

Kellogg's
Mejores Días 

Reporte De Responsabilidad Social

KELLOGG LATINOAMÉRICA 2020



Mensaje De Nicolás Amaya

En Kellogg tenemos el propósito de crear Mejores Días para las familias en Latinoamérica. Como empresa líder en la industria de alimentos, somos conscientes cada vez más de nuestra responsabilidad para abordar los desafíos de nuestro mundo y desde nuestro fundador, contamos con la inspiración de W.K. Kellogg, un gran filántropo siempre preocupado por dejar un legado de impacto positivo en bienestar de la sociedad.

Todo nuestro trabajo se ha centrado siempre en cuidar a nuestros colaboradores, consumidores y medio ambiente en pro de impulsar la seguridad alimentaria en el mundo. Sin embargo, el 2020 fue un año excepcional que cambió nuestras vidas en todos los aspectos y nos presentó numerosos retos.

Durante toda la pandemia, nuestro foco principal fue mantener a toda nuestra gente sana mientras cumplimos más que nunca con nuestro compromiso de llevar los productos de Kellogg's® a las mesas de las familias latinoamericanas. Nunca perdiendo de vista nuestra visión y propósito de lograr que las personas no sólo estén alimentadas, sino realizadas y satisfechas, especialmente con la difícil problemática de inseguridad alimentaria que se vio realzada por la pandemia.

A pesar de las dificultades **que impactaron al mundo durante 2020** estoy muy orgulloso de decir que en Kellogg sacamos la garra y los

fuertes valores que nos caracterizan para salir adelante y llevar nuestro trabajo en Latinoamérica más allá, creando un ambiente de solidaridad, de cuidado del medio ambiente, mientras garantizamos la disponibilidad de suficientes alimentos nutritivos para todos.

Además, estamos convencidos que la tarea de combatir el hambre es algo que no podríamos hacer solos y por eso, cada vez estamos creando alianzas estratégicas más sólidas con socios y aliados de la industria para ayudar a reducir el hambre.

Hoy, como sociedad, enfrentamos un gran desafío como resultado de COVID-19, por lo que debemos contribuir y actuar juntos, porque unidos, podemos mejorar las cosas para aquellos que más lo necesitan durante este momento difícil.

En nuestro reporte de Responsabilidad Social Corporativa 2020 para Latinoamérica, veremos un **resumen de todo aquello que logramos gracias a la confianza que depositaron en nosotros los consumidores, proveedores y clientes a lo largo de la región** y especialmente, de todos en Kellogg que trabajamos juntos para despertar al mundo que nos espera allá afuera, llevando a los hogares esos productos que alimentan las ganas de seguir enfrentando todo lo que venga adelante.

Atentamente:

Nicolás Amaya

VICE PRESIDENTE Y DIRECTOR GENERAL DE KELLOGG LATINOAMÉRICA

**ESCUCHA EL MENSAJE DE NUESTRO PRESIDENTE
Y GENERAL MANAGERS DE LA REGIÓN**



¡Da clic para ver el video!



Visión



Un mundo bueno y justo, donde las personas no solo estén alimentadas, sino realizadas y satisfechas.

Propósito



Crear Mejores Días y un lugar en la mesa para todos, a través de nuestras marcas de alimentos de confianza.



Respuesta Ante El Covid-19



Desde el momento en el que la pandemia de COVID-19 llegó a Latinoamérica, en Kellogg nos ocupamos por dar una respuesta inmediata ante la crisis, adaptándonos a las nuevas circunstancias y velando por la seguridad de nuestra gente, nuestros consumidores y las comunidades en donde tenemos presencia y cuya situación se vio gravemente afectada por la pandemia.

SEGURIDAD DE NUESTRA GENTE



El 2020 fue un año diferente y retador en muchos sentidos. Nuestros colaboradores afrontaron una situación compleja, a nivel familiar, personal y laboral. Sin embargo, dentro de esta inestabilidad, seguimos sirviendo a nuestros consumidores haciéndoles llegar nuestros productos cuando más lo necesitaban.

Esto no hubiera sido posible sin la labor y compromiso de cada uno de nuestros colaboradores. Es por eso que Kellogg desplegó diversas actividades para cuidar la SALUD INTEGRAL de nuestra gente.

Algunas de las actividades que realizamos fueron:

1 Acciones para fomentar la interacción y work-life balance:



- Aprovechamos nuestra plataforma interna de reconocimiento “**Achievers**” para **promover la interacción, motivación y apoyo entre colaboradores** en la transición a las nuevas formas de trabajo remoto.



Implementación de retos como “5 días de ingesta de agua” o “Hábitos saludables”.



Realización del panel “Balance vida y trabajo”.



Llevamos a cabo nuestra **carrera virtual 5k**, en la cual además de fomentar la salud de nuestros colaboradores, por cada colaborador registrado se donaron 10 dólares a la Red de Bancos de alimentos global. **Estos fondos ayudaron a proporcionar 150,000 comidas a familias en todo el mundo.**

2

Apoyo durante la transición a home office y la vida laboral en casa:



Hicimos un **acompañamiento cercano para lograr una transición ordenada** de las **oficinas a las casas**, evitando los contagios.



Préstamo de equipo de para trabajo en casa (silla, monitor, teclado, etc.)

3

Sesiones con Expertos:



Se coordinó una agenda robusta de pláticas para todos nuestros colaboradores con una amplia gama de temas, por ejemplo:

- Inteligencia Financiera en Tiempos de COVID.
- Midnfulness & salud emocional durante tiempos de distanciamiento.
- La importancia de dormir bien.
- Alimentación saludable.
- La otra cara del estrés.

