

ESTRATEGIA

2020

SALUD Y

B I E
N E S
T A R



NUTRICIÓN, SALUD Y BIENESTAR

En Grupo Bimbo estamos comprometidos a impactar de manera positiva en la nutrición y salud de nuestros consumidores y colaboradores.

Fundamentamos nuestras acciones a través de la unión de experiencia y conocimiento de equipos multidisciplinarios para encontrar soluciones tecnológicas que nos permitan optimizar la calidad nutricional de nuestro portafolio de productos, así como incrementar la presencia de productos con mejores perfiles.

Este nuevo enfoque nos permitió evolucionar nuestra estrategia de Salud y Bienestar basada en tres pilares fundamentales:

ESTRATEGIA DE SALUD Y BIENESTAR



LINEAMIENTOS
NUTRICIONALES



PORTAFOLIO
SALUDABLE



ACCIONES
GLOBALES
EN SALUD Y
BIENESTAR



LINEAMIENTOS NUTRICIONALES

Los lineamientos nutricionales nos permitirán alcanzar nuestro compromiso de ofrecer productos de calidad nutricional superior que satisfagan las necesidades y estilos de vida de nuestros consumidores.

Están fundamentados en los siguientes elementos:



A. CATEGORÍAS DE PRODUCTOS

Criterios de identidad



B. ROL DE LAS DIETAS

Guías dietarias y patrones de



C. CONSUMIDOR OBJETIVO

Niños y adultos



D. RECOMENDACIONES DIETARIAS

Nutrientes críticos y límites

Hemos clasificado nuestros productos en consumo diario y ocasional, tomando en consideración patrones de alimentación y guías dietarias.

De igual manera establecimos límites nutrimentales de acuerdo al *target* del consumidor (adultos/niños).

CONSUMO

CATEGORÍAS



ADULTOS



NIÑOS

DIARIO

Como parte de alimento de comidas principales



PAN



BOLLERÍA



TORTILLAS

OCASIONAL

Entre comidas u ocasiones especiales (aproximadamente 3 veces a la semana)



PAN DULCE



SNACK SALADOS



GRISSINI



CONFITERÍA

PERFIL NUTRIMENTAL Y NIVEL DE ETIQUETADO LIMPIO PARA CADA UNO DE LOS TARGETS

Para mayor información:

<https://grupobimbo.com/sites/default/files/Grupo-Bimbo-Guia-Lineamientos.pdf>

PERFIL NUTRIMENTAL

(GRI FP4, FP6, FP7 416-1)

El esfuerzo global para cumplir con los nuevos límites nutrimentales establecidos, junto con la implementación de mejoras tecnológicas nos permitió obtener muy buenos resultados.



82%

DE NUESTRO PORTAFOLIO
DE PRODUCTOS DE
CONSUMO DIARIO HA
INCREMENTADO SU
CALIDAD NUTRICIONAL*

*Conforme a las metas establecidas en los nuevos lineamientos nutricionales.

