2025
INFORME DE SOSTENIBILIDAD

US. FOODS

Robert Zabala, veterano militar y conductor líder en US Foods®, apoya un futuro más sostenible como parte de la flota de vehículos eléctricos en el centro de La Mirada, California.

CONTENIDO

01 DESCRIPCIÓN GENERAL

Acerca de nosotros 03
Mensaje de nuestros directores 04
Aspectos destacados de la sostenibilidad de 2025 06
Acerca de este informe 07

02 GOBIERNO

Nuestra estrategia comercial sostenible 09
Gobierno de sostenibilidad 10
Participación de los depositarios 12
Ética y Cumplimiento 12
Derechos humanos 13
Ciberseguridad y privacidad de datos 14
Inteligencia artificial 14

03 PRODUCTOS

Innovación y surtido de productos 16
Programa Hungry For Better 17
Serve Local™ 17
Serve Good® 18
Serve You® 20
Sostenibilidad de los envases 21
Cuidado animal 23
Desarrollo de la red de proveedores 24
Apoyo a los clientes en materia de sostenibilidad 25
Calidad y Seguridad Alimentaria 26
Reglamentaciones sobre los productos 27

04 PERSONAS

Gestión de capital humano 29
Seguridad del empleado 30
Contratación y gestión del talento 31
Aprendizaje y desarrollo 31
Cultura y compromiso 33
Participación en la comunidad 34

05 PLANETA

Gestión ambiental 37
Gestión climática 38
Gestión de riesgos climáticos 38
Estrategia de descarbonización 40
Nuestras operaciones 43
Nuestra flota 43
Nuestras instalaciones 46
Gestión del agua y de los residuos 48
Nuestra cadena de suministro 49
Reducción del riesgo de deforestación 49
Uso responsable del aceite de palma 50
Productos de mar de origen responsable 50

06 APÉNDICE

Índice TCFD 53
Índice SASB 57
Métricas del personal de 2025 62
Glosario 63

ACERCA DE NOSOTROS

Con la promesa de ayudar a sus clientes a alcanzar el éxito, expresada en su lema "Te ayudamos a hacerlo", US Foods® (NYSE: USFD) es una de las grandesempresas de alimentos de los Estados Unidos y un distribuidor líder de servicios alimentariosque trabaja junto a unos 250,000 establecimientos de clientes para ayudar a que sus negocios tengan éxito. Con más de 70 centros de distribución principales y más de 90 tiendas mayoristas de autoservicio, US Foods y sus 30,000 empleados proporcionan a los clientes una oferta de alimentos amplia e innovadora, así como unconjunto integral de soluciones de comercio electrónico, tecnología y negocios. La sede central de US Foods está ubicada en Rosemont, Illinois.

► **Visita nuestro sitio web** para obtener más información.

Más de 150
años en el negocio

$39,400 millones
en ventas netas

Aprox. 30,000
empleados

Más de 4,000
empleados de ventas

Más de 70
centros de distribución

Más de 20
instalaciones Stock Yards®

Más de 90
sedes de CHEF'STORE®

Más de 6,500
camiones

Aprox. 250,000
establecimientos de clientes[1]

Mensaje de nuestros directores

Mensaje de nuestro director ejecutivo

Estimados depositarios:
Mientras reflexionamos sobre el progreso que tuvimos en materia de sostenibilidad en 2025, me complace compartir cómo estas labores han contribuido a impulsar nuestra estrategia empresarial en su conjunto. En US Foods®, nos guía nuestra promesa de ayudar a nuestros clientes a alcanzar el éxito, tal como indica nuestro lema “Te ayudamos a hacerlo”. Logramos esto a través de nuestro compromiso de proporcionar a los operadores de servicios alimentarios más calidad, más herramientas y más entregas para que puedan ofrecer experiencias excelentes a sus consumidores. Ser una empresa responsable es parte integral de nuestra estrategia y constituye la base sobre la que hacemos crecer nuestro negocio, fortalecemos las relaciones con los clientes, maximizamos el compromiso y la productividad de los empleados y contribuimos a un mejor planeta.

Productos

En 2025, tuvimos un gran rendimiento, con un aumento de las ventas netas del 4.1 %, impulsado por el crecimiento del volumen de cajas y la inflación del costo de los alimentos. Nuestra cartera de productos Serve Good® superó los $1,000 millones en ventas por segundo año consecutivo, lo que refleja el creciente compromiso de los clientes con el abastecimiento responsable y nuestra capacidad de ofrecer un surtido innovador de alta calidad. Los ingresos generados por nuestros más de 4,100 productos Serve You® aumentaron un 9 % en comparación con 2024, en respuesta al interés de los consumidores por opciones acordes con sus preferencias alimentarias y estilos de vida. También continuamos aprovechando las herramientas digitales, incluido nuestro portal de comercio electrónico MOXē®, para facilitar la búsqueda de estos productos y apoyar las metas de adquisición impulsadas por los valores de nuestros clientes.

Personas

Nuestras iniciativas de seguridad, incluida la capacitación ampliada, el refuerzo de una mentalidad centrada en la seguridad, las mejoras en los equipos tecnológicos de las flotas y los almacenes y otras mejoras operativas, contribuyeron a una reducción del 16 % en las tasas de lesiones y accidentes en 2025, tras la mejora del 19 % lograda en 2024. Este progreso refleja nuestro compromiso inquebrantable de mantener un entorno seguro para nuestros empleados, clientes, socios comerciales y el público.

Como siempre, creemos que los empleados comprometidos son la base de nuestra cultura productiva y próspera. Nuestra encuesta anual de compromiso de 2025 dio como resultado un índice de compromiso del 75 %, lo que refleja experiencias positivas en el lugar de trabajo, e invertimos en 1.2 millones de horas de capacitación para respaldar el desarrollo profesional de los empleados. Nuestros 10 Grupos de Recursos Empresariales para Empleados continuaron ofreciendo valor comercial a través del compromiso, las redes y los esfuerzos de retención. También seguimos enfocados en incorporar más veteranos a nuestro personal, incluso a través de asociaciones de contratación que ayudan a conectar a los veteranos con carreras significativas en US Foods.

En 2025, también seguimos marcando una diferencia significativa en las comunidades a las que servimos, y contribuimos con $12.5 millones en efectivo y en productos para apoyar iniciativas de asistencia contra el hambre, educación culinaria y asistencia ante desastres. Al mismo tiempo, nuestros empleados aumentaron las horas de voluntariado informadas en un 70 %, al contribuir con su tiempo y experiencia en eventos patrocinados por la empresa y dentro de sus comunidades locales.

Planeta

Seguimos diversificando nuestra flota con vehículos de combustible alternativo; llegamos a 130 vehículos eléctricos y a más de 80 estaciones de carga in situ para fin de año. También reforzamos la eficiencia del transporte mediante la optimización de rutas, lo que dio como resultado que se condujeran 470,000 millas menos en 2025 en comparación con 2022, a pesar de entregar un 8 % más de cajas durante el mismo período. Además, nuestro enfoque en la eficiencia de la refrigeración de nuestros camiones ha ahorrado 750,000 galones de combustible solo en los últimos dos años.

Perspectivas futuras

Mientras llevamos a cabo nuestro plan a largo plazo para el período 2025-2027, mantenemos nuestro compromiso de alinear la sostenibilidad con el crecimiento y el rendimiento financiero. Nuestro gobierno, nuestras inversiones y nuestras innovaciones en materia de sostenibilidad siguen integrados de forma estrecha con nuestro modelo operativo estratégico, lo que crea la base adecuada para el éxito a largo plazo y proporciona un valor significativo a nuestros clientes, empleados, comunidades y accionistas.

Agradecemos su confianza y colaboración constantes, y estamos entusiasmados por lograr un impacto continuo en las áreas de Productos, Personas y Planeta en 2026 y en adelante.

Gracias por su apoyo constante.

Atentamente,

Dave Flitman
Presidente de la Junta Directiva y director ejecutivo

Mensaje de nuestros directores (continuación)

Mensaje de nuestro director financiero

En 2025, tuve el placer de desempeñarme como presidente de nuestro Comité Directivo de Sostenibilidad, en el que se incluyen líderes interfuncionales que supervisan las iniciativas de sostenibilidad y las operaciones comerciales clave. En toda la organización, hemos alineado nuestras iniciativas de sostenibilidad para respaldar los objetivos comerciales, a fin de aumentar la cuota de mercado, reducir el riesgo y crear valor a largo plazo.

Nuestra cartera de productos Hungry For Better con atributos ambientales, sociales o de bienestar definidos aborda la demanda clara y creciente de los consumidores. Estas ofertas diferenciadas fortalecen nuestra posición competitiva, amplían la elección de los clientes e impulsan un crecimiento rentable. Por segundo año consecutivo, los ingresos generados por nuestra línea de productos sostenibles Serve Good® de marcas exclusivas superaron los $1,000 millones. El crecimiento de esta cartera enfatiza que los productos vinculados con la sostenibilidad pueden contribuir de manera significativa a los ingresos, la reputación y la experiencia del cliente.

Otro elemento clave de nuestro enfoque es impulsar el rendimiento comercial a través de la excelencia operativa. Por ejemplo, durante la última década, en nuestras instalaciones se implementaron el monitoreo y la evaluación comparativa de la energía en tiempo real, lo que redujo el consumo de energía en un 22 % y permitió ahorrar $54 millones en costos energéticos desde 2015. Seguimos siendo disciplinados en cuanto a la asignación de capital tanto ara iniciativas de sostenibilidad como en el negocio en general y priorizamos proyectos de sostenibilidad basados en su rentabilidad esperada, entre otros factores, para garantizar que las mejoras ambientales y operativas sean sólidas desde el punto de vista fiscal.

En general, nuestros resultados de 2025 demuestran que la sostenibilidad, cuando se implementa con disciplina financiera, puede contribuir a la cuota de mercado, la mitigación de riesgos y el éxito comercial a largo plazo. A través de este enfoque equilibrado, continuaremos aplicando el mismo cuidado a medida que llevamos a cabo nuestra estrategia para ofrecer valor de una manera responsable y sostenible en los próximos años.

Con aprecio,

Dirk Locascio
Vicepresidente ejecutivo y director financiero

Aspectos destacados de la sostenibilidad de 2025

Nuestra estrategia empresarial se centra en un modelo operativo que refleja nuestros compromisos con la cultura de US Foods®, la excelencia en el servicio a los clientes, el crecimiento continuo y una sólida rentabilidad.

Las iniciativas clave de sostenibilidad que se llevan a cabo a través de este modelo operativo se centran en productos diferenciados con atributos ambientales, sociales y de bienestar;un lugar de trabajo seguro, dinámico e inclusivo; apoyo comunitario; mejora de la eficiencia de la flota y las instalaciones; y reducción del riesgo ambiental y social de la empresa. Todo ello contribuye al valor empresariala largo plazo y a nuestra ambición de convertirnos en los líderesindiscutibles de nuestra industria.

+ de 5,000

productos diferenciados de marcas exclusivas[2] en nuestras carteras de productos Serve Good® y Serve You®.

+ de 850

productos Serve Good que se obtienen de manera responsable, que contribuyen a la reducción de residuos o que están diseñados para ayudar a reducir las emisiones de gases de efecto invernadero, con ingresos totales de $1,000 millones.[3]

9 %

de crecimiento[4] en los ingresos de Serve You en más de 4,100 productos elaborados con ingredientes más simples[5], certificados como libres de gluten o con énfasis en ingredientes de origen vegetal.

Más de 740,000

cajas de frutas y verduras de temporada Serve Local™ entregadas a los clientes.[6]

16 %

de mejora en los índices de lesiones y accidentes[4] y alrededor de 136,000 horas de capacitación en seguridad para fortalecer el rendimiento en materia de seguridad.

Aprox. 1.2 millones

de horas de capacitación para los empleados a fin de respaldar su desarrollo profesional.

70 %

de los puestos de liderazgo cubiertos mediante promoción interna, lo que garantiza que nuestro liderazgo refleje el conocimiento que nuestro personal ya tiene.

Aprox. $12.5 millones

en efectivo, productos y tiempo de voluntariado para iniciativas de asistencia contra el hambre, asistencia ante desastres y educación culinaria, incluido un aumento del 70 % en las horas de voluntariado de los empleados.[4]

7 %

de reducción en la intensidad del consumo de combustible[7] y un 4 % menos en la intensidad del consumo de energía,[8] lo que demuestra una mejora continua en la eficiencia operativa.[9]

130

vehículos eléctricos en nuestra flota.

470,000

millas menos recorridas, a pesar del crecimiento del 8 % en cajas entregadas.[10]

Aprox. 10 millones

de instalaciones solares activas, que aportan más de 10 millones de kilovatios-hora de energía renovable.

88 %

del volumen total de productos de mar de nuestras marcas exclusivas cumplió con nuestras normas definidas de abastecimiento responsable.

Acerca de este informe

En este informe se presenta nuestro rendimiento en materia de sostenibilidad durante el año fiscal 2025. Se abarcan todas las actividades de la Empresa plenamente consolidadas para fines de información financiera, a menos que se indique lo contrario. En este informe se hace referencia a nuestros compromisos y avances ambientales, sociales y de gobierno (environmental, social, and governance, ESG) bajo el término general "sostenibilidad".

Estándares y marcos

Nuestros informes de sostenibilidad se basan en aquellos estándares que consideramos más relevantes para nuestro negocio y los depositarios: el Grupo de Trabajo sobre Divulgaciones Financieras Relacionadas con el Clima (Task Force on Climate-related Financial Disclosures, TCFD), así como la Norma para Minoristas y Distribuidores de Alimentos del Consejo de Normas de Contabilidad de Sostenibilidad (Sustainability Accounting Standards Board, SASB).[11]

Qué queremos decir cuando decimos

US Foods, la Empresa, nos, nosotros o nuestro: a menos que se indique lo contrario, estos términos se refieren a US Foods® Holding Corp. y a sus subsidiarias, marcas y marcas comerciales, incluidas nuestras oficinas, instalaciones de producción, centros de distribución y tiendas minoristas conocidas como sedes CHEF'STORE®.

Proveedores o vendedores: a menos que se especifique lo contrario, estos términos se refieren a cualquier persona o entidad que venda o proporcione servicios, materias primas, materiales procesados o productos terminados a US Foods.

Novedades en este informe

Además de describir nuestras prioridades y resultados en materia de sostenibilidad, este Informe de sostenibilidad de 2025 incluye información ampliada sobre nuestro enfoque en la sostenibilidad de los envases, el cumplimiento de las reglamentaciones más recientes, como las relacionadas con la responsabilidad extendida de los productores, y la gestión de riesgos climáticos en las páginas 21, 27 y 38, respectivamente.

Declaraciones a futuro

En este informe se incluyen declaraciones a futuro conforme al significado establecido en la Ley de Reforma de Litigios sobre Valores Privados (Private Securities Litigation Reform Act) de 1995. Entre estas declaraciones a futuro se incluyen el rendimiento financiero previsto, las declaraciones sobre los resultados futuros de las operaciones y otras declaraciones que no son hechos puramente históricos o que dependen de eventos futuros. Estas declaraciones suelen incluir palabras como "creer", "esperar", "proyectar", "anticipar", "pretender", "planificar", "perspectiva", "estimar", "objetivo", "buscar", "haremos", "podemos", "haríamos", "deberíamos", "podríamos", "predecir", "misión", "esforzar", "más", "meta" o expresiones similares (aunque es posible que no todas las declaraciones a futuro contengan dichas palabras). Estas declaraciones no constituyen garantías de rendimiento o resultados futuros y están sujetas a riesgos, incertidumbres y otros factores importantes, muchos de los cuales están fuera de nuestro control, que podrían hacer que los resultados reales difieran sustancialmente de los expresados en las declaraciones a futuro. Entre estos factores se incluyen los siguientes: cambios en los hábitos alimentarios de los consumidores, incluidos los factores económicos que afectan la confianza del consumidor y el gasto discrecional, así como el impacto de los avances en las terapias farmacéuticas, que pueden reducir el consumo de alimentos preparados fuera del hogar; inflación o deflación de costos y volatilidad de las materias primas, incluidos los aumentos en los costos de combustible; acontecimientos geopolíticos e interrupciones de la cadena de suministro; competencia; dependencia de proveedores externos e interrupción del suministro de productos o aumento de sus costos; cambios en nuestras relaciones con clientes y organizaciones de compras grupales; nuestra capacidad para aumentar o mantener los segmentos de mayor margen de nuestro negocio y lograr los beneficios previstos de las iniciativas de ahorro de costos; el impacto del cambio climático o de las medidas regulatorias o de mercado relacionadas; el impacto de las reglamentaciones gubernamentales relacionadas con nuestras operaciones, incluida la seguridad de los productos; el retiro de productos y las reclamaciones por responsabilidad sobre los productos; nuestra reputación en la industria; las relaciones laborales, el aumento de los costos laborales y el acceso continuo a personal calificado; el nivel de las tasas de interés, así como la disponibilidad de financiamiento mediante endeudamiento y las restricciones establecidas en los acuerdos que rigen dicho endeudamiento; la disrupción de las tecnologías existentes y la implementación de nuevas tecnologías, incluida la inteligencia artificial; los incidentes de ciberseguridad y otras interrupciones tecnológicas; la ejecución eficaz de la estrategia de crecimiento de la Empresa, incluidas las adquisiciones y la integración de los negocios adquiridos; los riesgos para la salud y la seguridad de nuestros asociados; las sentencias o acuerdos desfavorables derivados de litigios; las condiciones meteorológicas extremas, los desastres naturales y otros eventos catastróficos; y el momento y el alcance de futuras recompras por parte de US Foods de sus acciones ordinarias.Se incluye más información sobre estos riesgos y otros factores potenciales que podrían afectar al negocio, la reputación, los resultados de las operaciones, la situación financiera y el precio de las acciones de la Empresa en las secciones tituladas "Factores de riesgo" y "Debate y análisis de la gestión de la situación financiera y los resultados de las operaciones" en los informes periódicos más recientes presentados por la Empresa mediante el Formulario 10-K y el Formulario 10-Q y las presentaciones posteriores ante la Comisión de Bolsa y Valores. Todas las declaraciones a futuro incluidas en este informese basan en la información disponible para nosotros enlafecha del presente. Para estas declaraciones, la Empresa reclama la protección legal para las declaraciones a futuro en la Ley de Reforma de Litigios sobre Valores Privados. En consecuencia, se te advierte que no deposites una confianza indebida en estas declaraciones a futuro. Excepto en la medida en que lo exija la ley, la Empresa no asume ningún deber u obligación de actualizar públicamente las declaraciones a futuro y renuncia expresamente a cualquier deber u obligación de hacerlo. Las siguientes son marcas comerciales de US Foods Holding Corp. y sus filiales: US Foods, CHEF'STORE, Stock Yards, Progress Check, Serve Good, Serve Local, Serve You y Unpronounceables List.[12]

PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS 2025

Barron's
Las 100 empresas más sostenibles de los EE. UU.

FORBES
Lista de los mejores grandes empleadores de los Estados Unidos de 2025

Newsweek
Los mejores lugares de trabajo para los veteranos en Estados Unidos de 2024/2025

Las empresas más fiables de los Estados Unidos de 2025

Las empresas más confiables de los Estados Unidos de 2025

Los mejores lugares de trabajo para padres y familias de los Estados Unidos de 2025

Los lugares de trabajo más admirados de Estados Unidos de 2025/2026

Military and Veterans
Premio empleador 3 estrellas de 2025 otorgado por VETS Indexes Employer Awards

Medallón de Oro HIRE Vets del Departamento de Trabajo

Premio de oro Military Friendly Employer

GOBIERNO

En esta sección

09 Estrategia comercial sostenible
10 Gobierno de sostenibilidad
12 Participación de los depositarios
12 Ética y Cumplimiento
13 Derechos humanos
14 Ciberseguridad y privacidad de datos
14 Inteligencia artificial (IA)

GOBIERNO

En US Foods®, la honestidad y la integridad son fundamentales para nuestras operaciones y esenciales para nuestro éxito a largo plazo, ya que sustentan nuestra estrategia empresarial y orientan nuestro enfoque en materia de sostenibilidad. Juntos, nos comprometemos con los valores fundamentales de éxito del cliente, integridad, innovación y trabajo en equipo y compartimos la pasión por el mundo de los alimentos.

Estrategia comercial sostenible

Nuestra aspiración como Empresa es convertirnos en los líderes indiscutibles de nuestra industria al ofrecer el entorno más seguro, el crecimiento más rápido, la mayor rentabilidad, liderazgo digital y el mejor lugar para trabajar. Nuestra estrategia empresarial incluye un modelo operativo multifacético que refleja nuestros compromisos con la cultura de US Foods, la excelencia en el servicio a los clientes, el crecimiento continuo y una sólida rentabilidad. Además, nuestro compromiso de ser una organización responsable y nuestras creencias culturales sirven como valiosos principios rectores que orientan nuestras actividades cotidianas e impulsan el progreso en toda la empresa, incluso en materia de sostenibilidad.

Las iniciativas clave de sostenibilidad que se llevan a cabo mediante este modelo operativo orientado por la estrategia contribuyen al éxito empresarial, ya que priorizan la satisfacción del cliente, la eficiencia de costos, las mejoras operativas y el compromiso de los empleados. Las iniciativas se enfocan en la seguridad de los empleados; la calidad y los productos diferenciados con atributos ambientales, sociales y de bienestar; la mejora de la eficiencia de la flota y las instalaciones; la reducción de los riesgos empresariales ambientales y sociales; el apoyo constante de la comunidad; y un lugar de trabajo dinámico e inclusivo. De estas y otras formas, seguimos impulsando una estrategia de sostenibilidad vinculada al valor empresarial a largo plazo, lo que promueve la eficiencia, el ahorro de costos, la resiliencia de la cadena de suministro, el crecimiento y la preparación normativa, al tiempo que fortalece nuestra capacidad para afrontar los riesgos emergentes en materia de sostenibilidad.

Gobierno (continuación)

Gobierno de sostenibilidad

De conformidad con su estatuto, el Comité de Nominación y Gobierno Corporativo de nuestra Junta Directiva supervisa nuestro programa de sostenibilidad, incluidos su estrategia, las áreas de enfoque, las metas y el progreso. El Comité recibe informes trimestrales de la gerencia con respecto a las iniciativas y el progreso de sostenibilidad de la Empresa, y revisa las divulgaciones importantes relacionadas con la sostenibilidad, como nuestros informes anuales de sostenibilidad, antes de su publicación. La Junta Directiva completa recibe actualizaciones anuales sobre nuestras prioridades y el progreso respecto a la sostenibilidad.

Además, el Comité de Auditoría de nuestra Junta Directiva supervisa nuestros programas de ciberseguridad, la calidad y seguridad alimentaria y los asuntos de ética y cumplimiento y recibe informes anuales de la gerencia. Nuestro Comité de Compensación y Capital Humano tiene responsabilidades de supervisión en materia de compensación, así como sobre nuestras políticas y estrategias de gestión del capital humano relacionadas con la adquisición y el desarrollo de talento, la cultura organizacional, la inclusión, el compromiso y la retención de los empleados, la seguridad de los empleados y la planificación de la sucesión de los ejecutivos.

US Foods® trabaja para garantizar que, en conjunto, nuestra Junta Directiva reúna las capacidades estratégicas, gerenciales y financieras, así como la experiencia necesarias para cumplir con sus responsabilidades y alcanzar sus objetivos. Al mismo tiempo, procura que la Junta Directiva esté integrada por directores con trayectorias, perspectivas y experiencias amplias y diversas, y con una reconocida reputación de integridad. La Junta Directiva considera que la diversidad de perspectivas y experiencias de sus miembros fortalece la supervisión eficaz de la gerencia, fortalece la supervisión de la estrategia y contribuye a la creación de valor a largo plazo para nuestros accionistas. En la actualidad, nuestra Junta Directiva está integrada por directores ejecutivos actuales y anteriores, directores financieros anteriores, un director de Adquisiciones en funciones y directores con amplia experiencia en empresas que cotizan en bolsa. Muchos de nuestros directores cuentan con experiencia en la industria alimentaria y en materia de sostenibilidad, lo que aporta conocimientos especializados sobre temas empresariales y de sostenibilidad relevantes.

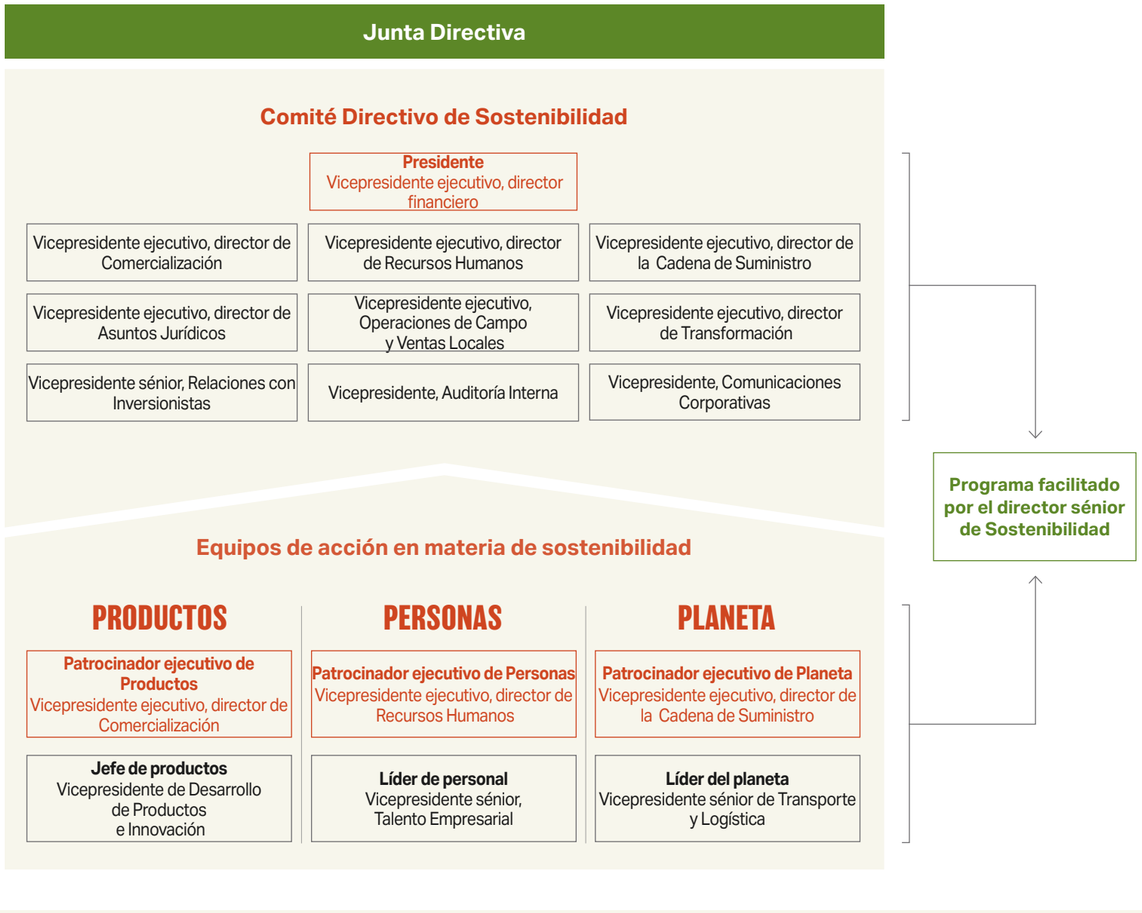
Cada uno de nuestros directores participa en un amplio programa de orientación al unirse a la Junta, que incluye reunirse con los miembros de nuestro Equipo de Liderazgo Ejecutivo (Executive Leadership Team, ELT) y otros miembros clave del equipo de gestión para obtener una comprensión más profunda de los negocios y las operaciones de la empresa. Asimismo, llevamos a cabo sesiones de orientación específicas del comité cuando un director se une a un comité por primera vez. Se ofrecen sesiones informativas periódicas sobre temas que les ayudarían a los directores a cumplir con sus obligaciones tanto en el ámbito de la Junta Directiva como de sus comités. Según corresponda, estas sesiones pueden abarcar temas de sostenibilidad para mantener informados a los directores sobre las tendencias, los riesgos y las oportunidades emergentes en materia de sostenibilidad que puedan ser relevantes para nuestro negocio.

► **Obtén más información** en nuestra Declaración de poder, en la que se incluyen nuestras prácticas relacionadas con la composición de la Junta, los derechos de los accionistas y la participación de los inversores, entre otros temas. Nuestra página de Relaciones con los Inversores incluye documentos de gobierno corporativo adicionales, incluidas nuestras Directrices de gobierno corporativo y los estatutos del Comité de la Junta.

