

El pasado 21 de junio tuve oportunidad de asistir a la presentación de la nueva plataforma digital “Hablando con Kellogg's”, un evento organizado por la empresa Kellogg en el restaurante “Breakfast Roma”, ubicado en la Ciudad de México.

La presentación de esta plataforma se realizó ante medios de comunicación interesados en temas de responsabilidad social, nutrición y medio ambiente. Este evento contó con la participación de 4 colaboradores por parte de Kellogg:

- **Daniela Flores**, Senior Head Nutritionist.
- **Atalía Ortiz**, Gerente de Responsabilidad Social Corporativa.
- **Arturo Barbosa**, Encargado del área de agro-negocios y abastecimiento responsable para Latinoamérica
- **Roberto Fraga**, Gerente de Comunicación Externa para Latinoamérica.

www.hablandoconkelloggs.com

Como Coordinadora de Proyectos y Asesora Jr en ResponSable quiero compartir con ustedes un par de puntos que me parece interesante resaltar porque reflejan el trabajo de Kellogg para acercarse a sus grupos de interés y dialogar con ellos:

Sobre la plataforma:

1 México es el **primer país de América Latina** en donde se ha lanzado “Hablando con Kellogg's”. Esta iniciativa nació inicialmente en Estados Unidos, en enero de 2015, bajo el nombre “Open for breakfast”. En junio de 2016, la empresa decidió lanzar la plataforma en México al ser su segundo mercado más importante.

2 “Hablando con Kellogg's” tiene como objetivo **acercarse a los consumidores** para generar mayor transparencia en cuanto a los temas de **sustentabilidad, comunidad y nutrición**, razón por la cual, la plataforma está dividida en estas 3 secciones.

3 El contenido de la plataforma está basado en **preguntas** que los propios **consumidores** han externado y a su vez, han sido respondidas por los especialistas de la compañía; lo que permite establecer un **diálogo** con los **expertos** de cada sección.



Sobre la dinámica con los medios de comunicación:

1 Durante la **presentación, Kellogg abrió un espacio de diálogo con** alrededor de 15 **periodistas**. Cada medio tuvo la oportunidad de expresar sus preguntas e inquietudes en temas de gran relevancia en México como la obesidad, los organismos genéticamente modificados (OGM) y la comunidad. Estos temas fueron atendidos por los 3 expertos de Kellogg's y Roberto Fraga, Gerente de Comunicación externa, quien se encargó de moderar este intercambio.

2 En el tema de **nutrición**, las dos principales preocupaciones de la prensa se enfocaron en la **reducción de azúcar** en los productos y en la **lucha contra la obesidad**. La experta de este asunto, Daniela Flores, aclaró que solamente el 4% de los azúcares consumidos diariamente por los mexicanos proviene de cereales para el desayuno.; y sobre el uso de azúcar alternativa, nos confió que Kellogg no tiene proyectos definidos por ahora, pero están abiertos a usarlos si no afecta la calidad del producto.

3 En el intercambio sobre **sustentabilidad**, los medios se mostraron interesados en 3 puntos:

1) el **uso de OGM**: Arturo Barbosa y Roberto Fraga comentaron que Kellogg se adapta a los lineamientos de la legislación de cada país. En todo caso, la firma cumple con los estándares de calidad más altos para la elaboración de sus productos.

2) el **uso de energía renovable**: Están evaluando diferentes opciones para cumplir con sus metas para el 2020 (reducir el consumo de energía en 15% e incrementar el uso de energías renovables en un 50% en todas sus plantas). Sin embargo, aún nada está definido.

3) **derechos humanos y auditorías en proveedores**: Arturo señaló que Kellogg cuenta con un Código de ética que aplica para proveedores. En cuanto a auditorías, apenas están empezando a trabajar en el tema, ya que por el momento, Kellogg no audita directamente a sus proveedores, sin embargo, los anima a unirse a SEDEX, teniendo como meta que el 100% de sus proveedores sean miembros de esta organización.

4 En cuanto a **comunidad**, el principal asunto de intercambio se orientó en las iniciativas que tienen con niños y con las comunidades. Atalía respondió que sea han aliado con organizaciones como la Asociación de Bancos de Alimentos para atender a comunidades vulnerables. Gracias a su programa de “Desayunos para Mejores Días”, gracias al cual, más de 3,400 niños y niñas han tenido acceso a un desayuno integral. También mencionó el programa “México Tierra de Amaranto” que ha ayudado a impulsar a mujeres en el campo, en donde les enseñan desde técnicas de cultivo hasta talleres de autoestima.

En conclusión, quiero destacar que durante este evento de presentación, Kellogg no cayó en el error común de una comunicación unidireccional, sino que realmente sentó las bases de un verdadero diálogo con la prensa contestando abiertamente todas las preguntas, desde temas tan polémicos como los OGMs hasta cifras precisas relacionadas con el consumo de energía de sus plantas. “Hablando con Kellogg's” representa la voluntad de la compañía de establecer las bases de un diálogo basado en la transparencia y la confianza, esperemos que pronto puedan ahondar en el tema y formalizar mecanismos y extenderlo hacia otras partes interesadas. No duden en consultarla: www.hablandoconkelloggs.com