**PORCENTAJE GLOBAL DE CUMPLIMIENTO
A LOS LÍMITES ESTABLECIDOS PARA
CADA NUTRIMENTO**



PROTEÍNA

100%



PROTEÍNA

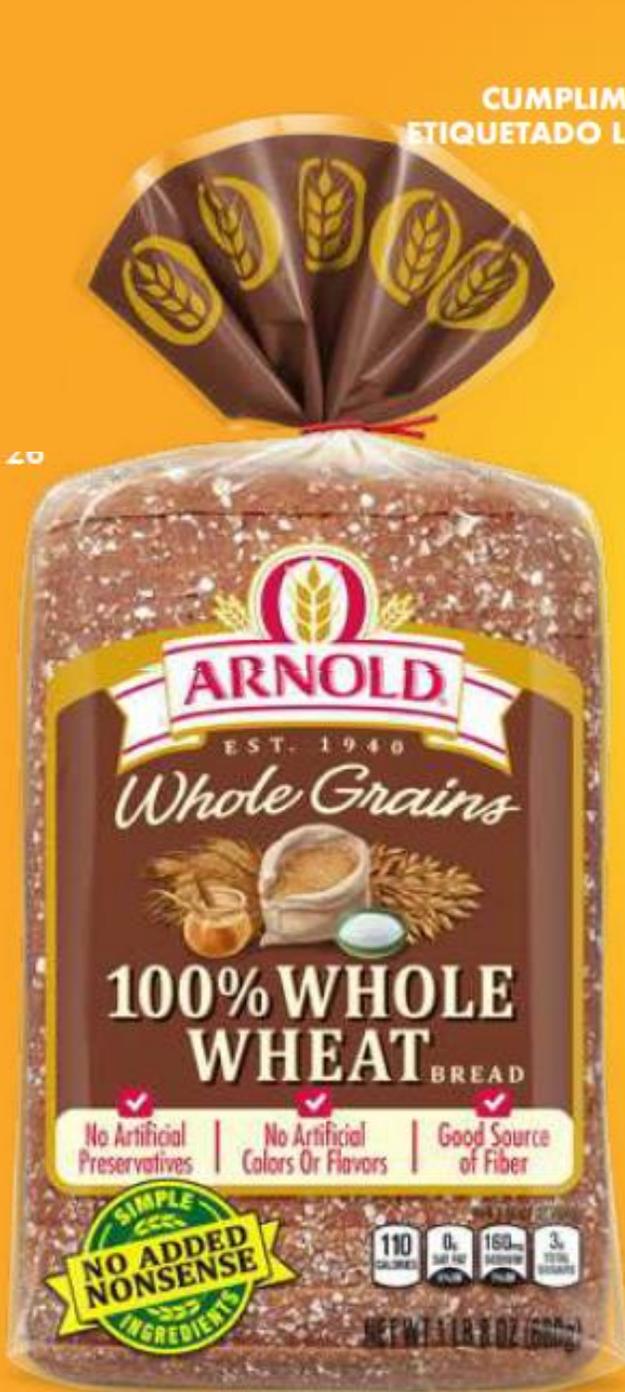
98%



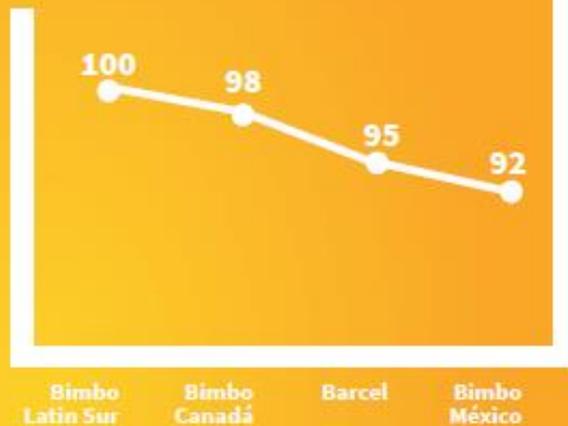
ETIQUETADO LIMPIO

(GRI 417-1)

Comprometidos con alcanzar y superar las metas establecidas a partir de nuestros nuevos lineamientos nutrimentales, identificamos aquellas unidades de negocio que lograron avances relevantes en la implementación de un etiquetado limpio y de fácil comprensión:



%
CUMPLIMIENTO
ETIQUETADO LIMPIO
4Q-2019



97%

DE NUESTROS PRODUCTOS DIARIOS
MEJORARON LA PERCEPCIÓN
DEL CONSUMIDOR POR LOS
INGREDIENTES QUE LOS COMPONEN
Y SE DECLARAN EN SUS ETIQUETAS.*

* Resultados globales de las categorías de consumo diario de acuerdo a las metas establecidas por los Lineamientos Nutrimentales

En 2019 destacan los resultados de Estados Unidos en la implementación de los lineamientos nutrimentales y etiquetado limpio.