SUPERVISIÓN DE LA SOSTENIBILIDAD POR PARTE DE LA JUNTA DIRECTIVA

Gobierno (continuación)

ESTRUCTURA DE GOBIERNO DE SOSTENIBILIDAD



Supervisión adicional de la sostenibilidad

A nivel de la gerencia, el vicepresidente ejecutivo y director financiero (Chief Financial Officer, CFO), con el apoyo del director de sostenibilidad sénior, preside nuestro Comité Directivo de Sostenibilidad multifuncional para avanzar en nuestros objetivos de sostenibilidad.

Integrado principalmente por miembros del ELT y del Equipo de Liderazgo Sénior (Senior Leadership Team, SLT) de US Foods® de toda la Empresa, incluidos representantes de las áreas de Cadena de Suministro, Comercialización, Recursos Humanos, Relaciones con Inversionistas, Asuntos Jurídicos y Comunicaciones, el Comité se reúne de forma trimestral para planificar y evaluar el avance de los compromisos y las prioridades en materia de sostenibilidad. Este enfoque permite que nuestros líderes sénior conozcan de primera mano las inquietudes y los comentarios sobre temas prioritarios, como la innovación de productos para la sostenibilidad, la descarbonización de nuestra flota e instalaciones, la evaluación y mitigación del riesgo de deforestación en nuestra cadena de suministro y la colaboración con proveedores en materia de sostenibilidad. Asimismo, el Comité fortalece nuestro gobierno de la sostenibilidad al involucrar a los depositarios y asesores adecuados para que US Foods aborde los riesgos y las oportunidades relacionados con la sostenibilidad mediante las estrategias y los recursos más adecuados, en consonancia con nuestras prioridades empresariales a corto y largo plazo. Además, el Comité supervisa el entorno regulatorio en general, evalúa el impacto de las reglamentaciones emergentes y valida nuestro enfoque de sostenibilidad alineado con la estrategia empresarial, así como nuestras estrategias de cumplimiento.

En 2025, también constituimos un Comité Directivo de Descarbonización dedicado específicamente a reforzar nuestro enfoque en el importante trabajo de descarbonización que llevamos a cabo en nuestra flota y nuestras instalaciones. En estrecha colaboración con el Comité Directivo de Sostenibilidad y el Comité Directivo de Descarbonización, trabajan equipos de acción responsables de nuestros tres pilares de sostenibilidad: Productos, Personas y Planeta. Cada equipo tiene un patrocinador designado del ELT y del SLT para proporcionar orientación sobre la alineación comercial y apoyar el éxito.

➤ **Obtén más información** sobre nuestro enfoque para la gestión de riesgos climáticos y descarbonización en Planeta>Gestión climática, en la página 38.

Gobierno (continuación)

Participación de los depositarios

Los comentarios de nuestros empleados, clientes, proveedores y accionistas son fundamentales para la evolución continua de nuestro programa de sostenibilidad. Nuestro diálogo con los depositarios nos permite comprender sus intereses y orienta un enfoque de sostenibilidad que responde a sus expectativas. Mantenemos un contacto proactivo con los principales accionistas de la Empresa en múltiples ocasiones a lo largo del año y colaboramos con agencias de asesoría para inversionistas y de representación mediante poder, así como con otras firmas de asesoría para inversionistas que representan los intereses de diversos accionistas.

A lo largo del año, nuestras comunicaciones con los accionistas incluyen tanto un diálogo en primavera mediante poderes como otro en otoño centrado en la sostenibilidad, en el que invitamos a los accionistas que representan aproximadamente el 80 % de las acciones en circulación a participar en una reunión virtual. Además, las opiniones de los accionistas sirven de base para las agendas de la Junta Directiva y del Comité, así como para las estrategias y programas empresariales. Por ejemplo, en 2025 mantuvimos un diálogo con los accionistas durante nuestra campaña de comunicación de otoño sobre su derecho a convocar una reunión extraordinaria y, en 2026, teniendo en cuenta los comentarios de los accionistas y tras la aprobación de estos en nuestra junta anual de accionistas, modificamos el certificado de constitución de la Empresa para permitir el ejercicio de ese derecho con un umbral de participación accionaria del 25 %.

Además de los accionistas, mantenemos un diálogo directo con nuestros clientes a través de diversas presentaciones y reuniones para conocer sus prioridades en materia de sostenibilidad y cómo podemos apoyarlos. También mantenemos un diálogo directo con proveedores clave, especialmente con aquellos identificados, a partir de nuestras evaluaciones de los principales temas de sostenibilidad (como las emisiones de gases de efecto invernadero y la deforestación), entre los que generan los mayores impactos ambientales. Este diálogo también nos permite verificar el cumplimiento de determinadas políticas de US Foods®.

➤ **Obtén más información** sobre cómo nos comprometemos con nuestros clientes y les ofrecemos apoyo en Productos>Apoyo a los clientes en materia de sostenibilidad, en la página 25.

➤ **Obtén más información** sobre obre nuestras iniciativas de colaboración con proveedores en Planeta>Gestión climática>Descarbonización de la cadena de suministro y Planeta>Nuestra cadena de suministro, en las páginas 42 y 49, respectivamente.

Ética y Cumplimiento

En nuestro Código de Conducta se afirma públicamente nuestro compromiso con la integridad y se establecen las expectativas sobre la forma en que trabajamos entre nosotros y con nuestros clientes, proveedores, comunidades, funcionarios gubernamentales y otros depositarios. El Código de Conducta se basa en nuestras creencias culturales y en la comprensión de que cada uno de nosotros desempeña un papel importante al desarrollar el trabajo diario con honestidad e integridad.

En el Código se describen los principios éticos para los empleados, con un enfoque en la integridad, la seguridad, el respeto y el cumplimiento de las leyes, y se abarcan áreas como la conducta en el lugar de trabajo, las prácticas comerciales y el compromiso con la comunidad. Los principios clave incluyen tratar a todos con respeto, trabajar de forma segura, garantizar la calidad de los alimentos, la honestidad y hablar cuando algo parece estar mal, con políticas adicionales que abordan los derechos humanos, los conflictos de intereses y la conducta de los proveedores.

En el marco de nuestro programa de Ética y Cumplimiento y para reforzar nuestra cultura de integridad, brindamos capacitación anual sobre el Código de Conducta a todos los empleados, incluidos los miembros de la gerencia, así como otras capacitaciones en áreas pertinentes según el puesto o la ubicación de un empleado, como las capacitaciones sobre la lucha contra la corrupción, la prevención del uso indebido de información privilegiada, la prevención del acoso sexual o la prevención de la violencia en el lugar de trabajo.

Supervisión de la ética y el cumplimiento

El Comité de Auditoría de nuestra Junta Directiva supervisa nuestro programa de Ética y Cumplimiento y recibe actualizaciones trimestrales de la gerencia, tales como los volúmenes y las tendencias de los informes de la línea de contacto, las medidas correctivas resultantes y cualquier asunto significativo. Los líderes sénior de diversas funciones como Recursos Humanos, Seguridad y Operaciones también reciben actualizaciones regulares, con información más detallada que puede guiar la estrategia de su propio equipo.

El equipo de Ética y Cumplimiento supervisa el manejo diario de los informes de presunta mala conducta. Entre sus responsabilidades se incluyen la recepción y clasificación inicial de los nuevos casos, de acuerdo con diversos criterios definidos, a través de la línea de contacto; la asignación de los asuntos informados al equipo apropiado para su investigación; la realización de investigaciones; la identificación de infracciones de las políticas; la comunicación de los hallazgos a los depositarios correspondientes y la recomendación de las medidas correctivas adecuadas; así como el seguimiento de las personas que plantean inquietudes. Manejar dichas inquietudes de manera rápida y adecuada es fundamental para preservar la confianza de los empleados y proteger a US Foods.

Denunciar y resolver inquietudes

Una parte central de nuestra cultura de integridad es un ambiente laboral que motive a los empleados u otras personas a expresar sus inquietudes si consideran que algo no está bien. Esta idea se refleja en nuestro Código de Conducta, nuestras creencias culturales, nuestro sitio web, la intranet, los carteles en el sitio, las capacitaciones, los correos electrónicos y otras notificaciones de nuestros equipos de Ética y Cumplimiento, y Recursos Humanos. Para validar la eficacia de estas comunicaciones proactivas, el equipo de Ética y Cumplimiento mide regularmente el grado de conocimiento de los empleados sobre la línea de contacto a través de nuestras encuestas de compromiso para los empleados.

Además, para fomentar una cultura de expresión, prohibimos las represalias contra cualquier persona que, de buena fe, plantee preguntas o inquietudes. También se alienta a nuestros proveedores y a sus empleados a hacer lo mismo. Nuestro Código de Conducta del Proveedor solicita a los proveedores que tengan una política que prohíba las represalias para permitir que sus empleados informen sus inquietudes aUS Foods sin temor a represalias.

Canales de quejas

Las inquietudes pueden comunicarse a cualquier gerente de US Foods, a un miembro de nuestros equipos de Recursos Humanos, Asuntos Jurídicos o Ética y Cumplimiento, a nuestro director de Asuntos Jurídicos (Chief Legal Officer, CLO) o a través de la línea de contacto, a la que se puede acceder por teléfono, correo electrónico o mediante el sitio web. Esta línea directa, gestionada por un proveedor externo, está disponible para cualquier parte interesada, tanto interna como externa, incluidos los empleados de los proveedores, y permite presentar inquietudes de forma anónima las 24 horas del día, los siete días de la semana, con servicios de traducción cuando sea necesario. El proceso está sustancialmente alineado con los criterios de eficacia de los Principios Rectores de las Naciones Unidas (ONU) para los canales de reclamación no judiciales.

Gobierno (continuación)

Derechos humanos

Trabajar con integridad incluye nuestro compromiso de respetar y proteger los derechos humanos. Nuestra Política de derechos humanos se basa en la Declaración Universal de Derechos Humanos de las Naciones Unidas (United Nations Universal Declaration of Human Rights, UNDHR), los Principios Rectores de la ONU sobre las Empresas y los Derechos Humanos (UN Guiding Principles on Business and Human Rights, UNGP), el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, la Carta Internacional de Derechos Humanos y los convenios fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo (International Labour Organization, ILO), y cuenta con la aprobación de la gerencia.

Con el fin de mantener un lugar de trabajo seguro e inclusivo, nuestra Política de derechos humanos prohíbe el trabajo infantil, el trabajo forzado, el tráfico de personas y la discriminación y el acoso ilegales. La Política también establece nuestros compromisos con respecto a las horas de trabajo y los salarios, la libertad de asociación y negociación colectiva, las medidas disciplinarias y la salud y seguridad. Incluye nuestros mecanismos para comunicar inquietudes, que también se encuentran en nuestro Código de Conducta y nuestro Código de Conducta del Proveedor.

Esperamos que nuestros proveedores adopten principios de derechos humanos similares a los nuestros y que cumplan con todas las leyes y reglamentaciones relacionadas aplicables a ellos, como se describe en nuestro Código de Conducta del Proveedor. Además, nuestro trabajo continuo de evaluación y mitigación de los riesgos de deforestación y conversión de tierras también tiene en cuenta los impactos de la cadena de suministro sobre los derechos de determinadas comunidades indígenas.

Código de Conducta del Proveedor

El Código de Conducta del Proveedor contiene nuestras normas y prioridades para los proveedores y se basa en la UNDHR, los UNGP, el Pacto Mundial de la ONU, la Carta Internacional de Derechos Humanos y los convenios fundamentales de la ILO, así como en los principios rectores de US Foods® establecidos en nuestra Política de derechos humanos.

Revisamos y actualizamos el Código de Conducta del Proveedor de forma periódica, incluso mediante consultas con determinados proveedores clave sobre temas pertinentes, como la garantía de calidad y seguridad alimentaria, los derechos humanos y la protección ambiental.

Nuestro Código de Conducta del Proveedor contiene los principios que esperamos que nuestros proveedores cumplan en numerosas áreas clave, entre ellas el cumplimiento de la legislación, los derechos humanos, la prohibición del trabajo forzado y la trata de personas, la salud y seguridad en el lugar de trabajo, la seguridad de los productos, el cumplimiento normativo, la sostenibilidad, la responsabilidad social y las prácticas comerciales éticas. Además, esperamos que cada proveedor lleve a cabo sus negocios en pleno cumplimiento de todas las leyes y reglamentaciones nacionales, estatales y locales aplicables de los países en los que opera, incluidos los controles de comercio, exportación e importación, los requisitos de seguridad del producto y todas las leyes antimonopolio y de competencia justa aplicables. En nuestro Código de Conducta del Proveedor también se detallan los procedimientos para interactuar con los proveedores en caso de incumplimiento, lo que incluye, cuando corresponda, la finalización de la relación comercial con el proveedor.

Nuestra Política de colaboración con la cadena de suministro, que se aplica a la mayoría de nuestros proveedores comerciales, tiene por objeto establecer por escrito expectativas claras sobre las políticas, los procesos y los procedimientos de US Foods e incluye la expectativa de que los proveedores revisen y cumplan el Código de Conducta del Proveedor.

El Código de Conducta del Proveedor y la Política de derechos humanos, en conjunto, junto con nuestras políticas sobre bosques, aceite de palma y productos de mar descritas más adelante en este informe, reflejan nuestro compromiso con el abastecimiento responsable, la transparencia y la mejora continua en todas nuestras operaciones y la cadena de suministro.

➤ **Obtén más información** sobre nuestras prácticas de abastecimiento responsable y nuestro trabajo continuo para abordar el riesgo de deforestación y conversión de tierras en Planeta>Nuestra cadena de suministro, a partir de la página 49.

Gobierno (continuación)

Ciberseguridad y privacidad de datos

Nuestra organización interna de ciberseguridad lidera un programa integral de seguridad a nivel de toda la empresa, basado en marcos de referencia reconocidos por la industria y en una estrategia clara y proactiva. Operamos un modelo basado en el riesgo que integra tecnologías de seguridad líderes, aprovecha tanto la experiencia interna como los socios externos seleccionados de manera minuciosa y une equipos en toda la Empresa para fortalecer nuestra postura defensiva de manera constante.

Supervisión de la ciberseguridad y la privacidad de datos
Nuestra función de ciberseguridad está a cargo de nuestro equipo de Tecnología Digital, dirigido por nuestro vicepresidente sénior y director de Seguridad de la Información. Asimismo, cuenta con la supervisión del Comité de Auditoría de nuestra Junta Directiva y el apoyo de las funciones de Auditoría Interna y Asuntos Jurídicos. La gerencia proporciona un informe anual de ciberseguridad a nuestra Junta Directiva y actualizaciones trimestrales al Comité de Auditoría con respecto a cada riesgo empresarial importante detectado. Esto incluye una revisión de posibles amenazas y vulnerabilidades digitales, además de las medidas para mitigar riesgos e incrementar la resiliencia.

Marco, políticas y procedimientos
Nuestro programa de ciberseguridad está diseñado para proteger la confidencialidad, integridad y disponibilidad de activos e información críticos mediante un enfoque proactivo y basado en riesgos. Alineamos nuestro programa con las mejores prácticas de la industria ampliamente aceptadas y marcos de seguridad líderes, y reevaluamos de forma periódica nuestras capacidades para garantizar que se adapten a los riesgos en evolución y a las expectativas reglamentarias. Nuestras políticas, incluidas la Política de seguridad de la información y la Política de privacidad y seguridad, así como nuestros procedimientos, están diseñadas para alinearse con las mejores prácticas de la industria y cumplir con los requisitos reglamentarios.

También alineamos nuestras políticas y procedimientos de procesamiento de pagos con los estándares de seguridad de la industria, incluido el Estándar de Seguridad de Datos de la Industria de Tarjetas de Pago.

A lo largo del año, llevamos a cabo auditorías y evaluaciones específicas y utilizamos recursos internos y externos para evaluar elementos clave de nuestros sistemas de seguridad de la información. Hemos desarrollado e implementado un programa integral diseñado para proteger la confidencialidad de la información sensible, preservar la integridad de los datos críticos y los procesos automatizados y garantizar la disponibilidad de nuestras capacidades de tecnología de la información.

Gestión de amenazas y respuesta a incidentes
Nuestro programa integral de ciberseguridad aprovecha la tecnología, la experiencia de terceros y el personal capacitado para proporcionar gobierno corporativo completo; colaboración para monitoreo las 24 horas; detección de amenazas y respuesta a incidentes; y seguridad móvil, de redes y de la nube. Nos asociamos con empresas de seguridad para gestionar nuestros incidentes de seguridad y gestión de eventos, identificar amenazas externas, realizar pruebas de penetración, realizar evaluaciones de seguridad y brindar apoyo a la respuesta a incidentes. Estas relaciones se evalúan y comparan periódicamente a fin de garantizar la calidad de los recursos para aumentar nuestro personal interno y proporcionar información sobre los riesgos emergentes dentro y fuera de la industria de servicios de alimentación.

Política de privacidad
Nuestra Política de privacidad y seguridad, publicada en nuestro sitio web, promueve la transparencia al divulgar cómo recopilamos datos a través de nuestros sitios web, aplicaciones móviles y fuera de línea, así como el uso que damos a dicha información. Monitoreamos y actualizamos nuestras prácticas y políticas de recopilación de datos para cumplir con las reglamentaciones y leyes de privacidad de datos aplicables.

Capacitación en ciberseguridad para empleados
Contamos con un programa de concientización para empleados con el fin de educar periódicamente a nuestro personal sobre los riesgos de ciberseguridad a los que se enfrentan y cómo actuar de forma segura. Proporcionamos capacitación anual sobre seguridad de los datos a todos los empleados con acceso a la red. Nuestros programas de capacitación y educación incluyen capacitación especializada para los empleados que manejan información confidencial, los empleados con acceso privilegiado y los ejecutivos; capacitación general sobre concientización en materia de seguridad de la información; campañas periódicas contra la suplantación de identidad (phishing); una función para denunciar intentos de phishing con un solo clic desde el correo electrónico; y correos electrónicos informativos sobre amenazas emergentes.

Inteligencia artificial (IA)

Nuestro enfoque pragmático de la IA aprovecha la IA para impulsar la transformación digital, mejorar la experiencia del cliente y aumentar la productividad dentro de un sólido marco de gobierno y gestión de riesgos. Nuestra estrategia de IA se centra en la eficiencia operativa, el crecimiento digital y el uso estratégico de la IA en los principales sistemas empresariales, como las ventas, la cadena de suministro y nuestra plataforma de comercio electrónico, MOXē®. Las aplicaciones de IA se desarrollan bajo la orientación de AI Catalysts, un grupo interno de liderazgo interdisciplinario, y se rigen por la Política de uso aceptable de la inteligencia artificial de US Foods®.

Nuestro enfoque comienza con inversiones en la capacitación de los empleados, que incluyen formación sobre IA, capacitación en materia de seguridad y recursos centralizados para garantizar que nuestros empleados comprendan los usos más apropiados y eficaces de la IA. En 2025, la capacitación personalizada en IA llegó a 15,000 empleados a través de 35 foros diseñados para diversas funciones empresariales, y más de 10,000 empleados completaron la capacitación en seguridad digital relacionada con la IA. Además, durante el año, nuestro sitio de recursos dedicado a la IA recibió más de 13,000 visitas.

La IA también desempeña un papel esencial en la mejora de la experiencia del cliente y en el impulso del crecimiento del comercio digital. La plataforma MOXē cuenta con capacidades de búsqueda impulsadas por la IA que permiten encontrar productos de forma más rápida e intuitiva, agilizan el proceso de pedido de los clientes y mejoran hasta en un 30 % la precisión en la predicción de las franjas de entrega. Además, las soluciones basadas en IA ayudan a nuestros clientes de restaurantes a mejorar sus estrategias de marketing, reducir los residuos y anticipar mejor sus necesidades de pedido.

Desde el punto de vista operativo, aprovechamos la IA para mejorar la productividad. La optimización de rutas asistida por IA y el análisis predictivo respaldan la eficiencia de la flota y la calidad del servicio, mientras que la robótica y las operaciones logísticas mejoradas con IA fortalecen las operaciones del almacén. Juntos, estos esfuerzos posicionan a la IA como una infraestructura diaria que respalda resultados empresariales seguros y orientados al valor.

ASPECTO DESTACADO

Semana de la Ambición

Nuestra primera Semana de la Ambición, celebrada en 2025, animó a los empleados a llevar a cabo acciones significativas, tanto grandes como pequeñas, en los cinco pilares de nuestra ambición empresarial de convertirnos en los líderes indiscutidos de nuestra industria: ofrecer el entorno más seguro, el crecimiento más rápido, la mayor rentabilidad, liderazgo digital y el mejor lugar para trabajar. En solo una semana, los empleados se comprometieron a llevar a cabo 16,500 acciones para apoyar nuestra ambición, lo que refleja su conocimiento de nuestra dirección estratégica y su compromiso con ella.

PRODUCTOS

En esta sección

16 Innovación y surtido de productos
17 Programa Hungry For Better
21 Sostenibilidad de los envases
23 Cuidado animal
24 Desarrollo de la red de proveedores
25 Apoyo a los clientes en materia de sostenibilidad
26 Calidad y Seguridad Alimentaria
27 Reglamentaciones sobre los productos

PRODUCTOS

US Foods® se basa en el desarrollo de los productos. Innovamos de manera continua para desarrollar productos de marcas exclusivas[2] de calidad que cumplan de forma constante con las expectativas de los clientes y que satisfagan el interés de los consumidores en las últimas tendencias de alimentos, menús e ingredientes; promuevan la sostenibilidad; se adapten a las preferencias alimenticias y de bienestar en evolución; destaquen los sabores de todo el mundo; realcen los menús de nuestros clientes; y ayuden a impulsar el éxito comercial para nuestros clientes y nuestra Empresa.

Innovación y surtido de productos

Ofrecemos una cartera inigualable de productos de marcas exclusivas de calidad, con más de 5,000 productos diferenciados que son sostenibles o promueven el bienestar a través de nuestros programas de productos Serve Good® y Serve You®. Junto con los productos que se obtienen de empresas locales, pequeñas y de propiedad diversa, estos productos diferenciados ofrecen valor empresarial a través de los ingresos, la rentabilidad y el crecimiento mejorados, así como la retención de clientes. Muchos de estos productos nuevos se presentan a través de nuestra plataforma de lanzamiento de productos, Scoop™, que muestra ofertas nuevas e innovadoras y proporciona información, conocimientos, recetas e ideas para ayudar a inspirar las visiones culinarias de nuestros clientes y destacar sus negocios.

➤ **Obtén más información** sobre Scoop y cómo presenta a los clientes nuestras últimas opciones de productos Serve Good y Serve You.

Supervisión de la innovación y el surtido de productos

El Comité de Nominación y Gobierno Corporativo de nuestra Junta Directiva supervisa el programa de productos Hungry For Better, junto con nuestro programa de Desarrollo de la Red de Proveedores, como parte de su responsabilidad general sobre las iniciativas de sostenibilidad de la Empresa. Nuestro director de Comercialización actúa como patrocinador ejecutivo de las iniciativas relacionadas con los productos, mientras que nuestro vicepresidente de Desarrollo e Innovación de Productos se encarga de su supervisión. Al mismo tiempo, nuestro equipo de Desarrollo de la Red de Proveedores colabora con diversos departamentos y líderes empresariales, así como con nuestros Grupos de Recursos Empresariales para Empleados y grupos externos de la industria, fin de impulsar una estrategia de abastecimiento diseñada para respaldar las necesidades de los clientes y del negocio.

Productos Continuación

Verificación de declaraciones sobre los productos
Nuestros clientes solicitan cada vez más productos que se ajusten a prácticas de abastecimiento responsable y estén alineados con preferencias alimentarias y de estilo de vida específicas, lo que apoyamos a través de un surtido amplio de productos de alta calidad e innovadores de las marcas exclusivas2 Serve Good® y Serve You®, cada una respaldada por estándares definidos o certificaciones de terceros.

Para determinar qué productos, declaraciones y certificaciones son adecuadas para las carteras de Serve Good y Serve You, evaluamos la categoría pertinente del producto utilizando la información del mercado, las tendencias de datos y las solicitudes de los clientes. Nuestros equipos de Desarrollo de Productos, Asuntos Jurídicos, Sostenibilidad y Garantía de Calidad y Seguridad Alimentaria (Food Safety and Quality, FSQA) trabajan con los proveedores para identificar los productos con declaraciones o certificaciones que sean relevantes y significativas para los clientes, como las de USDA Organic, Marine Stewardship Council (MSC) y Forest Stewardship Council (FSC), entre otras. Todas las declaraciones asociadas con productos Serve Good y Serve You se someten a un proceso de verificación definido. Para respaldar las declaraciones sobre los productos, exigimos a los proveedores que presenten documentación acreditativa, como certificados emitidos por terceros o cartas de certificación, que se cargan en nuestro sistema de gestión de productos como documentos adjuntos a los productos correspondientes.

De acuerdo con nuestro enfoque orientado a ofrecer soluciones digitales de vanguardia, una vez que se completa la verificación y un producto certificado está listo para la venta, dicho producto se etiqueta con el nombre del programa y los atributos de sustentabilidad o bienestar correspondientes en MOXē®, nuestra aplicación integral de comercio electrónico y negocios, para que los clientes puedan identificarlo fácilmente. Los proveedores de las marcas exclusivas deben mantener sus certificaciones al día en el sistema de gestión de productos, y nosotros auditamos periódicamente las certificaciones de los productos de las marcas exclusivas para verificar su cumplimiento.

Este proceso refleja un enfoque integral para las declaraciones sobre los productos, que integra la verificación de dichas declaraciones, el rigor en la gestión de los datos y la alineación con marcos de certificación externos. Cuenta con el apoyo del equipo de FSQA y de un especialista de Sostenibilidad de los Productos dedicado, un puesto creado en 2025. Ambos gestionan los procedimientos, los datos y las certificaciones de los proveedores para las carteras de productos Serve Good y Serve You, así como las normas aplicables a las materias primas. El especialista también actúa como principal punto de contacto con las organizaciones de certificación de terceros, incluso en relación con las auditorías de certificación de Cadena de Custodia del MSC y la colaboración con los proveedores de productos de mar de marcas exclusivas para garantizar el cumplimiento de nuestra Política sobre productos de mar y de los compromisos relacionados. Este enfoque nos permite profundizar nuestra colaboración con organismos de certificación externos, comprender rápidamente cualquier cambio en sus estándares y aprovechar los servicios que prestan a los clientes que confían en esas certificaciones.

Programa Hungry For Better

El equipo de Desarrollo e Innovación de Productos de US Foods® crea productos diferenciados de excelente calidad, diseñados para superar las expectativas de los clientes. Entre ellos, se incluyen los productos con atributos ambientales, sociales o de bienestar definidos que se ofrecen a través de nuestro programa de productos Hungry for Better, que incluye las carteras de productos de Serve Local™,[6] Serve Good y Serve You. Este equipo monitorea las tendencias en alimentación y servicios de alimentación a través de investigaciones de mercado, relaciones con proveedores y visitas a restaurantes para anticipar las necesidades y las expectativas de los clientes. Los productos resultantes no solo reflejan los gustos y tendencias más recientes, sino que también permiten ahorrar tiempo y mano de obra, lo que ayuda a nuestros clientes a competir por la preferencia de consumidores selectivos y a mejorar el desempeño de sus negocios. Nuestros equipos de Desarrollo de Productos y Gestión de Categorías colaboran con nuestros equipos de Sostenibilidad de los Productos y Desarrollo de la Red para abordar los comentarios de los clientes, los cuales sirven de base para las estrategias de producto y la relación con los proveedores.

Este enfoque integral nos ayuda a orientar la innovación y el surtido de productos hacia las áreas que son más importantes para nuestros clientes y en las que creemos que podemos generar el mayor impacto positivo. La transparencia, el cuidado de los animales, los productos de mar sostenibles, los elementos desechables con diseño responsable y la reducción de residuos son aspectos clave, al igual que los productos que no contienen ingredientes incluidos en la Unpronounceables List™ (Lista de productos no pronunciables de US Foods) de US Foods,[12] los que tienen atributos de origen vegetal o están certificados como libres de gluten.[16]

Serve Local

El abastecimiento local ha sido una de las principales tendencias para los restaurantes tanto en 2025 como en 2026, según la Asociación Nacional de Restaurantes, lo que refleja el fuerte interés de los comensales en los platos elaborados con ingredientes cultivados y producidos a nivel local. Nuestro programa Serve Local ayuda a los clientes a satisfacer estas necesidades al ofrecer productos de marcas exclusivas y de marcas de fabricante provenientes de agricultores, productores y fabricantes regionales, lo que contribuye a fortalecer las economías locales. Cada mercado de US Foods colabora con productores o agregadores locales para determinar el surtido de productos locales que mejor se ajuste a la estacionalidad de cada región de cultivo. Los productos de origen local se identifican visualmente en nuestra plataforma digital MOXē según el código postal del cliente, lo que facilita su identificación y compra.

