

LOS PRODUCTORES DE



SE VUELVEN ECOLÓGICOS

Las principales compañías de alimentos en el mundo están proporcionando mejoras en la seguridad y sostenibilidad de la cadena de abastecimiento, al mismo tiempo que reducen los costos y cumplen con la creciente demanda de los más altos niveles de servicio por parte de sus clientes.

Los fabricantes de alimentos y bebidas están incorporando prácticas sostenibles en miles de formas, que varían desde la minimización de emisiones de los gases de efecto invernadero y la elección de materiales de empackado hechos de materiales reciclados o reciclables, hasta la auditoría del uso de agua y energía en sus instalaciones, y la inversión en equipos de alta eficiencia energética. He aquí algunos ejemplos.



PepsiCo

Purchase, Nueva York | pepsico.com

PepsiCo es una empresa de alimentos y bebidas que ofrece sus productos en más de 200 países y territorios. Los ingresos netos alcanzaron más de 65 mil millones de dólares en 2012.

PepsiCo utiliza sus relaciones internacionales de la cadena de abastecimiento para asegurar que trabaja con socios que operan de manera ética y responsable. La compañía busca innovaciones continuas de empaquetado y agrícolas, y trabaja para mejorar las prácticas de contratación dentro y fuera de la cadena de abastecimiento directa de materiales al aprovechar su talento, programas y políticas en todo el mundo para todos los socios involucrados en las funciones y decisiones de compra.

Tyson Foods

Springdale, Arizona | tyson.com

Con aproximadamente 115,000 empleados en cientos de instalaciones y oficinas en todo el mundo, Tyson vende sus productos aproximadamente en 130 países. La compañía reportó 33.3 mil millones de dólares en ventas en el año fiscal 2012. Tyson Foods anima a sus socios proveedores a que reconozcan el papel que desempeñan en garantizar la seguridad y la calidad de los productos. Para ese fin, los requisitos de los contratos de suministro de Tyson recalcan los objetivos de sostenibilidad que comparte con más de 7,500 socios de suministro. Tyson también busca adquirir bienes y servicios de socios proveedores locales situados en el mismo condado, en un condado adyacente o en el mismo estado que las operaciones de Tyson Foods.

Nestlé

Glendale, California | nestleusa.com

Nestlé S.A., la empresa matriz de Nestlé Estados Unidos, con sede en Vevey, Suiza, es la principal compañía de alimentos del mundo. Las ventas ascendieron a 94 mil millones de dólares en 2011. Nestlé optimiza las redes de distribución y la planificación de rutas en todas sus operaciones a nivel mundial; explora oportunidades para promover modos de transporte alternativos y utiliza la telemática y tecnología de vanguardia en los vehículos donde resulta práctico. La compañía también está explorando motores alternativos como automóviles eléctricos, con lo cual apoya el desarrollo y la utilización de soluciones refrigerantes naturales seguras y eficaces para usos comerciales, así como la implementación de iniciativas de ahorro energético en sus almacenes.

Kraft Foods

Northfield, Illinois | kraftfoods.com

Con ingresos anuales de más de 18 mil millones de dólares, los productos de Kraft se consumen en casi todos los hogares de América. Sus 10 marcas generan más de 500 millones de dólares en ventas anuales.

El negocio de Kraft utiliza un suministro constante de productos de granja. La promoción de prácticas agrícolas sostenibles da como resultado materias primas de calidad, mientras que



al mismo tiempo ayuda a proteger y mejorar el medio ambiente y las condiciones sociales y económicas de las comunidades locales. Kraft tiene el compromiso de reducir el impacto medioambiental de sus actividades y promover la sostenibilidad de los recursos naturales de los que depende. La compañía se esfuerza por mejorar su desempeño ambiental continuamente y por cumplir o superar todas las normas y regulaciones ambientales aplicables.

General Mills

Minneapolis, Minnesota | generalmills.com

Como una de las compañías de alimentos más grandes del mundo, General Mills comercializa sus productos en más de 100 países en seis continentes. Cerca de la mitad de sus 41,000 empleados trabaja fuera de Estados Unidos. En el año fiscal 2013, sus ventas netas globales ascendieron a 17.8 mil millones de dólares.

Desde 2010, General Mills y el Fondo Mundial para la Naturaleza han estado trabajando de manera conjunta para integrar la sostenibilidad en la cadena de abastecimiento, realizar un análisis de riesgo del abastecimiento agrícola de



LOS PRODUCTORES DE ALIMENTOS SE VUELVEN ECOLÓGICOS

la compañía y evaluar los riesgos del agua. En septiembre de 2013, General Mills anunció un compromiso para abastecer de manera sostenible el 100 por ciento de sus 10 ingredientes prioritarios para el año 2020. Estos ingredientes representan el 50 por ciento del total de las compras de materias primas de General Mills. El compromiso, que forma parte de la estrategia de abastecimiento sostenible a largo plazo de General Mills, cubre una amplia gama de materias primas.