4

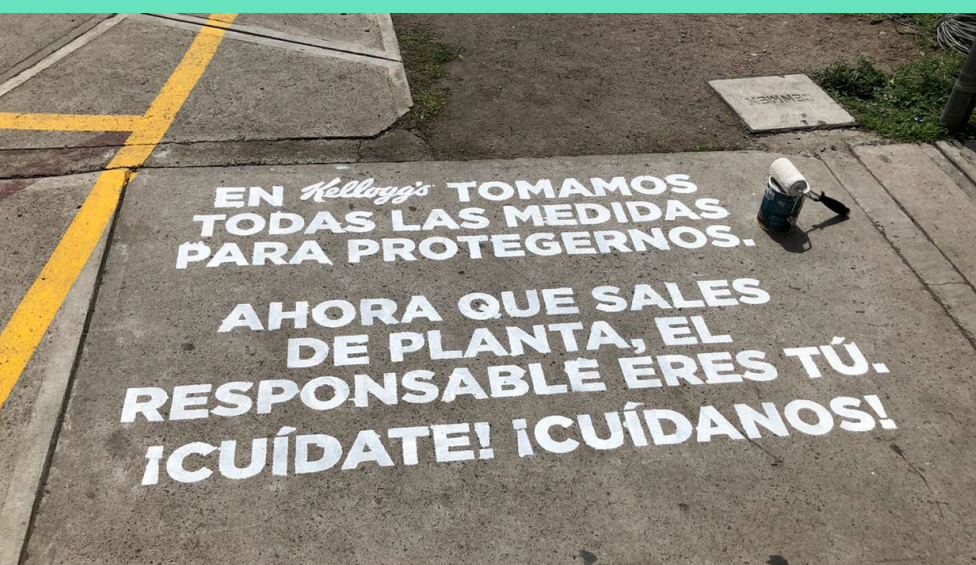
Materiales informativos:



En 2020, definimos un plan de comunicación regional claro y minucioso para garantizar el compromiso con nuestra gente y seguir GANANDO durante la pandemia de COVID-19.

En Latinoamérica, desarrollamos y entregamos más de 500 materiales informativos de comunicación para mantener a todos nuestros colaboradores con la información más confiable sobre las actualizaciones del COVID-19.

Desde **infografías, políticas de comportamientos seguros, manuales, sesiones de preguntas con expertos epidemiólogos, señalética en las plantas y oficinas, videos, boletines informativos y diferentes campañas internas para reforzar la seguridad, salud e higiene** y garantizar al máximo el bienestar de todos nuestros colaboradores.



5

Acompañamiento o asesoramiento medico personal:



- Durante toda la pandemia, nuestro **personal médico ha estado a la disposición** de los empleados para resolver dudas o para dar seguimiento cercano a los **casos de COVID-19** tanto en colaboradores Kellogg como en sus familias.

- Nos aseguramos de que todos siempre contarán con el **asesoramiento de expertos** ante cualquier duda sobre la enfermedad, medidas preventivas y las acciones recomendadas en caso de algún contagio.

6

Vacunación de Influenza:



En la temporada invernal, tuvimos que reforzar nuestras precauciones ante el doble riesgo de contagio tanto de COVID-19 como de influenza. Por esa razón, hicimos una campaña interna de vacunación contra la influenza estacional para **todos los colaboradores Kellogg en Querétaro, Toluca, y los centros de Distribución de México llegando a más de 400 empleados y sus familiares.**

La iniciativa también tuvo lugar en **Brasil y los esfuerzos contemplan continuar con este esfuerzo a lo largo de la región durante 2021.**



7

Protocolos de seguridad:



Al ser una empresa de alimentos, considerada como esencial durante la pandemia, tuvimos que mantener nuestras operaciones en marcha. De esta manera, aunque la totalidad de los empleados administrativos migraron a un esquema de trabajo remoto, los operativos nunca pararon, por lo que nuestro foco fue mantener a nuestra gente segura la pandemia de COVID-19.

Instalamos protocolos de seguridad **altamente efectivos en nuestras plantas alrededor de la región.** Entre las acciones que se llevan a cabo se encuentran:

- Instalación de cámaras de monitoreo de temperatura.
- Separación de acrílico** en las áreas comunes para garantizar el distanciamiento social.
- Divisores acrílicos o lugares restringidos en las mesas de los comedores para asegurar el distanciamiento social, así como **protocolos de seguridad** como **cubiertos envueltos individualmente, guantes plásticos para servir, cronogramas para no concentrar a los empleados, etc.**
- Uso de careta y mascarilla como doble protección.
- Otorgamos **incentivos adicionales** quienes han estado al frente de nuestras operaciones durante la pandemia como recompensa por cuidarse ante la enfermedad.



Esto nos permitió operar exitosamente **8 plantas y más de 20 centros de distribución** en Latinoamérica de manera continua protegiendo a nuestra gente y a los empleados de primera línea durante todo 2020.



Gobernanza:



Se implementaron **reuniones estratégicas diarias para monitorear el negocio**, número de casos y proponer acciones necesarias en conjunto con el gobierno local para asegurar el cumplimiento de las medidas de prevención, lo que nos permitió asegurar que nuestros más de **7,000 empleados en Latinoamérica** continuaran trabajando exitosamente durante el 2020.

NUESTROS CONSUMIDORES



Conseguimos mantener un gran compromiso con los consumidores durante el COVID-19 mediante campañas icónicas, mensajes empáticos, confianza funcional y relevancia emocional en nuestros productos.



Para agradecer a las familias por todas las formas en las que estaban cambiando sus vidas para hacer que las cosas pasaran y lograr mantenernos unidos a pesar de la distancia, lanzamos nuestra campaña **#HagamosFamilia** llevando mensajes positivos a nuestra sociedad **a través de nuestros empaques, acciones con influenciadores, redes sociales y elevando el compromiso** de nuestra marca en Latinoamérica.



Mientras fueron pasando los meses en pandemia, la nueva normalidad se convirtió en la realidad, así que era el momento de reforzar nuestro mensaje de ánimo para alimentar el deseo de millones de personas incansables que, a pesar de todo, seguían adelante. Por eso lanzamos la campaña **Despierta Mucho Más**, para **motivar a nuestros consumidores a levantarse** las veces que sean necesarias durante el día y con cada situación sin importar lo retadora que sea.