ETIQUETADO

(GRI 417-1)

En Grupo Bimbo contamos con una Política Global de Etiquetado Para incorporar como mínimo información del contenido de energía de nuestros productos por porción de consumo, así como cualquier nutrimento o ingrediente sobre la cual se lleve a cabo alguna declaración de propiedad, asegurando que el total de nuestro portafolio de productos proporcione dicha información y nos comprometemos a ofrecer información clara, transparente y accesible a nuestros consumidores a fin de ayudarles a tomar decisiones informadas para su compra y consumo.



Confirmamos nuestro cumplimiento con las regulaciones globales y locales vigentes sobre el etiquetado de nuestros productos y en caso de no existir regulaciones nos regimos por lineamientos internacionales como el Codex Alimentarius.

POLÍTICA GLOBAL DE ETIQUETADO

Con el fin de asegurar, a nivel Grupo Bimbo, el cumplimiento de la regulación aplicable al etiquetado nutrimental y de definir el mínimo de información que debemos proporcionar a nuestros consumidores sobre el tema, es política de Grupo Bimbo cumplir con los siguientes lineamientos:

- **Cumplir cabalmente con la legislación local** en materia de etiquetado nutrimental.
- **Incorporar en todos nuestros productos**, como mínimo y adicional a la información nutrimental obligatoria.
- **Incorporar en todos nuestros productos**, adicional a la información nutrimental básica, un etiquetado frontal nutrimental sencillo y comprensible.
- **Contar con sustento científico sólido** para todas las declaraciones de propiedad saludables.
- **Cumplir íntegramente** con las regulaciones definidas a nivel local sobre porciones recomendadas.



ALTOS ESTÁNDARES DE CALIDAD

(GRI FP5)

En Grupo Bimbo vivimos la calidad como un compromiso permanente de ofrecer productos seguros y servicios que garanticen la satisfacción de nuestros clientes y consumidores, buscando en cada caso, si es posible, exceder sus expectativas. Para ello, contamos con una Política Global de Calidad que determina las responsabilidades de la empresa y sus líderes, así como la estrategia de calidad en todos los procesos administrativos y productivos a lo largo de toda la cadena de valor.

A través de la estrategia de calidad, buscamos que nuestras operaciones estén certificadas bajo un esquema reconocido por GFSI (Global Food Safety Initiative). Actualmente contamos con 144 plantas certificadas, lo que se traduce en que el 92%* de nuestros productos son fabricados en sitios certificados.

* No integra International Bakery, Nutrabien y Welvyn por ser adquisiciones recientes, ni BQ ya que no se cuenta con los datos de volumen de producción de todo el año.



92%
PRODUCTOS SON
FABRICADOS EN
SITIOS CERTIFICADOS

PORTAFOLIO
SALUDABLE



INNOVACIÓN

(GRI FP7)

En 2019, la línea Oroweat Organics en Estados Unidos e Iberia alcanzó ventas por más de 18 millones de dólares y 1 millón de euros respectivamente. El compromiso de esta línea con el planeta se manifiesta en su contribución del 1% de sus ingresos a causas medioambientales, además de ser una línea *Plant-Based**.

* Ingredientes de origen vegetal.



En Grupo Bimbo estamos comprometidos a conocer y satisfacer las necesidades nutricionales de nuestros consumidores.

Adicionalmente, en Bimbo Iberia impulsamos la categoría de panes bajo la línea "Natural 100%", que representa una diferenciación hacia nuestros consumidores, al ser libre de conservadores y se consolida la marca The Rustik Bakery en la categoría de panes, representando 54% del segmento *Premium* que se caracteriza por ser el primer pan 100% natural, con un proceso de horneado lento y elaborado a base de masa madre, promoviendo así el consumo de pan más artesanal.

Esta es una innovación de gran impacto que hemos replicado en geografías como Estados Unidos, donde se lanzó bajo la marca The Rustik Oven en septiembre de 2018, consolidándose en 2019 al contribuir en el crecimiento de la categoría de pan artesanal empacado en más del 10%, principalmente a través de la captación de nuevos consumidores.