Más de 740,000

cajas de frutas y verduras de temporada Serve Local entregadas a los clientes.

Productos Continuación

Serve Good®

Nuestro programa Serve Good, lanzado en 2016, ofrece una amplia cartera de más de 840 productos innovadores de marcas exclusivas[2] desarrollados junto con proveedores de confianza comprometidos con nuestros estándares de calidad, prácticas responsables y atributos de sostenibilidad. Todos los productos Serve Good deben obtenerse de manera responsable, contribuir a la reducción de residuos o estar diseñados para ayudar a reducir las emisiones de gases de efecto invernadero (GHG). La mayoría de los productos Serve Good cuentan con una certificación de terceros para el atributo correspondiente.[17]

El programa Serve Good, que genera alrededor de $1,000 millones en ingresos anuales, no solo distingue a US Foods® porque responde a la creciente demanda de productos sostenibles por parte de los clientes, sino que también ofrece una rentabilidad por caja superior a la de nuestros productos fuera del programa Serve Good. En conjunto, Serve Good ayuda a nuestros clientes a satisfacer la demanda de sus propios clientes de productos sostenibles, lo que contribuye al éxito compartido.

$1,000 millones

en los ingresos de productos Serve Good por segundo año consecutivo.

Política del Programa Serve Good

Nuestra Política del Programa Serve Good detalla los requisitos del programa para los productos de la cartera Serve Good, con las declaraciones y certificaciones aplicables categorizadas en función de las prácticas agrícolas, los productos de mar sostenibles, el cuidado de los animales, los elementos desechables con diseño responsable, la reducción de residuos o la reducción de las emisiones de GHG. En 2025, actualizamos nuestra Política del Programa Serve Good para ampliar las certificaciones o declaraciones que califican un producto para su inclusión en la cartera Serve Good en respuesta a los comentarios directos de los clientes y para alinear mejor nuestro programa con los diversos marcos de adquisición sostenible de los clientes.

Además, para respaldar un enfoque integral de la sostenibilidad de los productos, todos los productos Serve Good deben llegar a nuestros clientes en envases que cumplan con nuestras normas de envasado Serve Good, diseñadas para ayudar a minimizar los residuos de envasado y priorizar los materiales reciclados, según se define en la Política del Programa Serve Good.

➤ **Obtén más información** sobre nuestro enfoque respecto a los envases sostenibles y las normas de envasado en Productos>Sostenibilidad de los envases, en la página 21.

Prácticas agrícolas de Serve Good

Nuestra categoría de Prácticas Agrícolas de Serve Good incluye productos diseñados para proporcionar transparencia adicional sobre cómo se cultivan, cosechan y procesan los alimentos para ayudar a proteger la biodiversidad y los derechos de los trabajadores. Incluye productos o ingredientes con certificaciones de terceros, como USDA Organic, Non-GMO Project Verified, Fair Trade y Rainforest Alliance.

Bastones de zanahoria fritos Chef's Line®

Estos crujientes bastones de zanahoria ofrecen una innovadora versión de las clásicas papas fritas, ya que combinan un color vibrante con el dulzor natural y una textura crujiente. Inspirados en los bastones de batata fritos, pero con menos almidón y un alto contenido de vitamina A, estos bastones de zanahoria también ayudan a reducir el tiempo de preparación sin dejar de ofrecer el auténtico sabor de la zanahoria y una textura irresistiblemente crujiente.

Productos Continuación

Productos de mar Serve Good® y Progress Check®
El rápido crecimiento de la demanda de productos de mar, tanto en los EE. UU. como en todo el mundo, nos brinda la oportunidad de desempeñar un papel importante en la preservación a largo plazo de la salud de las pesquerías y la acuicultura mediante el abastecimiento responsable de productos de mar. Nuestros programas Serve Good y Progress Check buscan ofrecer a los clientes opciones de productos de mar de marcas exclusivas[2] obtenidos de forma responsable que sean más accesibles, prácticas y transparentes. La mayoría de las especies silvestres de Serve Good cuentan con la certificación MSC, mientras que las especies de cultivo cuentan con un reconocimiento de 4 estrellas de las Best Aquaculture Practices (BAP) o el reconocimiento más alto disponible para la especie, u otra certificación de terceros comparada por la Iniciativa Mundial de Productos de Mar Sostenibles (Global Sustainable Seafood Initiative, GSSI).

Las pesquerías, las granjas acuícolas y las empresas procesadoras pueden tener que invertir durante años antes de que los productos de mar cumplan con los requisitos de la certificación de terceros. El programa Progress Check de US Foods® reconoce los productos de mar de marcas exclusivas que están en camino a cumplir con nuestros estándares de Serve Good. Al hacerlo, el programa apoya el crecimiento del mercado de productos de mar obtenidos de manera responsable provenientes de pesquerías, granjas acuícolas y empresas procesadoras.

➤ **Obtén más información** sobre nuestras prácticas y progresos respecto a los productos de mar sostenibles en Planeta>Nuestra cadena de suministro>Productos de mar de origen responsable,en la página 50.

Estándares de cuidado animal de Serve Good
Nuestro programa Serve Good ofrece productos de marcas exclusivas de origen animal que se alinean con los lineamientos de terceros para el cuidado humano de especies ganaderas. Entre los organismos certificadores y los lineamientos aplicables a los productos de origen animal de nuestra cartera de Serve Good se pueden incluir American Humane Certified, Certified Humane, Raised Without Antibiotics, la American Grassfed Association u otros definidos en nuestra Política del Programa Serve Good.

ASPECTO DESTACADO

Certificación de Cadena de Custodia del MSC

Los centros de distribución de US Foods obtuvieron una certificación de Cadena de Custodia del MSC a nivel nacional una vez más en 2025, mediante lo que se reconoce de manera formal nuestro compromiso con el abastecimiento responsable de productos de mar provenientes de pesquerías sostenibles y bien administradas por décimo año consecutivo. Esta certificación exige la implementación y auditoría de procedimientos específicos de inventario en nuestros centros de distribución para los productos de mar certificados por el MSC para ayudar a garantizar la trazabilidad del producto a las pesquerías que han sido certificadas por el MSC como sostenibles.

Serve Good Climate-Conscious
Nuestra categoría de productos Climate-Conscious (con menor impacto climático) se centra en productos de marcas exclusivas que contribuyen a reducir las emisiones de GHG, lo que ayuda a satisfacer las preferencias de los comensales interesados en el impacto climático de sus elecciones gastronómicas. Un producto Serve Good puede formar parte de la categoría Climate-Conscious cuando se ha producido o fabricado de manera intencional para ayudar a reducir las emisiones de GHG. Esto incluye declaraciones como la certificación de neutro en carbono o la verificación de carbono negativo, según se describe en la Política del Programa Serve Good.

Elementos desechables con diseño responsable Serve Good
A través de una selección de tazas, platos, servilletas, cubiertos, contenedores y envoltorios hechos de materiales compostables, de base biológica o hechos con pulpa virgen de origen responsable, apoyamos el creciente interés de los clientes en los elementos desechables que llevan certificaciones de sostenibilidad. Esta categoría incluye productos certificados por el FSC, la Sustainable Forestry Initiative (SFI), el Programa para el Reconocimiento de Certificación Forestal (Program for the Endorsement of Forest Certification), el Biodegradable Products Institute (BPI), la Compost Manufacturing Alliance (CMA), TUV Austria o USDA BioPreferred.

Reducción de residuos Serve Good
Estos productos de marcas exclusivas son elaborados por instalaciones que han reducido los residuos de fabricación asociados con esos productos. Además, son productos fabricados con materiales que de otro modo se desecharían o productos que reducen la cantidad de material que ingresa al flujo de residuos. Nuestra Política del Programa Serve Good identifica a las organizaciones certificadoras que cumplen con nuestros criterios para ser incluidas en la categoría Reducción de residuos del Programa Serve Good.

27 %

de crecimiento en ventas de productos Serve Good desde 2021.

➤ **Obtén más información** sobre nuestro enfoque respecto a los envases sostenibles en Productos>Sostenibilidad de los envases, en la página 21.

➤ **Obtén más información** sobre nuestra colaboración y consultoría con los clientes en Productos>Apoyo a los clientes en materia de sostenibilidad, en la página 25.

➤ **Obtén más información** sobre nuestras labores de gestión de residuos en Planeta>Gestión de residuos, en la página 48.

Filetes de lenguado de Alaska empanizados sin gluten de Harbor Banks®
Estos filetes de lenguado de Alaska certificados por el MSC cuentan con un innovador rebozado crujiente elaborado con granos ancestrales y semillas de chía, cuentan con certificación libre de gluten y ofrecen opciones de preparación versátiles para la cocina.

Productos Continuación

Serve You®

La demanda de opciones de menú orientadas al bienestar continúa aumentando a medida que más consumidores adoptan preferencias alimentarias y estilos de vida específicos. En la actualidad, dos tercios de los operadores del sector de servicios de alimentos tienen en cuenta dietas como la libre de gluten, la vegetariana y la libre de lácteos al elaborar sus menús, y cada vez más consumidores manifiestan interés por productos con listas de ingredientes más simples.[18] Ayudamos a nuestros clientes a responder a la evolución de estas preferencias alimentarias al priorizar los atributos de producto más relevantes en nuestra cartera Serve You. Cabe destacar que los productos de nuestra cartera Serve You crecieron en 2025 a un ritmo superior al promedio de los productos que no forman parte de Serve You, lo que demuestra el valor de esta oferta diferenciada para los operadores de hoy en día.

Serve You ofrece productos certificados como libre gluten, opciones con énfasis en ingredientes de origen vegetal y productos elaborados sin ninguno de los ingredientes que se incluyen en la Unpronounceables List™ de US Foods®.[12] A medida que las preferencias de los consumidores se vuelven cada vez más diversas, seguimos ampliando la cartera Serve You para ofrecer aún más opciones y lanzar productos que atraigan a una amplia variedad de consumidores en todos los segmentos. Nuestra plataforma de pedidos MOXē® permite a los clientes buscar y filtrar productos Serve You según atributos como "vegetariano", lo que puede agilizar los procesos de pedido y la planificación de los menús para los operadores.

Más de 4,100
productos Serve You.

9 %
de crecimiento en ingresos de Serve You en comparación con 2024.

Ingredientes simples[5]

Desde 2018, nuestras marcas de primer nivel, Chef's Line®, Rykoff Sexton®, Metro Deli® y Stock Yards®, se han formulado sin ningún ingrediente que figure en la Lista de productos no pronunciables de US Foods. Este compromiso respalda la creciente demanda de ingredientes más simples y reconocibles por parte de los consumidores. A través de nuestra iniciativa "Lista de productos no pronunciables", ayudamos a los clientes a identificar con facilidad productos que no contienen los más de 80 ingredientes de la lista y ofrecen perfiles de ingredientes más simples. Continuamos ampliando estas ofertas, en especial las proteínas totalmente preparadas y semipreparadas que responden a las expectativas de bienestar y ofrecen la practicidad que nuestros clientes necesitan para mejorar la eficiencia de sus operaciones.

Productos sin gluten

La demanda de alimentos sin gluten sigue creciendo, y se prevé que el mercado de productos sin gluten registre un crecimiento anual del 13 % para 2028.[16] Varios de nuestros productos de marcas exclusivas[2] cuentan con la certificación libre de gluten otorgada por terceros, lo que aporta transparencia y brinda mayor confianza a nuestros clientes.

Productos con énfasis en ingredientes de origen vegetal

Ofrecemos una variedad de productos de marcas exclusivas de origen vegetal[13], vegetarianos[15] y veganos[14] como parte de nuestra cartera de productos Serve You con énfasis en ingredientes de origen vegetal. Algunos de estos productos están formulados para reducir o eliminar los ingredientes derivados de animales o proporcionar una alternativa a ellos, como las alitas empanadas sin carne y sin hueso. Otros están centrados en las verduras, en línea con una tendencia creciente entre los consumidores hacia los platos en los que predominan los vegetales.

Rodajas de batata en tempura de Chef's Line
Estas rodajas de batata en tempura son deliciosas y muy versátiles. Elaboradas con ingredientes de origen vegetal y aptas para una alimentación vegana, tampoco contienen ingredientes incluidos en la Lista de productos no pronunciables de US Foods. Son perfectas como aperitivo o acompañamiento, en tacos veganos o en sándwiches.

Coles de Bruselas en tempura de Chef's Line
Estas coles de Bruselas ofrecen un delicado sabor terroso y un rebozado de tempura ligeramente crujiente que mantiene su textura al combinarse con salsas y ayuda a ahorrar tiempo en la cocina. No contienen ingredientes incluidos en nuestra Lista de productos no pronunciables.

Productos Continuación

Sostenibilidad de los envases

Además de ofrecer una innovadora gama de elementos desechables con diseño responsable Serve Good®, nos comprometemos a promover la sostenibilidad de los envases de nuestros productos de marcas exclusivas[2] para abordar las preocupaciones ambientales y prepararnos para el cumplimiento de las reglamentaciones emergentes relacionadas con los envases, incluidas las normas de responsabilidad extendida del productor (extended producer responsibility, EPR), a la vez que priorizamos que los productos se entreguen a nuestros clientes de forma segura y sin daños.

Requisitos de envasado de los productos de marcas exclusivas

Aunque en US Foods® no compramos los envases para la mayoría de nuestros productos, mantenemos estándares definidos que los proveedores deben cumplir con respecto a los envases de todos los productos de marcas exclusivas, con el respaldo de nuestro equipo especializado de Ciencia del Envasado. Estos requisitos se alinean con tres lineamientos clave, sujetos a los requisitos estatales y locales:

- **Menos material:** diseñar los envases para optimizar y reducir el uso de materiales, sin comprometer el rendimiento ni la protección del producto.
- **Materiales más sostenibles:** Utilizar materiales más sostenibles, como materiales con contenido de fibra reciclada y fibra certificada por el FSC o la SFI obtenida de manera responsable, y evitar el uso de materiales ampliamente no reciclables, como la espuma de poliestireno expandido.
- **Mejor fin de la vida útil:** ayudar a que los consumidores puedan reciclar o compostar, cuando sea posible, mostrando claramente las instrucciones sobre lo que debe hacerse con los materiales después de usarlos.

De acuerdo con estos principios, exigimos que todos los envases de las marcas exclusivas cumplan con los siguientes requisitos:

- Tengan un tamaño adecuado, sin espacio vacío innecesario.
- Estén fabricados con un mínimo del 35 % de material reciclado posconsumo y cuenten con certificación de reciclabilidad (en el caso de las cajas de cartón corrugado).
- No contengan bisfenol A (BPA) ni sustancias perfluoroalquiladas y polifluoroalquiladas (Per- and Polyfluoroalkyl Substances, PFAS) añadidas de forma intencional.

Además, sustituimos el cartón blanco por cartón kraft sin blanquear en los envases de productos correspondientes a 18 de nuestras 22 marcas exclusivas. Para ayudar a minimizar la pérdida y los residuos de productos, los envases deben cumplir con la norma ASTM D4169, un método estandarizado utilizado para evaluar la resistencia de los envases durante la distribución, y con un umbral mínimo para la calidad del código de barras.

Contenedor plegable de pulpa moldeada Monogram®
Estos contenedores cuentan con un intuitivo sistema de doble cierre que no requiere tapa, están fabricados con fibra de bagazo y cuentan con certificación BPI para compostaje.

Requisitos de los envases para los productos Serve Good

Todos los productos Serve Good deben cumplir estándares adicionales y rigurosos para los envases, que se aplican tanto a los envases primarios como a los secundarios, según se definen en la Política del Programa Serve Good. Entre estos requisitos se incluyen la prohibición de utilizar poliestireno, policloruro de vinilo (PVC) o plásticos expandidos, así como materiales de amortiguación fabricados con materiales no compostables; y la prohibición de utilizar películas de polietileno de alta densidad con un espesor inferior a 2.5 mil, entre otros requisitos. Además, los envases de papel que no están en contacto directo con los alimentos deben estar fabricados con al menos un 40 % de contenido reciclado o con una fuente alternativa de fibra renovable, y la fibra virgen debe contar con certificaciónSFI, FSC, del Programa para el Reconocimiento de la Certificación Forestal(Programme for the Endorsement of Forest Certification) o una certificación equivalente emitida por terceros. Del mismo modo, cualquier material no reciclable, como el cartón corrugado recubierto de cera, debe contar con una certificación de compostabilidad emitida por unaentidad independiente.

Nuestra Política del Programa Serve Good se actualizó en 2025 para reforzar aún más los estándares de envasado en torno a la sostenibilidad y la alineación reglamentaria. Por ejemplo, ahora exigimos que cada caja de cartón corrugado lleve impreso en su exterior el sello de una certificación de terceros relacionado con el contenido de papel o con las declaraciones sobre contenido reciclado.

Productos Continuación

Apoyo a las preferencias de envasado de los clientes
Los clientes muestran un interés cada vez mayor en alternativas de envasado con diseño responsable que les ayuden a responder a las expectativas de los consumidores y a cumplir sus propios objetivos de compras sostenibles. Respondemos a estas necesidades mediante nuestra innovadora cartera de elementos desechables con diseño responsable Serve Good®. Estos productos ofrecen alternativas a los clientes que buscan evitar el uso de poliestireno expandido u otros productos desechables de plástico. Nuestro responsable de Productos Locales y Sostenibles, con el apoyo de nuestro equipo de Ciencia del Envasado, trabaja directamente con los clientes que lo solicitan para asesorarlos sobre nuestras soluciones alternativas de envasado y ayudarlos a identificar oportunidades para adoptar elementos desechables con diseños más responsables.

En 2025, vendimos más de 3 millones de cajas de elementos desechables con diseño responsable Serve Good, de las cuales casi el 30 % estaban diseñadas para sustituir los plásticos tradicionales de un solo uso en las operaciones de nuestros clientes. Ese mismo año, los elementos desechables con diseño responsable Serve Good representaron aproximadamente el 24 % de las ventas de elementos desechables de nuestros productos de marcas exclusivas.[2]

La tendencia hacia envases más sostenibles, junto con nuestros esfuerzos por ofrecerlos y por informar directamente a los clientes sobre las alternativas de elementos desechables de marcas exclusivas, se refleja en la disminución de las ventas, medidas en cajas, de productos de poliestireno expandido, que cayeron un 7 % en 2025 con respecto al año anterior. En el mismo período, las ventas, medidas en cajas, de productos a base de papel aumentaron un 3 %. Tenemos previsto seguir evaluando estrategias para reducir el uso de productos de poliestireno expandido, que en 2025 representaron aproximadamente el 10 % de las ventas totales de elementos desechables de marcas exclusivas, así como de otros productos plásticos de un solo uso, para promover alternativas con diseño responsable.

También colaboramos con How2Recycle® para ayudar a nuestros clientes a reducir los residuos de envases mediante información incluida en las etiquetas de algunos productos de marcas exclusivas, que identifica qué materiales de envasado son reciclables y cómo prepararlos para su reciclaje. How2Recycle es un proyecto de la Sustainable Packaging Coalition, que ofrece un sistema estandarizado de etiquetado para Estados Unidos y Canadá con instrucciones para el reciclaje.

En adelante, seguiremos evaluando oportunidades para mejorar la sostenibilidad de los envases en toda nuestra cartera de productos de marcas exclusivas, incluso mediante nuestras iniciativas para prepararnos para el cumplimiento de las leyes de responsabilidad extendida del productor (EPR), que esperamos tengan un impacto significativo en nuestras prioridades y estrategias relacionadas con los envases, por ejemplo, en nuestros esfuerzos por alcanzar los objetivos de reducción en origen.

Más de 3 millones

de cajas de elementos desechables con diseño responsable Serve Good distribuidas.

Aprox. el 30 %

de esas cajas eran productos diseñados para sustituir los artículos de plástico tradicionales de un solo uso.

➤ **Obtén más información**
sobre la supervisión y el cumplimiento de las reglamentaciones en desarrollo en Productos>Reglamentaciones sobre los productos, en la página 27.

ASPECTO DESTACADO

Elementos desechables con diseño responsable Serve Good de Monogram®

Entre nuestros productos Serve Good de Monogram se incluyen elementos desechables con diseño responsable que pueden sustituir el poliestireno expandido o los plásticos de un solo uso, así como productos de limpieza elaborados de forma sostenible. Los elementos desechables con diseño responsable Serve Good de Monogram pueden contar con certificación de compostabilidad, estar fabricados con recursos renovables gestionados de forma responsable, con contenido reciclado o de origen biológico o incluir una declaración de carbono negativo.

Envoltorio aislante compostable de Monogram Evolve™
Como parte de nuestra línea Evolve de productos compostables para el hogar y para instalaciones industriales, este envoltorio prémium de papel de doble capa incorpora cámaras de aire aislantes que ofrecen una excelente retención del calor durante el reparto o la comida para llevar. Cuenta con las certificaciones TUV OK Home Compostable, BPI y CMA-W Industrial Compostable.

Productos Continuación

Cuidado animal

Como distribuidor de servicios alimentarios, no trabajamos con animales vivos en nuestras operaciones. Sin embargo, para promover un manejo humanitario de los animales, exigimos que nuestros proveedores cumplan estándares específicos en materia de bienestar animal.

Requisitos de marcas exclusivas para el cuidado animal

El Manual de calidad y seguridad alimentaria de proveedores y coempaquetadores de marcas exclusivas de US Foods® describe nuestras expectativas y requisitos de cuidado animal para los proveedores de las marcas exclusivas[2] que trabajan con animales vivos. Estos proveedores también deben cumplir con todas las leyes y reglamentaciones federales, estatales y locales aplicables.

Además, estos proveedores deben contar con políticas y sistemas de aseguramiento de la calidad que respalden y gestionen el tratamiento de los animales en su cadena de suministro, para ayudar a garantizar que su manejo esté libre de prácticas abusivas o crueles. Sus políticas deben cumplir los Estándares Mínimos para las Evaluaciones de Auditorías de Bienestar Animal de la Organización de Certificación de Auditores Profesionales de Animales (Professional Animal Auditor Certification Organization, PAACO). Todas las instalaciones que manipulan animales vivos deben ser auditadas por un tercero y contar con certificaciones vigentes conforme a un estándar de bienestar animal reconocido por la industria. Asimismo, deben realizar auditorías internas periódicas para evaluar el cumplimiento de los principios aceptados de buen manejo de los animales.

Huevos de gallinas no enjauladas[19]

Desde 2018, trabajamos para alcanzar la meta de que, para 2026, todos los huevos frescos con cáscara y los huevos líquidos que adquirimos para nuestra cartera de productos de marcas exclusivas provengan de gallinas no enjauladas, en función de la disponibilidad del suministro, la asequibilidad y la demanda de los clientes. Sin embargo, al igual que el resto de la industria, seguimos enfrentando importantes desafíos derivados de factores del mercado que escapan a nuestro control. En particular, la influenza aviar altamente patógena que afectó a las gallinas ponedoras a finales de 2023 y durante 2024 redujo considerablemente la disponibilidad de huevos de gallinas no enjauladas y elevó su precio. Además, como estos huevos suelen tener un precio superior al de los huevos convencionales, en los mercados donde las reglamentaciones estatales no exigen los productos de gallinas no enjauladas, la demanda también puede ser menor.

Debido a estos factores externos, no esperamos alcanzar la meta de que el 100 % de los huevos provengan de gallinas no enjauladas para finales de 2026. A fines del año 2025, el 25 % de los huevos frescos con cáscara y de los huevos líquidos que adquirimos para nuestros productos de marcas exclusivas cumplían nuestros requisitos para huevos de gallinas no enjauladas.[20]

Aunque no alcanzaremos nuestra meta para 2026, mantenemos nuestro compromiso de poner a disposición de los clientes de todo el país opciones de productos elaborados con huevos de gallinas no enjauladas. Con este fin, en 2025 seguimos colaborando con los principales proveedores de huevos de nuestras marcas exclusivas con el propósito de ofrecer, para todos los productos de huevo líquido, huevo con cáscara y huevo procesado de marcas exclusivas, una alternativa equivalente elaborada con huevos de gallinas no enjauladas. Esto no solo brinda a los clientes las opciones que esperan, sino que también nos ayuda a optimizar nuestra cartera de productos, comercializar nuevos productos e incrementar las compras de productos de marcas exclusivas.

Huevos enteros líquidos de gallinas no enjauladas de Glenview Farms®

Nuestro producto Serve Good más vendido en 2025, los huevos enteros líquidos pasteurizados de gallinas no enjauladas con certificación American Humane Certified™, les permite a nuestros clientes ahorrar tiempo y trabajo al evitar la necesidad de romper huevos.

Productos Continuación

Desarrollo de la red de proveedores

Tanto la innovación de productos como una sólida cartera de productos nos permiten ofrecer excelencia y responder al creciente interés de los clientes por productos diferenciados. Nuestro modelo estratégico de abastecimiento incorpora, de forma intencional, una amplia variedad de proveedores que ofrecen diversas opciones de productos. Consideramos que esto es fundamental para generar valor para nuestros clientes, nuestro negocio y las comunidades en las que operamos, además de mitigar riesgos al promover una cadena de suministro más resiliente frente a las limitaciones del abastecimiento. Nuestra participación en diversas organizaciones de certificación empresarial, como el Consejo Nacional de Empresas de Mujeres (Women's Business Enterprise National Council, WBENC) y la Asociación Nacional de Empresas de Veteranos (National Veteran-Owned Business Association, NaVOBA), nos permite reforzar nuestras prioridades estratégicas de abastecimiento y responder a las necesidades de los clientes, por ejemplo, ante cambios regulatorios y arancelarios, mediante el acceso a nuevos proveedores y el abordaje de las categorías de productos que enfrentan desafíos relacionados con el suministro o con la industria.

En 2025, US Foods® gastó más de $2,500 millones en 3,300 pequeñas empresas y más de $822 millones en más de 730 empresas de propiedad diversa certificadas en todo el país.

Estas compras a pequeñas empresas y proveedores diversos generan un impacto económico significativo en las comunidades a las que prestamos servicios, ya que respaldan a las empresas locales, la creación de empleo y el crecimiento inclusivo. En 2025, estas relaciones con proveedores contribuyeron a generar más de 30,000 puestos de trabajo y más de $1,900 millones en salarios en comunidades de todo Estados Unidos. Este impacto comprende los efectos directos de nuestras compras, los efectos indirectos derivados de las actividades de nuestros proveedores, que emplean personal y adquieren bienes y servicios, así como los efectos inducidos en las comunidades como resultado del gasto de los empleados de esos proveedores y de la creación adicional de empleo. En conjunto, estos efectos reflejan los beneficios económicos generales derivados de nuestras prácticas de desarrollo de la red de proveedores.

PROVEEDOR DESTACADO

AZ Gems

AZ Gems demostró un rendimiento excepcional en 2025, ya que logró un aumento de casi el 8 % en la cuota de mercado mientras mantuvo una tasa de cumplimiento de pedidos del 98.97 % para los productos de camarones de Harbor Banks® que fabrican. AZ Gems, una empresa certificada como propiedad de una minoría, también demuestra liderazgo en sostenibilidad: posee múltiples certificaciones de sostenibilidad, como las del MSC, BAP, Aquaculture Stewardship Council (ASC) y establece metas climáticas rigurosas.

Camarón blanco pelado, desvenado y sin cola de Harbor Banks
Estos camarones certificados con 4 estrellas por la BAP son un producto rentable y de alta calidad que se puede preparar con facilidad en una variedad de platos.

Productos Continuación

Apoyo a los clientes en materia de sostenibilidad

Reconocemos que nuestros clientes enfrentan un conjunto de desafíos en constante evolución, desde la disminución del número de personas que comen en restaurantes y optan por el servicio de entrega o la comida para llevar, hasta el aumento de los costos y las reglamentaciones, además de los cambios en las preferencias alimentarias y los estilos de vida de los consumidores. Seguimos colaborando directamente con nuestros clientes para ayudarlos a afrontar estos desafíos, por ejemplo, mediante nuestro programa de productos Hungry For Better, la oferta de productos de marcas exclusivas[2] que no contienen ingredientes incluidos en nuestra Unpronounceables List™[12], y el seguimiento y la respuesta a los cambios regulatorios aplicables que afectan a nuestra industria.

Apoyamos a nuestros clientes mediante un enfoque de estrecha colaboración que se adapta a la evolución de sus necesidades y de los desafíos externos. Nuestros equipos de Sostenibilidad de Productos y Desarrollo de la Red de Proveedores trabajan en estrecha colaboración con nuestro personal de ventas y les proporcionan conocimientos especializados y herramientas que les permiten mantener conversaciones más fundamentadas con los clientes sobre abastecimiento. Además, todos los nuevos vendedores de US Foods® reciben capacitación sobre nuestro programa Hungry For Better.