Pero sabemos que necesitábamos hacer más, ya que nuestros consumidores pasaron momentos difíciles, de incertidumbre y las familias necesitaban opciones para distraerse, hacer actividades con los niños, y mantener el espíritu positivo en casa.



Así, surgieron las iniciativas como **Desayunos Dibujados con Marco Colin** a través de las redes sociales de Kellogg, para **estimular la creatividad de los niños** mientras desayunaban un plato de cereal.



Otras actividades que promovimos fueron **sesiones de Mindfulness** con la experta en meditación Roxana Castaños en las redes de Special K®, y alianzas con **chefs e influenciadores** para que, a través de Instagram Live, nos enseñaran sus recetas preferidas demostrando la versatilidad de nuestros productos y nuevas formas de experimentar en la cocina.



CREANDO MEJORES DÍAS EN NUESTRA COMUNIDAD

A lo largo de los años hemos puesto en práctica nuestro espíritu y corazón llevando productos Kellogg y/o desayunos completos y programas de nutrición a personas con necesidad. Seguimos haciéndolo, sobre todo hoy que el mundo vive una situación de tan alta vulnerabilidad.

Gracias a nuestro compromiso de **Alimentar a quienes más lo necesitan y crear Mejores Días** en toda la región, aprovechamos nuestras sólidas relaciones con los bancos de alimentos locales para prestar apoyo con donaciones por las desafortunadas consecuencias del COVID-19.

Para evitar que el **30% de las 1.2 millones de tiendas de abarrotes en México** cerraran definitivamente por el impacto de la crisis económica y las restricciones sanitarias por COVID-19, Kellogg y otras empresas del sector, creamos la iniciativa **#MiTiendaSegura**.

De manera coordinada, implementamos una **campaña de comunicación digital y acciones en punto de venta con la instalación de 42,000 mamparas de protección** -hechas de acrílico transparente- para que los tenderos cumplan las medidas de salubridad y se mantengan seguros.

De igual forma, a más de la mitad de estos negocios en México les compartimos información de mejores prácticas, así como un señalamiento (póster) de Tienda Segura a todas estas tienditas que reciben y atienden las mejores prácticas, para reavivar la confianza de los consumidores.



Donamos **169,000 porciones de nuestros alimentos a la SOSEP en Guatemala** para apoyar a las familias guatemaltecas afectadas por el COVID-19.

Hicimos **donaciones adicionales para apoyar a la Red de Bancos de Alimentos de México (BAMX)** debido al incremento de las necesidades alimenticias en la población. Con esto logramos llegar a 29 Bancos de Alimentos en el país y complementar alrededor de 14,000 despensas con la compra de 27,814 kg de arroz y frijol, para contribuir a la alimentación 6,954 familias durante un mes en uno de los puntos más altos de la pandemia.



En México entregamos 58,433 raciones de productos a **Qro es Uno**, una alianza que surge en Querétaro como respuesta a la crisis económica y sanitaria causada por la pandemia de COVID-19 para dar apoyo a comunidades vulnerables.



Mientras los bancos de alimentos de todo el mundo ampliaban sus operaciones para satisfacer la creciente demanda causada por la pandemia de COVID-19, la alianza de Kellogg con Global Foodbanking Network fue decisiva en nuestros esfuerzos por movilizar una respuesta humanitaria para hacer frente a la crisis inmediata, al tiempo que se creaba la capacidad y la infraestructura para un futuro más resistente.

-The Global Foodbanking Network



Kellogg's® Mejores Días

Como empresa líder en la industria de alimentos, Kellogg's® cuenta con la estrategia de Responsabilidad Social Corporativa: Mejores Días. A través de esta, buscamos impactar positivamente en nuestro entorno, abordando los problemas interconectados de bienestar, seguridad alimentaria y cambio climático, nuestra meta es crear Mejores Días para 3 mil millones de personas hacia finales de 2030.

Esta estrategia de Kellogg's® Mejores Días, cobra vida a través de cuatro pilares: nutrir con nuestros alimentos, alimentar a quienes más lo necesitan, cuidar a la gente y a nuestro planeta y vivir los valores de nuestro fundador.



NUTRIR



ALIMENTAR

Mejores Días 4 Pilares



CUIDAR

K'values

VIVIR

Objetivos Globales de Mejores Días

Kellogg's
Mejores Días
Compromisos al año 2030



Kellogg Company está impulsando un crecimiento con propósito al abordar los problemas interconectados de bienestar, seguridad alimentaria y clima, para ayudar a terminar con el hambre y crear *Mejores Días* para 3 mil millones de personas hacia finales de 2030.

NUTRIR



A las Personas
Con Nuestros
Alimentos

ALIMENTAR



A Quienes
Más lo
Necesitan

CUIDAR



A la Gente y a
Nuestro Planeta



VIVIR

Los Valores de
Nuestro
Fundador

1



Nutrir a mil millones de personas con nuestros alimentos, entregando los nutrientes que necesitan y atendiendo la desnutrición aún sin signos visibles.

2



Alimentar a 375 millones de personas que lo necesitan, a través de donación de alimentos y programas de alimentación para niños.

3



Cuidar a la gente y a nuestro planeta, apoyando a 1 millón de agricultores, especialmente a mujeres trabajadoras del campo y pequeñas agricultoras. Conservando los recursos naturales a lo largo de la cadena de valor, desde la obtención responsable de ingredientes y la reducción del desperdicio de alimentos, hasta el suministro de empaques reciclables, reusables o compostables.

4



Vivir los valores de nuestro fundador, al abogar por los niños que padecen hambre y comprometiendo a 1.5 mil millones de personas para ayudar a abordar el problema de seguridad alimentaria. Fomentando el voluntariado de los colaboradores, asegurando una cadena de suministro ética y apoyando la diversidad e inclusión.

