



## **Comunicado de Prensa**

**PARA PUBLICARSE DE INMEDIATO:** 7 de octubre de 2008 **Contacto:** CPMA: Jane Proctor, [jproctor@cpma.ca](mailto:jproctor@cpma.ca), 613-226-4187 extensión 212; PMA: Julia Stewart, [lstewart@pma.com](mailto:lstewart@pma.com), 302-738-7100 extensión 3008; United Fresh: Patrick Delaney, [pdelaney@unitedfresh.org](mailto:pdelaney@unitedfresh.org), 202-303-3417

### **Treinta y cuatro líderes de la cadena de suministro apoyan un plan para el rastreo electrónico de productos en toda la cadena**

**Washington, DC** – Treinta y cuatro compañías a lo largo de la cadena de suministro de productos han respaldado un nuevo plan desarrollado por la Iniciativa de Rastreabilidad de Productos (PTI, por sus siglas en inglés) para mover la cadena de suministro a un estándar en común para la rastreabilidad electrónica de productos a finales de 2012. El plan incluye la adopción de un sistema estandarizado de cajas con códigos de barras para todos los productos vendidos en los Estados Unidos, para permitir que el producto pueda rastrearse a lo largo de la cadena de distribución. El plan maximizará la efectividad de los procedimientos de rastreabilidad actuales en la industria, mejorará la eficacia interna y asistirá a los funcionarios públicos cuando necesiten rastrear un producto. Diseñado para aumentar en general la rastreabilidad de la cadena de suministro en velocidad y eficiencia, un sistema estandarizado podría significar una mejora en la capacidad de la industria para dirigir el impacto de los posibles retiros o problemas similares.

La PTI es administrada por la Produce Marketing Association (PMA), la United Fresh Produce Association (United Fresh) y la Canadian Produce Marketing Association (CPMA). Las 34 compañías que respaldan el plan, son miembro del Comité Directivo de la cadena de suministro de la PTI. Fundada a finales de 2007 para establecer las mejores prácticas de rastreabilidad en la industria y las metas para que fueran adoptadas y se tuvieran en cuenta, el Comité Directivo de la PTI ha estado trabajando desde entonces para desarrollar un plan para movilizar la industria hacia toda una cadena de rastreabilidad electrónica.

“Hemos visto la necesidad que existe para la rastreabilidad electrónica en toda la industria, por lo que seremos capaces de rastrear los productos más rápida y eficientemente de lo que lo hacemos ahora”, indicó la encargada del Comité Directivo y Food Lion, la Directora de Operaciones de LLC, Cathy Green. “El nuevo plan lo alcanzarán las compañías grandes y las pequeñas a lo largo de toda la cadena de suministro, funciona con los sistemas de administración de información existentes y apoya los objetivos de salud pública, así como proporcionará beneficios en la industria. Implementar esta iniciativa en toda la industria requerirá un esfuerzo de transición de muchos años, pero se puede lograr”.

El origen de la información de la PTI data al 2002, cuando el PMA y el CPMA comenzaron a trabajar para abordar la rastreabilidad del producto al promover la adopción de procesos estandarizados y modernos en la industria. El plan de la PTI maximizará la efectividad de los procedimientos de rastreabilidad actuales en la industria, mejorará la eficacia interna y asistirá a los funcionarios públicos cuando necesiten rastrear un producto.

Tom Casas, vicepresidente de tecnología de la información y mecanización en Tanimura & Antle en Salinas, California, quien es miembro del Comité Directivo, notó que la rastreabilidad electrónica ofrecerá nuevos beneficios recientemente descubiertos a la cadena de suministro de productos, acentuando que el costo aumentado deberá ser visto como una inversión en la industria y como un paso más hacia el mejoramiento de las prácticas en la industria.

“Esto ayudará a nuestra industria y a los reguladores de la seguridad alimentaria a reducir el impacto de los retiros, protegiendo tanto a los consumidores como a los miembros de la industria que no están directamente involucrados”, indicó Casas.

“Esta es una labor inmensa pero necesaria para nuestra industria. Lo bueno acerca de esta solución es que las compañías no necesitan eliminar sus sistemas actuales de rastreo, sino que solamente intensificarlos”, dijo Steve Grinstead, miembro del Comité Directivo y presidente y director ejecutivo de Pro\*Act, Dallas.