En 2025, esta colaboración ayudó a un número cada vez mayor de clientes a avanzar en sus propias metas de compras basadas en sus valores, por ejemplo, mediante la selección de proveedores y la alineación de los productos con marcos específicos de compras sostenibles, lo que les permitió desarrollar un enfoque más integral de la sostenibilidad de los productos. Durante el año, por ejemplo, los equipos de Sostenibilidad de Productos y Desarrollo de la Red de Proveedores interactuaron con un 28 % más de clientes únicos que en 2024 para respaldar las revisiones comerciales de los clientes, la elaboración de informes sobre sostenibilidad y clasificación empresarial, las decisiones de abastecimiento y otras necesidades. Asimismo, observaron un aumento significativo en la cantidad de clientes que solicitaron informes periódicos. Junto con nuestra cartera de productos de marcas exclusivas, de alta calidad y diferenciados, estos servicios personalizados de elaboración de informes y asesoramiento distinguen a US Foods como un socio alineado con los valores de sus clientes, favorecen la experiencia y la retención de los clientes y promueven las ventas de productos locales, sostenibles y relacionados con el bienestar, así como de productos provenientes de pequeñas empresas y empresas propiedad de grupos diversos, al incrementar su visibilidad y ofrecer recomendaciones de productos específicas.

También utilizamos herramientas digitales para aumentar la visibilidad de los productos Hungry For Better y facilitar que los clientes y nuestro personal de ventas encuentren productos que respondan a sus necesidades únicas mediante búsquedas por palabras clave, filtros por declaraciones y programas, menús desplegables e información disponible en las páginas de los productos.

Productos Continuación

Calidad y Seguridad Alimentaria

La calidad y seguridad alimentaria siguen siendo la base de toda nuestra cartera de productos, y todos los productos que US Foods® ofrece deben cumplir con nuestras normas de calidad y seguridad alimentaria. Mantener los procedimientos operativos estándar adecuados, llevarlos a cabo de manera coherente y buscar oportunidades para mejorar de forma continua nuestras prácticas son características distintivas de nuestros programas de calidad y seguridad alimentaria.

Supervisión de la calidad y seguridad alimentaria
El Comité de Auditoría de nuestra Junta Directiva, cuya mayoría de integrantes cuenta con experiencia en la industria de los alimentos, supervisa nuestros programas de calidad y seguridad alimentaria. Además, recibe actualizaciones trimestrales de nuestro vicepresidente sénior y responsable adjunto del Departamento Jurídico, Seguridad Alimentaria, Calidad y Cumplimiento, quien es responsable de la gestión diaria de los asuntos relacionados con la calidad y seguridad alimentaria, bajo la supervisión adicional de nuestro vicepresidente ejecutivo y director de Asuntos Jurídicos. La responsabilidad personal de cada empleado de US Foods en materia de seguridad alimentaria se define en el Código de Conducta.

➤ **Obtén más información** sobre las expectativas que tenemos de todos los empleados con respecto a la seguridad alimentaria en el Código de Conducta disponible en nuestro sitio web.

Calidad y seguridad alimentaria en nuestras instalaciones
Nuestras instalaciones de distribución y producción reciben auditorías anuales, independientes y de terceros para garantizar que estamos cumpliendo con estrictos requisitos de seguridad alimentaria. Entre ellos se incluyen los requisitos en virtud de la Ley de Modernización de Seguridad Alimentaria (Food Safety Modernization Act, FSMA) promulgada por la Administración de Alimentos y Medicamentos (Food and Drug Administration, FDA) de los EE. UU., que tiene como objetivo fortalecer los sistemas de seguridad alimentaria nacionales y otros estándares de terceros, como los estándares de la Iniciativa Mundial de Seguridad Alimentaria (GFSI). Todas las plantas de producción y centros de distribución de US Foods cuentan con certificación anual de la GFSI.

Calidad y seguridad alimentaria en nuestra cadena de suministro
Todos los proveedores de marcas de fabricantes y de marcas exclusivas[2] deben operar en pleno cumplimiento de las leyes y las reglamentaciones aplicables, incluidos los requisitos reglamentarios aplicables establecidos por el USDA y la FDA. Se aplican requisitos adicionales de calidad y seguridad alimentaria para los fabricantes que suministran productos de marcas exclusivas a US Foods. En nuestro Manual de calidad y seguridad alimentaria para proveedores y encargados de envasado de marcas exclusivas se detallan los sistemas de calidad y seguridad alimentaria que los proveedores deben desarrollar, mantener y validar a fin de cultivar, fabricar, procesar, envasar, almacenar o distribuir nuestros productos de marcas exclusivas. Además, los fabricantes que elaboran estos productos alimenticios deben contar con la certificación correspondiente cada año según una de las normas reconocidas por la GFSI.

ASPECTO DESTACADO

Capacitación sobre calidad y seguridad alimentaria

Nuestros expertos en calidad y seguridad alimentaria supervisan los programas de dichas áreas en todas nuestras instalaciones, flota y cadena de suministro y ayudan a salvaguardar el cumplimiento continuo de las leyes y reglamentaciones aplicables en materia de calidad y seguridad alimentaria. Estos expertos cuentan con certificaciones en áreas clave de calidad y seguridad alimentaria, tales como Persona Calificada para el Control Preventivo, Análisis de Peligros y de Puntos Críticos de Control (Hazard Analysis Critical Control Point, HACCP) y HACCP de productos de mar. También proporcionan capacitación continua para los empleados de las instalaciones de distribución, los empleados minoristas y los empleados de la planta de producción, lo que ayuda a garantizar que cumplamos de manera constante con nuestro compromiso de calidad y seguridad alimentaria. Además, se imparten capacitaciones anuales en seguridad alimentaria, adaptadas a cada puesto, a todos los empleados que tienen contacto directo con productos y cuyas actividades pueden afectar la seguridad alimentaria.

Procedimientos de retiro oportunos y eficaces
A pesar de las numerosas precauciones de seguridad que toman nuestros proveedores y nuestra Empresa, en ocasiones es necesario retirar productos del mercado. Cuando esto sucede, estamos preparados con un programa de retiro y recuperación de productos eficiente y eficaz que identifica y contacta rápidamente a los clientes afectados e inicia la recuperación de productos en nuestras instalaciones.

Alianzas para la calidad y seguridad alimentaria
US Foods forma parte de numerosas organizaciones de la industria y colabora con ellas en temas relacionados con la evolución de la seguridad alimentaria y la calidad:

- Asociación Estadounidense de Ciencia en Productos Cárnicos (American Meat Science Association)
- Consejo de Seguridad Alimentaria de la Industria de la Carne Vacuna (Beef Industry Food Safety Council)
- Junta de Mejores Productos de Mar (Better Seafood Board)
- Asociación de la Industria Alimentaria (Food Industry Association, FMI)
- Alianza Mundial de Productos de Mar (Global Seafood Alliance)
- Asociación Internacional de Distribuidores de Servicios de Alimentación (International Foodservice Distributors Association)
- Asociación Internacional de Productos Frescos (International Fresh Produce Association)
- Instituto Nacional de Pesca (National Fisheries Institute)
- Asociación Nacional de Restaurantes (National Restaurant Association)
- Instituto Norteamericano de la Carne (North American Meat Institute)
- Consejo de Productos Agrícolas del Sureste (Southeast Produce Council)

Productos Continuación

Reglamentaciones sobre los productos

Nuestros equipos de Asuntos Jurídicos, Garantía de Calidad y Seguridad Alimentaria, Desarrollo e Innovación de Productos y Sostenibilidad, entre otros, colaboran para supervisar los requisitos reglamentarios emergentes relevantes para nuestras categorías de productos a fin de que podamos desarrollar planes comerciales para el cumplimiento, apoyar a los clientes en la adaptación a nuevos requisitos e involucrar a nuestros proveedores en el proceso. Esto nos ayuda a prepararnos para los cambios en los requisitos aplicables a los productos, incluidos los relacionados con los ingredientes, los envases, el etiquetado, la sostenibilidad, el alojamiento de los animales y las diferencias en los requisitos según el segmento de clientes y la ubicación, así como a ajustar nuestros productos y nuestra cadena de suministro cuando sea necesario.

Requisitos emergentes de los productos
En respuesta a medidas regulatorias federales y medidas legislativas adoptadas en algunos estados, trabajamos en estrecha colaboración con nuestros proveedores para reformular algunos de nuestros productos demarcas exclusivas[2] que contienen ingredientes afectados por la evolución de las restricciones aplicables a los ingredientes. Por ejemplo, las medidas legislativas y regulatorias se dirigen cada vez más a los colorantes certificados, que ya están excluidos como ingredientes de los productos que participan en la iniciativa Unpronounceables List™[12], incluidos todos los productos de nuestras carteras Metro Deli®, Rykoff Sexton®, Chef's Line® y Stock Yards®. Además, en nuestras categorías de productos no alimentarios, la variedad de elementos desechables que ofrecemos, incluidos utensilios, bolsas y envase tipo almeja reciclables o con certificación de compostabilidad, también ayuda a nuestros clientes a cumplir los requisitos estatales al ofrecer opciones que pueden satisfacer esos requisitos,al igual que los productos de nuestra línea Serve Good®.

Responsabilidad extendida del productor (EPR)
Las leyes de responsabilidad extendida del productor (Extended Producer Responsibility, EPR) en ciertos estados exigen que los productores asuman la responsabilidad de la gestión del final de la vida útil de los envases y otros productos aplicables. Supervisamos de cerca la legislación de EPR en los EE. UU. y estamos abordando los requisitos aplicables en aquellos estados que han adoptado un programa de EPR y donde estamos clasificados como productores.

Regla de trazabilidad de la Ley de Modernización de Seguridad Alimentaria
Seguimos avanzando en nuestros planes y preparativos interdisciplinarios para cumplir los requisitos de la Regla de trazabilidad de la FSMA de la FDA, cuyo objetivo es mejorar la trazabilidad de las categorías de alimentos que la FDA ha identificado como de mayor riesgo. Estamos desarrollando y perfeccionando una plataforma de datos para el cumplimiento de los requisitos de trazabilidad que utilizarán los proveedores y clientes comprendidos en su alcance antes de la nueva fecha límite regulatoria de julio de 2028.

En conjunto, estos esfuerzos reflejan nuestro enfoque proactivo en materia de cumplimiento regulatorio, así como nuestro compromiso con la transparencia, la alineación y la preparación en toda nuestra cartera de productos, a medida que los requisitos estatales y federales continúan evolucionando.

Rodajas de cerdo estilo barbacoa coreana de Chef's Line
Estas rodajas de cerdo, incluidas en la cartera de Serve You®, no contienen ingredientes que se encuentren en la Lista de productos no pronunciables de US Foods® y están disponibles en una versión que cumple con las leyes de California y Massachusetts sobre manipulación del cerdo para los clientes de esos estados.

PERSONAS

En esta sección

29 Gestión de capital humano
30 Seguridad del empleado
31 Contratación y gestión del talento
31 Aprendizaje y desarrollo
33 Cultura y compromiso
34 Participación en la comunidad

PERSONAS

Nuestros empleados son fundamentales para la estrategia comercial y el modelo operativo de US Foods®. Nos comprometemos a mantener un lugar de trabajo seguro, de apoyo y productivo y a hacer de nuestra Empresa el mejor lugar para trabajar. En conjunto, nuestras cinco creencias culturales (tú importas, ofrecemos excelencia, detenemos el desperdicio, hablamos y ganamos juntos) orientan nuestra forma de interactuar con nuestro personal, tomar decisiones y asumir la responsabilidad por nuestros resultados. En este contexto, nuestra estrategia de Personas se centra en tres áreas clave: aprendizaje y desarrollo, cultura y compromiso y participación en la comunidad.

Gestión de capital humano

Creemos que el éxito de nuestro negocio está directamente relacionado con el crecimiento y el desarrollo de las personas y que el desarrollo profesional es un factor clave para la contratación, el compromiso y la retención. En 2025, continuamos desarrollando nuestro compromiso de ser el mejor lugar para trabajar al expandir nuestros esfuerzos de gestión del talento e invertir en programas que apoyen el crecimiento personal y profesional de nuestros empleados.

El Comité de Compensación y Capital Humano de nuestra Junta Directiva supervisa nuestra planificación de la sucesión y estrategias y políticas de gestión de capital humano, entre las que se incluye la seguridad de los empleados, la adquisición de talentos, el compromiso y la retención de los empleados y el desarrollo del liderazgo. Este Comité revisa nuestro progreso en estas áreas de forma periódica, como por medio de revisiones anuales de la sucesión de talento y liderazgo. A nivel gerencial, el director de Recursos Humanos actúa como patrocinador ejecutivo de nuestras iniciativas y programas relacionados con Personas, incluida la revisión de los planes de compensación.

Nuestra cultura, con la creencia “Tú importas” como eje central, desempeña un papel fundamental en nuestra capacidad para atraer y retener talento de primer nivel, al tiempo que fomenta el compromiso y la satisfacción de los empleados. Nuestras creencias culturales también respaldan nuestra ambición empresarial más amplia de ser el mejor lugar para trabajar y orientan la forma en que diseñamos nuestros programas, políticas y expectativas.

Personas continuación

Seguridad del empleado

Nuestro compromiso con un entorno seguro para nuestros empleados, clientes, socios comerciales y el público comienza desde los niveles más altos de la organización. Nuestro vicepresidente sénior de Medioambiente, Salud y Seguridad tiene la responsabilidad diaria de proporcionar seguridad a los empleados, bajo la supervisión del Comité de Compensación y Capital Humano de nuestra Junta Directiva. Cabe destacar que el rendimiento en materia de seguridad es uno de los principales indicadores empresariales que monitoreamos a medida que seguimos fortaleciendo una sólida cultura de seguridad basada en la capacitación, la concientización y el compromiso de los empleados. A comienzos de 2024, US Foods® también incorporó la seguridad como un factor de ajuste en su Plan anual de incentivos, cuyo cálculo se basa en las metas de mejora de la Tasa de frecuencia de accidentes (Accident Frequency Rate, AFR) y la Tasa de frecuencia de lesiones (Injury Frequency Rate, IFR) de la Empresa.

16 %

de mejora en las tasas de lesiones y accidentes en comparación con 2024.

La seguridad como valor personal

La seguridad es una prioridad compartida para todos nosotros en US Foods. En 2025, seguimos reforzando la seguridad como valor personal a través de nuestra capacitación sobre liderazgo en seguridad actualizada. Esta capacitación práctica para grupos pequeños dota a nuestros gerentes de las habilidades necesarias para crear ambientes laborales más seguros, fortalecer la toma de decisiones diarias y apoyar mejor a sus equipos. Al centrarse en la responsabilidad y el compromiso, la capacitación ayuda a los gerentes a proteger a sus empleados y a garantizar que la seguridad se entrelace de manera constante en las operaciones diarias. Desde 2023, más de 2,000 gerentes se han beneficiado de la capacitación sobre liderazgo en seguridad.

Seguridad en nuestras instalaciones

Los equipos de campo de US Foods reciben capacitaciones anuales sobre seguridad para fortalecer el compromiso y el rendimiento de seguridad en las operaciones de campo. En 2025, los empleados y gerentes de campo completaron casi 136,000 horas de capacitación.

Nuestros equipos de Trabajo Seguro en Todo Momento (Safely Working At All Times, SWAAT), presentes en todas las instalaciones de US Foods, ayudan con la implementación de nuestros requisitos de seguridad en el terreno. Estos equipos trabajan de manera continua para identificar soluciones, implementar iniciativas, supervisar el rendimiento, mantener la comunicación centrada en la seguridad y fortalecer nuestros sistemas de seguridad. En 2025, incorporamos un nuevo proceso electrónico para los equipos SWAAT, que proporciona una agenda de seguridad más definida y un flujo de trabajo estandarizado, cuya implementación total está prevista para 2026. Esta mejora ayuda a los equipos a operar de manera más eficiente, mejora la uniformidad entre las distintas ubicaciones y les permite ser aún más eficaces a la hora de impulsar mejoras locales en materia de seguridad y brindar apoyo a nuestros empleados.

En 2025, según las evaluaciones internas y externas, también comenzamos a implementar estándares nuevos de seguridad en las instalaciones para incluir mejoras en el control de acceso al edificio, protocolos de entrada, requisitos de acreditación e identificación, capacidad de videovigilancia y mejoras de seguridad física. Estos estándares ayudan a mantener seguros a nuestros centros de distribución y también contribuyen a las medidas de prevención de pérdidas. Nuestra Política de prevención de la violencia en el lugar de trabajo y respuesta a incidentes aborda las amenazas emergentes y proporciona a los empleados las mejores prácticas para prevenir situaciones violentas en nuestras operaciones.

También perfeccionamos y mejoramos nuestro módulo de Capacitación sobre la violencia en el lugar de trabajo para proporcionarles a nuestros empleados las tácticas, técnicas y procedimientos más actuales. Durante el año, 15,000 empleados de US Foods participaron en la capacitación sobre la violencia en el lugar de trabajo como parte de nuestro esfuerzo continuo por garantizar un lugar de trabajo seguro. Por último, implementamos Lineamientos para las inspecciones de seguridad para nuestros equipos de liderazgo locales a fin de que estos puedan verificar esas mejores prácticas todas las semanas, remediar con prontitud cualquier brecha e implementar oportunidades para mejorar la seguridad en nuestros sitios.

Personas continuación

Seguridad en nuestra flota
Las estrictas prácticas de seguridad y tecnología de última generación respaldan la seguridad continua de nuestros conductores. Nuestro programa Seguridad para Conductores establece expectativas de seguridad y responsabilidad, mientras que la tecnología de terceros nos permite controlar los registros de vehículos motorizados de nuestros conductores e identificar comportamientos de conducción seguros y que necesitan capacitación. A medida que sumamos camiones a nuestra flota, incluidos los nuevos vehículos eléctricos, apuntamos a seleccionar aquellos que ofrecen tecnologías avanzadas de asistencia al conductor para mejorar la seguridad. Además, nuestro curso de habilidades para conductores, dirigido tanto a nuevos empleados como a quienes hayan estado involucrados en incidentes de seguridad, ofrece entrenamiento y comentarios en tiempo real para fortalecer sus competencias al volante en un entorno controlado.

16

conductores de US Foods® fueron incorporados al Salón de la Fama de Conductores de Camiones de la Asociación Internacional de Distribución de Servicios Alimentarios (International Foodservice Distribution Association, IFDA) en 2025, en reconocimiento de sus excepcionales registros de seguridad y más de 25 años de conducción sin accidentes.

Contratación y gestión del talento

Al mes de enero de 2026, US Foods emplea a aproximadamente 30,000 personas. Para identificar y atraer a los mejores candidatos y respaldar nuestro crecimiento continuo, nuestro equipo de Adquisición de Talentos trabaja con los gerentes de contratación para comprender sus necesidades de incorporación de personal y cubrir las vacantes con las personas más calificadas. Revisamos de forma continua nuestras prácticas de contratación para identificar a los mejores candidatos, ofrecer la mejor experiencia posible durante el proceso de selección y tomar las mejores decisiones de contratación.

Con el fin de incorporar al mejor talento, desarrollamos y utilizamos guías de entrevista estructuradas con preguntas definidas y de exploración para determinados puestos. Además, brindamos capacitación a los entrevistadores para promover un proceso uniforme y una experiencia positiva para los candidatos. En 2025, seguimos adaptando las guías de entrevista y comenzamos a almacenarlas en una plataforma en línea que facilita a los gerentes de contratación el registro de las respuestas de las entrevistas y a los socios de Recursos Humanos su revisión.

Para la contratación de talento externo, recurrimos a una amplia variedad de fuentes de reclutamiento, como LinkedIn, Indeed, DirectEmployers, Appcast y Phenom, con el fin de acceder a un sólido grupo de candidatos con diversos antecedentes, experiencias y perspectivas.

70 %

de los puestos de liderazgo se cubrieron con talento interno.

En US Foods valoramos el conocimiento institucional y la amplia experiencia de nuestros empleados. Al promover el talento interno, procuramos que nuestro liderazgo refleje el conocimiento y el compromiso ya presentes en nuestro personal. Esto implica trabajar con los empleados que desean desarrollar su carrera profesional en US Foods y apoyar su crecimiento continuo mediante oportunidades de aprendizaje tanto en el puesto de trabajo como en programas de capacitación formal. En 2025, seguimos impulsando el desarrollo del talento interno y cubrimos el 70 % de los puestos de liderazgo con talento interno, lo que superó nuestra meta.

ASPECTO DESTACADO

Contratación de veteranos militares

Los veteranos militares aportan muchas habilidades y experiencias transferibles a US Foods. En 2025, contratamos a 490 veteranos, con el apoyo de socios como Hiring Our Heroes y Troops into Transportation, así como a través de la participación en eventos de contratación de veteranos. Durante el año, también participamos en el Programa SkillBridge del Departamento de Defensa de los EE. UU., que conecta a los miembros de las Fuerzas Armadas en transición a la vida civil con socios de la industria, como US Foods, para brindarles experiencias laborales en el ámbito civil. Además, a principios de 2026 recibimos a ocho becarios a través del programa de becas Hiring Our Heroes.

➤ **Obtén más información** sobre nuestro apoyo a veteranos militares en Personas>Participación en la comunidad, en la página 34.

Aprendizaje y desarrollo

Nuestras iniciativas de aprendizaje y desarrollo respaldan nuestras estrategias empresariales más amplias al proporcionar a los empleados las herramientas que necesitan para tener éxito y contribuir al crecimiento del negocio. En 2025, aumentamos la frecuencia y la disponibilidad de determinadas capacitaciones, pusimos en marcha nuevos programas para empleados con alto potencial y adaptamos diversos programas de aprendizaje para responder a las necesidades de grupos específicos de empleados y de determinadas funciones laborales. Cada año, nuestros empleados exentos reciben evaluaciones anuales de rendimiento, que constituyen una valiosa oportunidad para identificar metas profesionales y áreas adicionales para el desarrollo de habilidades.

84,000

empleados participaron en nuestras oportunidades de desarrollo profesional.

1.2 millones

de horas de capacitación para empleados.

Personas continuación

Programas de aprendizaje y desarrollo
Nuestros especialistas de Aprendizaje y Desarrollo colaboran con colegas de toda la Empresa para desarrollar nuevos contenidos y modalidades de capacitación, tanto virtuales como presenciales. Nuestros sistemas de gestión del aprendizaje registran la participación y la finalización de las capacitaciones, como las capacitaciones obligatorias sobre cumplimiento, y todos los empleados tienen acceso a E-Cademy, nuestra plataforma de aprendizaje en línea. En 2025, seguimos ampliando la plataforma E-Cademy y más de 1,700 empleados aprovecharon las oportunidades de aprendizaje en línea. Ese mismo año, los empleados visualizaron más de 14,500 cursos de LinkedIn Learning y casi 75,000 videos de capacitación, lo que representó más de 3,770 horas de contenido visualizado. Entre otros programas de aprendizaje y desarrollo se incluyen los siguientes:

Executive Edge: este programa de desarrollo para ejecutivos está diseñado para acelerar el crecimiento y el desarrollo de líderes con alto potencial. Dirigido a los sucesores de nuestro Equipo de Liderazgo Ejecutivo, el programa ofrece a los participantes planes de desarrollo personalizados basados en evaluaciones, comentarios y capacitación.

Programas Capstone: los programas como Gateway to Leadership, Market President y Aspire to Lead les continúan brindando a los empleados con alto potencial oportunidades de desarrollo de liderazgo específicas y desempeñan un papel fundamental en la preparación de nuestra próxima generación de líderes.[21]

Programa de desarrollo profesional: mediante este programa se ofrecen sesiones regulares y estructuradas para ayudar a los empleados de todos los niveles a desarrollar sus carreras profesionales. Durante el Mes del Desarrollo Profesional, en noviembre de 2025, más de 1,000 empleados participaron en cursos sobre habilidades de presentación, capacidad de influencia e inteligencia emocional.

Programas de incorporación: una experiencia coherente e inclusiva para los empleados nuevos que les da una base firme para construir una carrera exitosa en US Foods®. Durante 2025, casi 4,100 empleados nuevos participaron en nuestros programas de incorporación, entre los que se incluye una capacitación de orientación uniforme para empleados nuevos, así como programas especializados para determinados puestos.

Leading Above the Line: todos nuestros gerentes de personal completaron la capacitación sobre nuestro marco de responsabilidad Leading Above The Line a través de más de 75 sesiones ofrecidas en 2025. La capacitación, impartida por nuestros capacitadores de Cultura en cada mercado local o función empresarial, hizo hincapié en la responsabilidad de cada persona por el éxito de la Empresa.

Learning Partners: esta oportunidad de mentoría de un año de duración, que está abierta a todos los empleados, vincula a empleados con alto potencial con líderes sénior para impulsar su desarrollo profesional. La cohorte más reciente comenzó a principios de 2025 con 50 parejas formadas por empleados y miembros del equipo de liderazgo sénior.

Aprendizaje personalizado
En 2025, perfeccionamos nuestro enfoque de aprendizaje y desarrollo mediante la actualización de programas para adaptarlos mejor, cuando correspondía, a funciones específicas y a las distintas etapas de la carrera profesional. Este cambio busca que las oportunidades de desarrollo resulten más eficaces para los diferentes grupos de empleados.

Un ejemplo es la serie de Desarrollo para Presidentes de Área. Los presidentes de área ahora participan en una cohorte común que avanza en conjunto a lo largo de las distintas instancias de aprendizaje. El programa aborda las responsabilidades y los desafíos propios de este puesto y ofrece un espacio para el aprendizaje y el intercambio entre pares. En 2025, comenzamos a desarrollar la Academia de Liderazgo de Ventas, con el apoyo de un equipo dedicado a fortalecer las capacidades de liderazgo del área de ventas. La Academia comenzará a funcionar en 2026 con capacitaciones específicas destinadas a facilitar la incorporación de nuevos líderes de ventas, desarrollar las habilidades de los líderes actuales y formar una reserva de futuros líderes del área de ventas.

Durante el año, también presentamos ALEX (AI Learning EXperience) para fortalecer la alfabetización en inteligencia artificial (IA) y ayudar a los empleados a comprender cómo pueden utilizar estas herramientas en sus funciones. El programa AI ALEX comenzó con contenidos introductorios, entre ellos, orientación sobre el uso adecuado de la IA y la protección de la información personal. Posteriormente, se incorporaron recomendaciones adicionales y ejemplos prácticos. Aunque se trata de un programa nuevo, más de 1,900 empleados participaron en 2025 y tenemos previsto ampliarlo en 2026 mediante una red de referentes funcionales y equipos de apoyo que ayudarán a difundir información sobre el uso seguro y eficaz de las herramientas de IA.

➤ **Obtén más información** sobre nuestro enfoque con respecto a la IA en Gobierno>Inteligencia artificial, en la página 14.

ASPECTO DESTACADO

Aprendizaje con organizaciones externas

La participación en conferencias de la industria puede brindar oportunidades valiosas para que nuestros empleados aprendan habilidades nuevas y tendencias de la industria, además de favorecer el compromiso y la retención. A través de un proceso de postulación voluntaria, los empleados de US Foods pueden optar por asistir a conferencias como el Foro de mujeres en los servicios de alimentación (WFF), la Cumbre de Liderazgo de la Alianza Hispana para el Fortalecimiento de las Carreras (HACE), el Simposio para Gerentes de Nivel Medio del Consejo de Liderazgo Ejecutivo y otros eventos similares. Los empleados presentan su postulación, y los ejecutivos correspondientes evalúan las solicitudes junto con sus equipos. De los empleados seleccionados en 2025, el 95 % nunca había asistido antes a una conferencia, lo que les permitió ampliar sus oportunidades de desarrollo de habilidades y establecer redes de contacto.

Personas continuación

Cultura y compromiso

De acuerdo con nuestra creencia cultural "Tú importas", valoramos una amplia diversidad de ideas, experiencias y perspectivas. Por ello, nos enfocamos en desarrollar el talento en todas las etapas de la carrera profesional y en ofrecer un ambiente laboral donde los empleados reciban el apoyo necesario para dar lo mejor de sí. Nuestro enfoque incluye programas y oportunidades que conectan a los empleados, fortalecen la confianza, fomentan el sentido de pertenencia y promueven experiencias inclusivas; la contratación, el desarrollo y la retención de talento de alta calidad, con reconocimiento del valor que aportan los distintos antecedentes y experiencias; y la generación de un impacto positivo para nuestros clientes, proveedores y las comunidades a las que prestamos servicios.

Grupos de Recursos Empresariales para Empleados (EBRG)
Nuestros Grupos de Recursos Empresariales para Empleados (Employee Business Resource Groups, EBRG) están abiertos a todos los empleados para ayudar a impulsar nuestra estrategia de cultura de apoyo y el éxito empresarial. En2025,nuestros 10 EBRG organizaron más de 80 eventos de desarrollo personal yprofesional que llegaron a miles de empleados participantes. También siguieron trabajando con los capacitadores de Cultura para promover la participación en las instalaciones locales durante las celebraciones de los meses dedicados al legado cultural, mediante kits de herramientas para fomentar un lugar de trabajo inclusivo. Estas herramientas incluyen recursos para compartir conocimientos, guías de conversación para líderes, comidas conmemorativas, temas para iniciar conversaciones y otras iniciativas destinadas a fomentar la participación.