Nutrir Con Nuestros Alimentos

A través de este pilar, a nivel global tenemos el objetivo de nutrir a **mil millones de personas con nuestros alimentos**, entregando nutrientes que necesitan para ayudar a combatir la desnutrición, aún en personas sin signos visibles. En 2020, a través de las siguientes acciones seguimos trabajando para cumplir ese compromiso:



México



Renovamos más del 19% de los cereales y continuamos trabajando para que en el 2021 sea renovado más del 30% de nuestro portafolio.

Reducción de -65% en azúcares para productos como All Bran® y -30% de sodio en productos como Zucaritas®.

Nos adaptamos rápidamente al ambiente externo regulatorio y se renovó el 100% de la comunicación de empaques con la finalidad de cumplir con la nueva norma de etiquetado y buscando resaltar los beneficios físicos, sociales y emocionales de nuestra comida.

1 REFORMULACIONES/ INNOVACIONES

Comprometidos con seguir ofreciendo alimentos de la más alta calidad y con los mejores perfiles nutricionales que satisfagan las necesidades de sus consumidores:

Latinoamérica gracias a su compromiso en la constante renovación e innovación de alimentos, logró considerables avances en la reducción de sodio y azúcar. En este sentido:

Mantuvimos el compromiso de que más del 90% de nuestros productos sean libres de colorantes, conservadores y saborizantes artificiales utilizando ingredientes de origen natural.

El 100% de las innovaciones en Latinoamérica fueron alimentos de origen vegetal.



2 INSTITUTO DE NUTRICIÓN Y SALUD KELLOGG'S® (INSK)

A través del INSK difundimos información de salud y nutrición, basada en evidencia científica, convirtiéndonos en un referente y fuente de información confiable para la población, a través de distintos medios.



Influencia mediante alianzas de valor con instituciones académicas y científicas

Se conformaron y mantuvieron alianzas con Instituciones Académicas y voces promotoras de la Nutrición y la Tecnología de Alimentos. Algunas de estas alianzas fueron:



Brasil



En conjunto con el International Life Science Institute (ILSI) formamos parte del **comité de Estilos de Vida Saludable**, lanzando un total de 4 webinars nacionales e internacionales para generar conciencia sobre los cambios de la alimentación durante la pandemia, e impulsar el conocimiento sobre la **importancia de una Nutrición sostenible mediante dietas basadas en plantas**.

Además, fuimos partícipes en el desarrollo del proyecto Pesquisa de **Orçamentos Familiares (POF) 2017/2018**, con el objetivo de analizar los patrones de consumo de los alimentos de la población adulta brasileña.



México



En alianza con miembros del **Colegio Mexicano de Nutriólogos**, la **Alianza para una óptima Nutrición Materno-infantil** y la **Universidad Autónoma de Nuevo León**, se desarrollaron documentos técnicos para participar en los foros de discusión sobre etiquetado frontal y fortificación de alimentos.



En el marco del día mundial de la Diabetes, en alianza con miembros de la **Federación Mexicana de Diabetes** realizamos una campaña en redes sociales para posicionar a la fibra como ingrediente positivo en la dieta del paciente con diabetes.



Se apoyaron congresos como la Semana Nacional de Gastroenterología, la Asociación Mexicana de Facultades y Escuelas de Nutrición; y reuniones académicas del colegio Mexicano de Nutriólogos.



Educación y promoción de la salud



Durante el 2020, a través de la promoción de bienestar, hábitos y conocimientos empoderamos a las personas para que tomen decisiones que les permitan llevar un estilo de vida más saludable.

Durante este periodo el INSK confirmó su objetivo de **dar soporte y exaltar los beneficios funcionales de los alimentos de Kellogg's® brindando alternativas para que los consumidores puedan incluirlos como parte de sus comidas o snacks**. Basados en los 3 pilares de Wellbeing (Social, Físico y Emocional) el INSK inició una evolución en la narrativa de sus redes sociales para posicionar los productos Kellogg's, los conceptos alrededor de ellos y temas tendencia que sirven para mantener a la audiencia conectada con nosotros.

Investigación:

Con la finalidad de promover la divulgación de la ciencia de la Nutrición y alineada a las prioridades del negocio. El INSK en alianza con la **Asociación Mexicana de Gastroenterología**, con más de 17 investigadores de diferentes instituciones públicas y privadas de México realizamos una revisión sistemática de la literatura y elaborar una Postura Técnica sobre **los beneficios de la fibra en la microbiota intestinal humana**, este documento científico será publicado en el año 2021 en la Revista Mexicana de Gastroenterología y será de utilidad para sustentar y comunicar beneficios de la fibra en la salud de las personas más allá de la digestión.



En el **pilar físico** se habló principalmente de salud digestiva, fibra en cereales, dieta basada en plantas, ejercicio, fortalecimiento del sistema inmune, ocasiones de consumo de cereal; así como del etiquetado frontal y temas de nutrición que permitieron redondear toda esta comunicación.



En el [pilar social](#) se habló sobre temas sobre alimentación consiente (no al desperdicio de alimentos, su máximo aprovechamiento) y agricultura sostenible (consumo local, rol de la mujer en la agricultura, seguridad alimentaria) alineados con la estrategia corporativa.



En el [pilar emocional](#) se habló sobre comida emocional, estrés y cómo una buena alimentación puede ayudar al estado de ánimo.

En sinergia con el equipo de filantropía se apoyaron las actividades del Día Mundial de la Alimentación impartiendo una plática para **Fundación para la Protección de la Niñez impactando a 130 personas** que trabajan en comedores de alimentos con el fin de proveerles herramientas para la atención de las comunidades vulnerables en temas de salud, alimentación y nutrición.



