

Mejores
perfiles
nutricionales
para todos



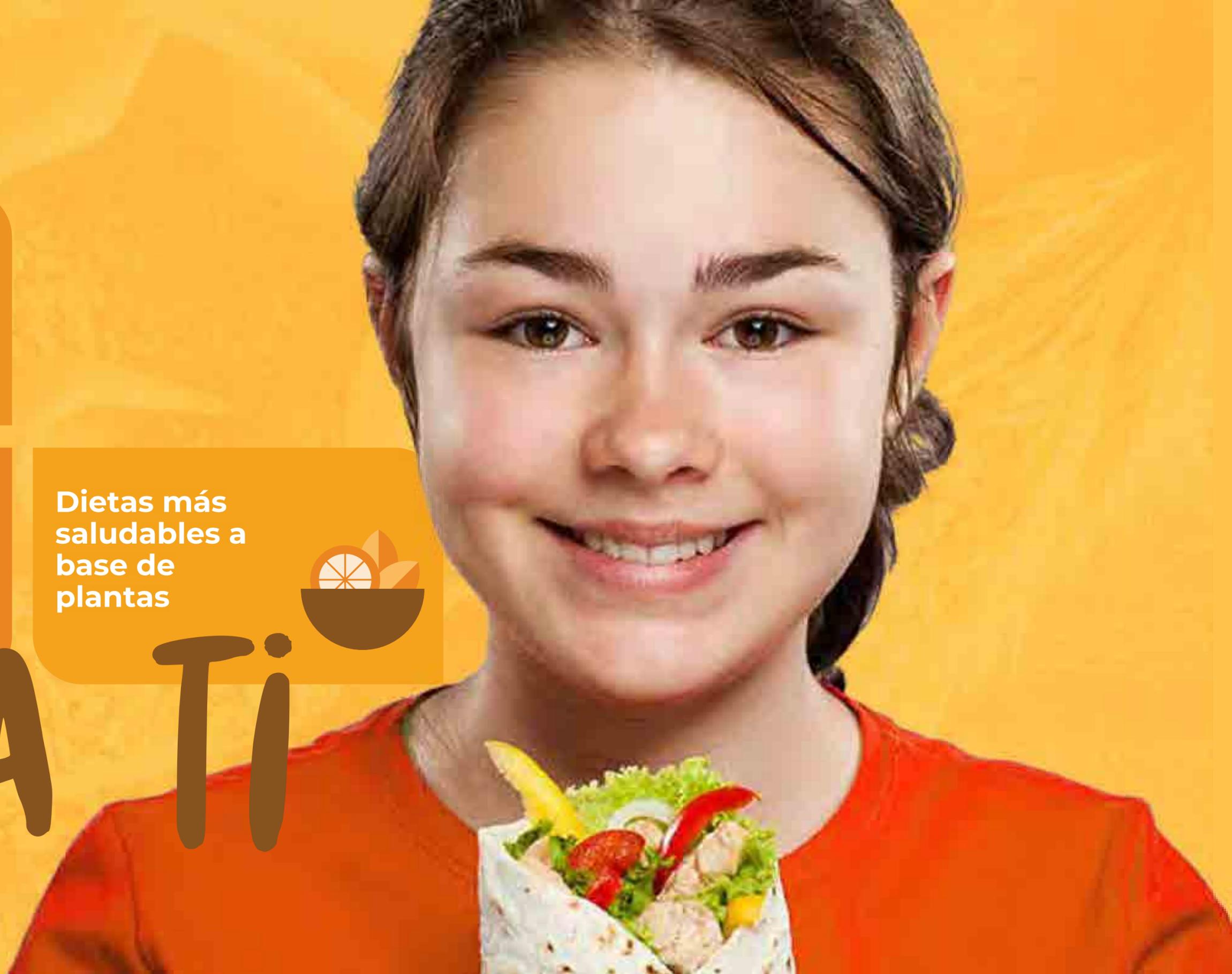
Marcas
sustentables y
transparentes



Dietas más
saludables a
base de
plantas



PARA TI





Mejores perfiles nutrimentales para todos

nuestro compromiso:

BRINDAR UNA MEJOR EXPERIENCIA NUTRICIONAL

a través de recetas más saludables y sencillas, así como una nutrición positiva en cada elección.





Comer es mucho más que solo obtener los nutrientes que necesitamos para vivir. Los alimentos que elegimos reflejan nuestros hábitos, nuestros estilos de vida y tradiciones. Así, quienes comparten el pan alrededor de una mesa, comparten también experiencias y emociones.