Durante el año, los EBRG también colaboraron con nuestro programa de pasantías en asignaciones específicas diseñadas para brindar a los practicantes una experiencia más amplia sobre una variedad de temas. Asimismo, en 2025, nuestro EBRG Link-Up amplió su enfoque en la seguridad mediante la oferta de cursos de reanimación cardiopulmonar (RCP) y otras actividades de divulgación sobre seguridad. Por su parte, Those Who Serve centró sus esfuerzos en la colaboración con una amplia variedad de organizaciones locales de apoyo a los veteranos para incorporar veteranos a la Empresa y respaldar el desarrollo profesional de quienes ya forman parte de US Foods®.

Nuestros EBRG:

US FOODS ADAPT
US FOODS BRIDGE
US FOODS CAN
US FOODS HOLA
US FOODS LINK-UP
US FOODS MERGE
US FOODS PACT
US FOODS PRIDE ALLIANCE
US FOODS THOSE WHO SERVE
US FOODS WIN

ASPECTO DESTACADO

EBRG Those Who Serve

En 2025, alrededor del 5 % de nuestros empleados se identificaron como veteranos y muchos de ellos participan en el EBRG Those Who Serve. Durante 2025, el grupo participó en una serie de eventos de difusión, mediante los que se fomentó la contratación, la incorporación y la participación continua de veteranos que ahora son empleados de US Foods. Como socios comerciales clave, los miembros del EBRG han apoyado eventos de contratación de veteranos, han creado herramientas para ayudar a nuestros gerentes de contratación a comprender un currículum militar y han llevado a cabo actividades de participación en la comunidad.

Encuestas de compromiso para empleados
Las encuestas anuales de compromiso para empleados recopilan información de los empleados y sirven de base para la adopción de medidas en todos los niveles de la organización. Nuestra Encuesta de compromiso de 2025 alcanzó una tasa de respuesta del 75 %, más alta que la del año anterior, y superó, una vez más, nuestra meta interna. Los resultados se revisaron con ejecutivos, líderes y gerentes de toda la Empresa. Los comentarios de los empleados ayudan a identificar qué medidas se pueden adoptar para toda la Empresa, así como aquellas específicas de los equipos individuales.

Por ejemplo, los comentarios recibidos en encuestas recientes dieron lugar a una nueva capacitación para toda la Empresa sobre gestión del cambio y responsabilidad por los resultados del negocio, además de iniciativas locales como el establecimiento de metas de desarrollo respaldadas por capacitaciones específicas. Además de la encuesta anual, realizamos encuestas de incorporación y de salida para todos los puestos, lo que nos permite recopilar comentarios valiosos para seguir mejorando.

El Índice de compromiso, que se mide mediante la encuesta de compromiso, es el principal indicador de la experiencia de los empleados. Evalúa el porcentaje de respuestas favorables en función de si el trabajo brinda a los empleados una sensación de realización personal, si tienen previsto permanecer en US Foods durante al menos los próximos 12 meses, si recomendarían US Foods a un amigo y si se sienten orgullosos de trabajar en la Empresa. En 2025, volvimos a obtener un Índice de compromiso del 75 %, con lo que alcanzamos nuestra meta interna.

El Índice de inclusión, que también se mide mediante la encuesta de compromiso, proporciona información adicional sobre nuestra población de empleados al medir las percepciones de inclusión entre diferentes grupos. En 2025, el Índice de inclusión aumentó ligeramente hasta alcanzar el 72 %, lo que supera el punto de referencia externo del 69 %. Este resultado indica que el 72 % de los empleados considera que todas las personas tienen las mismas oportunidades de desarrollar una carrera profesional exitosa en US Foods, independientemente de sus diferencias o antecedentes, y que se sienten miembros valiosos del equipo de US Foods.

75 %
en la puntuación del Índice de compromiso.

72 %
en la puntuación del Índice de inclusión.

Beneficios para empleados
Nuestros beneficios para empleados están diseñados para promover el bienestar integral: físico, mental, social y financiero. Además de un conjunto de beneficios para todos los empleados de tiempo completo de US Foods, ofrecemos iniciativas de bienestar más especializadas durante todo el año, incluidas ferias de salud y bienestar y recursos para controlar problemas como el estrés, la depresión y los trastornos del sueño.

➤ **Obtén más información** en la sección Benefits (Beneficios) de nuestro sitio web, donde se describen los beneficios disponibles como parte de nuestro programa de Recompensas Totales.

Personas continuación

Participación en la comunidad

US Foods® cuenta con una larga trayectoria de generar un impacto positivo en las comunidades a las que prestamos servicios. Nuestro programa Helping Communities Make It (Ayudamos a las Comunidades a Hacerlo) aprovecha el poder de los alimentos para brindar nutrición y oportunidades a las comunidades que más lo necesitan a través de tres pilares estratégicos de participación comunitaria: asistencia contra el hambre, educación culinaria y asistencia ante desastres.

En 2025, nuestras iniciativas de donación generaron casi $12.5 millones en efectivo, productos y horas de voluntariado para apoyar iniciativas de asistencia contra el hambre, educación culinaria y asistencia ante desastres. Esta inversión estratégica respaldó diversas alianzas e iniciativas alineadas con las necesidades de las comunidades, mientras que nuestros empleados continuaron desempeñando un papel fundamental en el apoyo a estos programas mediante actividades de voluntariado durante todo el año. Durante el año, ampliamos las oportunidades para que nuestros empleados participaran en la comunidad y fortalecimos nuestras alianzas estratégicas con organizaciones colaboradoras, tanto nuevas como existentes.

Para aprovechar al máximo la generosa participación de nuestros empleados, priorizamos su participación en las iniciativas de donaciones y voluntariado comunitarios. Además, tomamos como base nuestra creencia cultural "Tú importas" para desarrollar nuevos programas destinados a incrementar la participación y el impacto a nivel local. En 2025, pusimos en marcha los programas Dollars for Doers y Community Boost, que contribuyeron a un aumento cercano al 70 % en las horas de voluntariado registradas con respecto al año anterior. También lanzamos un programa regional de subvenciones comunitarias, mediante el cual destinamos $200,000 a organizaciones benéficas de todas las regiones de US Foods. En conjunto, estas iniciativas fortalecen nuestra participación comunitaria y crean aún más oportunidades para que nuestros empleados contribuyan.

➤ **Obtén más información** sobre el impacto que tiene nuestro abastecimiento estratégico en la comunidad en Productos>Desarrollo de la red de proveedores, en la página 24.

Asistencia contra el hambre

Como una de las empresas de servicios alimentarios más grandes del país, creemos que podemos marcar la diferencia para las personas que padecen hambre e inseguridad alimentaria. A lo largo de 2025, US Foods donó dinero en efectivo y productos a organizaciones de asistencia contra el hambre de todo el país que comparten nuestro compromiso de nutrir a las personas que se enfrentan a la inseguridad alimentaria. Entre los aspectos destacados se incluyen los siguientes:

- **Feeding America®:** donamos más de $5 millones en alimentos y suministros a la red de bancos de alimentos de Feeding America en todo el país y brindamos $250,000 en apoyo financiero a la iniciativa MealConnect® de Feeding America.
- **Military Family Advisory Network (MFAN):** triplicamos los aportes a MFAN, de manera que alcanzamos casi $750,000 en 2025, y abordamos la inseguridad alimentaria entre las familias militares a través de un innovador programa de reposición de despensas que creció en 2025 para incluir una base militar adicional.
- **Greater Chicago Food Depository:** nuestra donación de $250,000 respaldó programas centrados en la inseguridad alimentaria que afectan a los veteranos y llevó nuestro apoyo financiero total de las organizaciones de veteranos a $1 millón durante el año.
- **Rethink Food:** nuestra donación de $500,000 respaldó la expansión de Rethink Food, un socio comunitario nuevo para US Foods, al mercado de Chicago. Rethink Food tiene como objetivo acotar la brecha entre el exceso de alimentos y las comunidades necesitadas, mediante el trabajo en equipo con restaurantes pequeños y medianos, proveedores de alimentos y donantes para ofrecer comidas nutritivas sin costo a las comunidades.
- **Banco de alimentos del Norte de Illinois:** nuestra donación de $100,000 ayudó a abordar la inseguridad alimentaria en el área terrestre de Chicago.
- **Giving Kitchen:** nuestra donación de $150,000 ayudó a brindar asistencia de emergencia a los trabajadores de servicios alimentarios a través de Stability Network de Giving Kitchen, que ofrece recursos comunitarios y apoyo financiero.

Otras iniciativas de asistencia contra el hambre incluyeron una campaña de voluntariado en toda la Empresa para Hunger Action Month®. Nuestro programa anual Spring into Service, en el que los empleados participan en diversas actividades de servicio comunitario patrocinadas por la Empresa, incluyó actividades de voluntariado como el armado de cientos de paquetes de ayuda para Operation Support Our Troops, organizadas por nuestro EBRG Those Who Serve. Nuestra campaña Giving Gratitude, desarrollada durante un mes, se centró en proporcionar alimentos a comunidades desatendidas durante las fiestas. En conjunto, estas actividades generaron un valor benéfico aproximado de $200,000 para apoyar otras iniciativas de asistencia contra el hambre.

Aprox. $12.5 millones

donados en efectivo, en productos y en tiempo de voluntariado por parte de US Foods y nuestros empleados.

Más de 5 millones

de libras en alimentos y suministros donados, lo que equivale a alrededor de 4 millones de comidas.

Personas continuación

ASPECTO DESTACADO

Feeding America®

MealConnect® le permite a la red de Feeding America obtener más alimentos a través de rescates locales o comprar en un mercado nacional de productos agrícolas, lo que optimiza el abastecimiento para los bancos de alimentos y las organizaciones asociadas. La asistencia financiera estratégica de US Foods® está ayudando a Feeding America a implementar más funciones, como digitalizar el proceso de incorporación para los clientes de bancos de alimentos y desarrollar una vía para que distribuidores de servicios alimentarios, como US Foods, donen productos excedentes, de modo que estos lleguen más rápido a los bancos de alimentos y se reduzcan los residuos.

Educación culinaria
Nuestro compromiso continuo con la educación culinaria y la formación de la próxima generación de talentos culinarios cobra vida con el programa US Foods Scholars (Becarios de US Foods). Durante 2025, el segundo año que ofrecimos becas en todo el país, otorgamos $360,000 en becas a 18 estudiantes talentosos que cursan carreras en artes culinarias, panadería y repostería, capacitación para ser chefs y administración de empresas. Desde su creación, el programa ha otorgado más de $2.4 millones en becas a más de 120 estudiantes, lo que contribuye a fortalecer el futuro del sector de los servicios de alimentos. En la actualidad, más de 30 beneficiarios del programa US Foods Scholars continúan cursando sus estudios.

Ayuda ante desastres
A lo largo del año, continuamos brindando asistencia para las tareas de ayuda ante desastres a la Cruz Roja Americana (American Red Cross). US Foods es socio oficial del Programa anual de respuesta ante desastres (Annual Disaster Responder Program) y dona $250,000 cada año para respaldar los esfuerzos de la Cruz Roja destinados a movilizar rápidamente los recursos antes de que se produzcan desastres.

Como novedad en 2025, se implementó el Fondo Tú importas (You Matter Fund), un fondo de asistencia para empleados que reemplaza a nuestro programa anterior, US Foods Cares, y se basa en él para ampliar su alcance. El programa ampliado está diseñado para ayudar a los empleados que enfrentan las consecuencias de un desastre o atraviesan dificultades personales o económicas. El fondo, administrado por un tercero, se financia íntegramente con aportes de US Foods, aunque los empleados también pueden realizar contribuciones voluntarias.

Donaciones y voluntariado de empleados
En 2025, mejoramos nuestro enfoque en materia de donaciones y voluntariado de los empleados mediante la incorporación de tres nuevos programas destinados a incrementar la participación, respaldar las prioridades locales y ofrecer mayor flexibilidad para que los empleados contribuyan a sus comunidades.

- **Region Grants:** lanzamos el programa Region Grants para que cada región pudiera tomar decisiones sobre donaciones en función de sus prioridades locales. Cada región de US Foods recibió $50,000 para donar a la organización benéfica de su elección, lo que representó un total de $200,000 distribuidos en 2025, con la participación de las cuatro regiones.
- **Dollars for Doers:** este programa de voluntariado basado en incentivos otorga a los empleados un crédito de donación de $25 por cada hora de voluntariado realizada en actividades patrocinadas por la Empresa o de forma independiente en otras organizaciones sin fines de lucro que sean importantes para ellos. Los empleados pueden destinar esos créditos de donación a la organización benéfica de su elección. En 2025, se otorgaron créditos de donación por un valor de $100,000 aproximadamente.
- **Community Boost:** como una ampliación de nuestro programa anterior de subvenciones para promover la participación de los empleados, esta nueva iniciativa proporciona a los equipos un presupuesto para apoyar actividades locales de voluntariado o realizar donaciones. Los 17 equipos que participaron en 2025 recibieron más de $10,000 cada uno para organizar una actividad o una iniciativa comunitaria, entre ellas el armado de comidas para iniciativas de asistencia contra el hambre y donaciones económicas destinadas a ayudar a organizaciones benéficas a ampliar sus programas.

En conjunto, estos programas buscan ampliar el acceso a oportunidades de participación comunitaria, apoyar a organizaciones relevantes para las comunidades locales e incentivar a los empleados a aportar tiempo y recursos de maneras significativas para ellos.

70 %

de aumento en las horas de voluntariado de los empleados notificadas en comparación con 2024.

PLANETA

En esta sección

37 Gestión ambiental
38 Gestión climática
43 Nuestras operaciones
48 Gestión del agua y de los residuos
49 Nuestra cadena de suministro

PLANETA

Nos comprometemos a medir, supervisar y minimizar nuestro impacto ambiental. Esto implica tomar medidas significativas para responder al cambio climático y mitigar los riesgos relacionados con el clima mediante la mejora de la eficiencia de nuestra flota y nuestras instalaciones, la adopción de energía y combustibles renovables y la colaboración con nuestra cadena de suministro para apoyar un cambio más amplio en la industria.

Gestión ambiental

En todas nuestras iniciativas de gestión ambiental, aplicamos una estrategia alineada con nuestro negocio que equilibra el progreso, los costos y los plazos, y nos brinda la flexibilidad necesaria para adaptarnos de manera eficiente a la evolución de las condiciones comerciales y regulatorias. Nuestro enfoque en el uso de vehículos eléctricos y de combustibles alternativos, la optimización de rutas, la instalación de paneles solares, el uso de equipos y tecnologías energéticamente eficientes y el empleo de refrigerantes con menor potencial de calentamiento global en nuestras operaciones contribuye a reducir las emisiones de gases de efecto invernadero (GHG) y a limitar nuestro impacto ambiental general. También procuramos utilizar el agua de manera eficiente y minimizar los residuos en nuestros centros de distribución y demás instalaciones.

Supervisión de la gestión ambiental
La responsabilidad por nuestros programas e iniciativas ambientales se distribuye entre numerosas áreas de la Empresa. A nivel ejecutivo, estas iniciativas cuentan con el patrocinio de nuestro director de Cadena de Suministro, quien actúa como patrocinador ejecutivo de nuestras iniciativas relacionadas con el planeta y está a cargo de las iniciativas de sostenibilidad específicas relacionadas con los objetivos de reducción de emisiones de GHG basados en la ciencia de la Empresa. Nuestro director financiero (CFO) está a cargo de las funciones de finanzas y contabilidad corporativas, incluida la gestión de presupuestos relacionados con actividades de mitigación del clima, con la supervisión final del Comité de Nombramientos y Gobernanza Corporativa de nuestra Junta Directiva. Además, nuestro Comité Directivo de Descarbonización, que se estableció en 2025 e incluye a nuestro CFO, director de la Cadena de Suministro, vicepresidente sénior de Transporte y Logística y director de Asuntos Jurídicos, ayuda a supervisar los cambios reglamentarios aplicables a nivel federal y estatal, evaluar y asesorar sobre sus impactos en nuestro negocio, proporcionar información y comentarios sobre nuestros planes de descarbonización y supervisar el progreso, todo en el contexto de una estrategia empresarial más amplia.

Los gerentes sénior con experiencia en transporte y logística de US Foods®, incluido nuestro líder dedicado a la Sostenibilidad de Flotas y vicepresidente sénior de Transporte y Logística, así como los empleados de nuestras instalaciones, trabajan en equipo con las áreas de Cadena de Suministro, Gestión de Categorías y otras funciones, lo que contribuye a establecer nuestras metas ambientales y a desarrollar y cumplir con la estrategia. Además, aunque la compensación anual por incentivos se basa principalmente en el rendimiento financiero, el plan anual de incentivos también tiene en cuenta el rendimiento individual. En el caso de los líderes de las áreas de Sostenibilidad, Cadena de Suministro y otras funciones de US Foods, así como de los equipos a su cargo, responsables de identificar y gestionar las estrategias, iniciativas y metas de nuestras áreas de enfoque relacionadas con el planeta, incluidos los temas vinculados con el cambio climático, el éxito de esas iniciativas constituye uno de los criterios para evaluar su desempeño individual.

Planeta continuación

Gestión climática

Al igual que otras empresas de la industria de los servicios alimentarios, tenemos la responsabilidad de abordar nuestra contribución al cambio climático y mitigar los riesgos relacionados con el clima que podrían afectar distintos aspectos de nuestro negocio. Medimos e informamos nuestras emisiones de GHG todos los años, incluidas las de nuestra cadena de valor, y hemos determinado que, dentro de nuestras propias operaciones, las principales oportunidades para reducir las emisiones de GHG provienen de la utilización de vehículos eléctricos (electric vehicles, EV), combustibles renovables y la optimización de rutas; la eficiencia energética de las instalaciones y el uso de electricidad renovable; y una mejor gestión de los refrigerantes móviles y estacionarios. Estas y otras iniciativas relacionadas con el clima se integran en prioridades comerciales más amplias que, en conjunto, buscan gestionar los riesgos, aprovechar las oportunidades para mejorar el rendimiento en términos ambientales y generar ahorros de costos, además de aportar valor al negocio.

► **Obtén más información** sobre los riesgos empresariales de US Foods®, incluidos los riesgos relacionados con el clima, en nuestro Formulario 10-K.

Gestión de riesgos climáticos

Evaluamos los riesgos asociados con el cambio climático principalmente a través de nuestro proceso de gestión de riesgos empresariales (Enterprise Risk Management, ERM), al igual que mediante nuestro enfoque general de sostenibilidad, con un énfasis en la gestión eficaz de los costos y la continuidad del negocio. Cuando corresponde, también buscamos apoyo y aportes de terceros para identificar aún más los riesgos y las oportunidades. Si se detectan riesgos relacionados con el clima, estos se gestionan dentro del proceso de ERM y de acuerdo con nuestros umbrales definidos por dicho proceso para los riesgos de prioridad baja, media y alta. Este proceso está a cargo de nuestra área de Auditoría Interna y cuenta con la supervisión de nuestro Equipo de Liderazgo Ejecutivo y el Comité de Auditoría de nuestra Junta Directiva.

Además, en 2025 ampliamos nuestra evaluación de los riesgos y oportunidades relacionados con el clima mediante la realización de una evaluación formal de riesgos climáticos, en la que se analizaron posibles riesgos y oportunidades tanto físicos como de transición asociados al cambio climático. Mediante nuestra evaluación se consideraron dos escenarios climáticos ampliamente reconocidos definidos por las Trayectorias representativas de concentración (Representative Concentration Pathways, RCP) del Panel Intergubernamental sobre el Cambio Climático (Intergovernmental Panel on Climate Change, IPCC): un aumento de la temperatura de 1.5 °C (RCP 2.6) y otro de 4 °C (RCP 8.5), para los horizontes temporales de 2030, 2040 y 2050.

Después de una evaluación inicial de nuestros más de 70 centros de distribución para identificar las ubicaciones prioritarias, analizamos los riesgos físicos y de transición en 22 centros de distribución y cuantificamos el posible impacto financiero de los riesgos físicos. Para ello, el posible impacto financiero total de esos riesgos se evaluó en función de los daños materiales, los costos derivados de la interrupción de las operaciones y la posible pérdida de ingresos asociada a ocho peligros físicos. Asimismo, identificamos y priorizamos los posibles riesgos y oportunidades de transición a partir de un análisis comparativo del sector y de entrevistas con depositarios de las distintas áreas de negocio de US Foods. Luego, los evaluamos en función de su posible magnitud y probabilidad en los mismos escenarios climáticos y horizontes temporales.

Riesgos relacionados con el clima

Nuestros principales riesgos identificados son los riesgos físicos, en particular los daños a la propiedad, la interrupción del negocio y la posible pérdida de ingresos por inundaciones de aguas superficiales y ríos, así como las interrupciones de la cadena de suministro, y los riesgos de transición generados por los cambios reglamentarios y del mercado, como la electrificación de la flota, los mecanismos de precios del carbono y las preferencias cambiantes de los consumidores. Estos riesgos se abordan a través de nuestras estrategias e iniciativas de continuidad de la empresa y sostenibilidad.

Planeta continuación

Continuidad del negocio
Nuestro equipo de Continuidad del Negocio opera un Centro de crisis y resiliencia con recursos especializados para supervisar estrategias avanzadas de preparación destinadas a mitigar el impacto que los fenómenos meteorológicos extremos pueden tener en el negocio. El Centro monitorea diariamente los fenómenos meteorológicos inminentes y, cuando es necesario, reúne a un equipo interdisciplinario de gestión de crisis que trabaja directamente con las operaciones regionales y los equipos de las zonas afectadas para implementar nuestros procedimientos de continuidad del negocio y gestión de crisis. Estos incluyen tecnologías y procesos establecidos para minimizar las interrupciones de los servicios críticos ocasionadas por fenómenos meteorológicos. Al mismo tiempo, nuestro equipo de Abastecimiento y Recuperación se centra en garantizar las entregas puntuales, preservar la eficiencia de la flota y la optimización de rutas, priorizar los pedidos con los proveedores e identificar alternativas de abastecimiento para hacer frente a problemas persistentes en el suministro.

En 2025, actualizamos nuestro enfoque de continuidad del negocio mediante la implementación de planes estandarizados que utilizan tecnología de continuidad del negocio para proporcionar a los equipos de las instalaciones locales planes uniformes, accesibles las 24 horas del día, los 7 días de la semana, a través de recursos web, móviles y sin conexión. También implementamos planes más integrales para contemplar todos los escenarios de pérdidas identificados para las ubicaciones prioritarias determinadas en nuestra evaluación de riesgos climáticos. Estos planes incluyen medidas como infraestructura de respaldo, planes para proteger la seguridad de nuestros empleados, el traslado de las operaciones a otra ubicación y escenarios de recuperación para los sitios afectados. En colaboración con nuestros equipos de Instalaciones, estamos llevando a cabo evaluaciones de riesgos adicionales en ubicaciones específicas para reforzar aún más nuestro nivel de preparación.

Mitigación de riesgos reglamentarios relacionados con el clima
Supervisamos de forma continua las actualizaciones reglamentarias, como aquellas destinadas a reducir la contaminación del aire o las emisiones de GHG, y respondemos a los nuevos requisitos y directrices aplicables a nuestro negocio. Buscamos continuamente oportunidades para mejorar la eficiencia de nuestra flota y obtener subvenciones e incentivos que respalden la transición hacia vehículos eléctricos o de combustibles alternativos, lo que, a su vez, reduce la dependencia de los combustibles fósiles y los costos operativos. Asimismo, estamos bien posicionados para mitigar los costos asociados con las reglamentaciones sobre fijación del precio del carbono mediante hojas de ruta y programas integrales de descarbonización aplicados a nuestra flota e instalaciones, que pueden contribuir a reducir nuestra huella de emisiones de GHG.

➤ **Obtén más información** sobre cómo supervisamos y abordamos las reglamentaciones relacionadas con los productos en Productos>Reglamentaciones sobre los productos, en la página 27.

Mitigación de riesgos de la cadena de suministro
Entre los posibles riesgos en nuestra cadena de suministro se encuentran las interrupciones provocadas por fenómenos meteorológicos, que pueden dar lugar a aumentos de precios, demoras o escasez de materias primas o ingredientes; interrupciones en las operaciones de nuestros proveedores; el impacto de los mecanismos de fijación del precio del carbono en los costos de la cadena de suministro; y la preferencia de los consumidores por productos alimentarios con menor intensidad de carbono.

Para abordar estos riesgos, diversificamos nuestra cadena de suministro e incorporamos redundancias que fortalecen su resiliencia. También reforzamos las relaciones con nuestros proveedores para mejorar la colaboración durante las interrupciones, incluso mediante un seguimiento constante y transparente de su rendimiento. Asimismo, nuestro equipo de Abastecimiento y Recuperación ayuda a identificar fuentes alternativas de abastecimiento cuando se presentan problemas persistentes de suministro.

Al mismo tiempo, nuestras estrategias de desarrollo e innovación de productos y nuestro enfoque en ofrecer productos de origen local o con atributos de sostenibilidad o bienestar, a través de nuestros programas de productos Serve Local™, Serve Good® y Serve You®, brindan a los clientes más opciones frente a la evolución de las preferencias de los consumidores. Este enfoque también contribuye al crecimiento, a la ampliación de los márgenes y a la retención de los clientes.

➤ **Obtén más información** sobre nuestro modelo de abastecimiento estratégico en Productos>Desarrollo de la Red de Proveedores, en la página 24.

➤ **Obtén más información** sobre nuestros programas de productos diferenciados en Productos>Programa Hungry For Better, a partir de la página 17.

Planeta continuación

Estrategia de descarbonización

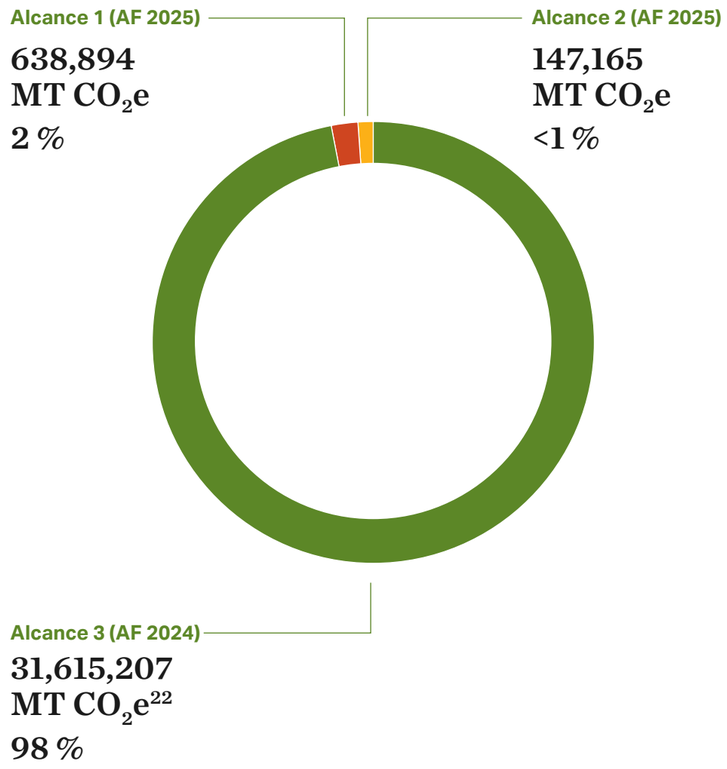
Nuestro enfoque de descarbonización prioriza las oportunidades para mejorar la eficiencia de nuestra flota y de nuestras instalaciones con el fin de obtener un retorno sobre la inversión, generar ahorros de costos e impulsar mejoras operativas, al tiempo que gestionamos de manera eficaz los riesgos relacionados con el clima y favorecemos el cumplimiento de las reglamentaciones aplicables.

Realizamos un seguimiento de nuestras emisiones de GHG y cada año divulgamos información sobre las emisiones de los alcances 1, 2 y 3. Dentro de nuestra huella de los alcances 1 y 2, que abarca las emisiones directas de los activos que operamos y las emisiones indirectas derivadas de la energía adquirida, la fuente principal de emisiones es el combustible consumido por nuestra flota de más de 6,500 camiones que prestan servicio a alrededor de 250,000 establecimientos de clientes en todo el país. El uso de electricidad y las emisiones fugitivas de refrigerante son las siguientes fuentes más importantes.