Además del respaldo a las juntas directivas tanto del PMA como de United Fresh, las siguientes compañías han respaldado el plan hasta ahora:

- Amerifresh, Scottsdale, Arizona
- Ballantine Produce Co., Inc., Reedley, California
- CH. Robinson Company Worldwide, Eden Prairie, Minnesota
- Consumers Produce Co., Inc., Pittsburgh, Pensilvania
- Domex Superfresh Growers, Yakima, Washington
- Driscoll's, Watsonville, California
- Duda Farm Fresh Foods, Inc., Oviedo, Florida
- Food Services of America, Woodburn, Oregon
- Food Lion, Salisbury, Carolina del Norte
- Fresh Express, Salinas, California
- Fresh Innovations, LLC, Yuma, Arizona
- Friedman's Freshmarkets, Butler, Pensilvania
- Frontera Produce, Ltd., Edinburg, Texas
- H-E-B, San Antonio, Texas
- International Foodservice Distributors Association, McLean, Virginia
- L&M Companies, Inc., Raleigh, Carolina del Norte
- Mann Packing Company, Inc., Salinas, California
- National Grocers Association, Arlington, Virginia
- Naturipe Farms, LLC, Salinas, California
- Pandoi Brothers, Inc., Delano, California
- Pro\*Act, Dallas, Texas
- Procaccl Brothers Sales Group, Filadelfia, Pensilvania
- Safeway, Inc., Pleasanton, California
- Schnuck Markets, Inc., St. Louis, Missouri
- SUPERVALU/W. Newell Co., Urbana, Illinois
- Sysco Corporation, Houston, Texas
- Tanimura & Antle, Salinas, California
- The Kroger Co., Cincinnati, Ohio
- The Oppenheimer Group, Coquitlam, B.C., Canadá
- Tom Lange Company, Inc., Springfield, Illinois
- U.S. Foodservice, Inc., Rosemont, Illinois
- UniPro Foodservice, Inc., Roswell, Georgia
- Wal-Mart Stores, Inc., Bentonville, Arkansas
- Wegmans Food & Pharmacy, Inc., Rochester, Nueva York

La CPMA apoya el mejoramiento de la implementación de la rastreabilidad en los Estados Unidos, mediante esta iniciativa, y continuará apoyando a aquellos miembros que implementen el plan de acción para cumplir con las necesidades del mercado estadounidense.

"Invito a cada uno de los miembros de la cadena de suministro para unirse a los líderes de esta industria, quienes ya han aceptado tomar los pasos necesarios para ayudar a cumplir con esta importante iniciativa", dijo Green.

### **El plan comparte sus características de información en común a lo largo de la cadena de suministro**

Al agrandar los sistemas de rastreabilidad *internos* actuales de una compañía y utilizar la base existente proporcionada por los estándares internacionales de la organización GS1, la iniciativa proporciona la capacidad de alcanzar la rastreabilidad *externa* al estandarizar la incorporación de dos piezas críticas de información de rastreabilidad: un Número Mundial de Identificación Comercial (GTIN) y un número de lote. Considerando que la mayoría de la información necesaria para la rastreabilidad ya se encuentra plasmada durante cada proceso comercial normal de la compañía (como los detalles de los números de las órdenes de compra y de entrega registradas en los documentos de envío), incluir y rastrear el GTIN y el número de lote unirá la conectividad entre las compañías a lo largo de la cadena de suministro, que actualmente es lo que falta. El GTIN identificará quién es el "dueño de marca" (es decir, la compañía cuya marca aparece en la caja del producto) y el tipo de producto que se encuentra en su interior; mientras que el número de lote identifica específicamente el lote o el grupo de donde viene el producto.

Esta información será etiquetada en cada caja de forma legible para el ser humano, para que la pueda leer y comprender el personal en toda la cadena de suministro, así como un código de barras legible por máquina el cual cada miembro de la cadena de suministro podrá escanear y mantener en sus sistemas computarizados.

El grupo identificó siete pasos para convertir la cadena de suministro en una cadena amplia, rastreable electrónicamente a finales de 2012. En el primer trimestre de 2009, los "dueños de marca" (es decir, el dueño de la marca que aparece en la caja del producto), (1) obtendrá los prefijos de la compañía emitidos por el GS1 requeridos para crear los GTIN y (2) asignará los GTIN de 14 dígitos a cada configuración de cajas que empaquen. Luego, (3) proporcionarán dichos GTIN a sus

compradores en el tercer trimestre de 2009, para que esos compradores puedan introducir estos datos en sus sistemas de administración de información. Para el tercer trimestre de 2010, los dueños de marca comenzarán a colocar los GTIN y los números de lote en las etiquetas de las cajas (4) de forma legible por el ser humano y (5) códigos de barra legibles por máquinas. Cada subsiguiente manipulador de la caja podrá escanear y almacenar el GTIN y el número de lote en (6) las cajas entrantes en 2011 y (7) en las cajas salientes en 2012.

