

## **Reciben tres envases de Vitro reconocimiento mundial como los mejores en su categoría**

- *Vitro destaca entre empresas de 32 países de los cinco continentes al obtener el reconocimiento por tercer año consecutivo.*
- *La Organización Mundial del Empaque entrega el “WorldStar Awards” a dos envases en la categoría de bebidas y uno en la de salud y belleza.*

**San Pedro Garza García, Nuevo León, México, 2 de julio de 2009** – Por tercer año consecutivo, la Organización Mundial del Envase y Embalaje (WPO, por sus siglas en inglés) otorgó su máximo galardón “*World Star Awards*” a tres envases fabricados por Vitro, dos en las categorías de bebidas y uno en la de Salud y Belleza.

En esta ocasión, en que la ceremonia anual de premiación se realizó en la ciudad de México, participaron 136 envases de empresas de 32 países del mundo. Los envases de *Tequila Real de México (Destilería Morales)*, *The Ultimate Margarita (Casa Cuervo)* y *Anew Ultimate Contouring eye system (Avon)*, diseñados por Vitro, recibieron el máximo galardón.

Al referirse a este nuevo reconocimiento internacional, Alfonso Gómez Palacio, Director General de Envases, de Vitro comentó: “La innovación, calidad, servicio y el empleo de tecnologías de punta para el diseño y fabricación de envases, nos ha permitido entregar productos acordes a la calidad que demandan los clientes. Este reconocimiento nos compromete más para vencer los retos que enfrentamos para mejorar continuamente el proceso de desarrollo de nuevos envases que satisfagan las necesidades específicas de los productos de nuestros clientes”.

Por su parte, Roberto Romero, Director de Mercadotecnia de Envases, aseguró que la clave para obtener estos reconocimientos es la rapidez para el desarrollo de nuevos productos y el estricto apego a sus características durante su fabricación.

“El proceso de desarrollo de nuevos productos es considerado vital dentro de las estrategias del crecimiento de Vitro y orgullosamente representa un ejemplo de calidad y servicio de la industria”, afirmó Romero.

Los envases triunfadores en este año responden a las siguientes características:

- *Tequila Real de México* es un concepto de estética delicada que evoca la cintura de una mujer envuelta en un chal, diferenciándolo notablemente de cualquier otro producto. A los ojos del consumidor, el envase resalta el



contenido del producto dándole una imagen suave, transparente y elegante que ayudan a conformarlo como algo diferente.

- *The Ultimate Margarita* tiene una presencia piramidal que, junto con su oreja integrada en diagonal, ofrece un concepto único en su clase y una presencia funcional para los consumidores. Su desarrollo demandó un alto grado de dificultad, pero el resultado es un envase atractivo y fácil de colocar en el mercado. De frente presenta un espectacular cuerpo prismático que evoca la presencia de un producto con mucha clase. Sus diferentes facetas y amplios cortes permiten mostrar un producto atractivo debido a su funcional balance y estética.
- *Anew Ultimate Contouring eye system* es una parte crucial en la transformación la línea Anew Ultimate, en una versión de 15 mililitros que presenta a la vista un extraordinario producto. El envase cuenta con una tapa especial con un compartimiento; su concepto requiere que la pantalla de seda esté perfectamente alineada con el lado frontal de la tapa. Este envase es vendido en América, Asia y Europa.

Los criterios empleados por el jurado calificador incluyeron: facilidad de manejo en el llenado, apertura y cierre; protección y preservación del contenido, información adecuada, atractivo para venta, diseño gráfico, calidad en la producción, economía de materiales, reducción de costos de producción, compatibilidad ecológica y adaptación a las condiciones locales.

Los reconocimientos WorldStar ilustran el avance de las mejores creaciones artísticas en el mercado de los envases, creando un parámetro de perfección que sirve de ejemplo para quienes participan activamente en esta industria a nivel global. En el evento sólo participan envases que ya hayan ganado algún reconocimiento nacional y cada envase es comparado con uno similar de cualquier parte del mundo.

La World Packaging Organisation (WPO), instituida en 1968 por líderes visionarios de la comunidad global del envase y embalaje, es una organización sin fines de lucro y está integrada por una serie de federaciones, instituciones y asociaciones dedicadas a promover la utilización de los envases de vidrio como la mejor opción para envasar productos.

Para descargar imágenes de los envases ganadores diseñados y producidos por Vitro, favor de acceder a la siguiente liga de Internet:

[http://www.vitro.com/vitro\\_corporativo/espanol/neroima.htm](http://www.vitro.com/vitro_corporativo/espanol/neroima.htm)

*Vitro, S.A.B. de C.V. (BMV: VITROA; NYSE: VTO), es uno de los principales fabricantes de vidrio en el mundo que cuenta con el respaldo de 100 años de experiencia. A través de nuestras empresas subsidiarias, ofrecemos productos de calidad y servicios confiables para satisfacer las necesidades de dos distintos tipos de negocios: envases de vidrio y vidrio plano. Nuestras empresas producen, procesan, distribuyen y comercializan una amplia gama de artículos de vidrio que forman parte de la vida cotidiana de*



miles de personas, brindando soluciones a múltiples mercados que incluyen los de vinos, licores, cosméticos, farmacéuticos, alimentos y bebidas, así como el automotriz y arquitectónico. También suministramos materias primas, maquinaria y equipo para uso industrial. Contribuimos a mejorar la calidad de vida de nuestro personal y de las comunidades donde operamos generando empleos y prosperidad económica, gracias a nuestro permanente enfoque en la calidad y la mejora continua, así como en nuestros constantes esfuerzos por promover un desarrollo sustentable. Con base en Monterrey, México y fundada en 1909, Vitro cuenta actualmente con instalaciones y una amplia red de distribución en 10 países de América y Europa. Además, los productos de nuestra Compañía son comercializados alrededor del mundo. Para mayor información, la dirección de la página de Internet de la Compañía es: <http://www.vitro.com>

**Para mayor información, favor de contactar a:**

<b>Relaciones con Medios</b> Albert Chico Smith Roberto Riva Palacio Vitro, S.A.B. de C.V. + (52) 81-8863-1661/1689 <a href="mailto:achico@vitro.com">achico@vitro.com</a> <a href="mailto:rriva@vitro.com">rriva@vitro.com</a>	<b>Relaciones con Inversionistas</b> Adrián Meouchi / Carlos Garza Vitro S.A.B. de C.V. + (52) 81-8863-1765 / 1730 <a href="mailto:ameouchi@vitro.com">ameouchi@vitro.com</a> <a href="mailto:cgarza@vitro.com">cgarza@vitro.com</a>	<b>Agencia en EUA</b> Kay Breakstone / Barbara Cano Breakstone Group (646) 452-2332 / 34 <a href="mailto:kbreakstone@breakstone-group.com">kbreakstone@breakstone-group.com</a> <a href="mailto:bcano@breakstone-group.com">bcano@breakstone-group.com</a>
---	---	---