



## W.K. Kellogg celebra un año en el mercado presentando nuevas barritas

- **La marca de cereales de desayuno W. K. Kellogg sigue apostando por las nuevas tendencias y necesidades de los consumidores incorporando dos barritas a base de frutos secos, con avena y fruta.**
- **Tras un año en el mercado, W.K. Kellogg ha logrado atraer nuevos compradores a la categoría de cereales y el 95% de sus consumidores los consideran cereales apetecibles.**

**Madrid, 6 de marzo de 2019.-** W.K. Kellogg, la gama que incluye productos biológicos, Super Food y sin azúcares añadidos de Kellogg, celebra el primer aniversario del lanzamiento de seis variedades de cereales de desayuno incorporando a la gama barritas a base de frutos secos, con avena y fruta cruda bajo el nombre "Nuts & Raw fruits". W.K. Kellogg ofrece ahora dos variedades de barritas; una variedad es con cacao y avellanas y la otra con semillas de girasol y chía.

Las **nuevas barritas de W.K. Kellogg no contienen gluten ni azúcares añadidos**, y su delicioso sabor procede, entre otros, de las frutas que contienen. Además no contienen aceite de palma, colorantes ni aromas artificiales y tienen alto contenido de fibra y son aptas para veganos.

Tras un año en el mercado, la gama **W.K. Kellogg**, a través de su apuesta por los productos biológicos, Super Food y sin azúcares añadidos dirigidos a los consumidores que buscan la naturalidad y la autenticidad en los alimentos, ha logrado atraer a **nuevos consumidores a la categoría** de cereales de desayuno, ya que el 12% de sus compradores solo compran estos productos dentro de la categoría<sup>1</sup>. El perfil más habitual de compradores de la marca son familias de clase media de menos de 45 años, con hijos menores de 6 y que residen en el área metropolitana de Madrid, centro y noroeste.

Asimismo, según los resultados de la investigación realizada por agencia de análisis *Join de Dots*<sup>2</sup>, **el 95% de los consumidores de W.K. Kellogg los consideran cereales apetecibles**. En general, según dicho estudio, lo que determina la decisión de compra de esta gama es que son considerados por los consumidores como **saludables** (para el 57% de los compradores), **con ingredientes simples y naturales** (para el 51%). Además un 53% manifiestan que los compran porque confían en que Kellogg produce productos de calidad. También se valoran otros atributos como que es un alimento innovador, apropiado para toda la familia y que no tiene colorantes artificiales ni conservantes. Los resultados de esta encuesta también revelan que **el 57% de los consumidores que repiten su compra con W.K. Kellogg valoran su sabor**.

---

<sup>1</sup> Fuente: Kantar Worldpanel, CUM P6-13 2018.

<sup>2</sup> Fuente: *Join de Dots, consumer panel Spain*. "The Crunch", investigación online realizada para Kellogg en el Reino Unido, Alemania, Italia y Francia. Muestra: más de 4.000 consumidores. Fecha de realización del 13 al 18 de diciembre de 2018.

Con las barritas, **la gama W.K. Kellogg crece** y continúa atendiendo las nuevas tendencias del mercado para satisfacer las necesidades de los consumidores que buscan opciones más saludables y que puedan disfrutar **en cualquier momento del día.**



#### Imágenes adjuntas:

- ✓ Barritas W.K. Kellogg “Nuts & Raw fruits” con cacao y avellanas.
- ✓ Barritas W.K. Kellogg “Nuts & Raw fruits” con semillas de girasol y chía.

**Acerca de Kellogg** - En Kellogg Company (NYSE: K), nos esforzamos por enriquecer y deleitar al mundo a través de alimentos y marcas importantes. Esto incluye nuestras queridas marcas Kellogg's®, Special K®, Pringles®, All-Bran®, Choco Krispies®, Rice Krispies® y Corn Flakes de Kellogg's®, entre otras, que nutren a las familias para que puedan crecer y prosperar. Las ventas globales en 2018 han sido aproximadamente 13.500 millones dólares, incluyendo principalmente aperitivos y alimentos de conveniencia como cereales y alimentos congelados.

Las marcas Kellogg son reconocidas en los mercados de todo el mundo. También somos una empresa con corazón y alma y nos hemos comprometido de tres mil millones de Better Days antes de finales de 2025 a través de nuestra plataforma global *Breakfasts for Better Days™*.

Para saber más sobre Kellogg visita las webs corporativas [www.kelloggcompany.com](http://www.kelloggcompany.com), [www.kellogg.es](http://www.kellogg.es) o síguenos en Twitter @KelloggCompany, YouTube y el blog corporativo Social K.

#### Para más información:

##### Weber Shandwick:

Sara González [sgonzalez@webershandwick.com](mailto:sgonzalez@webershandwick.com) / Raquel Rellán [rrellan@webershandwick.com](mailto:rrellan@webershandwick.com)  
91 745 86 00

##### Kellogg España:

Amparo Lobato [amparo.lobato@kellogg.com](mailto:amparo.lobato@kellogg.com)