Coca-Cola Company

Atlanta, Georgia | cocacola.com

Coca-Cola Co. es la mayor compañía de bebidas del mundo, con más de 500 marcas. Su producto estrella, Coca-Cola, se ha servido desde el 8 de mayo de 1886. La compañía distribuye 3,500 productos a nivel mundial y cuenta con 700,000 socios del sistema en todo el mundo; en 2012 informó ingresos netos de operación de 48 mil millones dólares. En el diseño de sus envases, Coca-Cola se esfuerza en utilizar la menor cantidad de recursos naturales necesarios para proteger los productos y garantizar el transporte seguro a los consumidores. Desde el año 2011, un

programa de aligeramiento de peso en todo el sistema ha producido un ahorro estimado de costos de 180 millones de dólares. Otros logros de sostenibilidad: reducción del peso de la botella de plástico PET de 20 onzas en más de un 25 por ciento, reducción del peso de la lata de aluminio de 12 onzas en un 30 por ciento, y aligeramiento de la botella de vidrio de ocho onzas en más de un 50 por ciento.



ConAgra Foods

Omaha, Noreste | conagra.com

ConAgra es una de las principales compañías de alimentos empacados de Norteamérica, sus alimentos de marca y de marca privada se consumen en el 99 por ciento de los hogares de Estados

Unidos. Un negocio de alimentos comerciales sólido que atiende a restaurantes y operaciones de servicio de alimentos a nivel internacional.

La "Visión 2020" de ConAgra para el empacado se centra en minimizar los residuos en todo el sistema de productos y empacado. La compañía utiliza el pensamiento del ciclo de vida y la colaboración de la industria para evaluar los impactos de los materiales de empacado y embalaje del abastecimiento, la manufactura, la entrega y el uso de los consumidores hasta el fin de su vida útil.



Kellogg Company

Battle Creek, Michigan | kelloggs.com

Con ventas de 14.2 mil millones de dólares en 2012, Kellogg's se clasifica como la compañía de cereales más importante del mundo, el segundo productor de galletas, galletas saladas y bocadillos, y una compañía de alimentos congelados líder de Norteamérica.

La compañía está en camino de cumplir con sus objetivos de uso del agua y conversión de los residuos al vertedero, al tiempo que reconoce que necesita acelerar las reducciones del uso de agua y energía y las emisiones de gases



de efecto invernadero. Kellogg's ha fijado para 2015 la meta de reducir el consumo de agua y energía en un 15 a 20 por ciento, reducir las emisiones de gases de efecto invernadero en un 15 a 20 por ciento y reducir los residuos en los vertederos en un 20 por ciento (por tonelada métrica de alimento producido, en las instalaciones de fabricación).

Pilgrim's Pride

Corporation

Greeley, Colorado | pilgrimspride.com

Pilgrim's Pride emplea alrededor de 37,500 personas y opera plantas de procesamiento de pollo e instalaciones de alimentos preparados en 12 estados de Estados Unidos, en Puerto Rico y México. La distribución primaria de la compañía es a través de minoristas y distribuidores de servicios de alimentos. Pilgrim's Pride sustenta los recursos aéreos, acuáticos y terrestres mediante la reducción al mínimo de los recursos necesarios y los residuos generados en sus instalaciones y granjas, en las instalaciones de los clientes y a lo largo de su cadena de abastecimiento en la producción de productos avícolas. La compañía centra los esfuerzos de sostenibilidad ambiental en estas áreas funcionales: residuos y aguas residuales, desechos y subproductos, transporte terrestre y aéreo, empacado, instalaciones de energía y administración de la cadena de abastecimiento.

Unilever

Englewood Cliffs, Nueva Jersey | unilever.com

Más de dos mil millones de consumidores en todo el mundo utilizan un producto Unilever en un día cualquiera. Sus productos se venden en más de 190 países, los mercados emergentes representan el 55 por ciento de su negocio. Más de 173,000 personas trabajan para Unilever en todo el mundo.

Unilever ha reducido la huella de gases de efecto invernadero de sus productos en alrededor de seis por ciento desde 2010. Además, más de la mitad de sus 252 centros de pro-

El puerto interior más grande de México.

Interpuerto Monterrey.

The New
Crossroads.

T.(81) 1477.9024/25
www.interpuertomty.com



LOS PRODUCTORES DE ALIMENTOS SE VUELVEN ECOLÓGICOS

ducción en todo el mundo no envía residuos no peligrosos a los vertederos. La compañía también ha desarrollado una métrica para el suministro sostenible de materias primas, y ha hecho un buen progreso en el suministro sostenible de sus materias primas agrícolas. Unilever tiene previsto aumentar el abastecimiento sostenible a 50 por ciento en 2015 y a 100 por ciento en 2020.

