



Mercado

A través de su historia, Del Valle ha logrado construir un fuerte vínculo con sus consumidores, ganándose con sus productos un lugar muy especial en la vida y el corazón de los mexicanos.

Durante casi 60 años, el sabor de Del Valle ha llegado a millones de hogares, gracias a una compleja estructura de distribución que cubre todo el país. La mayor parte de los productos se comercializan a través del canal tradicional por medio de 27 centros de distribución propios, ubicados en toda la República Mexicana. El canal moderno, en cambio, se enfoca a autoservicios, clubes y conveniencia de diferentes formatos. El canal de distribuidores, por su parte, está conformado por clientes dedicados a comercializar y llevar los productos Del Valle hasta los rincones más lejanos del país.



El sueño de hacer llegar un producto orgullosamente mexicano a todo el mundo llevó a Del Valle a mercados internacionales. En 1998 inició exportaciones a Estados Unidos, logrando acercarse y satisfacer a toda la población latina de ese país.

Actualmente, Del Valle ha visto el fruto del esfuerzo en la operación de dos subsidiarias que hacen posible su exitosa incursión en los mercados más importantes a nivel mundial: Estados Unidos y Brasil; este último, junto con México, es el responsable de distribuir los productos de la compañía en Europa.

Con el orgullo de ser una compañía 100% mexicana, Del Valle llega actualmente a más de 40 países alrededor del mundo, gracias al esfuerzo de casi 4,000 personas, que conforman su planta laboral.

Logros

A lo largo de su historia, Del Valle ha cosechado incontables historias de éxito y ha visto cristalizar muchos de sus sueños. Gracias a la entrega de un gran equipo de trabajo y después de cuatro décadas de esfuerzo constante, la marca logró traspasar fronteras y actualmente distribuye sus productos en los cinco continentes.

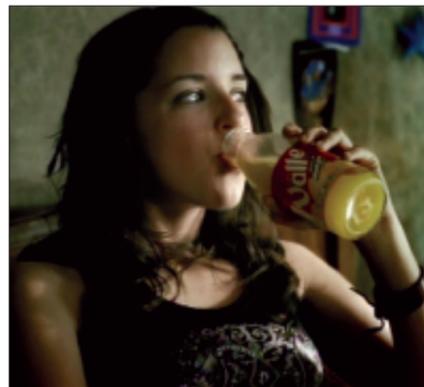
De la mano de la internacionalización vinieron importantes reconocimientos de diversos organismos reguladores a nivel mundial. Un ejemplo es el Premio Internacional de Alimentación, recibido en Dusseldorf, Alemania, en 1987.

En 1998 Del Valle obtuvo la certificación ISO 9000, y en 1999 adquirió el certificado RAB y UKAS, sistema de aseguramiento de calidad, para la producción de jugos, néctares y pulpas, basado en la norma internacional ISO 9002 versión 1994, otorgado por Bureau Veritas Quality International, de Londres.

En el 2000 recibió el reconocimiento de calidad por parte de la Presidencia de la República, así como el Premio Nacional de Exportación, galardón que se entrega a las empresas nacionales por sus niveles de exportación.

En el 2002, ante la necesidad de retribuirle a la comunidad su apoyo de tantos años, la empresa decidió crear la Fundación Del Valle, actualmente presidida por Charlene McArthur de Albarrán. Esta fundación apoya programas enfocados a brindar alimentos, albergue y servicios de salud a personas en situación de calle, drogadicción o desamparo. Asimismo concientiza a la sociedad civil y fomenta la participación en acciones altruistas, junto a otras instituciones filantrópicas.

En este mismo ámbito, desde el 2003 la empresa ha obtenido el distintivo ESR (Empresa Socialmente Responsable), el cual otorga el Centro Mexicano para la Filantropía. Además, Del Valle fue la primera compañía



del ramo en México que contó con el certificado HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points), requisito indispensable para exportar a Estados Unidos.