En la organización Latin Centro (LAC) destaca el crecimiento de Bimbo VITAL: la marca estandarte en salud y bienestar de la región, que expandió 50% su valor en 2019 a través de nuevas propuestas en el portafolio de 100% naturales, comunicando que no contiene conservadores ni colorantes artificiales.

€1MILLÓN
VENTA EN EL AÑO POR LANZAMIENTO DE OROWEAT ORGANICS BIO EN BIMBO IBERIA

54%
PRESENCIA DE RUSTIK BAKERY EN LA CATEGORÍA DE PANES PREMIUM EN BIMBO IBERIA



BIMBO
BRASIL

RICOLINO
MÉXICO



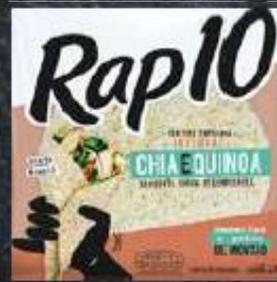
Rap10

KICAO

Nutrella:
Nueva línea
de muffins
100% integral

Rap10:
Nueva tortilla
integral con
chía y quinoa
APORTA FIBRAS, OMEGA,
VITAMINAS Y MINERALES

KICAO:
Nueva barra a
base de cacao
SIN CONSERVADORES,
SIN AZÚCAR AÑADIDA,
SIN GLUTEN Y SIN OGM



BIMBO
MÉXICO

BIMBO
PERÚ

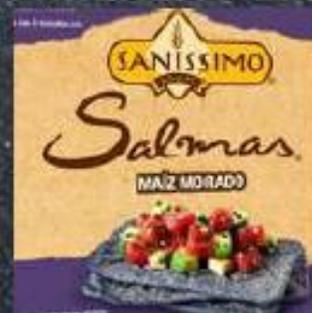


SANISSIMO:
Nuevas Salmas
Chipotle

HORNEADAS SIN GRASA,
SIN CONSERVANTES
NI SABORIZANTES
ARTIFICIALES, SIN GLUTEN

SANISSIMO:
Nuevas Salmas
Maíz Morado

HORNEADAS SIN GRASA,
SIN CONSERVANTES
NI SABORIZANTES
ARTIFICIALES, SIN GLUTEN



INNOVACIÓN



ACCIONES GLOBALES EN SALUD Y BIENESTAR



La **Global Energy Race** es una de las iniciativas más importantes de activación física y convivencia familiar, mediante la cual, Grupo Bimbo busca fomentar un estilo de vida más activo y saludable.



118,776

PARTICIPANTES INSCRITOS

33

CIUDADES

21

PAÍSES

GLOBAL ENERGY RACE

(GRI PP4)

	2017	2018	2019
Participantes inscritos	103,590	112,609	118,776
Rebanada de pan	1.2 M	1.4 M	1.5 M
Países	21	22	21
Ciudades	37	34	33

* Durante 2019 donamos un total de 1,403,782 rebanadas de alimentos, durante 2020 habremos completado nuestros donativos para llegar a la meta de 1.5 millones

89,291

NIÑOS Y NIÑAS

66% NIÑOS
34% NIÑAS

7,780

EQUIPOS

4,688

ESCUELAS

32

ESTADOS

FUTBOLITO BIMBO

(GRI PP4)

Uno de nuestros proyectos más importantes de responsabilidad social cumple 56 años de llevarse a cabo de manera ininterrumpida, con presencia en los 32 estados de la República Mexicana, en 45 ciudades y 64 sedes. Futbolito Bimbo busca la promoción de: valores familiares, inclusión y actividad física.



MERCADOTECNIA RESPONSABLE

(GRI FP8-2.7)

En Grupo Bimbo somos líderes a nivel mundial en la industria de la panificación, por lo que asumimos la responsabilidad de siempre ir más allá para alimentar un mundo mejor.

Lograrlo requiere que hagamos las cosas de manera diferente. Por eso hacemos *marketing* de manera íntegra y responsable, valorando a la persona y estableciendo compromisos para su bienestar.

