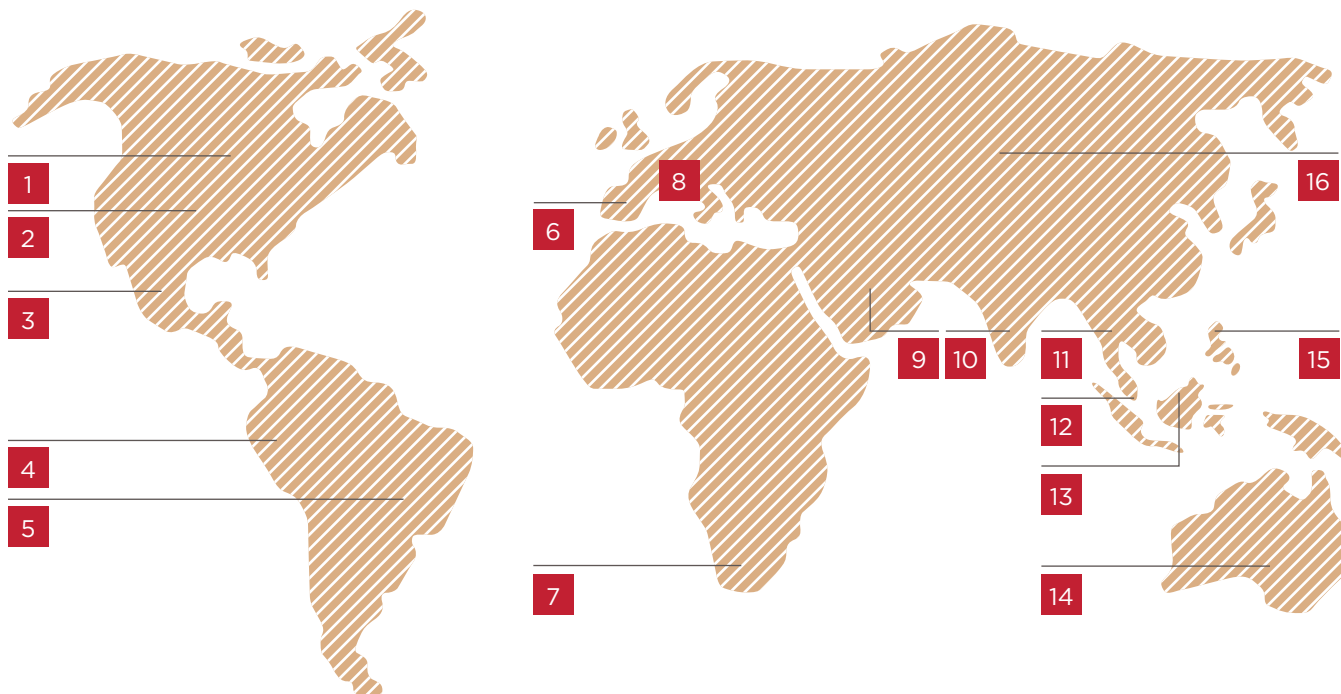


## MERCADO

MERCADOTECNIA DE PRODUCTO RESPONSABLE » PROGRAMAS DE COMPROMISO EN TODO EL MUNDO

# PROGRAMAS DE COMPROMISO EN TODO EL MUNDO

Nos hemos sumado a compromisos nacionales autorregulatorios en cada región donde Kellogg opera. Aunque estos programas comparten muchas similitudes, la naturaleza individual de cada uno atrae la atención local hacia compromisos que Kellogg ha hecho por sí mismo y a través de asociaciones industriales como la Alianza Internacional de Alimentos y Bebidas (IFBA, por sus siglas en inglés).



- |   |                     |              |             |                                  |           |
|---|---------------------|--------------|-------------|----------------------------------|-----------|
| 1 | Canadá              | Dinamarca    | Eslovaquia  | 10                               | India     |
| 2 | EE.UU.              | Estonia      | Eslovenia   | 11                               | Tailandia |
| 3 | México              | Finlandia    | España      | 12                               | Singapur  |
| 4 | Perú                | Francia      | Suecia      | 13                               | Malasia   |
| 5 | Brasil              | Alemania     | Reino Unido | 14                               | Australia |
| 6 | Unión Europea       | Grecia       |             | 15                               | Filipinas |
|   | Austria             | Hungría      |             | 16                               | Rusia     |
|   | Bélgica             | Irlanda      |             |                                  |           |
|   | Bulgaria            | Italia       |             |                                  |           |
|   | Croacia             | Latvia       |             |                                  |           |
|   | República de Chipre | Lituania     |             |                                  |           |
|   | República Checa     | Luxemburgo   |             |                                  |           |
|   |                     | Malta        |             |                                  |           |
|   |                     | Países Bajos |             |                                  |           |
|   |                     | Polonia      |             |                                  |           |
|   |                     | Portugal     |             |                                  |           |
|   |                     | Rumania      |             |                                  |           |
|   |                     |              | 7           | Sudáfrica                        |           |
|   |                     |              | 8           | Suiza                            |           |
|   |                     |              | 9           | Consejo de Cooperación del Golfo |           |
|   |                     |              |             | Emiratos Árabes Unidos           |           |
|   |                     |              |             | Kuwait                           |           |
|   |                     |              |             | Bahréin                          |           |
|   |                     |              |             | Arabia Saudita                   |           |
|   |                     |              |             | Omán                             |           |
|   |                     |              |             | Qatar                            |           |

## COMPROMISOS IFBA

La Alianza Internacional de Alimentos y Bebidas, un consorcio global de compañías de alimentos del cual Kellogg es miembro, ha jugado un papel importante en tratar problemas de salud pública por más de una década. En 2014, cada miembro de IFBA realizó ciertos compromisos corporativos específicos

relacionados con la reformulación y el desarrollo de productos. Nuestro compromiso IFBA no se refiere a países específicos. Aplica a cualquier país donde hacemos negocios, lo cual incluye a muchos países más de aquellos señalados en el mapa.