Hershey Company

Hershey, Pennsylvania | hersheys.com

Con operaciones en todo el mundo, aproximadamente 14,000 empleados e ingresos anuales de más de 6.6 mil millones de dólares, Hershey es el mayor productor de chocolate de calidad en Norteamérica y un líder internacional en chocolates y golosinas de azúcar.

En 2011, la planta de Reese's en Hershey, Pensilvania, se clasificó como una



instalación de cero residuos al vertedero, lo que significa que su flujo de residuos de fabricación rutinario no envió residuos a eliminación en vertederos. Reese's recicló más de 91 por ciento de los residuos que generó a partir de las operaciones de la planta en 2010. El resto de los residuos se envía a un incinerador de energía, donde se utiliza como fuente de combustible. Además, los nuevos paneles solares en la tienda insignia minorista internacional de Hershey generan un estimado de 273 megawatts-hora, y eliminan cientos de toneladas métricas de gases de efecto invernadero al año.

J. M. Smucker Co.

Orrville, Ohio | smucker.com

Fundada hace más de 115 años, Smucker es un comercializador y fabricante de frutas para untar, café empacado al menudeo, mantequilla de cacahuete, mantequilla y aceites, cubiertas para helados, leche condensada y productos alimenticios naturales en Norteamérica. Smucker's identificó cinco áreas de enfoque como parte de una estrategia de sostenibilidad a largo plazo: reducción de fuentes, reutilización, reciclaje, eliminación responsable y energía renovable. En 2009, un grupo de trabajo interno estableció tres rigurosos objetivos de operación a cinco años, medidos en el rendimiento basado en la intensidad: reducir las emisiones de gases de efecto invernadero en un 15 por ciento, reducir el uso de agua en un 25 por ciento y desviar el 75 por ciento los residuos de los vertederos para un uso alternativo.

Nuestras soluciones globales de transportación...

crean valor para nuestros clientes...

proporcionando trámites aduanales...

transportes aéreos y marítimos...

para furgones intactos y consolidados (FTL y LTL)...

y ahora, nuestro nuevo servicio...

H.J. Heinz Co.

Pittsburgh, Pennsylvania | heinz.com

H.J. Heinz Company, una familia de productos de marca internacional, se especializa en salsa de tomate, salsas, comidas, sopas, aperitivos y nutrición infantil. La compañía vende sus marcas en seis continentes.

Como una compañía internacional de alimentos, Heinz se basa en gran medida en el transporte para mover los productos del campo a la fábrica y luego a la tienda. Heinz se centra en la



mejora continua de la eficiencia de su red de transporte mientras trabaja en estrecha colaboración con los transportistas para cumplir con un objetivo global de una reducción de 10 por ciento en el consumo de combustibles fósiles y en las emisiones

de gases de efecto invernadero por unidad de producción.

Campbell Soup Co.

Camden, Nueva Jersey | campbellsoup.com

Fundada en 1869, Campbell Soup Company es un fabricante y comercializador de sopas y salsas, bocadillos y bebidas saludables. Campbell es miembro del Índice Standard & Poor's 500 y el Índice de Sostenibilidad Dow Jones.

Campbell conserva los recursos naturales por medio de estrategias de administración eco-eficientes, métricas de rendimiento y la mejora continua enfocada en las siguientes áreas clave: uso de agua y energía, generación de residuos y reciclaje, empaçado sostenible, agricultura sostenible y optimización de la cadena de abastecimiento. Campbell ha establecido objetivos de rendimiento y seguirá adoptando medidas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero procedentes de

las operaciones de negocios, tanto directas como indirectas.

Del Monte Foods

San Francisco, California | delmonte.com

Del Monte es uno de los principales productores, distribuidores y comercializadores de productos de marca para mascotas y productos alimenticios para el mercado minorista, generó más de 3.8 mil millones de dólares en ventas netas en el año fiscal 2013. Los productos Del Monte se consumen en ocho de cada 10 hogares en Estados Unidos.

Los esfuerzos de sostenibilidad de Del Monte se basan en la preservación de un medio ambiente natural saludable. La compañía trabaja para asegurar la productividad duradera de sus campos de productores por medio de prácticas agrícolas de bajo impacto, y se esfuerza por reducir la huella ambiental de su operación mediante la eliminación de los residuos y la minimización del uso de materiales, energía y agua. ■

de distribución
en Norteamérica...

para cumplir
sus requisitos
diversos...

bajo su
presupuesto...

y puntualmente,
siempre.



No hay ni un solo eslabón débil en la cadena

Conozca a algunos de los miles de profesionales de transportación de UTi, que cuentan con experiencia y profesionalismo para manejar cualquiera y todas sus necesidades de administración de la cadena de suministro y de transportación global. Obtenga más información sobre la solución de UTi que funcionará mejor para sus clientes, a la vez que le proporciona ahorros y la garantía de que en nuestro equipo, nunca hay un eslabón débil.

Vea los videos de nuestro equipo UTi y visítenos en go2uti.com.