La descarbonización de nuestras operaciones requiere una planificación cuidadosa y la realización de inversiones tanto a nivel de toda la empresa como de las instalaciones, mediante estrategias por etapas para reducir las emisiones de GHG. Nuestra hoja de ruta de descarbonización para toda la empresa, actualizada en 2025 para reflejar los cambios en la industria y las reglamentaciones, orienta nuestros avances e incluye planes específicos para la flota y las instalaciones. Entre las principales iniciativas relacionadas con la flota se encuentran la incorporación de combustibles alternativos y vehículos eléctricos (EV), la optimización de rutas y la implementación de tecnologías vehiculares más eficientes. En nuestras instalaciones, las prioridades incluyen mejorar la eficiencia energética, por ejemplo mediante el monitoreo en tiempo real del consumo de energía, e invertir en la instalación de paneles solares y en proyectos de almacenamiento con baterías.

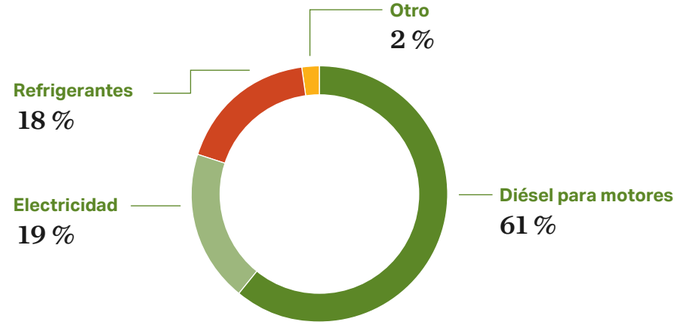
NUESTRA HUELLA DE EMISIONES DE GHG

Emisiones totales de GHG



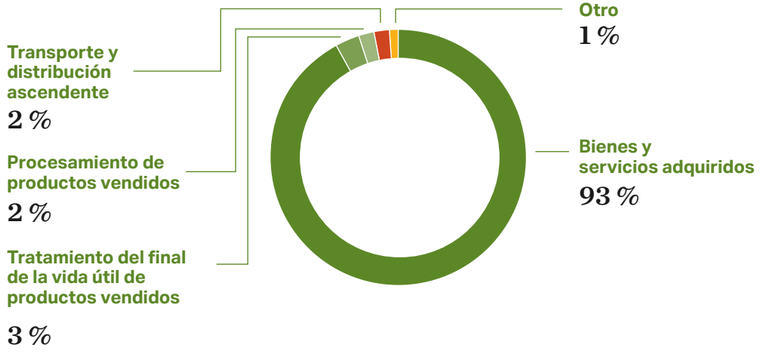
Nuestras operaciones

Emisiones de Alcance 1 y 2



Nuestra cadena de suministro

Emisiones de Alcance 3[23]



Planeta continuación

Para abordar nuestra huella de emisiones de GHG de los Alcances 1 y 2, hemos establecido un objetivo basado en la ciencia para reducir en un 32.5 % las emisiones absolutas de GHG de los Alcances 1 y 2 para 2032, tomando como referencia el año base 2019.[24]

En 2025, las emisiones absolutas de los Alcances 1 y 2 aumentaron un 8 % en comparación con el año anterior, debido principalmente a los refrigerantes móviles y estacionarios. Este incremento incluyó emisiones fugitivas derivadas de fugas en algunas instalaciones, así como datos más completos, como resultado del fortalecimiento continuo del seguimiento del uso de refrigerantes. A pesar de este aumento interanual, US Foods® mantuvo una reducción absoluta del 5 % en las emisiones de los Alcances 1 y 2 en relación con nuestra referencia de 2019.[25] También continuamos mejorando la eficiencia operativa y distribuimos cajas con mayor eficiencia que el año anterior y que en 2019, con mejoras tanto en la intensidad del consumo de combustible como en la intensidad del consumo de energía.[7, 8]

5 %

de reducción de la intensidad[26] de emisiones en toda la empresa desde 2019.

Descarbonización de la flota

Nuestros esfuerzos por reducir las emisiones del Alcance 1 asociadas con nuestra flota se centran en implementar una combinación de combustibles alternativos y EV, en la optimización de rutas y en el aprovechamiento de tecnologías nuevas de vehículos para reducir el uso tradicional del combustible diésel. En consonancia con la evolución continua de las tecnologías para flotas, ya utilizamos diversos combustibles alternativos, entre ellos el gas natural renovable (GNR) y el diésel renovable (DR). En 2025, incorporamos 43 vehículos eléctricos adicionales y obtuvimos subvenciones para la adquisición de más EV en el futuro cercano. También implementamos el uso de DR al 100 % en California y continuamos evaluando la disponibilidad y la asequibilidad de estos combustibles con el objetivo de ampliar su uso cuando sea factible.

Descarbonización de las instalaciones

En nuestras instalaciones, la eficiencia energética, como la iluminación LED y los sistemas de monitoreo de energía, ayuda a reducir las emisiones de GHG de Alcance 2. Además, los 10 proyectos solares activos en 2025, desarrollados mediante acuerdos de compra de energía (Power Purchase Agreements, PPA), en virtud de los cuales conservamos los créditos de energía renovable, contribuyen a lograr reducciones adicionales de emisiones, en consonancia con nuestra estrategia de priorizar el abastecimiento de energía renovable en función de las necesidades operativas, las emisiones y el ahorro de costos. Asimismo, seguimos centrando nuestros esfuerzos en mejorar los sistemas de refrigeración para reducir las emisiones de GHG de Alcance 1 mediante la disminución del riesgoy el impacto de las fugas y el uso de refrigerantes con menor potencial de calentamiento global.

► **Obtén más información** sobre nuestras iniciativas de sostenibilidad de la flota en Planeta> Nuestras operaciones>Nuestra flota, en la página 43.

► **Obtén más información** sobre nuestras iniciativas de sostenibilidad de las instalaciones en Planeta>Nuestras operaciones>Nuestras instalaciones, en la página 46.

Desafíos de la descarbonización

La capacidad que tenemos para alcanzar nuestras metas depende tanto del ritmo del desarrollo tecnológico como de la disponibilidad de las tecnologías. Además, debemos afrontar y evaluar de manera realista los desafíos e incertidumbres actuales y emergentes. En particular, los recientes cambios a nivel federal que pusieron fin a determinados incentivos para las tecnologías limpias han reducido la rentabilidad de invertir en soluciones de descarbonización para nuestra flota y nuestras instalaciones y han comenzado a limitar la disponibilidad de algunas tecnologías. La incertidumbre reglamentaria futura también afecta nuestra capacidad para evaluar los efectos a largo plazo de la implementación de estas tecnologías en nuestras operaciones.

Asimismo, enfrentamos limitaciones para el desarrollo de proyectos solares en nuestras instalaciones, entre ellas, restricciones impuestas por las empresas de servicios públicos, requisitos federales, desafíos relacionados con la obtención de permisos y limitaciones asociadas con los esquemas de medición neta, además del aumento de los costos derivado de cambios reglamentarios a nivel nacional, aranceles y otros factores externos.

Seguimos identificando oportunidades para mejorar la eficiencia de nuestra flota y nuestras instalaciones, reducir la dependencia de los combustibles fósiles y disminuir los costos operativos mediante inversiones específicas, en particular en vehículos eléctricos y de combustibles alternativos, cuando cuentan con el respaldo de subvenciones e incentivos estatales. Con este fin, mantenemos un diálogo permanente con fabricantes de equipos originales (original equipment manufacturers, OEM), empresas de servicios públicos y otros socios para mantenernos al tanto de las nuevas tecnologías y tendencias. No obstante, seguiremos actualizando nuestra hoja de ruta de descarbonización a medida que cambien las condiciones económicas, reglamentarias u otras consideraciones estratégicas, y podremos reevaluar nuestras metas a la luz de esas circunstancias para garantizar que sigan alineadas con nuestras prioridades comerciales generales.

Planeta continuación

Descarbonización de la cadena de suministro
Como las emisiones de Alcance 3 representan la mayor parte de la huella total de emisiones de GHG de la empresa, su reducción constituye una prioridad para US Foods®. Reducir las emisiones de Alcance 3 asociadas con nuestra cadena de suministro supone un desafío, ya que, si bien estas emisiones se encuentran dentro de nuestra esfera de influencia, están fuera de nuestro control directo. Por ello, y en consonancia con nuestro compromiso de que el 67 % de los proveedores, medido en función de las emisiones asociadas a bienes y servicios adquiridos (purchased goods and services, PG&S), cuenten con objetivos basados en la ciencia para 2027[21], seguimos ampliando nuestro conocimiento de la huella de emisiones de GHG de Alcance 3, colaborando directamente con los proveedores que generan mayores emisiones e identificando oportunidades para reducir las emisiones en la cadena de suministro.

Al igual que ocurre en muchas empresas de la industria de los servicios alimentarios, los PG&S constituyen la principal categoría de nuestras emisiones de Alcance 3 y representan casi el 96 % de dichas emisiones. En 2025, continuamos ampliando nuestros conocimientos sobre las emisiones de Alcance 3, incluidas las asociadas a los PG&S, mediante la evaluación de las emisiones relacionadas con los bosques, las tierras y la agricultura (Forests, Land, and Agriculture, FLAG).

Con base en este análisis, centramos nuestros esfuerzos en los proveedores con mayores emisiones de las principales categorías de productos que contribuyen a nuestra huella de emisiones de Alcance 3, tanto FLAG como no FLAG, en particular las proteínas (carne de res, carne de cerdo, carne de ave y productos de mar). Una vez identificados esos proveedores, priorizamos el contacto directo y la colaboración con ellos. Para ello, los equipos de Gestión de Categorías y Sostenibilidad trabajan de forma conjunta para evaluar el estado de los objetivos de los proveedores e intercambiar información sobre posibles medidas para mitigar sus emisiones. En 2025, aprovechamos ese diálogo para analizar las posibles acciones de descarbonización de los proveedores y los desafíos que enfrentan, incluidas las limitaciones externas. En 2025, prevemos ampliar esta colaboración y trabajar con proveedores clave para comprender mejor cuáles son las alternativas más viables para avanzar.

se incluyen las restricciones externas. Esperamos desarrollar este compromiso en 2026, trabajando con proveedores clave para obtener mejores perspectivas sobre un camino práctico hacia el futuro.

► **Obtén más información** sobre nuestro compromiso con los proveedores en temas ambientales en Planeta>Nuestra cadena de suministro, en la página 49.

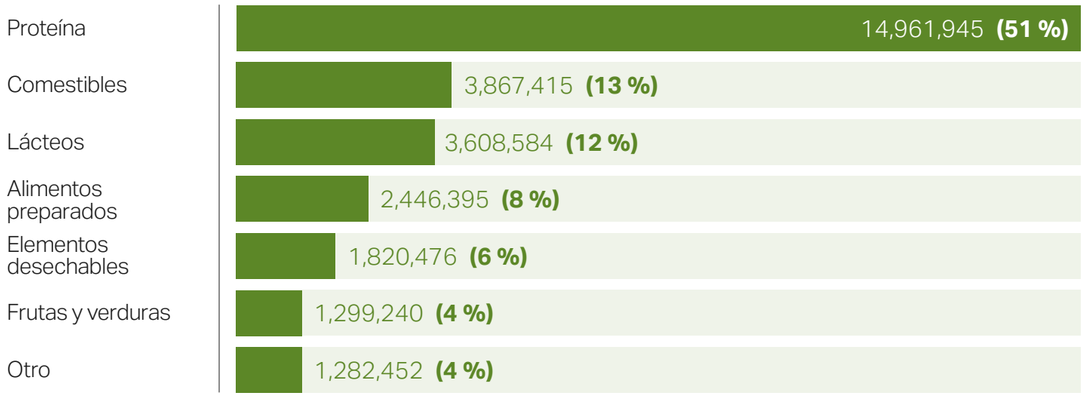
26 %

de nuestros proveedores (medidos por emisiones) habían establecido objetivos basados en la ciencia en 2024.[27]

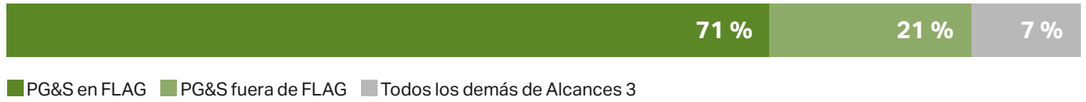
Aunque hemos avanzado en la comprensión de nuestra huella de emisiones de GHG de Alcance 3, seguimos enfrentando desafíos. Al igual que otras empresas de la industria de los servicios alimentarios, dependemos de nuestros proveedores para reducir las emisiones, proporcionar datos ambientales precisos y destinar recursos a iniciativas de mejora. Reconocemos que la cadena de suministro de alimentos no solo es compleja, sino que también enfrenta nuevos desafíos relacionados con los costos, los riesgos climáticos y las reglamentaciones. Para ayudar a abordar estos desafíos, estamos evaluando nuevas plataformas tecnológicas capaces de recopilar datos e información del sector, generar factores de emisión más específicos y facilitar una interacción más eficiente con los proveedores. En adelante, seguiremos evaluando nuestra meta de Alcance 3 teniendo en cuenta una comprensión más profunda de nuestra huella de emisiones de este tipo, así como las complejidades y limitaciones propias de la cadena de suministro.

DESGLOSE DE EMISIONES GHG DE ALCANCE 3 DE BIENES Y SERVICIOS ADQUIRIDOS[27]

AF 2024, emisiones de Alcance 3 de bienes y servicios adquiridos (MT CO_2e)[23]



AF 2024, emisiones de Alcance 3 dentro y fuera de los sectores FLAG de PG&S (%)



Planeta continuación

Nuestras operaciones

Nos centramos en reducir nuestra huella de emisiones de GHG mediante la mejora de la eficiencia del transporte y la disminución del impacto ambiental de nuestra flota y nuestras instalaciones a través de programas que respaldan las operaciones diarias, generan ahorros de costos y promueven la sostenibilidad.

Métricas de intensidad comparadas con 2019[28]	2023	2024	2025
Intensidad del combustible[7]	-6 %	-6 %	-7 %
Intensidad de la energía[8]	-3 %	-1 %	-4 %
Intensidad de las emisiones de GHG[26]	-3 %	-14 %	-5 %

Nuestra flota

Nuestro enfoque para maximizar la eficiencia del transporte y reducir el impacto ambiental asociado con nuestra flota prioriza programas que generan beneficios para el negocio mediante una mayor eficiencia, mejoras operativas y el uso de equipos y tecnologías innovadores. Este enfoque incluye la optimización de rutas para reducir las millas recorridas, la incorporación de mejoras tecnológicas a la flota y la adopción de combustibles alternativos y vehículos, incluidos los EV.

Además de reducir las emisiones, nuestras iniciativas relacionadas con la flota buscan mejorar el rendimiento de los costos tanto a corto como a largo plazo, respaldar la continuidad del negocio y anticiparse a reglamentaciones pendientes o vigentes, como las normas sobre fuentes indirectas.

Evaluamos cada iniciativa relacionada con la flota mediante un enfoque basado en el costo total de propiedad, en el que analizamos el costo de los vehículos (después de aplicar las subvenciones disponibles), los ahorros en combustible y mantenimiento, el rendimiento, la vida útil de los activos y las reducciones de emisiones. Asimismo, damos prioridad a los proyectos que ofrecen un mayor retorno sobre la inversión o permiten recuperar la inversión en un plazo más corto, o que se desarrollan en jurisdicciones sujetas a las normas sobre fuentes indirectas u otras reglamentaciones.

Los proyectos aprobados también se benefician de una planificación integrada entre nuestros equipos de Flota e Instalaciones para garantizar la continuidad operativa y el control de los costos, del enfoque en soluciones escalables y del aprovechamiento de subvenciones y alianzas con empresas de servicios públicos, cuando están disponibles, con el fin de acelerar su adopción y, al mismo tiempo, gestionar la demanda máxima de energía.

Combustibles alternativos

Los vehículos de combustibles alternativos desempeñan un papel fundamental en la reducción de nuestras emisiones de GHG de Alcance 1 y en la descarbonización de las operaciones de nuestra flota. Hemos incorporado múltiples iniciativas relacionadas con combustibles alternativos y vehículos de combustibles alternativos en toda nuestra flota, como el uso de gas natural comprimido (GNC), GNR y DR. Estas iniciativas no solo contribuyen a reducir las emisiones, sino también a gestionar los costos del combustible y el riesgo operativo en comparación con la dependencia del diésel convencional.

Aunque los vehículos de combustibles alternativos suelen requerir una inversión inicial mayor que los vehículos diésel, lo que continúa siendo un desafío para toda la industria, evaluamos estas inversiones mediante un enfoque basado en el costo total de propiedad, teniendo en cuenta la disponibilidad del combustible, los requisitos de infraestructura, las subvenciones y la estabilidad de los costos a largo plazo.

En 2025, mantuvimos nuestra flota de 90 vehículos impulsados por GNC. Los motores de estos vehículos están certificados por la Agencia de Protección Ambiental (Environmental Protection Agency, EPA); producen un 90 % menos de emisiones de óxidos de nitrógeno (NOx), responsables de la formación de smog, que los niveles establecidos por las normas vigentes; y contribuyen a reducir los costos totales de combustible.[29] Para respaldar esta transición, estamos incorporando estaciones de carga de GNC en instalaciones seleccionadas, lo que reduce el tiempo necesario para abastecer estos vehículos de combustible.

Además, en 2025 llevamos a cabo un programa piloto en el que usamos motores de GNC de 15 litros en dos instalaciones. Estos motores de nueva generación ofrecen un mayor par motor, están diseñados para soportar ciclos de operación de larga distancia y proporcionan hasta un 10% más de eficiencia en el consumo de combustible que los motores de GNC de 12 litros. El programa piloto obtuvo comentarios positivos desde el punto de vista operativo y sienta las bases para implementar iniciativas similares en otras ubicaciones.

En dos ubicaciones, también convertimos tractores de GNC para que funcionen con GNR, un biogás neutro en carbono producido a partir de la descomposición de materia orgánica, con infraestructura de abastecimiento de GNR en las instalaciones.

Asimismo, fuimos una de las primeras empresas de la industria de los servicios alimentarios en adoptar el DR, al sustituir por DR el diésel utilizado en el 100 % de nuestras instalaciones de abastecimiento de combustible en California. Con una intensidad de carbono superior al 65 % menor que la del diésel convencional, esta transición al DR contribuye a seguir reduciendo nuestras emisiones de GHG de Alcance 1.[30] Seguimos evaluando las oportunidades de uso de GNR y DR cuando contribuyen a reducir las emisiones y se ajustan a las necesidades operativas y del negocio. Esta evaluación incluye la colaboración con fabricantes y proveedores de combustibles para dar seguimiento a la evolución del mercado, así como el monitoreo de incentivos financieros, como los programas estatales de Estándar de Combustibles Bajos en Carbono (Low Carbon Fuel Standard, LCFS).

7 %

del combustible total de la flota proveniente de fuentes renovables.

7 %

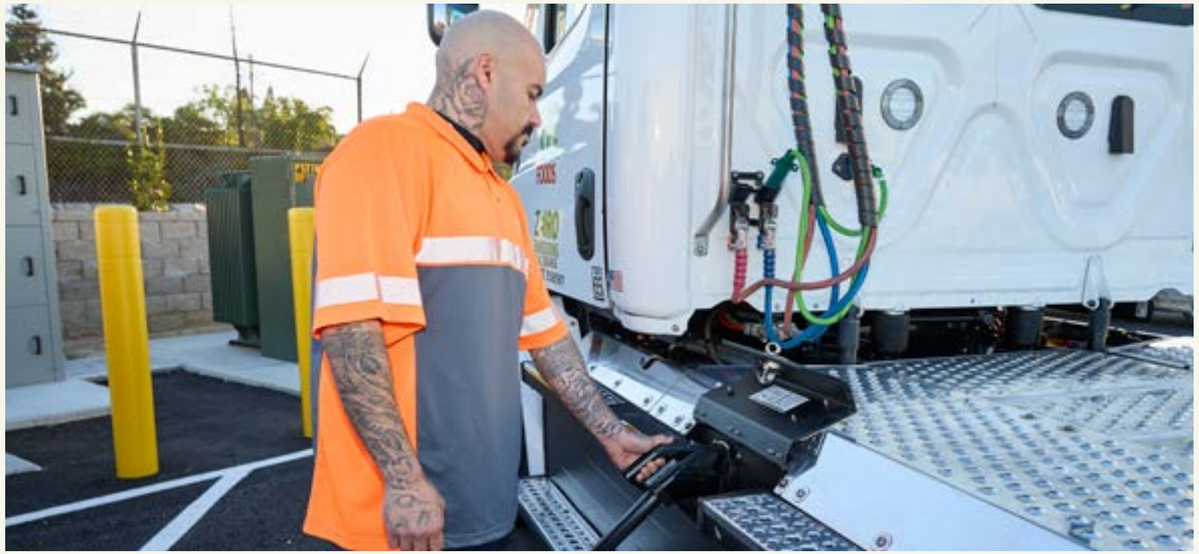
de reducción en los galones de combustible utilizados por caja entregada desde 2019.

Planeta continuación

Vehículos eléctricos
En 2025, incorporamos 43 EV más a nuestra flota, lo que sumó un total de 130 EV en servicio para fin de año. Estos incluyen tractores eléctricos, camiones rectos, tractores de patio, remolques y furgonetas, respaldados por más de 80 estaciones de carga distribuidas en diversas instalaciones de US Foods®. Además de los beneficios relacionados con la reducción de las emisiones de GHG, nuestros camiones eléctricos de batería y cero emisiones ayudan a reducir las emisiones nocivas de material particulado fino (PM2.5) y de NOx. Hasta la fecha, nuestros camiones eléctricos han recorrido más de 2.5 millones de millas y han recibido comentarios positivos de los conductores de manera continua, lo que demuestra su integración exitosa en nuestra flota.

Al planificar la incorporación de más EV, también debemos considerar el impacto correspondiente en nuestras instalaciones para desarrollar la infraestructura necesaria de carga y almacenamiento de electricidad. Nuestros EV requieren un suministro suficiente de energía a un costo competitivo. Por ello, procuramos fortalecer la resiliencia energética de nuestras operaciones, por ejemplo mediante la instalación de paneles solares y sistemas de almacenamiento con baterías, que ayudan a reducir la carga sobre la red eléctrica nacional. Con este objetivo, nuestros equipos de Flota e Instalaciones colaboran en proyectos que integran EV, energía solar, almacenamiento con baterías y estaciones de carga. Asimismo, trabajan de forma conjunta para identificar sinergias que contribuyan a mejorar la eficiencia energética y de costos tanto de la flota como de las instalaciones.

A medida que ampliamos la cantidad de EV en nuestra flota, seguimos enfrentando desafíos, especialmente los elevados costos iniciales cuando no existen incentivos. En 2025, el entorno reglamentario cambió con el retroceso de algunas reglamentaciones sobre las flotas de bajas emisiones que anteriormente habían favorecido la adopción de EV en la industria. Además, los cambios en las reglamentaciones federales eliminaron o están eliminando gradualmente los programas nacionales de incentivos para tecnologías clave para vehículos de bajas emisiones, lo que afecta aún más la rentabilidad y la disponibilidad de esas tecnologías.



Para seguir impulsando nuestro programa de electrificación de la flota y, al mismo tiempo, gestionar los costos de los proyectos, continuamos monitoreando la disponibilidad de vehículos y la evolución de sus costos en toda la industria, a medida que surgen opciones más competitivas, así como las oportunidades de financiamiento y los incentivos financieros disponibles. También monitoreamos las reglamentaciones estatales, como las normas sobre fuentes indirectas, y priorizamos la incorporación de EV cuando resulta factible y contribuye al cumplimiento de dichas reglamentaciones.

43
vehículos eléctricos añadidos a nuestra flota.

Más de 2.5 millones
de millas totales conducidas en vehículos eléctricos desde 2023.

► **Obtén más información** sobre nuestras instalaciones solares y estaciones de carga rápida de vehículos en Planeta>Nuestras operaciones>Nuestras instalaciones, en la página 46.

Optimización de rutas
A pesar de que la empresa ha crecido, hemos sido capaces de reducir el número de millas recorridas por nuestros camiones, ahorrar combustible, gestionar los riesgos asociados con el combustible y disminuir las emisiones de GHG mediante la optimización de rutas y la asignación del tamaño adecuado de los vehículos según el tipo de ruta. En 2025, nuestros continuos esfuerzos de optimización de rutas redujeron en 0.65 millas el recorrido promedio por entrega a clientes, con lo que superamos nuestro objetivo interno. Al mismo tiempo, aumentamos de manera significativa la cantidad de paradas y de cajas entregadas a nuestros clientes. Al considerar en conjunto todos los años transcurridos desde 2022, hemos reducido el total de millas recorridas en casi 4.9 millones, a pesar del aumento en la cantidad de cajas entregadas durante ese mismo período.

Gran parte de este avance se debe al uso de Descartes Route Planner™, cuya implementación se completó en todos los mercados de US Foods en 2025. Se estima que esta herramienta, por sí sola, reduce en un 2 % anual la cantidad de millas recorridas. Nos permite maximizar la eficiencia de la flota mediante un enfoque integrado a nivel de toda la empresa que optimiza la planificación de las rutas y las paradas de los clientes, lo que se traduce en menos millas recorridas y un mejor servicio al cliente.

470,000
menos millas recorridas en 2025 en comparación con 2022, a pesar de que se entregaron un 8 % más de cajas durante el mismo período.[31]

Planeta continuación

Eficiencia de la red logística de la flota
Además de optimizar las rutas, nuestro equipo de Transporte y Logística coordina las operaciones logísticas de entrada y salida para que los camiones salgan y regresen con carga siempre que sea posible, mediante un enfoque que combina mejoras tecnológicas con procesos optimizados que conectan las operaciones, los equipos de ventas y los clientes. Como resultado, se reducen las millas recorridas, el consumo de combustible y los costos potenciales de distribución y administración.

Las bases logísticas de apoyo son instalaciones donde se estacionan remolques cargados para que los conductores de reparto inicien sus rutas desde allí y regresen al mismo lugar una vez finalizadas. En algunos mercados, los centros de distribución no se encuentran cerca de las principales zonas donde se concentran los clientes, lo que requiere traslados adicionales entre el centro de distribución y estas bases para realizar las entregas. Hemos comenzado a evaluar nuestra red logística para determinar en qué casos podría reconfigurarse el uso de las bases logísticas de apoyo con el fin de adecuarlas mejor a los patrones de entrega y a la ubicación de los clientes. Estimamos que la optimización de la ubicación y el uso de estas bases podría generar un ahorro de hasta 750,000 millas recorridas durante el primer año.

Mejoras de vehículos
Gestionamos nuestra flota con el objetivo de mejorar el desempeño, la eficiencia en el consumo de combustible y la confiabilidad, mediante el seguimiento de la evolución del mercado y la inversión en tecnologías que generan mejoras cuantificables en la eficiencia, como sistemas de monitoreo del rendimiento del motor en tiempo real y sistemas de generación de informes sobre el rendimiento del combustible. En 2025, seguimos invirtiendo en trenes motrices diésel más eficientes en el consumo de combustible y adquirimos 91 unidades para distintas ubicaciones, con lo que logramos una mejora significativa en las millas por galón en comparación con tractores similares del mismo año modelo.

Al reemplazar los activos de la flota, damos prioridad a nuevos modelos de vehículos con diseños aerodinámicos y motores que funcionan a menores revoluciones por minuto (RPM) para reducir el consumo de combustible y las emisiones. Estos vehículos están equipados con sistemas avanzados de diagnóstico que se conectan directamente al motor y monitorean su rendimiento en tiempo real, así como con sistemas informáticos a bordo que registran el rendimiento del combustible y el tiempo que el motor permanece en ralentí. También utilizamos sistemas telemáticos para reducir los tiempos de preenfriamiento y el consumo de combustible mediante una mejor gestión de las zonas de temperatura en los remolques refrigerados.