Hoy, como humanidad, nos enfrentamos a obstáculos crecientes para alimentar a un mundo con más necesidades y menos recursos cada día. La malnutrición afecta aproximadamente a 1 de cada 10 personas en el mundo y para 2050, habrá alrededor de 10 mil millones de personas en un planeta con recursos limitados. Esto nos lleva no solo a buscar la manera de mejorar la calidad nutricional de nuestras dietas, sino a construir sistemas alimentarios más eficientes y amigables con el planeta, que nos permitan comer mejor y optimizar los recursos de manera sostenible.

Mejora en la calidad nutrimental de nuestra oferta de productos

Así, conscientes de que nuestros productos llegan a millones de personas alrededor del mundo, estamos motivados para impactar positivamente su nutrición, brindándoles los nutrientes más diversos a través de productos deliciosos, sustentables, con recetas más sencillas, saludables y accesibles.

Con el fin de construir mejores dietas con un impacto positivo en la reducción de la malnutrición y el desarrollo de enfermedades relacionadas con ésta, seguimos las recomendaciones de la Organización Mundial de la Salud dentro del Plan de acción para la prevención y el control de las enfermedades no transmisibles 2013-2020 estableciendo diferentes líneas de acción para mejorar la calidad nutricional de nuestro portafolio.

Nuestro enfoque para combatir la malnutrición



Hemos desarrollado nuestras Guías Nutrimentales internas que se apalancan en cuatro ejes de acción para alcanzar nuestras ambiciones a corto, mediano y largo plazo ofreciendo mejores productos y fomentando la construcción de mejores dietas.



Etiketado limpio

Nuestra oferta está elaborada con recetas más sencillas y naturales.

Nutrición positiva

Nuestra oferta busca un balance nutrimental óptimo entre nutrimentos a reducir y a incentivar en la dieta.

Fortificación

Nuestra oferta tiene opciones fortificadas, accesibles y asequibles para poblaciones vulnerables.

Porciones inteligentes

Nuestra oferta tiene opciones con control de porciones para ofrecer momentos especiales sin culpa.

LA ELABORACIÓN DE NUESTRAS GUÍAS NUTRIMENTALES SE BASA EN 5 PRINCIPIOS:

Consideramos las recomendaciones establecidas dentro de las guías y recomendaciones dietarias establecidas a nivel global con el fin de entender el rol que tienen nuestros productos en la construcción de mejores dietas.

Desarrollamos productos más naturales y amigables con el planeta a través de recetas más sencillas, con ingredientes que nuestros consumidores puedan entender y encontrar en sus despensas.

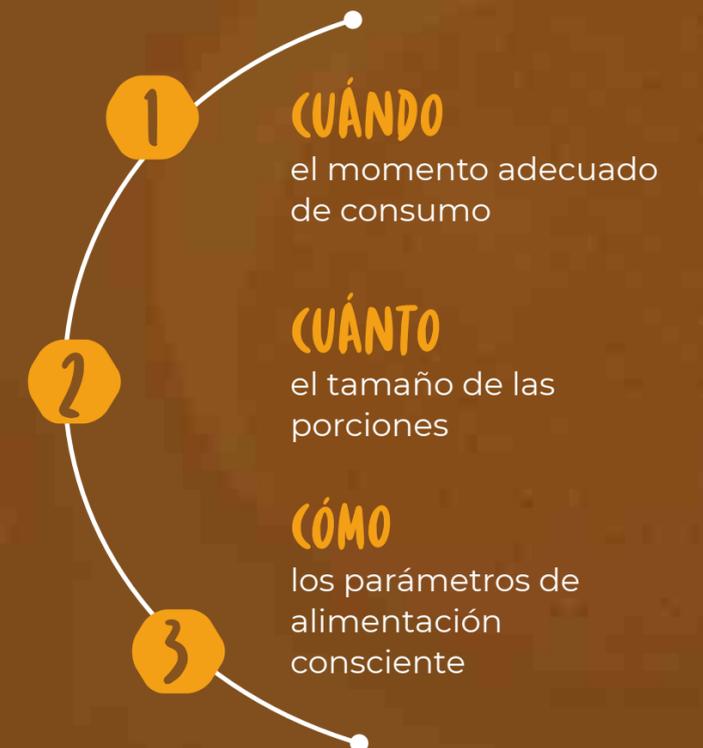


Buscamos construir un balance en la calidad nutrimental de nuestro portafolio a través de umbrales tanto para nutrientes a restringir en la dieta, como aquellos que buscamos incentivar en la misma.

