

IMPULSO CONJUNTO

Agricultura sustentable, objetivo de Unilever

Protegen el ambiente y apoyan a productores

Redacción
EL ECONOMISTA

CONSIDERANDO QUE hacia el año 2050 la población global ascenderá a 9,000 millones de personas, el desafío de alimentar a 2,500 millones de habitantes más supone que en los próximos 40 años se necesitará más comida que toda la que se consumió en los pasados 10,000 años.

“Para hacer frente a un aumento tan grande de la demanda debemos rediseñar nuestro sistema agrícola y de alimentos global para volverlo más productivo, sustentable y nutritivo, con este desafío la categoría de

Alimentos de Unilever asumió cinco compromisos de Nutrición Sustentable, entre los que incorporamos a la agricultura sustentable”, comenta el vicepresidente de Mercadotecnia de la categoría de Alimentos de Unilever México y Caribe, Mariano Smith.

La misión de abastecimiento sustentable de la compañía consiste en la mejora continua de las prácticas agrícolas, que equilibren las necesidades de las personas, del planeta y del negocio. En Brasil, por ejemplo, 100% del aceite de palma que se usa para los helados está certificado por la Mesa Redonda para el Aceite de Palma Sustentable, una

organización que monitorea la forma de producción y el uso de tierra, fertilizantes y agua. Y el proyecto Produzindo Certo, de Hellmann's, busca aumentar la producción responsable de soya en el país y alentar a los productores a que cumplan con la legislación y se adapten a las normas internacionales. Además, 100% del cacao usado en el helado Magnum está certificado por Rainforest Alliance, lo que permite la trazabilidad de la cadena de suministro, destaca el directivo.

Por su parte, añadió, en Colombia se desarrolla una cadena de abastecimiento sustentable de tomates pa-

ra las salsas de tomate Fruco.

Por último, Unilever tiene una única planta modelo de deshidratación, ubicada en la provincia argentina de Mendoza. Construida en 1964 funciona, tal como lo describen sus propios empleados, como una “cocina a gran escala”. Los vegetales se cultivan respetando el calendario de siembra y los tiempos de la naturaleza; se seleccionan minuciosamente; y se procesan de manera artesanal. De ahí se distribuyen a los principales mercados, con garantía de sabor y calidad. Una experiencia alentadora, que se busca replicar en el resto de la región.