Este año desarrollamos y publicamos el documento “Así hacemos Marketing”* (lineamientos para una comunicación responsable), este documento es la guía que, de la mano de nuestros socios estratégicos, nos ayudan a desarrollar mejores acciones de *marketing*, promoviendo una vida saludable para nuestros consumidores y clientes.

Para fortalecer esta iniciativa, en Grupo Bimbo desarrollamos una Política Global de Comunicación y Publicidad para niños, la cual tiene como propósito establecer lineamientos generales para la creación de publicidad socialmente responsable enfocada específicamente a niños menores de 12 años.

Llevamos a cabo publicidad ATL y BTL para productos que cumplen nuestros criterios de nutrición, alineados con estándares globales y evidencia científica. Nuestras campañas publicitarias en televisión y otros medios, dirigidas a niños, promueven estilos de vida saludable. Seleccionamos programas de televisión, así como otros medios y medios digitales que se alineen a los valores de nuestra empresa.

De la misma manera, en cumplimiento con los acuerdos establecidos con la IFBA (International Food and Beverage Alliance) con nuestro *Pledge* interno y con la Federación Mundial de Anunciantes (WFA), nuestra publicidad dirigida a niños menores de 12 años es únicamente para productos que cumplan con criterios de nutrición comunes, que se basen en lineamientos dietéticos aceptados. Además, no hacemos publicidad ni mercadotecnia para menores de 12 años que no esté cubierta en dicho acuerdo.

Nuestras campañas publicitarias promueven estilos de vida saludable.

*<https://grupobimbo.com/sites/default/files/PGB-MK-01-Asi-hacemos-Marketing.pdf>

YO QUIERO PAN!

ALIANZAS ESTRATÉGICAS (GRI FP4)



En 2015 impulsamos la creación del Latam Board dentro del Consumer Goods Forum, con el objetivo de promover estilos de vida saludable y mejores hábitos alimenticios. A través del Latam Board, que hemos copresidido desde entonces, hemos llevado a cabo esfuerzos e iniciativas para la promoción de hábitos saludables

Hemos mantenido diversas alianzas que nos han permitido desarrollar acciones integrales para mejorar las opciones disponibles de nuestros consumidores.



Uno de nuestros esfuerzos más significativos se da a raíz de la iniciativa **Collaboration for Healthier Lives**, en donde hemos implementado proyectos piloto junto con otras empresas para fomentar entre nuestros consumidores la toma de decisiones más saludables en el punto de venta.



En este sentido, en 2019, continuamos con el programa **“Dale un Giro Saludable a tu Vida”** en Centroamérica y a propuesta de Grupo Bimbo se realizó la primera edición del piloto **“México Ponte Bien”**. Este trabajo de inversión colaborativa entre más de 100 empresas se llevó a cabo en 36 supermercados de Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua y México.



El ejercicio consistió en



- Recomendación de expertos en nutrición para tener una alimentación balanceada
- Activaciones y exámenes de condición física
- Práctica de buenos hábitos de cuidado personal

Existe un creciente interés por parte de la población en esta iniciativa, especialmente en temas nutricionales. Por ello, Grupo Bimbo ha refrendado su compromiso de seguir promoviendo y liderando programas que generen herramientas útiles para mejorar la salud y el bienestar de nuestros consumidores.

Trabajamos con científicos de diferentes especialidades para implementar tecnologías avanzadas para aportar las mejores características de nutrición y de beneficios para el consumidor.

+99,000

CONSUMIDORES
BENEFICIADOS EN MÉXICO
Y CENTROAMÉRICA

COMPARTIENDO EL CONOCIMIENTO EN NUTRICIÓN

(GRI FP4)

Desarrollamos e implementamos herramientas sustentadas en ciencia para ofrecer información a consumidores y colaboradores que facilite y promueva la adopción de estilos de vida saludable, enfocadas en