Consideramos las diferencias en requerimientos nutrimentales entre niños y adultos, definiendo requerimientos más estrictos en aquellos productos dirigidos a nuestro público infantil.

Dividimos nuestro portafolio en productos de consumo: diario, incluyendo aquellos que tienen más impacto en la dieta al consumirse más frecuentemente dentro de las principales comidas durante el día, así como productos de consumo ocasional, para aquellos enfocados a momentos menores de consumo (snacks), momentos de celebración o indulgencia.

Para hacer más sencilla la tarea de integrar mejores y más variadas dietas para nuestros consumidores según sus gustos, costumbres y estilos de vida, porque comer no solo se trata de nutrir, también de disfrutar. Nuestras guías nutrimentales consideran que todos los grupos de alimentos tienen oportunidad en la dieta, siempre y cuando se considere:



CATEGORÍAS DE PRODUCTOS

Consumo diario - mayor impacto en la dieta: panes, bollería, tortillas, bagels y english muffins.
Consumo ocasional - momentos especiales: panificación dulce, panificación seca, botanas, tostadas y totopos y confitería.

Etiquetado
limpio



MEJORES
PRODUCTOS

PRODUCTOS
DE CONSUMO
DIARIO



Además de buscar la mejora en la calidad nutricional de nuestro portafolio, entendemos que nuestros consumidores se preocupan cada vez más por integrar a sus dietas alimentos más cercanos a lo natural, con ingredientes que puedan entender y encontrar fácilmente en sus despensas. Por esta razón, nuestra estrategia nos lleva a ofrecer productos sencillos con recetas más amigables para nuestros consumidores y el planeta.

PARA 2025 TODA NUESTRA OFERTA A NIVEL GLOBAL DE PRODUCTOS DE CONSUMO DIARIO DEBERÁ TENER RECETAS SENCILLAS CON INGREDIENTES FÁCILMENTE IDENTIFICABLES POR NUESTROS CONSUMIDORES

Caso de éxito

Panes de caja Bimbo México

Todos nuestros panes de caja elaborados y comercializados en México están libres de jarabe de maíz de alta fructosa, grasas y aceites parcialmente hidrogenados, colores y sabores artificiales. Adicionalmente, el 50% de los mismos están libres de conservadores artificiales y a finales de 2022 toda nuestra oferta de panes de caja estará libre de estos.



**Nutrición
positiva**

**MEJORES
PRODUCTOS**

**NUESTRA AMBICIÓN ESTÁ EN ALCANZAR
NUESTROS ESTÁNDARES DE NUTRICIÓN
POSITIVA EN PRODUCTOS DE CONSUMO DIARIO
A 2025 Y EN NUESTROS PRODUCTOS DE
CONSUMO OCASIONAL A 2030**

Buscamos la mejor experiencia nutrimental a través del balance, al reducir los nutrimentos a limitar en la dieta como es el sodio, los azúcares añadidos, las grasas saturadas y las grasas trans, así como de incrementar los nutrimentos a promover como las proteínas, fibra, vitaminas y minerales entre otros. Entendemos que no es posible adicionar nutrimentos positivos en tanto no reduzcamos el contenido de nutrimentos de preocupación pública.

Cumplimiento del portafolio de consumo diario por nutrimento¹:

99.6%
grasas saturadas

100%
grasas trans

97%
sodio

99%
azúcares añadidos

A finales de 2021:

96%
de nuestros productos de consumo diario¹ cumplieron de manera íntegra con los niveles máximos establecidos para los nutrimentos a limitar en la dieta como son las grasas saturadas, grasas trans, sodio y azúcares añadidos, cuatro puntos porcentuales más desde finales de 2021.

88%
del total de nuestro portafolio de panes y bollería de "especialidad en granos"² tienen nutrición positiva³. Esto a su vez, representa el cumplimiento del 63% del avance de metas de nutrición positiva en nuestros productos de consumo diario.

¹ Exclusiones: Productos donde Grupo Bimbo no es dueño de la receta, Bimbo Marruecos y Bimbo India.

² Panes y bollería de "especialidad de granos": Productos que contienen al menos 15% de harinas de cereal de grano entero o fuentes de granos enteros.

³ Cumpliendo con niveles establecidos para grasas saturadas, grasas trans, sodio y azúcares añadidos y adicionalmente aportando buena fuente de alguno de los siguientes: fibra, granos enteros, proteínas, vitaminas o minerales u omega 3.