“Creemos que este cronograma es alcanzable de forma inminente, especialmente con la ayuda que está y estará disponible de parte de las tres asociaciones”, dijo Green. “Animamos a las compañías para que sigan los cronogramas de cerca, tanto como puedan, y que permanezcan al tanto de los cambios que necesitarán realizar a sus sistemas de rastreabilidad actuales”.

Mientras que seguir esto es voluntario, Green espera que el mercado de frutos a medida que los compradores soliciten que sus proveedores cumplan con esto, o bien, que los eslabones de la cadena opten independientemente por adoptar la reducción de sus posibles costos de retiro.

### **La ayuda para la implementación está disponible**

El plan de las tres asociaciones para el alcance de la industria: comunicación, educación y defensa pública. La PTI ya ha emitido una estrategia para la asignación de los GTIN, por ejemplo. Las asociaciones están planificando una amplia gama de actividades educativas para ayudar a la industria a movilizarse hacia una rastreabilidad mejorada, incluso el establecimiento de un solo sitio web donde los miembros de la industria pueden ingresar para obtener información, herramientas y educación, lo cual puede incluir talleres en las conferencias de la asociación, discursos en las reuniones de la industria, seminarios vía web, grabaciones de audio y video y cursos en línea.

La PMA y United Fresh también planean hacer participar a los reguladores, legisladores y grupos de consumidores de los EE. UU., para encargarse de la presión que la industria estadounidense recibe para mejorar su capacidad de rastreabilidad. El plan de la PTI también incluye trabajar con agencias reguladoras nacionales para asegurar que estarán preparadas para hacer la transición también.

“Ya tenemos una gran historia para contarles acerca de cómo vimos una necesidad y nos movilizamos para encararla nosotros mismos, de forma voluntaria, sin que el gobierno se involucrara”, indicó Green. “Y habrá mucha ayuda para que podamos juntos alcanzar nuestro objetivo y poder terminar esta historia con un gran final”.

# # #

### **Acerca de la Produce Marketing Association (PMA)**

Fundada en 1949, la Produce Marketing Association es la asociación líder en rastreo que representa a casi 3,000 compañías de todos los segmentos de la producción global y de la cadena de suministro floral. Los miembros confían en la PMA todo el tiempo, para obtener las soluciones comerciales que necesitan para aumentar las ventas y el consumo, para construir relaciones profesionales firmes y expandir sus oportunidades comerciales. Para obtener más información, visite [www.pma.com](http://www.pma.com).

### **Canadian Produce Marketing Association (CPMA)**

Canadian Produce Marketing Association es una asociación sin fines de lucro fundada en 1925 que asumió el compromiso de acrecentar el mercado de las frutas y vegetales frescos en Canadá, para lo cual fomenta la cooperación y el intercambio de información entre todos los segmentos, tanto en plazas nacionales como internacionales. CPMA representa a cerca de 675 empresas canadienses e internacionales dentro de una comunidad de miembros verticalmente integrada, que involucra a todos los niveles de la cadena de suministro de productos agrícolas desde el cultivador/empacador/consignador hasta los negocios minoristas y de servicios alimentarios. Para obtener más información, visite [www.pma.com](http://www.pma.com).

### **Acerca de la United Fresh Produce Association (United Fresh)**

La United Fresh Produce Association es la asociación comercial prevalente para la industria de productos en la administración de cuestiones críticas de las políticas públicas; diseña las leyes y la acción regulatoria; proporciona un liderazgo científico y técnico en la seguridad de alimentos, control de calidad, nutrición y salud; y desarrolla programas educativos y oportunidades comerciales para que los miembros puedan cumplir de una mejor forma con las oportunidades comerciales para el aumento del consumo de producto fresco. Fundada en 1904, United Fresh representa los intereses de las compañías miembro, desde los pequeños negocios familiares hasta las grandes corporaciones internacionales a lo largo de toda la cadena de suministro de producto fresco, incluso los productores, transportadores, procesadores de producto fresco, mayoristas, distribuidores, minoristas, operadores de servicios alimentarios, proveedores de la industria y asociaciones aliadas. Para obtener más información, visite [www.unitedfresh.org](http://www.unitedfresh.org).