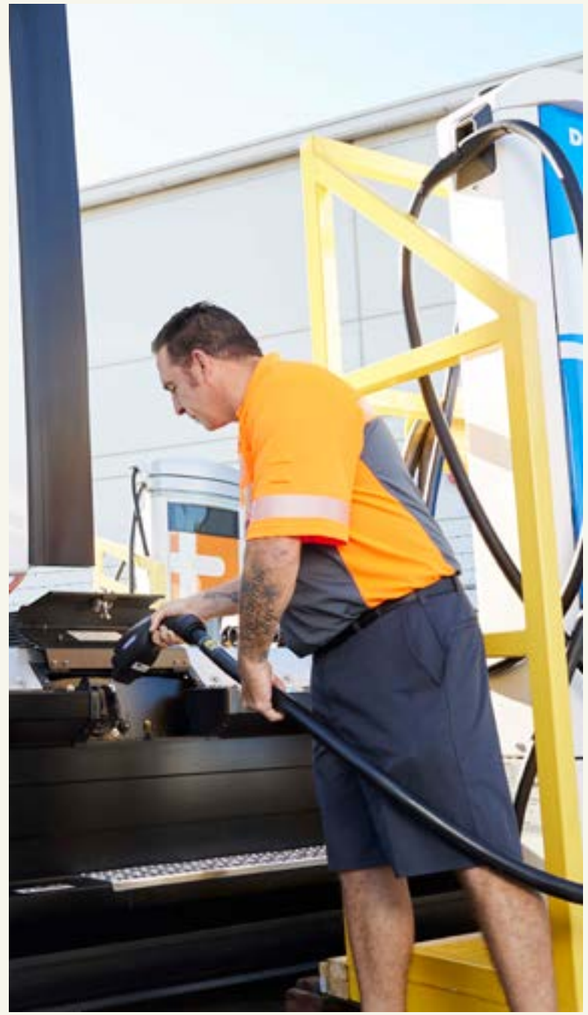
Algunas mejoras en los equipos generan beneficios inmediatos y favorables en términos de costos. Las tecnologías que mejoran la eficiencia en el consumo de combustible y el control de la temperatura en la refrigeración producen mejoras de eficiencia a corto plazo, mientras que la electrificación y los combustibles alternativos aportan valor estratégico a largo plazo cuando la infraestructura y las condiciones económicas lo permiten. Nuestro programa de modernización de la flota está diseñado para abordar los plazos de desarrollo de la infraestructura, la variabilidad entre proveedores, los costos de los vehículos y la complejidad reglamentaria, aspectos que gestionamos mediante relaciones sólidas con los OEM y una incorporación gradual de vehículos.

De cara al 2026, seguimos aplicando un enfoque analítico para el reemplazo y la modernización de los vehículos. Esto incluye evaluar la longitud de nuestras rutas para determinar en cuáles los motores de mayor eficiencia podrían generar los mayores beneficios, así como considerar parámetros como la antigüedad, el rendimiento del combustible y los costos de mantenimiento. Este enfoque nos permite identificar los vehículos con menor rendimiento y establecer prioridades estratégicas para su reemplazo o modernización.

Refrigeración en nuestra flota
Gestionamos los sistemas de refrigeración de nuestra flota para mantener la seguridad de los alimentos y, al mismo tiempo, minimizar el consumo de combustible. Nuestro principal proveedor de unidades de refrigeración ha comenzado a utilizar refrigerantes con un menor potencial de calentamiento global, que incorporamos a medida que sumamos nuevas unidades a nuestra flota.

La mayoría de nuestros remolques cuentan con dos secciones con diferentes temperaturas, una refrigerada y otra congelada, que requieren preenfriamiento antes de la carga. Hemos mejorado nuestros procesos operativos para reducir el tiempo necesario para alcanzar las temperaturas requeridas. Desde el lanzamiento de la iniciativa Precool (preenfriamiento), hemos seguido optimizando el tiempo de funcionamiento de los motores de refrigeración sin comprometer las temperaturas requeridas, lo que permitió reducir el tiempo de preenfriamiento y ahorrar 250,000 galones adicionales de diésel solo en 2025 y un total de 750,000 galones de combustible desde que se desarrolló el proyecto en 2023.

Iniciativas de la industria para la flota
Seguimos siendo miembros activos del Foro de Flotas de Transporte Limpio Avanzado (Advanced Clean Transportation, ACT), que reúne a los principales operadores de flotas para intercambiar conocimientos sobre el transporte comercial de bajas emisiones. El Foro analiza tecnologías emergentes, estrategias de implementación y mejores prácticas. También colaboramos con otras coaliciones, como el Instituto de Investigación de Energía Eléctrica, el Consejo de Tecnología y Mantenimiento, el Consejo Norteamericano de Eficiencia de Carga y el Fondo de Defensa Medioambiental para ayudar a promover la sostenibilidad de la industria de flotas y nuestras propias iniciativas.[32]



Planeta continuación

Nuestras instalaciones

Diversos programas de eficiencia y modernización en nuestras instalaciones respaldan la productividad operativa, al tiempo que reducen el consumo de energía, promueven la transición hacia fuentes de energía renovables y fomentan la adopción de equipos y tecnologías más eficientes que contribuyen a disminuir los costos.

4 %

de reducción en la energía eléctrica adquirida utilizada por caja entregada desde 2019.

Más de 10 millones de kWh

de energía renovable generada por proyectos solares.

Energía renovable

La energía solar que generan nuestras instalaciones permite ahorrar costos, entre ellos los asociados con el aumento de las tarifas de electricidad y los cargos por demanda máxima que aplican las empresas de servicios públicos en algunas regiones. Además, nos permite cargar de manera rentable nuestra creciente flota de EV. Para finales de 2025, nuestro programa de energía renovable incluye 10 instalaciones solares en funcionamiento y otras dos prácticamente terminadas. También estamos evaluando tres proyectos adicionales, dos de los cuales respaldarían la electrificación de nuestra flota. Para ello, analizamos cuidadosamente la viabilidad económica de estos proyectos en función del potencial de generación de energía.

Contamos con infraestructura permanente de carga para EV en dos de nuestras instalaciones y con soluciones de carga portátiles en otras seis, lo que representa un total de más de 80 cargadores permanentes y móviles para nuestros vehículos eléctricos, incluidos tractores, tractores de patio, camiones rectos, remolques y furgonetas. Además, tenemos proyectos en marcha para instalar estaciones de carga en otros cuatro sitios, algunos de los cuales incluirán sistemas solares y de almacenamiento con baterías.

Si bien seguimos desarrollando proyectos de energía solar, enfrentamos desafíos relacionados con los permisos, las aprobaciones y otras restricciones impuestas por las empresas de servicios públicos, así como con el entorno reglamentario local y federal y los costos asociados con las tarifas eléctricas y los cargos por demanda máxima. Como resultado, seleccionamos cuidadosamente las oportunidades de desarrollo de proyectos solares. No avanzamos con un proyecto solar a menos que ofrezca un sólido retorno sobre la inversión y satisfaga necesidades operativas, como la carga de nuestra flota de EV. Además, en algunos casos nuestros sistemas solares no incluyen almacenamiento con baterías, en parte debido a las tarifas eléctricas y a los cargos por demanda máxima, lo que puede limitar nuestra capacidad para cargar los EV cuando los horarios permitidos para la carga son restringidos. Para hacer frente a estos desafíos, colaboramos de manera proactiva con las empresas de servicios públicos y sus proveedores para ayudarlos a comprender las oportunidades y desarrollar enfoques más innovadores.

ASPECTO DESTACADO

Colaboraciones innovadoras para avanzar en la electrificación

Nuestro centro de distribución en Livermore, California, integra generación de energía solar en las instalaciones con almacenamiento de energía en baterías para respaldar la electrificación de nuestra flota. Este importante proyecto pasó de la etapa de planificación a la de ejecución en 2025. La construcción de la infraestructura de carga para EV ya se completó y está previsto que los sistemas de energía solar y almacenamiento con baterías finalicen en 2026. Estas instalaciones de última generación, que reflejan la estrecha integración entre las iniciativas de descarbonización de nuestras instalaciones y de nuestra flota, sirven como modelo para futuros centros de distribución y respaldan la electrificación de la flota en un sentido más amplio.

Para avanzar en este proyecto, trabajamos en estrecha colaboración con Pacific Gas and Electric Company a fin de superar diversas limitaciones, entre ellas las restricciones iniciales que habrían limitado la carga de los EV al horario nocturno. La colaboración con esta empresa en el marco del programa PG&E Flex Connect permite cargar los EV las 24 horas del día, con solo unas pocas restricciones durante el año. Esta solución innovadora tiene en cuenta el consumo real de electricidad en la zona y proporciona a la empresa de servicios públicos datos para la gestión de la demanda máxima y de la carga eléctrica. Además, como el almacenamiento con baterías nos permite cargar los vehículos durante los períodos de menor demanda utilizando la energía almacenada, también reduce nuestra exposición a las tarifas eléctricas más elevadas durante los períodos de demanda máxima.

Planeta continuación

Eficiencia energética
Los responsables de las instalaciones de US Foods® se centran todos los días en el uso eficiente y la gestión de la energía, con el fin de identificar oportunidades para mejorar la eficiencia y reducir el consumo. La iluminación de las instalaciones representa alrededor del 10 % de nuestro consumo energético total. Seguimos acelerando la adopción de equipos y tecnologías energéticamente eficientes en todas nuestras instalaciones, lo que incluye la instalación de iluminación LED en proyectos de construcción nueva o modernización, la incorporación de sensores de movimiento en todas las instalaciones nuevas para reducir el consumo de electricidad y el monitoreo en tiempo real del consumo energético de las instalaciones.

En colaboración con un proveedor de iluminación de larga trayectoria, hemos llevado a cabo proyectos seleccionados de modernización con iluminación LED bajo un esquema de arrendamiento, lo que nos permite evitar grandes inversiones de capital y nos proporciona opciones de compra favorables en el futuro. Al igual que con nuestras demás iniciativas ambientales, damos prioridad a los proyectos en los que los ahorros de energía y costos superan, con el tiempo, el costo del arrendamiento. En otros casos, el análisis económico favorece la compra directa de sistemas de iluminación LED. También damos prioridad a los proyectos de iluminación LED en los estados donde existen prohibiciones vigentes o previstas sobre la iluminación fluorescente. Para fines de 2025, se completaron seis proyectos prioritarios de iluminación LED, otros cinco estaban en curso y comenzamos a planificar proyectos adicionales de iluminación LED para 2026.

Control del uso de energía en tiempo real
Realizamos un seguimiento riguroso del consumo de electricidad en todas nuestras instalaciones principales de distribución mediante sistemas de monitoreo en tiempo real y evaluaciones comparativas con respecto al consumo previsto para cada instalación. Los informes mensuales resultantes permiten identificar qué instalaciones alcanzan sus objetivos internos de consumo de energía y cuáles necesitan mejorar. Para ello, consideran factores como las condiciones climáticas, el volumen de productos manipulados y el consumo de energía previsto. Las instalaciones que no alcanzan esos objetivos son objeto de una evaluación para identificar y corregir los problemas, con el propósito de mantener su eficiencia energética. Esta supervisión activa del consumo de energía permite conservar energía y ahorrar costos con el tiempo. Asimismo, garantiza que las instalaciones no pierdan inadvertidamente las mejoras de eficiencia logradas mediante la modernización de equipos y las prácticas de mantenimiento.

En 2025, nuestro programa de gestión de la energía evitó $9.3 millones en costos de energía medidos en el punto de consumo, lo que equivale a aproximadamente 65,500 t de CO_2e. Desde 2015, el programa ha permitido una reducción total del consumo de energía del 22 % y un ahorro acumulado de $54 millones. Además, contribuye a la continuidad del negocio mediante la creación de modelos predictivos del consumo de energía para cada instalación. Estos modelos consideran las condiciones climáticas e identifican las condiciones operativas estándar de sistemas críticos, como los de refrigeración e iluminación. El programa también proporciona apoyo de ingeniería y análisis de causas raíz cuando es necesario, además de brindar capacitación a los equipos de campo en materia de eficiencia energética para optimizar el funcionamiento de los sistemas.

Refrigeración en nuestras instalaciones
Garantizar el funcionamiento eficiente de los sistemas de refrigeración de nuestras instalaciones desempeña un papel fundamental en la gestión de nuestro consumo total de energía y de nuestras emisiones de GHG. Además, el ahorro de costos, la confiabilidad y la continuidad del negocio son factores clave que impulsan nuestras mejoras en los sistemas de refrigeración. Para finales de 2025, incorporamos en varias instalaciones sistemas de refrigeración con mayor eficiencia energética y menor potencial de calentamiento global, junto con el reemplazo estratégico de componentes y de parte de los equipos. Asimismo, seguimos avanzando conforme a nuestra estrategia de cinco años para eliminar de nuestra red los sistemas basados en freón R22 antes de 2029. Esta estrategia incluye la actualización de los sistemas de refrigeración durante la ampliación y modernización de nuestros edificios existentes, así como el reemplazo de los sistemas basados en freón R22 por sustancias que no agotan la capa de ozono o que tienen un menor potencial de agotamiento de la capa de ozono. Estas medidas pueden contribuir a reducir las emisiones de GHG y proteger la continuidad del negocio, dado que el R22 está siendo retirado del mercado.

Debido a que muchos de nuestros almacenes cuentan con un sistema de refrigeración centralizado, el reemplazo de refrigerantes y equipos es un proceso complejo. Al seleccionar la tecnología más adecuada para cada una de nuestras instalaciones, consideramos las condiciones locales. Por ejemplo, evaluamos si conviene utilizar sistemas que requieran un mayor o un menor consumo de agua. En Sacramento, donde los recursos hídricos son limitados, instalamos un sistema refrigerado por aire en lugar de un sistema basado en amoníaco, que requiere un elevado consumo de agua. En Tampa, estamos implementando un sistema de amoníaco como parte de la ampliación integral de las instalaciones. Además de eliminar el freón R22, invertimos en tuberías y aislamiento para los sistemas de refrigeración de nuestras instalaciones con el propósito de mejorar la confiabilidad de todo el sistema, eliminar y prevenir fugas, incorporar la mejor tecnología disponible y reducir los costos de mantenimiento.

➤ **Obtén más información** sobre cómo estamos mejorando la eficiencia de la refrigeración de nuestros camiones refrigerados en Planeta>Nuestras operaciones>
Nuestra flota, en la página 43.

Planeta continuación

Gestión del agua y de los residuos

Gestión de residuos
Como distribuidor de productos para servicios de alimentación general, compramos y vendemos principalmente productos terminados bajo un modelo de recepción y despacho en cajas, lo que contribuye a minimizar la generación de residuos de productos. No obstante, procuramos reducir los residuos siempre que es posible, incluso mediante iniciativas de gestión del inventario que previenen el desperdicio, mejoran la frescura de los productos y aportan beneficios significativos al margen bruto de la Empresa.

Además, desviamos los residuos a través de alianzas estratégicas para el reciclaje y la gestión de residuos. En 2025, nuestro proveedor contratado para la gestión de residuos realizó evaluaciones en varias de nuestras instalaciones con el fin de identificar oportunidades de reciclaje y desvío de residuos que permitieran maximizar la cantidad de residuos desviados de los vertederos. Está previsto que las acciones recomendadas se implementen en 2026.

Además, nuestros requisitos de envasado para los productos de las marcas exclusivas[2] tienen como objetivo reducir tanto el material de envasado como el desperdicio de productos, por ejemplo, mediante el uso de envases del tamaño adecuado y la protección suficiente de los productos frente a posibles daños. Nuestra cartera de productos desechables con diseño responsable Serve Good®, que incluye productos de marcas exclusivas con certificaciones de terceros en cuanto a reciclabilidad y compostabilidad, entre otros atributos, también respalda las metas de nuestros clientes de reducir los residuos asociados con los artículos desechables.

Con el fin de reducir el desperdicio de alimentos y, al mismo tiempo, proporcionar asistencia contra el hambre, colaboramos con Feeding America® y otras organizaciones para donar productos aptos para el consumo y transformar los excedentes de alimentos en ayuda para personas necesitadas en los Estados Unidos. En 2025, donamos más de 5 millones de libras de alimentos y suministros, el equivalente a unos 180 camiones cargados de productos.

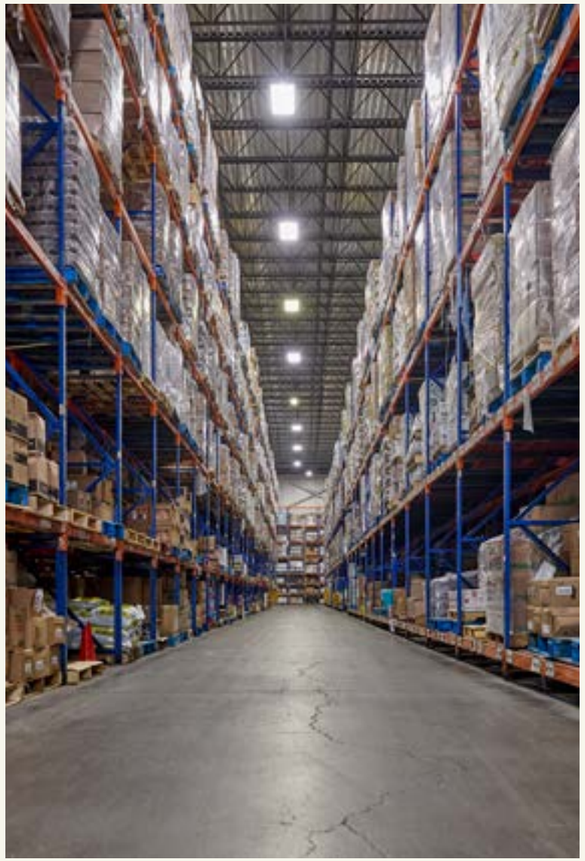
► **Obtén más información** sobre nuestra categoría de productos desechables con diseño responsable Serve Good y nuestro enfoque sobre la sostenibilidad de los envases en Productos>Programa Hungry for Better y Productos> Sostenibilidad de los envases, en las páginas 17 y 27, respectivamente.

► **Obtén más información** sobre nuestra alianza con Feeding America en Personas>Participación en la comunidad>Asistencia contra el hambre, en la página 34.

ASPECTO DESTACADO

Desvío de residuos mediante la donación de neumáticos

En 2025, US Foods® donó más de 30,600 neumáticos usados para su recauchutado y reutilización, lo que permitió desviar de los vertederos más de 1.2 millones de libras de residuos y ahorrar casi 460,000 galones de petróleo.[33] Los neumáticos pasan por un proceso de cinco etapas que incluye inspección, limpieza y aplicación de una nueva banda de rodadura para garantizar que estén en condiciones de volver a utilizarse de forma segura.



Gestión del agua
Aunque nuestro consumo de agua se limita principalmente a los ciclos de enfriamiento de los sistemas de refrigeración, el lavado de vehículos y las tareas de limpieza y desinfección en nuestras instalaciones de procesamiento de carne Stock Yards®, procuramos utilizar el agua de manera eficiente y promover su conservación allí donde la utilizamos. Para ello, registramos y monitoreamos el consumo de agua en todas las instalaciones de US Foods.

Al construir nuevas instalaciones, evaluamos cuál es el sistema de enfriamiento más eficiente y con menor consumo de agua. Además, cuando una zona presenta limitaciones en la disponibilidad de este recurso, seleccionamos los equipos que ofrecen la mayor eficiencia hídrica para satisfacer nuestras necesidades. Por ejemplo, en nuestras instalaciones de Aurora, Illinois, reducimos el consumo de agua del sistema de refrigeración al no utilizar enfriamiento por evaporación. En otras instalaciones, los sistemas más modernos de enfriamiento por evaporación basados en amoníaco consumen menos agua que los antiguos sistemas basados en freón. También monitoreamos el consumo de agua de nuestros sistemas de enfriamiento para maximizar su aprovechamiento y reutilización mediante los condensadores del sistema antes de que sea necesario renovarla.

250,000
galones de agua utilizados para lavar nuestra flota se recuperaron, trataron y reutilizaron.

Planeta continuación

Nuestra cadena de suministro

Adoptamos un enfoque específico y basado en el riesgo para colaborar con nuestra cadena de suministro en materia de sostenibilidad. Nuestras principales prioridades incluyen abordar las emisiones de GHG de la cadena de valor y trabajar para reducir el riesgo de deforestación en las cadenas de suministro de los productos de marcas exclusivas[2], a la vez que procuramos fomentar la conciencia ambiental en toda nuestra cadena de suministro y en la industria.

En 2025, fortalecimos los procesos de debida diligencia aplicados a nuestra cadena de suministro en las áreas prioritarias e intensificamos la colaboración con proveedores seleccionados, con especial énfasis en aquellos que presentan los impactos ambientales más significativos y las mayores oportunidades de lograr mejoras sustanciales. Como parte de este trabajo, publicamos nuestra Política sobre bosques y actualizamos el Código de Conducta del Proveedor, la Política de derechos humanos y la Política de productos de mar de origen responsable para definir con mayor claridad nuestras expectativas respecto de los proveedores con los que hacemos negocios.

- **Obtén más información** sobre nuestras prácticas de derechos humanos y el Código de Conducta del Proveedor en Gobierno>Derechos humanos, en la página 13.
- **Obtén más información** sobre nuestro enfoque de colaboración con la cadena de suministro en Planeta>Gestión climática> Descarbonización de la cadena de suministro, en la página 42.

Nuestras prácticas de abastecimiento responsable incluyen evaluar las principales categorías de productos de marcas exclusivas que presentan posibles riesgos ambientales o sociales, con base en la evaluación que realizó la Empresa en 2023 sobre los posibles riesgos de deforestación y conversión de tierras en nuestra cadena de suministro; implementar planes y establecer alianzas para abordar esos riesgos; y utilizar certificaciones de terceros, cuando estén disponibles, para verificar las declaraciones de sostenibilidad de los productos y aportar transparencia.

Supervisión de la cadena de suministro

Nuestros equipos de Gestión de Categorías, Desarrollo de Productos, Sostenibilidad y Asuntos Jurídicos, junto con otros departamentos, contribuyen a la gestión de iniciativas de abastecimiento responsable. Nuestro vicepresidente ejecutivo y director de Comercialización actúa como patrocinador ejecutivo y supervisa nuestras iniciativas relacionadas con los productos, incluidas las asociadas con el abastecimiento responsable. El Comité de Nominación y Gobierno Corporativo de nuestra Junta Directiva ejerce la supervisión final del abastecimiento responsable como parte de su responsabilidad más amplia sobre el programa de sostenibilidad de la Empresa.

Reducción del riesgo de deforestación

Reconocemos que proteger los bosques y otros ecosistemas naturales es fundamental para abordar el cambio climático y preservar la biodiversidad. Como se establece en nuestra Política sobre Bosques, publicada en 2025, nos comprometemos a reducir el riesgo de deforestación y conversión[34] de tierras en las actividades de abastecimiento de las marcas exclusivas mediante un enfoque basado en el riesgo. Nuestro trabajo para reducir el riesgo de deforestación en la cadena de suministro contribuye a un programa integral de no deforestación, que favorece una gestión eficaz del riesgo y la continuidad del negocio.

Trabajamos con el equipo de Servicios de Asesoría Corporativa de Rainforest Alliance, un tercero independiente, en un plan plurianual para identificar los riesgos de deforestación y conversión de tierras en las cadenas de suministro de los productos de marcas exclusivas. Este trabajo nos permitió identificar las materias primas y las zonas geográficas que presentan riesgos potenciales. También evaluamos los riesgos y los impactos relacionados con la deforestación, desarrollamos políticas y comenzamos a implementar sistemas, entre ellos el mapeo de la cadena de suministro y las evaluaciones del riesgo de los proveedores para determinadas materias primas y productos. Si bien este trabajo se centra en los bosques, también aporta información sobre la biodiversidad, los derechos de los pueblos indígenas y otras cuestiones relacionadas.

Nuestra iniciativa para identificar y mitigar los riesgos asociados con las materias primas que se sabe tienen un impacto negativo en los bosques se amplió durante 2024 y 2025. En 2025, volvimos a completar un sólido proceso de debida diligencia para el aceite de palma y el aceite de palmiste de las marcas exclusivas[35]. Como parte de este proceso, colaboramos con los proveedores correspondientes de nuestras marcas exclusivas para evaluar su conocimiento de las políticas de US Foods relacionadas con el aceite de palma, sus prácticas y políticas en materia de deforestación, así como los volúmenes de aceite de palma que suministran a US Foods y la proporción correspondiente a volúmenes certificados.

ASPECTO DESTACADO

Alianzas para reducir el riesgo de deforestación

Desde 2023, US Foods® colabora con el equipo de Servicios de Asesoría Corporativa de Rainforest Alliance para evaluar y mitigar el riesgo de deforestación en las cadenas de suministro de los productos de marcas exclusivas. Gracias a esta colaboración, identificamos las materias primas de mayor riesgo y las regiones de abastecimiento críticas, revisamos nuestras políticas de abastecimiento responsable y llevamos a cabo la debida diligencia necesaria mediante el mapeo de las cadenas de suministro y la colaboración con proveedores clave. Estas iniciativas nos permitieron perfeccionar nuestra estrategia de abastecimiento responsable y desarrollar sistemas internos para abordar los riesgos de deforestación en toda nuestra cadena de proveedores de materias primas relevantes para nuestras marcas exclusivas.

Asimismo, en 2025, completamos el mapeo de la cadena de suministro para la soja[36] directa utilizada en nuestros productos de las marcas exclusivas. Aunque la soja directa se había identificado previamente como uno de nuestros principales riesgos potenciales de deforestación en la evaluación realizada en 2023, el mapeo de la cadena de suministro efectuado en 2025 confirmó que no constituye una materia prima de alto riesgo para US Foods en relación con la deforestación. Con base en estas evaluaciones, identificamos el aceite de palma y los productos lácteos como las dos materias primas que presentan el mayor riesgo de deforestación para nuestra Empresa. Tenemos previsto comenzar a abordar los riesgos asociados con los productos lácteos en 2026.

Planeta continuación

Uso responsable del aceite de palma

Aunque el aceite de palma representa un volumen relativamente pequeño en nuestra cadena de suministro, sigue siendo la materia prima que presenta el mayor riesgo de deforestación y conversión de ecosistemas. Desde 2022, somos miembros activos de la Mesa Redonda sobre el Aceite de Palma Sostenible (Roundtable on Sustainable Palm Oil, RSPO) y ampliamos cada año nuestras iniciativas relacionadas con esta materia prima en la cadena de suministro.

Nuestro riguroso proceso anual de debida diligencia comienza con la identificación de los productos de marcas exclusivas[2] que contienen aceite de palma. Colaboramos directamente con los proveedores de productos de marcas exclusivas que contienen aceite de palma para verificar el cumplimiento de nuestra Política de aceite de palma de origen responsable y evaluar sus compromisos de no deforestación, no desarrollo en suelos de turba y no explotación (No Deforestation, No Peat, No Exploitation, NDPE), o las políticas relacionadas, los volúmenes de aceite de palma adquiridos para los productos de marcas exclusivas de US Foods® durante el año del informe y el estado de certificación del volumen de aceite de palma informado. Como parte de este proceso, solicitamos documentación que verifique que el aceite de palma o el aceite de palmiste adquiridos cuentan con certificación.

Objetivo de aceite de palma de origen responsable

En nuestra Política de aceite de palma de origen responsable se establece nuestro objetivo de que el 100 % del aceite de palma o aceite de palmiste utilizado en nuestros productos de marcas exclusivas esté certificado, como mínimo, bajo el modelo de balance de masa de la RSPO.[37]

Según nuestra evaluación de los proveedores encuestados en 2025, el 95 % del volumen de aceite de palma suministrado a US Foods para nuestros productos de marcas exclusivas procedía de proveedores que cuentan con políticas de NDPE. En total, el 98 % de los proveedores encuestados informó conocer nuestra Política de aceite de palma de origen responsable. Sin embargo, como informamos en nuestro Informe de sostenibilidad de 2024, nuestros procedimientos de debida diligencia mejorados revelaron que parte del volumen de aceite de palma utilizado en los productos de marcas exclusivas no estaba certificado conforme a un estándar de cadena de suministro de la RSPO. Desde entonces, confirmamos que solo el 61 % del volumen de aceite de palma correspondiente a 2024 cumplía ese estándar, por lo que no alcanzó nuestro objetivo. Para abordar este asunto, trabajamos con los proveedores correspondientes para identificar las medidas correctivas necesarias y los plazos para su implementación. Nos complace informar que esperamos alcanzar un nivel de cumplimiento casi total para los volúmenes de aceite de palma correspondientes a 2025. Nuestro rendimiento de 2025 se informará en la Comunicación anual de progreso (Annual Communication of Progress, ACOP) de la RSPO, que completamos cada año como miembros de la RSPO.

8.1 (de 10)

es la puntuación de responsabilidad compartida de la RSPO.

- **Obtén más información** sobre nuestra colaboración continua con los proveedores de aceite de palma para evaluar y verificar la certificación, así como sobre nuestro porcentaje de certificación de 2025, en la ACOP de la RSPO de US Foods.

Productos de mar de origen responsable

Nos esforzamos por abastecernos de productos de mar obtenidos mediante prácticas responsables para contribuir al buen estado de las pesquerías y al desarrollo de una acuicultura responsable, responder a la demanda de productos de mar sostenibles por parte de nuestros clientes y ayudar a gestionar los riesgos de la cadena de suministro. Nuestro enfoque se basa en estándares establecidos y en una colaboración directa con los proveedores de productos de mar de nuestras marcas exclusivas para fortalecer la trazabilidad y promover prácticas responsables.