Casos de éxito

Portafolio global de consumo diario

Dentro de nuestros lineamientos nutrimentales internos buscamos establecer marcos de referencia externos para validar que nuestros productos cumplan con algunas metodologías reconocidas que determinan parámetros para medir el grado de “saludabilidad” de los alimentos. La iniciativa Access to Nutrition Index (ATNI) que evalúa el grado de compromiso que tienen las grandes empresas globales de alimentos con la salud y nutrición de los consumidores, utiliza la metodología “Healthy Star Rating System” desarrollado y avalado por el gobierno de Australia y Nueva Zelanda, para medir el grado de saludabilidad de los portafolios de productos. Esta metodología establece el valor de 3.5 estrellas en adelante para clasificar a los productos como “saludables”.

En el caso de nuestros productos de consumo diario, alcanzamos un valor promedio de 3.5 estrellas al evaluar toda la categoría, lo cual refleja el alto compromiso y avance en las acciones para mejorar nuestro portafolio de productos que tiene un mayor impacto en la dieta de nuestros consumidores.



Productos exitosos que cumplen el concepto de nutrición positiva

Pan Multigrano Cero-Cero

El nuevo integrante de la familia Cero Cero en México tiene grandes beneficios a la nutrición de nuestros consumidores. Además de tener un gran sabor, así como proteína y fibra, no tiene adición de grasa y no contiene azúcares, siendo un lanzamiento que refleja nuestras acciones enfocadas a la nutrición positiva hacia nuestros consumidores.

Pan Integral HIFI Bimbo China (Delicious whole wheat HIFI Bread)

Con un gran sabor y textura fina y suave, nuestro “Pan Integral HIFI” lanzado en China proporciona buena fuente de fibra y granos enteros a la dieta de nuestros consumidores además tener niveles adecuados de nutrientes a limitar en la dieta.



PRODUCTOS
DE CONSUMO
DIARIO

MEJORES
PRODUCTOS



Fortificación

Fortificación de Productos asequibles para poblaciones vulnerables

En Grupo Bimbo entendemos que una de las formas más efectivas para abordar las brechas nutrimentales en poblaciones vulnerables es desarrollar estrategias de fortificación en alimentos ampliamente consumidos dentro de las diferentes culturas como lo es el pan. Por lo anterior, desarrollamos estrategias de fortificación enfocadas a cubrir deficiencias particularmente en Hierro, Zinc y Vitamina A.



PRODUCTOS
DE CONSUMO
DIARIO

A 2025 SE LANZARÁN PROGRAMAS POR REGIÓN ENFOCADOS A CUBRIR DEFICIENCIAS NUTRIMENTALES ESPECÍFICAS EN POBLACIONES VULNERABLES

Caso de éxito

Portafolio Rendidor Perú fortificado con Hierro

La anemia es uno de los principales problemas de malnutrición infantil en el Perú, siendo uno de los casos más urgentes a atender en el país con una prevalencia del 49% en áreas rurales y 37% en áreas urbanas¹. Una de las principales causas de anemia en la población es la deficiencia en el consumo de Hierro.

Para abordar los problemas de deficiencias en el consumo de hierro, se desarrolló un portafolio de productos asequibles en Perú (Pan Rendidor Blanco, Pan Rendidor Integral, Pan Rendidor Hamburguesa, Pan Rendidor Hot dog) que además de cumplir con los umbrales máximos de nutrimentos a limitar en la dieta, están fortificados con hierro.

Fuente: Resultados de la Encuesta Demográfica y de Salud Familiar (ENDES)

MEJORES
PRODUCTOS



Porciones
inteligentes



LAS PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS
DE NUESTRA OFERTA DE PORCIONES
CONTROLADAS ES LA SIGUIENTE:

El tamaño de las porciones de los alimentos que componen nuestra dieta ha cobrado interés en los últimos años, como medio para buscar alternativas para combatir el sobrepeso y la obesidad, y que nos permitan disfrutar de determinadas categorías de productos. Con este fin, en Grupo Bimbo hemos desarrollado una oferta atractiva de productos con porciones controladas que permiten a nuestros consumidores disfrutar de sus productos favoritos con menos calorías y con menos culpa.



NUESTRA META A 2030 ES QUE AL MENOS EL 15% DE NUESTRAS VENTAS PROVENIENTES DE PRODUCTOS DE CONSUMO OCASIONAL SEAN A TRAVÉS DE PRODUCTOS CON CONTROL DE PORCIÓN (PORCIONES INTELIGENTES)



A finales de 2022, el 81% de los productos de mayor venta dirigidos a niños³ cumple con alguna de las siguientes opciones: control de porción (menos de 200 Calorías por envase en productos de panificación y 170 Calorías por envase en productos de confitería), extensiones de línea con perfiles nutrimentales mejorados o en cumplimiento con los niveles máximos de nutrientes a limitar en la dieta.



