

Mondelēz International anuncia su compromiso global con el Bienestar

- La plataforma integra iniciativas de Sustentabilidad, Salud & Bienestar, Comunidad y Seguridad.
- Se establecen objetivos para mejorar el contenido nutricional y ampliar las opciones de porción controlada.
- Inversiones por U\$S 50 millones en comunidades para incentivar estilos de vida saludables.
- Apoyo por U\$S 600 millones reforzando el compromiso con la Agricultura responsable y buenas prácticas ambientales.

DEERFIELD, III. –Marzo, 2014 – Mondelēz International inauguró el “*Llamado al Bienestar*”, un plan para mejorar el bienestar del planeta y de todos los que habitan en él, desde los agricultores, hasta los consumidores. La estrategia busca ampliar el alcance y el impacto de los programas que tiene la empresa alrededor del mundo. Comenzando con nuevos objetivos globales de nutrición en todos sus productos.

“Sabemos que la salud de las personas, las comunidades, nuestro negocio y el planeta están conectados”, afirma Christine McGrath, Vicepresidente de Asuntos Corporativos y directora de la plataforma global de Bienestar de la empresa. “Las personas alrededor del mundo desean tener una vida más sana, a vivir mejor, pero nadie puede lograrlo solo. Queremos trabajar con otros para ampliar la conversación sobre el bienestar, y poner una mirada de emprendedor para ocuparnos de la creciente preocupación sobre la salud pública y el ambiente”.

El “*Llamado al Bienestar*” de la empresa tiene foco en cuatro áreas de acción:

- Impulsando a los consumidores a comer con conciencia.
- Promocionando estilos de vida saludables, a través de alianzas con comunidades.
- Asegurando el abastecimiento a través de una agricultura sostenible y reduciendo la huella ambiental.
- Manteniendo a las personas y los productos seguros.

Impulsar a los consumidores a comer con conciencia y a asociarse con las comunidades

Mondelēz International, es la mayor empresa de snacks en el mundo, y está comprometida en ayudar a que las personas elijan sus alimentos de una forma consciente. Por primera vez la compañía, a nivel mundial, se ha colocado objetivos nutricionales, para alcanzar las siguientes metas para el año 2020:

- Ampliar los productos “*Better Choice*” al 25 % de los ingresos.
- Reducir el sodio y las grasas saturadas en un 10 %.
- Aumentar el contenido de cereales integrales en 25 %.
- Aumentar las opciones de envase individual de 200 calorías -o menos-, en un 25 %.

Además de la evolución de sus productos, para finales de 2016 planeamos colocar la información de calorías en el frente de nuestros envases. Estos esfuerzos combinados están alineados con los objetivos de la Organización Mundial de la Salud, enfocados en la reducción del consumo de sal y grasas saturadas, y en lograr que las personas sean capaces de administrar de mejor manera la ingesta de calorías y azúcar.

Como parte de esta estrategia también invertiremos \$50 millones en asociaciones comunitarias para el estilo de vida saludable, que por los próximos años estarán enfocados en educación nutricional y la promoción de estilos de vida saludable.

Asegurar el abastecimiento de agricultura sostenible y reducir la huella ambiental

La estrategia del “*Llamado al Bienestar*” se construye sobre el esfuerzo de la compañía por proteger el bienestar del planeta mediante recursos sustentables, operaciones y abastecimiento integrados. El compromiso de Mondelēz International con sus proveedores radica en:

- Ayudar a los agricultores en la creación de mejores comunidades, mediante la inversión de U\$S 600 millones a 10 años en los programas exclusivos de [Cocoa Life](#) y [Coffee Made Happy](#).
- Promocionar la biodiversidad y las buenas prácticas ambientales a través del programa [Harmony](#) (el exitoso programa en Europa para el abastecimiento de trigo)
- Para el 2015, nos proponemos la reducción de nuestra huella ambiental en un 15 %, con la disminución del uso de energía y de agua, los deshechos y la emisión de gases invernaderos producto de la manufactura.

Entre los planes de la empresa también se encuentran que para el 2015, 60 por ciento de su producción en Plantas sea cero basura a los rellenos sanitarios.

Las prácticas sustentables de Mondelēz International han sido reconocidas por grandes organizaciones, tales como el Dow Jones Sustainability Index. Asimismo, la compañía está incorporando prácticas sustentables de abastecimiento en otras materias primas. En diciembre pasado, dos años antes de lo planificado, la empresa logró una Mesa Redonda para Aceite de Palma Sustentable, para la cobertura del 100% del aceite de palma comprado en el año 2013.

Mantener a las personas y los productos seguros

“La seguridad de nuestros empleados alrededor del mundo y de los snacks que producimos, se mantiene como nuestra máxima prioridad” afirma McGrath. Mondelēz International tiene como objetivo lograr un excelente desempeño en seguridad por parte de sus empleados. En su búsqueda por alcanzarlo, para el año 2015 se espera que todas las plantas logren la certificación de seguridad alimentaria de terceros.

Para conocer más sobre la estrategia de bienestar de la compañía ingresar en www.mondelezinternational.com/well-being

Acerca de Mondelez International

Mondelez International, Inc. (NASDAQ: MDLZ) es una empresa líder mundial en chocolates, galletas, chicles, caramelos, café y bebidas en polvo, con ingresos en el 2013 por U\$S 35 mil millones y creando deliciosos momentos de alegría en 165 países. La compañía tiene su origen en la decisión estratégica de Kraft Foods Inc. de dividir en Octubre 2012 su negocio de alimentos de Norteamérica y así crear dos compañías líderes en la industria: una perteneciente al negocio de snacks con alcance global y otra específicamente para el sector de alimentos del mercado norteamericano. El portfolio de Mondelēz International incluye marcas que superan los mil millones de dólares en facturación anual como ser los chocolates Cadbury y Milka, el café Jacobs, las galletas Oreo, Nabisco y LU, la bebida en polvo Tang y los chicles Trident. Mondelēz International es miembro de los índices Standard & Poor’s 500, del NASDAQ 100 y del Dow Jones de Sustentabilidad.

La variedad de productos que se comercializan en Argentina incluye marcas líderes como Oreo, Beldent, Tang, Clight, Milka, Halls, Mantecol, Tita, Rhodesia, Terrabusi, Express, Cerealitas, Cadbury, Bubbalo, Bazooka, Club Social y Royal. Actualmente, brinda empleo a más de 4.800 personas y posee cuatro plantas industriales, una en Gral. Pacheco, donde se producen las categorías de galletitas, pastas y chocolates, otra en Victoria donde se elaboran caramelos, chicles y chocolates, un molino harinero en Tres Arroyos, Provincia de Buenos Aires, y la planta de producción de bebidas en polvo y postres para preparar en Villa Mercedes, San Luis.