## INOCUIDAD Y CALIDAD DE LOS PRODUCTOS

La reputación de Kellogg depende de la inocuidad y la calidad de los productos que hacemos y vendemos en todo el mundo. Nuestros amplios programas y procesos están diseñados para cumplir las regulaciones gubernamentales y nuestros propios estándares de estricta calidad e inocuidad. Nuestro enfoque proactivo de inocuidad y calidad de los productos inicia en desde los altos niveles de la organización. La inocuidad de los alimentos continúa siendo una de nuestras cuatro prioridades operacionales, junto con la seguridad de las personas, servicio al cliente y excelencia financiera.

Nuestro Plan de Inocuidad de Alimentos Kellogg (K-FSP, por sus siglas en inglés) se basa en un extenso sistema de inocuidad de alimentos llamado Análisis de Riesgos de Puntos Críticos de Control (HACCP, por sus siglas en inglés), que integra todos los programas de inocuidad de alimentos en un solo plan. Actualizamos el K-FSP en 2012 y 2013 para adelantarnos y estar en línea con el Acto de Modernización de la Inocuidad de Alimentos (Food Safety Modernization Act) en EE.UU. Contamos con un equipo Kellogg multifuncional de líderes clave en las áreas de calidad, inocuidad de los alimentos, operaciones y legal para crear un plan de inocuidad que vaya más allá de los estándares de la industria.

Hemos participado voluntariamente en la Iniciativa Global de Inocuidad de los Alimentos (GFSI, por sus siglas en inglés) desde 2009 y solicitamos a todas nuestras operaciones de manufactura y a las subcontratadas que estén certificadas por la GFSI. También requerimos la certificación GFSI y una auditoría interna por parte de Kellogg a los proveedores de todos los ingredientes.

Adicionalmente, aprovechamos la experiencia del Consejo Asesor sobre Inocuidad de los Alimentos Kellogg (Kellogg Food Safety Advisory Board)

compuesto por seis expertos externos quienes proveen consejo y asesoría de forma continua.

### RETIRO DE PRODUCTO

En 2014, efectuamos 4 retiros voluntarios de productos, con baja repercusión. Específicamente, en Brasil, Canadá, Japón y EE.UU. No tuvimos reportes de daños o reacciones adversas relacionadas con estos retiros.



# INOCUIDAD Y CALIDAD DE LOS PRODUCTOS, CONTINUACIÓN

## AUDITORIA DE INOCUIDAD DE ALIMENTOS

Auditar es un elemento esencial de nuestro enfoque de inocuidad de alimentos. Los proveedores clave de artículos de alto riesgo tales como nueces, semillas, vegetales, chocolate, productos lácteos y materiales de empaque pueden ser auditados anualmente. Los proveedores de materiales de bajo riesgo, ya probados y con un buen desempeño, pueden ser auditados en ciclos de 18 a 36 meses.

2014

693

Auditorías a Proveedores

209

Auditorías a Proveedores de Empaque

2013

604

Auditorías a Proveedores

83

Auditorías a Proveedores de Empaque

## MANTENER LA VISTA EN EL FUTURO

Nuestro Departamento Global de Asuntos Científicos y Regulatorios (Global Scientific and Regulatory Affairs Department) da seguimiento a los asuntos emergentes de inocuidad de los alimentos y temas regulatorios de nutrición, además evalúa lo que puede implicar potencialmente para nuestra compañía. El objetivo del departamento es identificar, entender e influenciar los asuntos regulatorios técnicos para que podamos producir alimentos inocuos y saludables mientras protegemos nuestras marcas. Los expertos del departamento en toxicología, microbiología y ciencia de los alimentos se enfocan en problemas potenciales que pueden afectar nuestra empresa.

Por ejemplo, este equipo ha estado apoyando la investigación en la industria de alimentos en lo relacionado con la preocupación de la Administración de Alimentos y Medicamentos de EE.UU. (U.S. Food and Drug Administration) en lo referente a la seguridad de los aceites parcialmente hidrogenados - fuente de la mayoría de las grasas trans. En Kellogg Company las hemos eliminado en más de 95% de nuestros productos.

## BECA DE CIENCIAS DE LOS ALIMENTOS Y NUTRICIÓN

En Kellogg, hacemos todo lo posible para mantenernos en el camino correcto y reclutar a los mejores y más brillantes universitarios en el campo de la alimentación y ciencias de la nutrición. Por eso, recientemente otorgamos una beca en la Universidad de Tuskegee en Alabama. La beca Theodora Morille - Hinds, denominada en nombre de nuestra Vicepresidente de

Vicepresidente de Calidad Global y Estándares Técnicos, proporciona a nuestra empresa el acceso exclusivo a grupo de talentosos estudiantes, y nos permite dar una beca anual al estudiante en el campo que lo merezca.