En temas de seguridad y protección del comercio internacional, Del Valle ha obtenido la certificación BASC (Business Anti-Smuggling Coalition), programa que busca, promueve y apoya el fortalecimiento de los estándares de seguridad y protección del comercio internacional, para sus plantas en Tepetzotlán, Tijuana, Zacatecas y Monterrey.

Dentro de una política de constante mejora en los procesos de producción, Del Valle cumplió con los compromisos derivados de la auditoría ambiental que realizó la PROFEPA, con lo que, en noviembre del 2004, obtuvo la certificación de Industria Limpia.

Historia

Del Valle nació de la ilusión de Luis F. Cetto de comercializar jugo de uva, después de muchos años dedicado al negocio de vinos. Así, en 1947 nació Del Valle en la zona industrial de Vallejo, en la Ciudad de México.



Al pasar de los años, la empresa fue creciendo, y a su paso captaba el interés de diferentes grupos de inversionistas, hasta que en 1978 fue adquirida por un grupo encabezado por el Ing. Manuel Albarrán Macouzet, quien es actualmente presidente honorario del consejo de administración. Se dio entonces un importante paso hacia la institucionalización de las

operaciones, que implicó, entre otros aspectos, el establecimiento de nuevos planes, así como programas de negocio y la creación de un departamento técnico de investigación y desarrollo de nuevos productos.

Para entonces, Del Valle ya operaba en la planta de Tepetzotlán, Edo. de Méx., misma que constituye el centro de operación más importante de la compañía y que vio nacer a muchos de los productos que conforman la gran familia Del Valle.

En 1992 se hizo el lanzamiento de néctares en envases de aluminio, un producto con la máxima tecnología de alimentos a nivel mundial.

Para 1994, Del Valle realizó su oferta primaria en la Bolsa Mexicana de Valores, con lo que se convirtió en empresa pública.

Después de ocho años compitiendo en mercados internacionales, Del Valle constituyó Del Valle-USA, su primera subsidiaria a nivel internacional. Esto le permitió abrir nuevos mercados, fortalecer las ventas y brindar un mejor servicio al mercado hispano en el país vecino. Para 1997 se constituyó la segunda subsidiaria internacional, Del Valle-Brasil, con el propósito de exportar sus productos y fortalecer sus ventas en la región sur del continente americano. Actualmente, Brasil es también el contacto con consumidores de MERCOSUR, de Europa y África.



Posteriormente, en 1999, inició la operación de una planta manufacturera de jugos y bebidas de fruta en ese país, en la ciudad de Americana, Sao Paulo. Esta planta ha incorporado los últimos avances tecnológicos y es una de las más modernas de América Latina en su ramo.

A finales de 1998, Del Valle adquirió el 90% de los activos asociados a la marca Barrilitos, y durante el año 2000 compró Florida 7, una sinergia que en su momento le permitió afianzarse definitivamente en el mercado de jugos y néctares en México.

Para enero del 2001 adquirió el total de las acciones de Barrilitos, consolidando así un negocio con más de 60 años de tradición en la producción, venta y distribución de refrescos de sabores típicos mexicanos. En ese mismo año se realizó el cambio de imagen y logotipo de Del Valle, cuyos productos para entonces ya contaban con presencia en más de 29 países.

Para alcanzar la mejora continua, Del Valle se mantuvo desde el 2005 en una búsqueda constante por encontrar equipos nuevos, más sistematizados, para optimizar los procesos productivos. Esta política de mejoramiento continuo condujo a la compañía a realizar varias alianzas estratégicas, entre las que destacan la incorporación de la línea de envasados aséptico Tetra Pak y la instalación de una nueva planta en Monterrey,

N.L., con instalaciones de última generación para optimizar los procesos productivos, a inaugurarse a finales del 2006.

Producto

Actualmente Del Valle es una de las empresas más importantes en la producción de jugos, néctares, bebidas y concentrados de fruta en el mundo. Además de la línea Del Valle, su portafolio de productos cuenta con otras marcas como Bébere, Barrilitos, Florida 7 y Frutsi, que desde el inicio tuvo una gran aceptación entre el público infantil, y, a más de 20 años de su lanzamiento, continúa ganándose el cariño de las nuevas generaciones.