Alimentar A Quienes Más Lo Necesitan

En Kellogg nos comprometemos a abordar la seguridad alimentaria y a crear Mejores Días para 3.000 millones de personas para finales de 2030. Nuestra meta global es alimentar a 375 millones de personas que lo necesitan a través de nuestras marcas de confianza. Aquí está el reporte resumido de las acciones que se realizaron en Latinoamérica durante el 2020 y que nos acercan a esa meta.

En Latinoamérica,
durante 2020, donamos



24,319,416

de porciones de nuestros
alimentos a través de

[20 aliados sociales en]



*México, Guatemala, Costa
Rica, El Salvador, Ecuador,
Colombia y Brasil.*

A través de 4 programas
de desayunos con
nuestros aliados sociales,
entregamos donativos en



efectivo

y en especie para la entrega
de desayunos completos de



cereal

+



leche

+



fruta

beneficiando a más de

28,000

*niños en México, Brasil,
Colombia y Guatemala.*



Logramos

29,910,168

live engagements

a través de campañas
comerciales y digitales



para impulsar la acción e
involucramiento de las
personas.



Posicionamos las fuertes
figuras de nuestro equipo de
liderazgo en los medios de
comunicación externos
con temas sociales, así
como el fortalecimiento de
las acciones filantrópicas
en toda la región.



Entregamos una ayuda
especial de más de



**400,000
porciones**

de alimentos y donaciones
en efectivo para apoyar a
los afectados por los
huracanes ETA e IOTA, en
los estados de

*Veracruz, Chiapas y Tabasco
en México y en los países de
Nicaragua, Guatemala y
Honduras en Centroamérica.*

**YO SOY
VOLUNTARIO**

Debido a la pandemia,
implementamos opciones
de **voluntariado
virtual** para que los
empleados pudieran a
diferentes organizaciones
con actividades como:



Donación de productos
Kellogg al banco de
alimentos local.



Clases virtuales para niños.



Creación y donación de
mascarillas de tela para las
personas afectadas por la
crisis ocasionada por
COVID-19.



Estas son algunas de las acciones más relevantes que se realizaron por país durante 2020:



Colombia



A través del apoyo al programa de desayunos en 2020 ABACO llegó a más de 177.000 familias en 6 estados de Colombia.



La Asociación de Banco de Alimentos de Colombia (ABACO) amplió significativamente sus operaciones para satisfacer el aumento de la demanda a raíz de la crisis de COVID-19. En 2020 llegó a más de 3 millones de personas, un aumento del 391% con respecto a 2019, gracias a las donaciones en efectivo de Kellogg entre otros aliados sociales estratégicos.



Adicionalmente entregamos fondos para apoyar a ABACO con el programa REAGRO a través de la adquisición de camiones, con el objetivo de recuperar hasta 8 toneladas de frutas y verduras que vienen directamente del campo, para ser entregadas a población vulnerable en Cali.



México



Kellogg, como lo ha hecho desde hace más de 10 años, estuvo presente en la noble labor de **Juguetón**, la campaña de colecta y entrega de juguetes más grande del mundo, donando 320,000 porciones de alimento para que muchos de los niños, además de recibir un juguete, recibieran nuestros productos para hacer su día aún más especial.



A través de nuestra alianza con la Fundación para la Protección de la Niñez, durante el 2020 contribuimos a distribuir 3,086,310 porciones de cereal sirviendo a 192 organizaciones, 21,807 niños y niñas, 1,262 jóvenes, 1,849 adultos mayores, y 30,02 familias, incluyendo a 730 personas con discapacidad. A pesar de que muchas ONG a las cuales la Fundación apoyaba cerraron debido al COVID-19, en lugar de retirar esa donación, la reubicamos buscando en conjunto otras organizaciones a las cuales empresas dejaron de apoyar debido a la contingencia.

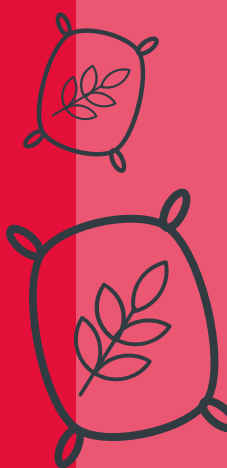


Para FPN, el programa de Mejores Días de Kellogg's®, además de incidir en la seguridad alimentaria de miles de niños, niñas, familias y sus comunidades, es un propulsor de relaciones colaborativas que generan bienestar social.

- Fundación para la Protección de la Niñez



Brindamos apoyo ininterrumpido a la Red de Bancos de Alimentos de México, lo cual, aunado a las contribuciones de todos sus aliados, lograron atender a más de 2 millones de personas, un aumento del 44% respecto a 2019. A partir de la pandemia la Red BAMX experimentó un aumento del 50% de las familias y personas necesitadas, por lo que requirió una mayor capacidad para atender la alta demanda de apoyo alimentario, la necesidad de más recursos financieros, junto a protocolos ajustados para garantizar el máximo cuidado en la salud y el bienestar del personal de los 55 Bancos de Alimentos, así como el de las comunidades.





Guatemala



El programa Desayuno para Mejores Días con Fondo Unido en 2020, contribuyó a mejorar la nutrición de 1,769 niñas y niños en edades de 4 a 12 años, pertenecientes a 5 escuelas ubicadas en el municipio de Mixco, Guatemala. Además de favorecer la nutrición, el desayuno contribuyó con la asistencia y permanencia de los niños en la escuela durante el primer trimestre del 2020, previo a la emergencia del Covid-19.



Desde el último trimestre del 2019, el proyecto promovió fortalecer y generar habilidades en niños, maestros y padres de familia para una alimentación saludable, hábitos de higiene adecuados y prevención de la salud, a través de un proceso de fortalecimiento de capacidades.



Tener un aliado como Kellogg, nos ha permitido en United Way medir el impacto de un programa como es Desayunos Escolares en comunidades vulnerables. Comprobando a través de los años cómo esta iniciativa funciona como compensador social y contribuye a la retención de los niños y niñas en la escuela, sumando de manera transformadora y vital a su nutrición, desarrollo físico y cognitivo.

