1. Propósito

Establecer lineamientos generales que integren en nuestra estrategia comercial, prácticas de precios y distribución que garanticen la accesibilidad al portafolio saludable a nuestros consumidores de bajos ingresos.

2. Alcance

Esta política aplica a todos los colaboradores que sean responsables del portafolio saludable en todas las subsidiarias y Organizaciones de Grupo Bimbo.

3. Definiciones

Categoría del producto: Categorías establecidas para evaluar la calidad nutricional de nuestros productos y para considerar las características técnicas y patrones de consumo de cada uno de ellos, de la siguiente manera:

- Consumo diario: productos presentes en momentos clave de consumo (panes, bollos, tortillas, pan estilo árabe, *bagels* para el desayuno y *muffins* ingleses-).
- Consumo ocasional: productos presentes en entrecomidas o colaciones y momentos especiales en los que se recomienda un consumo moderado.

Consumidores de bajos ingresos: Aquellos consumidores que se encuentran en el nivel socioeconómico más bajo, definido de acuerdo con la definición local de nivel socioeconómico de cada país en el que se mide la penetración en los hogares.

Fortificado/enriquecido: Adicionar uno o más nutrientes esenciales a una dieta, con el propósito de prevenir o corregir alguna deficiencia demostrada de uno o más nutrientes en la población o en grupos específicos de ésta.

Grupos vulnerables: De acuerdo con el documento: ***PGB-SU-02 Mejores Perfiles Nutricionales*** son personas en riesgo de sufrir de inseguridad alimentaria o malnutrición debido a factores nutricionales.

Portafolio saludable: Incluye aquellos productos con una puntuación igual o mayor a 3.5 puntos en el sistema de calificación HSR.

Precio promedio de mercado: Es el precio promedio que los consumidores pagan por una categoría o subcategoría considerando la mezcla de todos los productos del mercado, los canales, los descuentos y actividades promocionales en un periodo determinado.

Productos accesibles: Aquellos productos que tengan por lo menos un 50% de presencia en el mercado de la localidad en la que se encuentren los productos más vendidos. Distribuidos en todas partes a un precio asequible. Estos incluyen opciones fortificadas con micronutrientes, accesibles y asequibles para las poblaciones vulnerables, impulsando así una mejora en la calidad nutricional de nuestros consumidores.

Productos asequibles: Productos que estén a la par o por debajo del precio promedio de mercado, en relación con la misma categoría o subcategoría.

Sistema de calificación *Health Star Rating* (HSR): Sistema de calificación en el frente del empaque que califica el perfil nutricional general de los alimentos empacados y les asigna una calificación que va desde ½ estrella a 5 estrellas. Cuantas más estrellas, más saludable es la opción.

4. Responsabilidades

Dirección Global de Investigación y Desarrollo - Nutrición: Apoyar al área local de desarrollo de nuevos productos o al área local de investigación y desarrollo en las unidades de negocios, con el fin de evaluar el perfil nutricional de su portafolio de productos y así identificar aquella que sea saludable. Orientar a las unidades de negocio de GB en la reformulación de sus productos para aumentar el uso de ingredientes positivos, disminuir el uso de los ingredientes percibidos como negativos y/o incentivar la reducción de porciones, para mejorar el perfil nutricional de los productos que así lo requieran. Garantizar que la información en el empaque concuerde con las formulaciones y cumpla con la normativa local, para garantizar la transparencia.

Dirección Global de Salud y Bienestar: Establecer los lineamientos generales de esta política. Monitorear su cumplimiento anual a través de una evaluación de acuerdo con el Anexo I. Apoyar a las unidades de negocios de GB en el desarrollo e implementación de la estrategia de portafolio saludable mediante:

- El fomento del crecimiento del portafolio de productos saludables actual y el mejoramiento de la precepción saludable, incorporando leyendas en los empaques y maximizando la estrategia comercial;
- La promoción de prácticas comerciales que contribuyan a llegar a los consumidores de ingresos más bajos con nuestro portafolio saludable;
- La identificación de la innovación necesaria para satisfacer las necesidades de los consumidores.

Dirección Global de Asuntos Corporativos: Apoyar a las unidades de negocios de GB a fortalecer las relaciones con los gobiernos, organizaciones no gubernamentales, asociaciones industriales e instituciones no lucrativas, de acuerdo con nuestras políticas globales de asuntos corporativos, en programas encaminados a acercar nuestros productos, especialmente los del portafolio saludable, a las poblaciones vulnerables.

Área comercial local: Revisar trimestralmente que se mantenga actualizado el precio de cada producto, garantizando la asequibilidad y accesibilidad del portafolio saludable en su región, de acuerdo con esta política. Medir y monitorear cuando menos una vez al año el índice de precios del portafolio saludable para garantizar la asequibilidad y la distribución numérica y asegurar la accesibilidad. Ajustar los precios en caso de desviación de esta política e intentar llegar con el portafolio saludable a la mayor parte de puntos de venta posible. Poner en marcha iniciativas adicionales referentes a la cartera (ejemplo: lanzamiento de productos asequibles) para llegar a los consumidores de menores ingresos.

5. Lineamientos generales para las organizaciones de GB

De acuerdo con nuestra estrategia de sostenibilidad ***PGB-SU-01 Manual - Alimentamos un mundo mejor***, debemos asegurar el acceso a nuestro portafolio saludable, especialmente a las familias de bajos ingresos y poblaciones vulnerables en los lugares en los que operamos. Por ello, es política de Grupo Bimbo que los colaboradores que sean responsables del portafolio saludable cumplan con los siguientes lineamientos:

- En aquellos mercados en los que Grupo Bimbo sea el líder, la opción saludable más asequible deberá estar entre los 10 artículos más vendidos.
- Ofrecer productos saludables en todas las categorías en las que estemos presentes, especialmente en los de la categoría de consumo diario, a precios asequibles.
- Desarrollar productos asequibles para grupos vulnerables que satisfagan necesidades nutricionales específicas.
- Mantener alianzas estratégicas con instituciones de gobierno con el fin de acercar nuestros productos a las poblaciones vulnerables, participando indirectamente en los programas de desarrollo social que éstas llevan a cabo.

- Distribuir y comercializar productos fortificados/enriquecidos desarrollados específicamente para poblaciones vulnerables a precios asequibles y asegurando su accesibilidad.

6. Anexos

- ***FGB-ESU-03 Anexo***

7. Responsabilidad / Propiedad

La Dirección Global de Salud y Bienestar es el propietario asignado de la presente política y es el principal responsable de su contenido, actualización y presentación para su aprobación ante la Dirección Global de Control Interno y del Comité Ejecutivo.

8. Actualizaciones

A continuación, se describen los cambios realizados entre versiones:

Modificación / historial de modificaciones				
Versión	**Fecha de revisión**	**Actualizado por:**	**Aprobado por:**	**Cambios principales**
1	Mayo, 2024	Project Manager	Director Adjunto	Primera publicación