Caso de éxito

Little Bites EUA y Canadá

5 variedades con menos de 200 calorías por bolsa (chocolate chips, party cakes, blueberry, banana, y strawberry yogurt).

Little Bites es una oferta de productos dirigidos a niños con opciones divertidas, deliciosas y atractivas a este público. Con este fin se tienen opciones en mercado con menos de 200 Calorías por bolsa que permite un control de calorías por momento de consumo sin sacrificar el sabor.



PRODUCTOS DE CONSUMO OCASIONAL

³ Productos con mayor venta: 10 productos con mayor venta a nivel regional. SE excluyen aquellos productos donde Grupo Bimbo no es dueño de la receta y Organizaciones: Bimbo Marruecos y Bimbo India.



Marcas transparentes y sustentables

nuestro compromiso:

EMPODERAR A NUESTROS CONSUMIDORES

para tomar mejores decisiones mediante
información clara y transparente sobre las
recetas de nuestros productos.

Marcas transparentes, sostenibles y comprometidas

En la actualidad, los consumidores buscan alternativas alimenticias alineadas con sus valores:



1

Productos que les ofrezcan información transparente y honesta para tomar mejores decisiones de consumo.



2

Productos atractivos y deliciosos de acuerdo con su estilo de vida.



3

Recetas más sencillas y con ingredientes más saludables.



4

Productos amigables con el medio ambiente y con propósito social.

Sabemos que la información transparente y clara (etiquetado limpio) motiva a nuestros consumidores a mejorar sus hábitos alimenticios y para ello la educación es, sin duda, una herramienta que les ayuda a comprender de una forma más sencilla cómo se elaboran nuestros productos, motivándolos a adoptar estilos de vida más saludables.

Además de promover el cuidado ambiental, el marketing sostenible también considera prácticas que impacten de manera positiva los aspectos sociales y económicos involucrados en la cadena de valor, desde el desarrollo de un producto hasta post-consumo. Por ello, el marketing de nuestros productos debe considerar tres aspectos:

Transparentes

que brinda información nutricional de manera simple y clara para que nuestros consumidores entiendan los ingredientes de nuestros productos y cómo incluirlos adecuadamente en su dieta diaria.

Sostenibles

que perdura y es económicamente viable; que satisface las necesidades de nuestros clientes en materia ambiental, social y nutricional y cumple con nuestros lineamientos nutricionales.

Comprometidas

que sus esfuerzos estén orientados a apoyar a una causa alineada con los valores de nuestros consumidores y sean una referencia frente a sus marcas competidoras.



Casos de éxito

Global Energy Race

Tal como lo hicimos en 2020, en respuesta a la contingencia derivada de la pandemia mundial, convocamos a una carrera virtual, que reunió a más de 290,000 participantes.

Se realizó una donación a bancos de alimentos locales de más de 5.8 millones de rebanadas de pan.

Futbolito Bimbo Entrenamiento inteligente

La edición 2021 consistió en retos de actividades físicas para ser realizadas desde casa en equipos o de manera individual, organizada en dos categorías.

Contamos con la participación de más de 3,500 niños y niñas de entre 9 y 16 años. Los ganadores se hicieron acreedores a una consola de videojuegos, un balón, una mochila de Futbolito Bimbo y una convivencia presencial con Guillermo Ochoa.



Información en el empaque

Estamos comprometidos a fomentar conocimientos sobre nutrición entre nuestros consumidores y colaboradores para que puedan tomar decisiones que impacten positivamente su calidad de vida.

Comprometidos en proporcionar información transparente sobre la calidad nutrimental de nuestros productos, contamos con una Política Global de Etiquetado Nutrimental que incluye lo siguiente:

- Cumplimiento al 100% de las regulaciones locales sobre etiquetado nutrimental (información nutrimental, listado de ingredientes, información relacionada a alérgenos entre otros).
- Declaración por porción de energía (calorías) y los 9 nutrimentos más relevantes alineado con las Directrices del Codex Alimentario (CAC/CL 2-1985).
- Acatar las regulaciones locales sobre etiquetado frontal no incluyendo esquemas adicionales en dichos países. En aquellos donde no exista regulación sobre el tema, usaremos un esquema tipo GDA (Guías Diarias de Alimentación).
- Contar con sustento científico sólido para nuestras declaraciones de propiedad saludable.
- Proporcionar una guía a nuestros consumidores sobre nuestras porciones de consumo y su utilidad en la construcción de mejores dietas.