- Belia Meneses, Directora Ejecutiva United Way Guatemala



El banco de alimentos “Desarrollo en Movimiento” en Guatemala fue un aliado estratégico para paliar los efectos del COVID-19 en las comunidades vulnerables. En 2020 a través de una aportación monetaria, contribuimos a atender a 149,000 guatemaltecos en situación vulnerable.



Gracias al apoyo que hemos recibido de parte de Kellogg's® contribuimos en mejorar la nutrición de los niños en Guatemala, es muy gratificante trabajar en conjunto con empresas multinacionales socialmente responsables y que se preocupan por el bienestar de las familias guatemaltecas.

- Juan Pablo Ruano, Gerente de Proyecto Desarrollo en Movimiento.





Brasil



Con nuestras donaciones de producto en Brasil logramos llegar a 6,590,224 personas en 4 estados a través de MESA Brasil, la red de bancos de alimentos del país.

Además, hicimos una donación de fondos sin restricciones para proveer soporte durante la pandemia, con lo cual Mesa Brasil Sesc, logró atender a más de 3.4 millones de personas, un aumento del 149% con respecto a 2019. Debido a las restricciones exigidas por el COVID-19, Mesa Brasil Sesc tuvo que reinventar su red de distribución y cambiar rápidamente hacia modelos sin contacto. Idearon un enfoque para proporcionar canastas de alimentos que contenían 14,6 kilos de alimentos, suficientes para una familia de cuatro personas durante cuatro semanas, así como artículos de higiene y limpieza a través de organizaciones en 19 estados gravemente afectados.

Logramos proporcionar directamente a las familias comidas preparadas y saludables. Este programa está en marcha en el futuro inmediato, ya que los casos de COVID-19 siguen aumentando y el impacto económico de la crisis se profundiza.



Realizamos la donación de más de 19,000 dólares para la compra de equipamiento para el hospital del municipio de San Lorenzo con la finalidad de beneficiar a la población en general y pacientes que acuden a las unidades médicas a causa del Covid-19.



A través de la campaña “Apoyar al Ministerio de Ciudadanía” por medio de nuestros aliados de Mesa Brasil y ABIA aportamos la donación de 10 toneladas de nuestra comida para personas mayores.

Participamos en el programa de donación de alimentos de Carrefour donando 5 toneladas de alimentos a esta importante iniciativa de nuestro socio comercial.

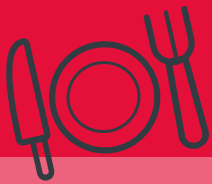


Día Mundial De La Alimentación (DMA)

Como cada 16 de octubre se conmemora el DMA, y este 2020, en especial por el 75° aniversario de la FAO y por la situación de la crisis por la pandemia de COVID-19, se hizo un llamado a la solidaridad internacional para ayudar a que los sistemas alimentarios sean sostenibles para apoyar a quien más lo necesita.

La celebración del Día Mundial de la Alimentación alcanzó un alto nivel de conversación en Latinoamérica, donde Kellogg lideró la conversación para generar consciencia social en torno a este tema, además de realizar fuertes actividades internas y de la mano de nuestros aliados sociales.

Estas son algunas de las principales acciones que realizamos en Latinoamérica alrededor de esta celebración mundial.



Donamos **3.3 millones de porciones de alimentos** en el marco del Día Mundial de la Alimentación, uno de nuestros principales momentos del año.

Hicimos una serie de actividades internas para sensibilizar a nuestra comunidad alrededor de la importancia de evitar el desperdicio de alimentos, como concursos de recetas con comida rescatada, impulsamos a los empleados a donar a los bancos de alimentos, e hicimos el lanzamiento de “Mejores Días Podcast” un espacio para dar a conocer a los colaboradores las acciones de Responsabilidad Social en Kellogg.

Para celebrar el Día Mundial de la Alimentación 2020, nos asociamos con Walmart de México y Centroamérica y varias empresas dentro de la iniciativa "Impacto Colectivo por la Alimentación". Esta alianza conjunta recolectó más de 67,000 kilos de productos de primera necesidad, los cuales fueron entregados a los bancos de alimentos de Costa Rica y El Salvador beneficiando a más de 225,000 personas necesitadas.



Nuestros líderes en toda la región fueron los principales embajadores, participando en más de **30 publicaciones de relaciones públicas** con diferentes medios de comunicación, así como más de 10 entrevistas y 5 webinars con aliados sociales como los Bancos de Alimentos, CYMMIT, y diferentes chefs. En Brasil, la alianza contó con la presencia del chef Carlos Bertolazzi, embajador de las pastas Paratl.

Con el objetivo de concientizar sobre la problemática de inseguridad alimentaria en Latinoamérica, el desperdicio de alimentos, y cómo todos podemos aportar hacia el Hambre Cero.

RECONOCEMOS LA LABOR DE LOS BANCOS DE ALIMENTOS.



¡Da clic para ver el video!



Kellogg's®

Nutrir A La Gente Y A Nuestro Planeta



En Kellogg, lograr la seguridad alimentaria es el núcleo de nuestro compromiso con la sociedad. Pero considerar el hambre de forma aislada solo aborda una parte del problema. **La seguridad alimentaria está entrelazada con otros desafíos importantes. Por ejemplo: el impacto del clima, el dilema del desperdicio de alimentos y el agotamiento de nuestros recursos naturales.**

Si vamos a abordar la seguridad alimentaria, debemos comprender todas las causas fundamentales y trabajar de manera integral para abordarlas a través de una serie de soluciones naturales y de otro tipo, que incluyen mejorar la salud del suelo, proteger la biodiversidad, detener la deforestación y mitigar los gases de efecto invernadero.

NUESTRAS AMBICIONES SON ALTAS... Y LAS ESTAMOS ALCANZANDO



Kellogg a nivel global ha ayudado a más de **433,000 agricultores** a adoptar **prácticas de agricultura sostenible** que apoyan biodiversidad y mejora la resiliencia climática.