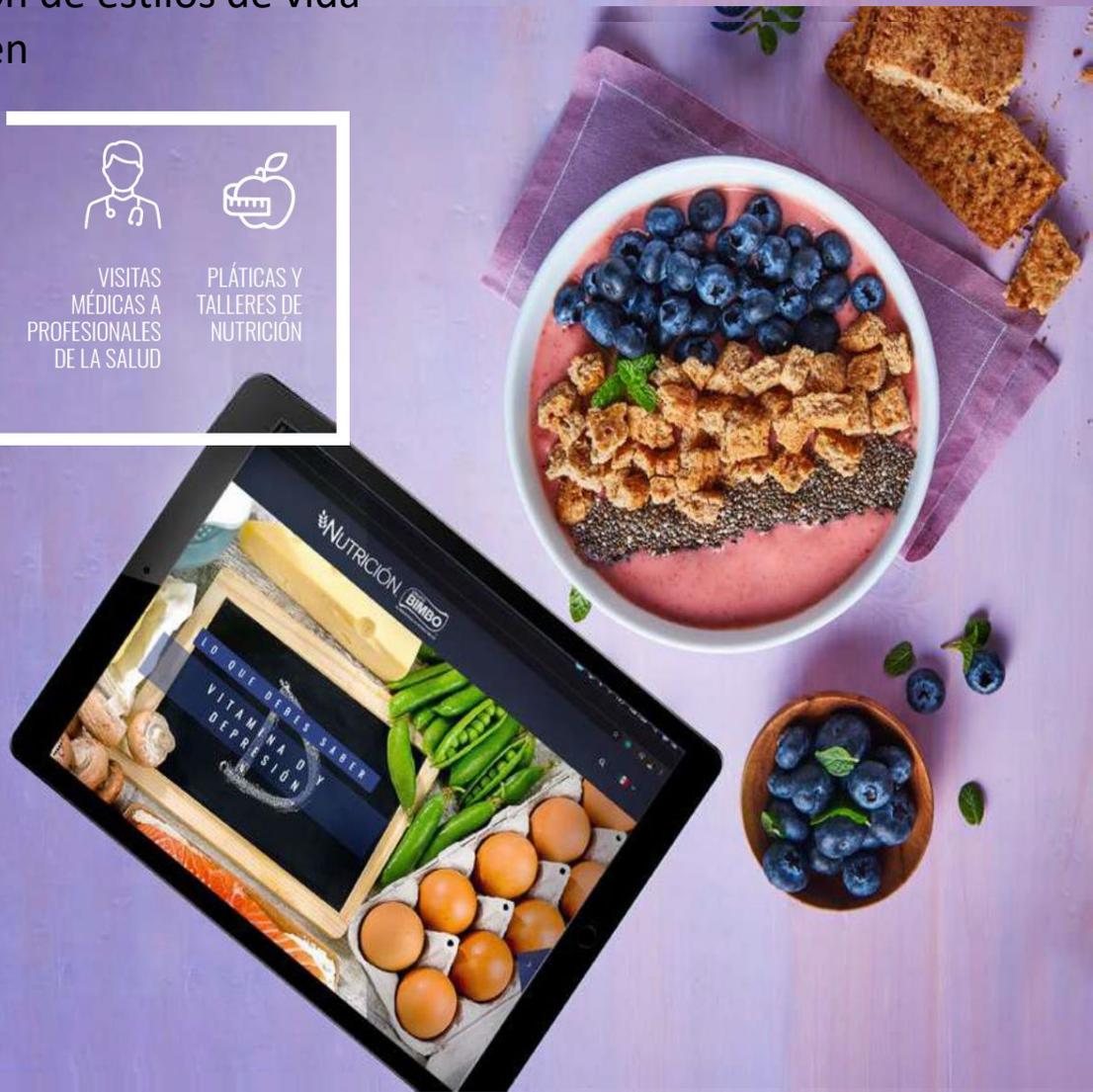


20,000

VISITAS A PROFESIONALES DE SALUD

87

PLÁTICAS Y TALLERES DE NUTRICIÓN:



Información que comprende a las visitas, pláticas y talleres solo para la Ciudad de México y Zona Metropolitana.

**www.nutriciongrupobimbo.com