INFORMACIÓN NUTRICIONAL

Declaración por porción: calorías, grasas totales, grasas saturadas, grasas trans, carbohidratos, fibra dietética, azúcares, proteínas y sodio.

PORCIONES

Reforzar el concepto de ración recomendada para orientar a los consumidores sobre la conformación de dietas equilibradas.

ETIQUETADO FRONTAL

Inclusión del esquema GDA (Guías Diarias de Alimentación), en caso de no existir normativa.



POST-CONSUMO

Recomendación de cómo manipular el empaque dependiendo de si es reciclable, biodegradable o compostable.



Etiquetas inteligentes

Por medio de un QSR puedes conocer los beneficios para la salud de los ingredientes de nuestros productos como: "proteínas", "saludable para el corazón" o "bueno para la salud digestiva"



La Política Global de Etiquetado Nutrimental se encuentra dentro del compendio de políticas de Grupo Bimbo y en nuestra página de nutrición. <https://www.nutriciongrupobimbo.com/>

Educación nutricional

Estamos comprometidos a fomentar conocimientos sobre nutrición entre nuestros consumidores y colaboradores para que puedan tomar decisiones que impacten positivamente su calidad de vida.

Por ello, desarrollamos contenidos en nuestras diferentes plataformas digitales para difundir conocimientos sobre nutrición, con tres objetivos:



Facilitar la comprensión de nuestras recetas

A través de información clara sobre sus beneficios nutricionales, porciones y consumo sugerido.



Evitar el desperdicio de la comida

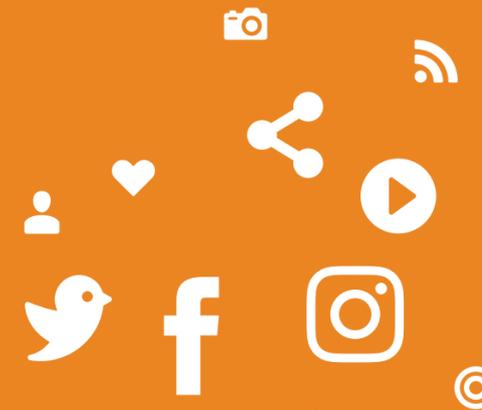
Por medio de recomendaciones sobre mejores formas de conservar los productos para extender su vida útil y aprovechamiento.



Promover la economía circular

Con consejos de manejo y tratamiento de empaques después de su uso, para su reciclaje o reutilización.

Facebook
+380K
Instagram
+370K
Twitter
+103
YouTube
+10



Crecimos nuestra comunidad en redes sociales

Superamos la meta anual de interacciones

Redes Sociales

A través de nuestras redes sociales y página Nutrición Grupo Bimbo buscamos fortalecer nuestro posicionamiento como referente en nutrición, transparencia e inocuidad alimentaria de forma creíble tanto para especialistas en nutrición salud, líderes de opinión en materia de bienestar y para nuestros consumidores.



Renovamos nuestro sitio web

Generamos el primer dossier de Criterios de Nutrición científicos y técnicos para Nutrición Grupo Bimbo.

Coordinamos el desarrollo de 50 recetas.

Implementamos nuevas dinámicas en redes sociales:

- Lanzamos la primer serie de contenidos en video para Nutrición Grupo Bimbo: NUTRILINKS.
- Ejecutamos colaboraciones sobresalientes con marcas y productos del portafolio Bimbo.
- Maximizamos alianzas con expertos, organizaciones externas e influencers.

Estilos de vida saludable

Buscando fomentar la adopción de estilos de vida saludable, en Grupo Bimbo ponemos al alcance de los consumidores distintas herramientas y plataformas digitales como nuestro sitio nutriciongrupobimbo.com y redes sociales como Facebook e Instagram. A través de estos canales, consumidores y profesionales de la salud tienen acceso a información acerca de dietas correctas, patrones dietéticos y temas generales de salud y bienestar. Asimismo, participamos con la iniciativa para Estilos de Vida Más Saludable en colaboración con Consumer Foods Forum.

ALGUNAS INICIATIVAS DE PROMOCIÓN DE ESTILOS DE VIDA SALUDABLE EN LAS ORGANIZACIONES SON:



Iberia

“Plan Actívale”: iniciativa de comunicación anual con embajadores de renombre para promover el bienestar físico y emocional.