Mejoramos el reconocimiento del liderazgo en Sustentabilidad de Kellogg, a través de **"Apoyando al Campo Mexicano"** y la leyenda que aparece en más de 30 millones de paquetes de cereales, involucrando a **+10 millones de consumidores/compradores** con nuestros esfuerzos de Mejores Días.

Por otro lado, nuestra compañía cuenta con una de las **huellas más pequeñas de empaques de plástico** entre empresas de alimentos pares a nivel global, según el reporte de La Nueva Economía del Plástico de la Fundación Ellen Macarthur. Aunado a ello, **Kellogg Latinoamérica ha logrado el 85% de reciclabilidad de sus empaques, y seguimos trabajando para alcanzar el 100% para 2025.**



Particularmente en México, en conjunto con el **CIMMYT**, hemos apoyado a más de **300,000 agricultores** de diferentes cultivos, además de **impulsar el abastecimiento responsable del maíz** para nuestra producción, fomentando prácticas sustentables, o reduciendo el riesgo de utilización inadecuada de agroquímicos en más de 3,000 hectáreas.

A nivel global **redujimos las emisiones de gases de efecto invernadero en un 20% en nuestras plantas.** En LATAM, tan solo de 2015 a 2020 redujimos el uso de energía en un 6.4%, y el agua en un 3% a través de actualizaciones de tecnología, innovación y un sistema robusto de identificación de pérdidas.



Necesitamos aumentar los rendimientos y los ingresos de los productores, pero también cuidar el medioambiente y hacer que la agricultura sea la solución al cambio climático. Esta es una gran oportunidad para que juntos creemos un mejor futuro. Entre todos podemos construir una cadena de valor en sintonía con el medio ambiente. Para el CIMMYT es un orgullo impulsar proyectos como este donde **sumamos el esfuerzo de agricultores que producen más y mejor, y el de compañías como Kellogg interesadas en producir sustentablemente para satisfacer las necesidades del consumidor.**

- Dr. Bram Govaerts, Director General a.i. del CIMMYT



Realizamos **esfuerzos e inversiones en nuestras plantas de producción para optimizar** nuestro uso de energía, gas y agua, entre algunas de estas acciones se encuentran:



Planta Toluca y Guayaquil:

En nuestras **plantas de producción**, se **reemplazaron algunas calderas** por calderas de alta eficiencia.



GUAYAQUIL



Planta Toluca:

Invertimos en un **proyecto de trigeneración** para utilizar el calor residual que resulta de la energía eléctrica, en la generación de vapor como combustible que se utiliza en los procesos de producción y también aprovechar la generación de electricidad para conseguir refrigeración del agua.



TOLUCA



Planta Querétaro:

Proyecto de **Cogeneración de Energía** el cual implica, por un lado, generar electricidad a partir de gas natural en los generadores ya existentes y adicionalmente **generamos vapor a partir de los gases calientes** que salen de los generadores, los cuales son recuperados para usarlos como combustible de dos calderas nuevas.



QUERÉTARO



Plantas de Querétaro y Mexicali:

Se implementaron proyectos de **ahorro de gas y agua**, a través de la renovación del sistema de recuperación de condensados y cambio de trampas de vapor, así como sistemas de reúso de agua en rotoclones, implementación de pistolas hidro limpiadoras de alta presión para ahorrar agua en las limpiezas, etc.



MEXICALI



Planta San Lorenzo del Oeste, Brail:

Cuenta con un **Área de Preservación Permanente (APP)** que se está revitalizando con plantas nativas brasileñas.

En 2020, se preparó para recibir la **primera auditoría de la Mesa Redonda de Aceptación de Palma Sostenible (RSPO)**.



SAN LORENZO OESTE

Vivir Los Valores De Nuestro Fundador



“Mantén tus pies en la tierra y tu cabeza en alto, pero no demasiado en alto. Sé humilde.”

— W. K. Kellogg

Nuestros valores también forman parte de nuestro ADN. **Guían la forma en que trabajamos con nuestros socios comerciales, dentro de nuestras comunidades y nosotros mismos como colaboradores.**

Por eso, uno de los pilares fundamentales de esta estrategia es “Vivir los valores de nuestro fundador”, y este año, nuestros valores K han jugado un papel clave para ayudar a superar obstáculos importantes. A pesar de las extraordinarias circunstancias de 2020, todos en Kellogg hemos superado los desafíos y perseverado. Eso hace que este sea un año particularmente importante para reconocer contribuciones significativas.

RECONOCIMIENTO A LA VIVENCIA DE LOS VALORES KELLOGG



Nuestros Premios W.K. Kellogg Values Awards, tienen el objetivo de reconocer, reforzar y fomentar los comportamientos más ejemplares que **demuestran nuestros valores de Pasión, Integridad y Respeto, Responsabilidad, Simplicidad, Éxito, Humildad y Hambre de Aprender.**



Las nominaciones a estos premios son realizadas directamente por nuestros empleados, y posteriormente los comités de selecciones eligen los reconocimientos. **En 2020, participaron todas las regiones de Kellogg a nivel global y en Latinoamérica tuvimos la mayor participación, con un total de 699 nominaciones.**

Por primera vez, el 2020 la ceremonia se celebró de manera virtual y contó con la presencia de Nicolás Amaya, VP y Presidente de Kellogg Latinoamérica, así como del equipo de liderazgo regional, quienes personalmente entregaron los reconocimientos a todos los ganadores de Kellogg Latinoamérica.



W.K. Kellogg
Values Award
EL MÁS ALTO HONOR



VOLUNTARIADO

Este pilar busca **comprometer a 1.5 mil millones de personas para ayudar a abordar el problema de seguridad alimentaria**, abogando por los niños que padecen hambre. Este compromiso incluye el fomentar el voluntariado de los colaboradores, **logrando 45,000 días de voluntariado para el 2030 a nivel mundial.**

Durante 2020, logramos hacer la transición del voluntariado presencial y mantener enganchados a los colaboradores Kellogg y sus familias para contribuir con su comunidad a través de opciones de voluntariado virtual.