En este amplio catálogo, Del Valle es el principal símbolo de marca ante los consumidores y se ha ganado entre ellos un lugar especial, gracias a su alta calidad y la gran variedad que ofrece. Aunado a los atributos propios que el consumidor reconoce en los productos Del Valle, la marca ha logrado establecer un vínculo con sus consumidores a través de la búsqueda y comunicación de valores universales.

Desarrollos Recientes

Del Valle se ha caracterizado por su espíritu innovador al ser el primero en comercializar nuevos productos y

empaques, abriendo así nuevas oportunidades de mercado, que han impulsado el crecimiento de su categoría.

En su esfuerzo por mantenerse a la vanguardia y ofrecer a sus consumidores la mejor opción de acuerdo a sus necesidades, Del Valle presentó hace un año una extensión de su línea con Del Valle Light y, recientemente, Del Valle Soya.

Los jugos y néctares Del Valle Light son productos bajos en calorías que la compañía creó pensando en las personas que se preocupan por su salud, sin sacrificar el delicioso sabor de la fruta. Es el balance perfecto entre sabor y calorías, ya que tienen 65% menos calorías que un jugo regular.

Del Valle Soya es una rica combinación entre lo delicioso de los jugos de frutas y lo saludable de la proteína de soya. Es una bebida sin lactosa, alta en proteína, que proporciona todos los beneficios de la soya, ya que es bueno para el corazón, no contiene colesterol y ayuda al sistema inmunológico.

Promoción

La comunicación con el consumidor es clave en el desarrollo y crecimiento de la empresa. La actual campaña muestra a Del Valle como una marca con ideales, que actúa de acuerdo a sus convicciones y principios,

y la asocia a personas con una actitud auténtica, sincera y valiente.

Durante los últimos años, Del Valle se ha asociado a licencias de moda y ha desarrollado promociones de canje apoyadas en ellas, logrando no sólo importantes incrementos en ventas, sino, lo más importante, acercarse al consumidor a través de actividades que lo identifican con la marca y fortalecen su relación. Un ejemplo es el gran éxito obtenido con la licencia de "Rebelde", que le permitió a Del Valle el uso de la marca en artículos para actividades de canje y el patrocinio de conciertos.

A partir de noviembre del 2006, Del Valle presenta a nivel nacional una notable renovación en la imagen de toda su línea roja, lo que implica llegar al público con un producto que, además de ser rico, tiene un envase que entiende las necesidades y actitudes del consumidor y va de acuerdo con su estilo de vida.

Valores de Marca

A través de los años, Del Valle ha necesitado claridad y coherencia en su filosofía empresarial. Los valores que guían sus comportamientos, y que deben manifestarse en todas las actividades que desempeñen sus integrantes, se pueden resumir en integridad y pasión. Esto es lo que se busca todos los días en la actitud de las personas que conforman esta gran empresa.

La labor de Del Valle se enfoca en tres grandes áreas para satisfacer todos los terrenos:

- Con los consumidores: Ser una empresa 100% confiable.
 - Con la sociedad: Ser un grupo 100% comprometido.
 - Con el medio ambiente: Ser una sociedad 100% responsable.
- Del Valle busca compartir la emoción por vivir, por trabajar y por hacer de este mundo un lugar mejor y más saludable.

Cosas Que Usted No Sabía Sobre Del Valle

- En sus inicios, Del Valle contaba sólo con 12 trabajadores, algunos en la fábrica y otros reparando y vendiendo.
- Los primeros jugos que comercializó Del Valle fueron de uva y manzana.
- El primer jugo envasado en botella de vidrio fue Del Valle.
- Del Valle fue la primera empresa en México que utilizó hoja de aluminio para envasar jugos.
- El primer envase de cartón con tapa "abre fácil" fue Del Valle.
- Los jugos y néctares Del Valle son 100% naturales porque no contienen conservadores.