BBU

- Sara Lee Delightfuls lanza 2 nuevos SKUs centrados en la dieta.
- Lanzamiento ABO de Keto Bread.
- Afiliación para el 1% por el Planeta y Huertos Comunitarios para cultivar productos frescos.
- Programación centrada en la salud de ABO “Just Do This”
- Los planes de medios siguen las estrategias de cada marca, mini actos de bondad por bondad (salud mental).

Brasil

El año pasado se realizó una campaña con un influencer digital, fomentando el consumo de panes saludables.



Dietas más saludables a base de plantas

nuestro compromiso:

AUMENTAR LA PRESENCIA DE CEREALES INTEGRALES

y otros ingredientes de origen vegetal para permitir dietas más saludables a base de plantas.



Inspirados en la base de la alimentación de muchas culturas del mundo, y aunado a las acciones realizadas para mejorar el perfil nutricional de nuestras recetas, promoveremos dietas más saludables, diversas y sostenibles.

Esto se alinea a lo que nos hace únicos que es entregar productos deliciosos, hechos a base de ingredientes superiores de origen vegetal, cultivados de manera sustentable, al alcance de todos; y así, beneficiar a nuestros consumidores y al planeta de hoy y del mañana.

Para lograrlo, construiremos portafolios competitivos con ingredientes superiores a base de plantas y cereales integrales, buscando ser siempre la primera opción para nuestros consumidores.

Nuestra ruta a dietas basadas en plantas

Con el objetivo de mejorar de manera sostenible la calidad de la dieta de nuestros consumidores:

1. **Promovemos dietas planetarias con diversidad nutrimental para:**
 - Comunicar de manera transparente para facilitar la toma de decisiones responsables e informadas.
 - Garantizar que nuestros portafolios cuenten con opciones saludables.
2. **Desarrollamos plataformas globales para:**
 - Atender las tendencias emergentes de salud y bienestar a través de nuevas adquisiciones, sinergias y desarrollo de nuevas tecnologías.
 - Aprovechar las oportunidades existentes enfocadas en las necesidades de nuestros consumidores.

Estamos convencidos de que este es el camino que debemos seguir para mejorar la calidad de la dieta de nuestros consumidores de manera sostenible.



DE ORIGEN VEGETAL

Nuestros principales ingredientes son los cereales, por lo que somos una gran opción de alimentación amigable con el planeta.



DIVERSIDAD DE CEREALES

Ofrecemos productos que incluyen una amplia gama de cereales, como sorgo, cebada, centeno, avena, mijo y quinoa.



BALANCE NUTRICIONAL

Brinda un balance positivo por su calidad nutricional y productos superiores basados en plantas.



SABROSOS Y SUPERIORES

Incluimos y aumentamos en nuestras recetas ingredientes como frutas, verduras, legumbres, frutos secos y semillas.

NUESTRA OFERTA DE PRODUCTOS SE BASA EN 4 EJES PARA FOMENTAR UNA DIETA SALUDABLE BASADA EN PLANTAS



1 De origen vegetal

En línea con nuestra estrategia de mejorar la calidad de la dieta de nuestros consumidores a través de ingredientes superiores de origen vegetal, lanzamos en México una campaña de comunicación para promover el consumo diario de granos enteros, como parte de un esfuerzo por concientizar acerca de sus beneficios. La información fue transmitida a través de nuestro Pan Integral Bimbo como orgulloso protagonista que aprovecha todos los nutrientes del grano entero: fibra, proteína, minerales y vitaminas, desde la cáscara hasta su corazón.

Como esfuerzo adicional, lanzamos Pan Multigrano Cero Cero: un producto elaborado con harina integral como su ingrediente principal, con 7 granos y semillas que representan el 36% de granos enteros, sin azúcar, grasas añadidas, conservadores artificiales ni edulcorantes y enriquecido con proteína vegetal de garbanzo.

En México:

+60%
ventas
vs. 2020



36%
granos enteros



PRODUCTOS DE CONSUMO DIARIO

Balance nutricional

En línea con incrementar el contenido de ingredientes basados en plantas, recomendados en una dieta planetaria saludable, en Ecuador Supán Raíces es el primer pan elaborado con granos ancestrales de la sierra ecuatoriana, chí y quinoa, en colaboración con la startup Corporación Kuna-chia quien trabaja de la mano con agricultores ecuatorianos bajo estándares amigables con el medio ambiente.

Con este lanzamiento logramos una venta incremental de USD\$ 76K.