Algunas de ellas fueron lectura de cuentos para niños de manera virtual, videos de agradecimiento de parte de los empleados a los trabajadores de los bancos de alimentos en la región, donación de cubrebocas de tela a fundaciones que lo necesitaban, entre otras. Adicional, habilitamos la opción para que los empleados pudieran donar directamente sus raciones de cereal, **logrando aprox. 9,000 porciones donadas para beneficiar a bancos de alimentos y diferentes instituciones sociales.**





PROMOVIENDO LA EQUITAD, DIVERSIDAD E INCLUSIÓN



Para alcanzar verdaderamente la Equidad, Diversidad e Inclusión dentro de nuestra compañía, **existen diferentes grupos de empleados que a lo largo del año realizan distintas actividades dependiendo de su enfoque.** A continuación, mencionamos a los principales y algunas de sus actividades durante el 2020.



- Obtuvimos el segundo lugar en el “**Ranking PAR**”, en la categoría de empresas privadas de más de 1,000 colaboradores, por nuestras prácticas que promueven la equidad de género en Latinoamérica.



- Tras la muerte de João Alberto Silveira Freitas por un crimen racial, **Kellogg se unió a 13 empresas de bienes de consumo para asumir un compromiso público para combatir el racismo y lograr la equidad racial en Brasil.**

Esta iniciativa lleva el nombre de “**MOVER**” y el grupo tiene el objetivo de actuar conjuntamente como herramienta de contribución y acción en la **lucha contra el racismo**, a través de acciones para promover la diversidad y la inclusión, con el objetivo principal de contratar, desarrollar y promover a afrodescendientes en puestos de liderazgo en las organizaciones, trabajando con acciones concretas para combatir el racismo estructural y reducir la desigualdad en Brasil. Acelerando cambios efectivos en la búsqueda de la equidad racial en nuestra sociedad, trabajando juntos y con determinación en toda nuestra cadena de valor.



- Realización del **#EnCasaChallenge**, con una duración de 5 días, mediante el cual energizamos y comprometimos a todas las generaciones via Yammer, **brindando un poco de positividad en estos tiempos.**



- Contamos con la presencia de 4 diferentes líderes internos para 3 diferentes encuentros de negocios que llevaron a cabo a lo largo del año, los cuales tocaron temas desde el **desafío de la transición de nuestra región Andina a Pacífico**, hasta inquietudes sobre la vida laboral.

- Llevamos a cabo la **graduación de los pasantes**, contando con Víctor Marroquín, VP&GM de México, como anfitrión.



- Creamos un programa de **Mentoring by YP**, el primero en su tipo en Kellogg Latinoamérica, donde activamos **30 relaciones de tutoría entre jóvenes y líderes** de la organización para **promover el desarrollo de carrera de los jóvenes profesionales.**

- Expandimos el BERG con equipos en Brasil y Pacífico.



KPRIDE & ALLIES

KPRIDE & ALLIES tiene la misión de construir una ruta de oportunidades alrededor de la representación, visibilidad y progreso para las personas de la comunidad LGBTQIA+, tanto interna como externamente, creando un lugar en la mesa para todos.

Algunos de los logros más importantes en el 2020 fueron:



Por cuarto año consecutivo, gracias a nuestros esfuerzos, Kellogg ha sido nombrada como uno de los mejores lugares para trabajar para la comunidad LGBTQ+ en México.

Plática sobre Espacios Seguros, en el marco del Mes del Orgullo.

Tour virtual en colaboración con el Museo de Memoria y Tolerancia "LGBT+: Explora la riqueza de la diversidad, entendimiento del género y de la orientación sexual", en el marco del Día del Espíritu.

Creación de un newsletter interno con recapitulación de las actividades, información relevante y logros del BERG.

Foro con líderes LGBTQ+ de Kellogg compartiendo sus experiencias personales y profesionales: "Bienvenidos a nuestra mesa".

Creación de la guía de aliados, para reconocer el esfuerzo de aquellos miembros que se encuentran comprometidos con el BERG.

Tuvimos presencia dentro de "Pride Connection Summit 2020", dentro del cual aprendimos de los esfuerzos de otras compañías para promover la equidad en los espacios de trabajo.

Para contribuir a las diferentes problemáticas en la comunidad LGBTQ+, dimos donaciones tanto monetarias como en especie a las siguientes organizaciones: It Gets Better México, Museo de la Memoria y Tolerancia, Casa de las Muñecas Tiresias y Casa Hogar Frida.



WOK

Women of Kellogg (WOK) inició su trayectoria en México durante el año 2014 siendo el primer Business Employee Resource Group (BERG) en Latinoamérica. Por más de 5 años, WOK ha impactado a miles de colaboradores manteniendo su misión de construir un ambiente de equidad e inclusión que promueva el crecimiento de la mujer tanto en el interior como en el exterior de la compañía.



Brindando apoyo a las familias durante la contingencia

En 2020, Women of Kellogg buscó aprovechar la creatividad y las ideas de papás y mamás para mejorar su experiencia durante la pandemia, enfocándose en dar guía y consejos para cómo lograr trabajar desde casa con niños, por lo cual organizaron 8 diversas pláticas de forma remota, entre las cuales se encontraron:



¿Cómo trabajar desde casa con niños?



Tips para trabajar desde casa.



Mamás trabajadoras: tips de bienestar.



Papás trabajadores.



Kellogg's® Mejores Días

Nuestra visión es lograr que las familias no sólo estén alimentadas, sino realizadas y satisfechas. Creemos que podemos vivir en un mundo con igualdad de oportunidades en el que las personas puedan obtener los alimentos y nutrientes necesarios para su desarrollo, logrando así Mejores Días.