En Ecuador

76k
USD
ventas




PRODUCTO DE CONSUMO DIARIO

14g
de proteína de origen vegetal por porción

En Canadá



Pan Bon Matin, en Canadá, con proteína y sin azúcar ni grasa añadida; un producto suave que proporciona 14 gramos de proteína de origen vegetal por porción, equivalente a 2 rebanadas, para aquellos consumidores que valoran el contenido proteico en un producto que simplifique su ingesta. Este pan es elaborado con semillas de girasol, calabaza, sésamo y linaza, proteína de trigo y guisantes amarillos, por lo que ha tenido grandes resultados con un volumen de ventas superior a nuestras expectativas en un 21.4 %.

3 Diversidad de cereales



CON SANISSIMO, BUSCAMOS CONSTRUIR UNA MARCA CON PROPÓSITO QUE SEA RELEVANTE EN CADA UNO DE SUS MERCADOS

Tradicionalmente, el mundo se ha enfocado principalmente en el consumo de solo dos tipos de granos: trigo y arroz. Debemos promover una mayor diversidad en el consumo de otros cereales e ingredientes de origen vegetal para mantener un sistema alimentario resiliente.

Es por esto que Sanissimo es nuestra marca principal enfocada en proveer productos de diversidad de cereales.



77.4 M
USD
ventas

+19%
ventas
vs. 2020

PRODUCTOS DE CONSUMO OCASIONAL

Para robustecer nuestra presencia de marca global Sanissimo ampliamos nuestro portafolio con el lanzamiento de Salmitas en LAS, Salmas Ancestrales en RAC, Salmas y Tostadas en Estados Unidos y Tostadas con Maíz Azul en México.

En SANISSIMO, buscamos construir una marca con propósito que sea relevante en cada uno de sus mercados, por ello, a través de prácticas de agricultura regenerativa, generaremos un impacto positivo de manera social, ambiental y económica para nuestros productores locales. Es por esto que a partir de 2022, las regiones de México, Canadá y Estados Unidos, serán abastecidas de maíz producido bajo prácticas de agricultura regenerativa, en donde será posible la trazabilidad de las plantaciones de maíz, así como el impacto positivo que éstas muestran con el planeta.



4 Sabrosos y superiores



En la categoría de confitería, innovamos en México con el lanzamiento de Pulpillos, un dulce hecho con pulpa de manzanas cosechadas en Chihuahua, saborizado naturalmente con piña y mango y adicionado con nuestro auténtico toque picosito. Cabe recalcar que su proceso de producción es de cero desperdicios, ya que se utiliza el 100% de la fruta.

Finalmente, con el lanzamiento de Verygüel en México, se marca un hito en la oferta de snacks saludables hechos con pocos ingredientes, todos naturales y reconocibles; sin azúcares, grasas añadidas, colorantes ni conservadores artificiales.

Verygüel es una marca que responde a la imperiosa necesidad de reducir el desperdicio de todo tipo de fruta y tener abastecimientos cada vez más sustentables. Con Verygüel invitamos a nuestros consumidores a consumir snacks de manera divertida y sustentable.

INICIATIVAS COMO PULPILLOS Y VERYGÜEL NOS PERMITEN DAR MÁS OPCIONES QUE CONTRIBUYEN A OFRECER DIETAS MÁS EQUILIBRADAS Y SALUDABLES A BASE DE PLANTAS



PRODUCTOS DE CONSUMO OCASIONAL



La innovación de nuestros productos

Si bien nuestro camino para mejorar la calidad de nuestro portafolio no ha empezado hoy, nuestra nueva estrategia nos permite avanzar más rápido en nuestro objetivo de alimentar un mundo mejor.

La Innovación y desarrollo de nuevas tecnologías, procesos e ingredientes es un factor relevante para alcanzar nuestras ambiciones de mejorar nuestra oferta de productos. Buscamos de manera continua impulsar soluciones tecnológicas a través de esfuerzos compartidos, lo que nos permite establecer una estrecha relación sinérgica con diversos expertos y universidades para tener acceso a conocimientos y descubrimientos científicos aplicables a nuevas tecnologías de vanguardia. Con esto nos anticipamos a las necesidades de nuestros consumidores y nos preparamos para responder con soluciones nutricionales a corto, mediano y largo plazo.

5 CENTROS DE I+D EN EL MUNDO

Donde se desarrollan productos, procesos e innovaciones enfocadas a mejorar la calidad nutricional de nuestros productos.

- ✓ Estados Unidos
- ✓ Canadá
- ✓ México
- ✓ Latinoamérica
- ✓ Europa