Exigimos a nuestros proveedores directos de productos de mar de marcas exclusivas que proporcionen información de trazabilidad hasta la granja acuícola o la pesquería de origen, incluidos el país de origen, la región de captura o la pesquería, el tipo de arte de pesca, las certificaciones y la participación en proyectos de mejora mediante la plataforma Seafood Metrics de Sustainable Fisheries Partnership (SFP). Esta plataforma digital nos permite recopilar de forma trimestral los datos sobre las especies, el origen, el tipo de arte de pesca y las certificaciones. También monitoreamos los riesgos para los derechos humanos asociados con la captura de especies silvestres mediante los datos del Human Rights Risk Indicator (indicador de riesgos para los derechos humanos) de SFP. Además, nuestros equipos de Sostenibilidad y Gestión de Categorías revisan de forma periódica esta información para verificar el cumplimiento de nuestra Política de Productos de mar de origen responsable y respaldar las decisiones de abastecimiento.

La trazabilidad de nuestros productos de mar también nos ayuda a afrontar los desafíos de la industria pesquera, como la reciente prohibición de importación de determinados productos de mar establecida por la Administración Nacional Oceánica y Atmosférica (National Oceanic and Atmospheric Administration, NOAA) en virtud de la Ley de Protección de Mamíferos Marinos (Marine Mammal Protection Act). Este enfoque contribuye a que los proveedores proporcionen información oportuna y precisa, fortalece la solidez de nuestros registros de trazabilidad y aporta una base más sólida para la toma de decisiones sobre proveedores y productos, con el fin de cumplir los requisitos reglamentarios y mejorar la eficiencia de costos.

Política de productos de mar de origen responsable

Nuestra Política de productos de mar de origen responsable, actualizada en 2025, establece nuestro compromiso de recopilar y mantener información de trazabilidad hasta la pesquería o la granja acuícola de origen para todos los productos de mar de las marcas exclusivas,[38] y de revisar esa información al menos una vez por trimestre para tomar las medidas necesarias con los proveedores que se identifiquen como de alto riesgo o que no cumplan la política. Es importante destacar que también nos comprometemos a no obtener ni distribuir, dentro de nuestra cartera de productos de marcas exclusivas, ninguna especie de productos de mar clasificada como en peligro o en peligro crítico de extinción.[39]

La Política también establece que toda pesquería o granja acuícola de una especie de alto riesgo, como el atún o el calamar, debe contar con la certificación de un programa reconocido por Iniciativa Mundial de Productos de Mar Sostenibles (GSSI), participar en proyectos de mejora de pesquerías o de la acuicultura, o formar parte de una mesa redonda específica para esa especie. Como alternativa, debe presentarse documentación que demuestre la aplicación de prácticas de manejo responsable suficientes para dicha especie. La política también reitera que se espera que todos los proveedores directos, incluidos los proveedores de productos de mar de marcas exclusivas, cumplan las prácticas de derechos humanos y de gestión ambiental establecidas en nuestro Código de Conducta del Proveedor, incluida la protección de los manglares.

Planeta continuación

Objetivos de abastecimiento responsable para los productos de mar
Nuestros objetivos de abastecimiento responsable para los productos de mar dentro del alcance[38] de las marcas exclusivas[2] incluyen:

- Actualizar, anualmente, los datos de trazabilidad a la pesquería o granja de origen de proveedores directos del 100 % de los productos de mar de marcas exclusivas, según el número de proveedores.
- Mantener anualmente que al menos el 75 % de nuestros productos de mar de marcas exclusivas sean obtenidos de manera responsable, según los criterios definidos por nuestros estándares Serve Good® o Progress Check®.[40]

En 2025, el 100 % de nuestros proveedores de productos de mar para las marcas exclusivas proporcionaron datos de trazabilidad, y el 88 % del volumen total de productos de mar para las marcas exclusivas cumplió nuestros estándares definidos para el abastecimiento responsable, incluidas las principales certificaciones de sostenibilidad de productos de mar, lo que superó nuestra meta del 75 %.

► **Obtén más información** sobre nuestros programas Serve Good y Progress Check, y sobre los estándares correspondientes, en Productos>Programa Hungry For Better>Serve Good, en la página 18.

100 %

de nuestros proveedores de productos de mar de las marcas exclusivas brindaron datos de trazabilidad (porcentaje medido según la cantidad de proveedores).

88 %

de nuestros productos de mar de las marcas exclusivas cumplieron con los estándares de Serve Good o Progress Check (en el momento del abastecimiento).

Alianzas para promover el abastecimiento responsable de productos de mar
Colaboramos con la industria de los productos de mar y con las principales organizaciones de la industria para promover las mejores prácticas y la gestión de riesgos en materia de sostenibilidad, trazabilidad y transparencia de los recursos pesqueros a nivel mundial. Formamos parte de la Junta Directiva del Instituto Nacional de Pesca y de la Alianza Mundial de Productos de Mar. También somos miembros activos de la Junta de Mejores Productos de Mar, de la GSSI y de la SFP.

Marco de incumplimiento del proveedor
A finales de 2025, desarrollamos un marco para abordar el incumplimiento de proveedores aplicable a todos los proveedores directos, basado en las mejores prácticas de la industria y alineado con la iniciativa del Marco de Rendición de Cuentas (Accountability Framework initiative, AFi). El procedimiento detallado incluye pasos para evaluar el cumplimiento de nuestras políticas por parte de los proveedores, determinar el grado de control y compromiso del proveedor para corregir un problema identificado y establecer las medidas correctivas correspondientes. En términos generales, este marco tiene por objeto ayudarnos a documentar y gestionar de manera uniforme y transparente los casos de incumplimiento, trabajar de forma constructiva con los proveedores para corregir las infracciones dentro de los plazos acordados y monitorear la implementación de las medidas correctivas para lograr el cumplimiento a largo plazo. Tenemos previsto probar este nuevo marco con los proveedores en 2026, como parte de nuestros procedimientos de debida diligencia relacionados con el aceite de palma y los productos de mar.

APÉNDICE

En esta sección

53 Índice TCFD
57 Índice SASB
62 Métricas del Personal de 2025
63 Glosario

ÍNDICE TCFD

Para obtener más información, consulta nuestras Respuestas del CDP.

SECCIÓN	SUBSECCIÓN	RESPUESTA
Gobierno para el cambio climático	a) Describir la supervisión de la junta de los riesgos y oportunidades relacionados con el clima	Nuestra Junta Directiva supervisa, en última instancia, los riesgos ambientales, incluido el cambio climático, además de revisar y guiar los programas y las políticas relacionados con el clima. El Comité de Nominación y Gobierno Corporativo de la Junta Directiva supervisa el programa de sostenibilidad de la empresa, o que incluye la supervisión de los temas y riesgos relacionados con el clima, así como garantizar que las inversiones climáticas estén alineadas con los objetivos comerciales. Para obtener más información, consulta la página 11 y nuestra Declaración de poder.
	b) Describir el rol de la gerencia en la evaluación y la gestión de riesgos y oportunidades relacionados con el clima	Nuestro vicepresidente ejecutivo y director financiero (Chief Financial Officer, CFO), respaldado por el director sénior de Sostenibilidad, dirige un Comité Directivo de Sostenibilidad interfuncional que promueve nuestros objetivos de sostenibilidad y gestiona nuestro enfoque para evaluar y mitigar los riesgos relacionados con el clima. El director de la Cadena de Suministro también está a cargo de las iniciativas específicas de sostenibilidad relacionadas con nuestros objetivos de reducción de emisiones de gases de efecto invernadero (GHG) alineados con la ciencia. El Comité de Nominación y Gobierno Corporativo recibe informes trimestrales del CFO; del vicepresidente ejecutivo, director de Asuntos Jurídicos y Secretario Corporativo; o de otros miembros de la dirección, sobre las iniciativas de sostenibilidad de la Empresa. Para obtener más información, consulta la página 11.

TCFD (continuación)

SECCIÓN	SUBSECCIÓN	RESPUESTA
Estrategia	a) Describir los riesgos y las oportunidades relacionados con el clima que la organización ha identificado a corto, mediano y largo plazo	Hemos identificado riesgos y oportunidades relacionados con el clima, principalmente de carácter físico, reglamentario y comercial, que podrían afectar a nuestro negocio a corto, mediano y largo plazo. • Entre los riesgos físicos se incluyen posibles daños a los activos, interrupciones del negocio e interrupciones a la cadena de suministro, incluido el aumento de los costos de los productos de los proveedores, derivados de fenómenos climáticos extremos, desastres naturales y otros peligros relacionados con el clima. • Entre los riesgos de transición se incluyen medidas legales, reglamentarias y de mercado destinadas a abordar el cambio climático, como los requisitos para la transición de las flotas y los mecanismos de fijación del precio del carbono, así como cambios en las preferencias de los consumidores hacia dietas y productos con menor intensidad de carbono. • Las oportunidades incluyen mejorar la eficiencia de la flota y aprovechar las subvenciones e incentivos para apoyar la transición a vehículos eléctricos o de combustibles alternativos, reducir la dependencia de los combustibles fósiles y los costos operativos. Además, ofrecer productos con atributos de sostenibilidad y bienestar podría promover el crecimiento, ampliar los márgenes y beneficiar a la retención de clientes. Al evaluar los riesgos y oportunidades relacionados con el clima como parte de nuestra evaluación del riesgo climático, consideramos tres horizontes temporales, 2030, 2040 y 2050, y dos escenarios climáticos: 1.5 °C (RPC 2.6) y 4 °C (RPC 8.5). Priorizamos los principales riesgos y oportunidades mediante una evaluación del posible impacto financiero y la probabilidad de ocurrencia de cada uno en ambos escenarios. Nuestro análisis sugiere que la transición hacia una economía con bajas emisiones de carbono en el escenario de 1.5 °C aceleraría los cambios en las políticas, el mercado y la tecnología que podrían tener un impacto significativo en US Foods®. En particular, destacan las medidas reglamentarias para impulsar la transición de la flota, los mecanismos de fijación del precio del carbono y los cambios en las preferencias de los consumidores hacia productos alimenticios con menor intensidad de carbono. En un escenario de 4 °C, los riesgos físicos adquieren mayor relevancia. Para obtener más información, consulta las páginas 38-39 y nuestro Formulario 10-K.
	b) Describir el impacto de los riesgos y las oportunidades relacionados con el clima en los negocios, la estrategia y la planificación financiera de la organización	Estos riesgos podrían afectar de forma negativa a nuestro negocio, a nuestra situación financiera y a los resultados de nuestras operaciones al interrumpir nuestras operaciones o la infraestructura crítica de EE. UU., impedir el acceso a las instalaciones de los clientes, reducir el tráfico de consumidores a esas instalaciones, interrumpir la producción o los envíos de los proveedores, aumentar los costos o las prácticas de precios de los proveedores, aumentar los costos y gastos relacionados con el cumplimiento o exigirnos que modifiquemos o interrumpamos determinados productos de nuestra cartera. Contamos con programas estratégicos para ayudar a mitigar los riesgos relacionados con las fluctuaciones en el precio y la disponibilidad del combustible diésel, las condiciones climáticas extremas y los cambios reglamentarios, a la vez que aprovechamos las oportunidades relacionadas con la mejora de la eficiencia de la flota y las instalaciones y el avance de la descarbonización de nuestras operaciones. Para obtener más información, consulta las páginas 38-39.
	c) Describir la resiliencia de la estrategia de la organización, teniendo en cuenta diferentes escenarios relacionados con el clima, incluido un escenario de 2 °C o menos	Con respecto a los riesgos físicos, nuestro análisis indica que nuestro negocio principal mantiene su resiliencia en un escenario de 4 °C o menos, siempre que sigamos ejecutando nuestra estrategia de continuidad del negocio y las estrategias relacionadas.

TCFD (continuación)

SECCIÓN	SUBSECCIÓN	RESPUESTA
Gestión de riesgos	a) Describir el proceso de la organización para identificar y evaluar los riesgos relacionados con el clima	Los posibles riesgos relacionados con el clima se evalúan y gestionan principalmente a través de nuestro proceso de gestión de riesgos empresariales (Enterprise Risk Management, ERM), que identifica, evalúa, prioriza, mitiga y supervisa los principales riesgos en toda la empresa, incluidos los riesgos relacionados con el clima. Los riesgos relacionados con el clima se abordan como parte de este proceso. Cuando corresponda, también se aprovechan el apoyo y la información de terceros para ayudar a identificar riesgos y oportunidades. Para obtener más información, consulta las páginas 38-39.
	b) Describir los procesos de la organización para gestionar los riesgos relacionados con el clima	Los posibles riesgos se identifican mediante estudios comparativos y entrevistas con expertos internos. Los expertos responsables de las prioridades ambientales también desempeñan un papel fundamental en la identificación, la gestión y la mitigación de los riesgos y las oportunidades ambientales como parte de nuestro enfoque general de sostenibilidad. Cuando corresponde, recurrimos a información de terceros, incluida la obtenida mediante una evaluación formal de riesgos climáticos realizada en 2025, para comprender mejor los riesgos y las oportunidades. Nuestra evaluación de riesgos climáticos analizó el posible impacto financiero y la probabilidad de ocurrencia de determinados riesgos relacionados con el clima, utilizando los umbrales de nuestro proceso de ERM, en distintos escenarios climáticos y horizontes temporales. Si se identifican riesgos relacionados con el clima, estos se gestionan a través del proceso de ERM, bajo la supervisión del Equipo de Liderazgo Ejecutivo (Executive Leadership Team, ELT) y del Comité de Auditoría de la Junta Directiva. Para obtener más información, consulta las páginas 38-39.
	c) Describir cómo se integran los procesos para detectar, evaluar y gestionar los riesgos climáticos en la gestión general de riesgos de la organización	Los riesgos relacionados con el cambio climático se detectan, evalúan y gestionan principalmente a través de nuestro proceso de ERM, que se utiliza para monitorear y mitigar los principales riesgos en toda la empresa. Los posibles riesgos se evalúan mediante una matriz de puntuación que considera el impacto operativo, financiero y reputacional, así como la probabilidad de ocurrencia. El liderazgo de distintas áreas de la organización revisa periódicamente los riesgos incorporados al proceso de ERM. Cuando se identifican riesgos, incluidos los relacionados con el clima, estos se gestionan mediante el proceso de ERM bajo la supervisión de nuestro ELT y del Comité de Auditoría, que es responsable de supervisar nuestras políticas y procedimientos de gestión de riesgos. Cuando corresponde, se imparten instrucciones a nuestro equipo de Continuidad del Negocio, que opera un centro de comando encargado de supervisar las estrategias de preparación anticipada para mitigar el impacto de los fenómenos meteorológicos extremos en nuestro negocio. En US Foods® abordamos los riesgos de mayor prioridad con actividades de mitigación específicas, que están integradas en nuestros procesos de toma de decisiones operativas y de inversión. Supervisamos de forma continua las actualizaciones reglamentarias y respondemos a los requisitos y lineamientos nuevos aplicables a nuestro negocio. Para obtener más información, consulta las páginas 38-39.

TCFD (continuación)

SECCIÓN	SUBSECCIÓN	RESPUESTA
Métricas y objetivos	a) Divulgar las métricas utilizadas por la organización para evaluar los riesgos y las oportunidades relacionados con el clima de acuerdo con su estrategia y su proceso de gestión de riesgos	Supervisamos nuestras emisiones de GHG de Alcance 1, 2 y 3 (calculadas de acuerdo con el Estándar Corporativo del Protocolo de GHG), junto con las métricas de intensidad de combustible, energía y emisiones. Para obtener más información, consulta las páginas 40 y 43.
	b) Divulgar las emisiones de HGH de Alcances 1, 2 y, si corresponde, 3 y sus riesgos	• Emisiones de Alcance 1 (AF 2025): 638,894 t de CO_2e • Emisiones de Alcance 2 (AF 2025): 147,165 t de CO_2e • Emisiones de Alcance 3 (AF 2024): 31,615,207 t de CO_2e Para obtener más información, consulta la página 40.
	c) Describir los objetivos utilizados por la organización para gestionar los riesgos y las oportunidades relacionados con el clima y el rendimiento en comparación con los objetivos	Hemos establecido los siguientes objetivos, ambos aprobados por la iniciativa de Objetivos Basados en la Ciencia (Science Based Targets initiative, SBTi): • Nos comprometemos a reducir en un 32.5 % las emisiones absolutas de GHG de Alcance 1 y 2 para 2032 a partir de un año base correspondiente a 2019. • También nos comprometemos a que el 67 % de nuestros proveedores (medidos por emisiones), que abarcan bienes y servicios adquiridos, tengan objetivos basados en la ciencia para 2027. Para obtener más información, consulta las páginas 40-42.

ÍNDICE SASB

En la siguiente tabla, se proporcionan datos e información alineados con los lineamientos para minoristas y distribuidores de alimentos del Consejo de Normas de Contabilidad de Sostenibilidad (Sustainability Accounting Standards Board, SASB).

MÉTRICA DE CONTABILIDAD	CÓDIGO	DIVULGACIÓN
Gestión de combustible de la flota		
1) Combustible de la flota consumido **2) Porcentaje renovable**	**FB-FR-110a.1**	1) 7,303,318 gigajulios (GJ) 2) 7 %
Emisiones atmosféricas de la refrigeración		
Emisiones brutas globales de Alcance 1 de refrigerantes	**FB-FR-110b.1**	144,162 t de CO_2e (sin incluir las emisiones del proceso)
Porcentaje de refrigerantes consumidos que no dañan la capa de ozono	**FB-FR-110b.2**	93 % por peso (libras)
Tasa promedio de emisiones de refrigerantes	**FB-FR-110b.3**	Sin informar. Para obtener información sobre nuestras iniciativas de descarbonización de refrigerantes, consulta las páginas 45 y 47.
Gestión energética		
1) Energía operativa consumida **2) Porcentaje de electricidad de la red** **3) Porcentaje renovable**	**FB-FR-130a.1**	1) 553,698 MWh 2) 98 % 3) 2 %
Gestión de residuos de alimentos		
1) Cantidad de residuos alimentarios generados **2) Porcentaje desviado del flujo de residuos**	**FB-FR-150a.1**	1) Sin informar. 2) Sin informar. Para obtener información sobre nuestros programas de gestión de residuos, consulta la página 48.

SASB continuación

MÉTRICA DE CONTABILIDAD	CÓDIGO	DIVULGACIÓN
Seguridad de datos		
1) Cantidad de filtraciones de datos **2) Porcentaje que involucra información de identificación personal (personally identifiable information, PII)** **3) Cantidad de clientes afectados**	**FB-FR-230a.1**	Sin informar. Para obtener información sobre nuestros programas de ciberseguridad y privacidad de datos, consulta la página 14.
Descripción del enfoque para identificar y abordar los riesgos de seguridad de datos	**FB-FR-230a.2**	Operamos un modelo de ciberseguridad basado en riesgos que integra tecnologías de seguridad de vanguardia, aprovecha la experiencia de nuestros equipos internos y de socios externos cuidadosamente seleccionados y reúne a equipos de toda la Empresa para fortalecer de forma continua nuestra capacidad de defensa. Para obtener más información, consulta la página 14.
Seguridad alimentaria		
Tasa de violación de seguridad alimentaria de alto riesgo	**FB-FR-250a.1**	Sin informar. Para obtener información sobre nuestros programas de calidad y seguridad alimentaria, consulta la página 26.
1) Cantidad de retiros **2) Cantidad de unidades retiradas** **3) Porcentaje de unidades retiradas del mercado que son productos de marca privada**	**FB-FR-250a.2**	Sin informar. Para obtener información sobre nuestros programas de calidad y seguridad alimentaria, consulta la página 26.
Salud y nutrición de productos		
Ingresos de productos etiquetados o comercializados para promover atributos de salud y nutrición	**FB-FR-260a.1**	Sin informar. Para obtener información sobre nuestros programas de productos diferenciados, consulta las páginas 16-20.

SASB continuación

MÉTRICA DE CONTABILIDAD	CÓDIGO	DIVULGACIÓN
Análisis del proceso para identificar y gestionar productos e ingredientes relacionados con inquietudes nutricionales y de salud entre los consumidores	**FB-FR-260a.2**	Nuestro programa Serve You® ofrece productos certificados como libres de gluten, opciones de origen vegetal y productoselaborados sin ningún ingrediente que esté incluido en la Unpronounceables List™.[12] Paraobtener más información, consulta la página 20.
Etiquetado y comercialización de productos		
Cantidad de incidentes de incumplimiento de los códigos de etiquetado o de comercialización reglamentarios o de la industria	**FB-FR-270a.1**	Sin informar.
Cantidad total de pérdidas monetarias como resultado de procedimientos legales asociados con prácticas de comercialización o etiquetado	**FB-FR-270a.2**	US Foods® divulga asuntos materiales, legales y reglamentarios en sus Formularios 10-K anuales y 10-Q trimestrales.
Ingresos provenientes de productos etiquetados como (1) que contienen organismos modificados genéticamente (genetically modified organisms, GMO) y (2) que no contienen GMO	**FB-FR-270a.3**	Nuestro programa Serve Good® incluye productos diseñados para ofrecer mayor transparencia sobre la forma en que se cultivan, cosechan y procesan los alimentos, con el fin de proteger la biodiversidad y los derechos de los trabajadores. Entre ellos se incluyen productos o ingredientes con la certificación Non-GMO Project Verified. Para obtener más información, consulta la página 18.
Prácticas laborales		
1) Salario promedio por hora **(2) Porcentaje de empleados en la tienda y en el centro de distribución que ganan salario mínimo, por región**	**FB-FR-310a.1**	Sin informar.
Porcentaje de personal activo cubierto en virtud de acuerdos de negociación colectiva	**FB-FR-310a.2**	Para obtener información sobre nuestros acuerdos de negociación colectiva, consulta el Formulario 10-K.

SASB continuación

MÉTRICA DE CONTABILIDAD	CÓDIGO	DIVULGACIÓN
1) Cantidad de detenciones en el trabajo **2) Total de días inactivos**	**FB-FR-310a.3**	Sin informar.
Cantidad total de pérdidas monetarias como resultado de procedimientos legales asociados con: 1) violaciones de la ley laboral y 2) discriminación laboral	**FB-FR-310a.4**	US Foods divulga asuntos materiales, legales y reglamentarios en sus Formularios 10-K anuales y 10-Q trimestrales.
Gestión de impactos ambientales y sociales en la cadena de suministro		
Ingresos de productos certificados por terceros según el estándar de abastecimiento de sostenibilidad ambiental o social	**FB-FR-430a.1**	$1,000 millones. Nuestra cartera de productos Serve Good® de marcas exclusivas[2] cuenta con certificaciones de terceros, entre las que se incluyen Fair Trade, Rainforest Alliance, USDA Organic y Non-GMO Project Verified. Para obtener más información, consulta las páginas 18-19.
Porcentaje de ingresos de 1) huevos que se originaron en un ambiente de gallinas no enjauladas y 2) cerdos producidos sin el uso de jaulas de gestación	**FB-FR-430a.2**	Sin informar. Para obtener información sobre nuestros requisitos de cuidado de animales, consulta la página 23.

SASB continuación

MÉTRICA DE CONTABILIDAD	CÓDIGO	DIVULGACIÓN
Análisis de la estrategia para gestionar los riesgos ambientales y sociales dentro de la cadena de suministro, incluido el bienestar animal	**FB-FR-430a.3**	Evaluamos los riesgos ambientales y sociales a través de nuestro proceso de gestión de riesgos empresariales (ERM), así como a través de nuestro enfoque general de sostenibilidad. Cuando corresponde, también buscamos apoyo y conocimientos de terceros para identificar aún más los riesgos y las oportunidades. Si se identifican riesgos, estos se gestionan dentro del proceso de ERM, que está dirigido por nuestra función de Auditoría Interna, bajo la supervisión de nuestro Equipo de Liderazgo Ejecutivo y del Comité de Auditoría de la Junta Directiva. Para obtener más información, puedes consultar la página 12 sobre ética y cumplimiento, la página 13 sobre derechos humanos (incluido nuestro Código de Conducta del Proveedor), la página 23 sobre cuidado animal, las páginas 38-39 sobre gestión de riesgos climáticos y las páginas 49-51 sobre riesgos específicos de la cadena de suministro.
Análisis de estrategias para reducir el impacto ambiental del envasado	**FB-FR-430a.4**	Mantenemos estándares definidos que los proveedores deben cumplir para el envasado de todos los productos de marcas exclusivas, así como requisitos adicionales para los productos de marcas exclusivas que forman parte de nuestra cartera Serve Good. Para obtener más información, consulta las páginas 21-22.
Métricas de actividad		
Cantidad de 1) tiendas minoristas y 2) centros de distribución	**FB-FR-000.A**	1) Más de 90 2) Más de 70
Área total de 1) espacio minorista y 2) centros de distribución	**FB-FR-000.B**	1) Más de 2 millones de pies cuadrados 2) Más de 20 millones de pies cuadrados
Cantidad de vehículos en la flota comercial	**FB-FR-000.C**	Más de 6,500
Toneladas-milla recorridas	**FB-FR-000.D**	Sin informar. Buscamos optimizar, de manera constante, las nuevas tecnologías para reducir la cantidad de millas recorridas y logramos reducir en 0.65 millas el recorrido promedio por entrega a clientes. En 2025, recorrimos 470,000 millas menos que en 2022, a pesar de haber entregado un 8 % más de cajas durante el mismo período. Para obtener más información, consulta las páginas 44-45.

MÉTRICAS DEL PERSONAL DE 2025[23]

Junta Directiva	Total
Sexo masculino	63 %
Sexo femenino	38 %
Indígena americano o nativo de Alaska	0 %
Asiático	13 %
Negro o afroamericano	13 %
Hispano o latino	0 %
Nativo de Hawái u otra isla del Pacífico	0 %
Dos o más razas	0 %
Blanco	88 %
No especificado	0 %

Directores sénior y directores	Total
Sexo masculino	67 %
Sexo femenino	33 %
Indígena americano o nativo de Alaska	<1 %
Asiático	6 %
Negro o afroamericano	5 %
Hispano o latino	4 %
Nativo de Hawái u otra isla del Pacífico	0 %
Dos o más razas	2 %
Blanco	83 %
No especificado	0 %

Colaboradores individuales	Total
Sexo masculino	69 %
Sexo femenino	31 %
Indígena americano o nativo de Alaska	<1 %
Asiático	3 %
Negro o afroamericano	6 %
Hispano o latino	12 %
Nativo de Hawái u otra isla del Pacífico	<1 %
Dos o más razas	3 %
Blanco	74 %
No especificado	1 %

Equipo de Liderazgo Ejecutivo	Total
Sexo masculino	100 %
Sexo femenino	0 %
Indígena americano o nativo de Alaska	0 %
Asiático	0 %
Negro o afroamericano	0 %
Hispano o latino	0 %
Nativo de Hawái u otra isla del Pacífico	0 %
Dos o más razas	0 %
Blanco	100 %
No especificado	0 %

Liderazgo (directores y cargos superiores)	Total
Sexo masculino	69 %
Sexo femenino	31 %
Indígena americano o nativo de Alaska	<1 %
Asiático	5 %
Negro o afroamericano	4 %
Hispano o latino	4 %
Nativo de Hawái u otra isla del Pacífico	0 %
Dos o más razas	2 %
Blanco	85 %
No especificado	0 %

Todos los empleados	Total
Sexo masculino	82 %
Sexo femenino	18 %
Indígena americano o nativo de Alaska	1 %
Asiático	3 %
Negro o afroamericano	20 %
Hispano o latino	20 %
Nativo de Hawái u otra isla del Pacífico	1 %
Dos o más razas	3 %
Blanco	51 %
No especificado	1 %

Vicepresidentes sénior y vicepresidentes	Total
Sexo masculino	70 %
Sexo femenino	30 %
Indígena americano o nativo de Alaska	0 %
Asiático	3 %
Negro o afroamericano	2 %
Hispano o latino	2 %
Nativo de Hawái u otra isla del Pacífico	0 %
Dos o más razas	1 %
Blanco	92 %
No especificado	0 %

Gerentes	Total
Sexo masculino	61 %
Sexo femenino	39 %
Indígena americano o nativo de Alaska	<1 %
Asiático	9 %
Negro o afroamericano	5 %
Hispano o latino	6 %
Nativo de Hawái u otra isla del Pacífico	<1 %
Dos o más razas	2 %
Blanco	77 %
No especificado	<1 %

GLOSARIO

1 Todas las cifras al año fiscal 2025.

2 Los productos de marcas exclusivas (marca propia) son productos vendidos bajo las marcas de US Foods®, mientras que los productos de marca del fabricante son de otras empresas y los ofrecemos para brindar una mayor variedad a nuestros clientes.

3 Incluye productos Serve Good® y Progress Check®.

4 En comparación con 2024.

5 Estos productos no contienen ningún ingrediente incluido en la Unpronounceables List™ de US Foods..

6 Los productos Serve Local™ se obtienen dentro de un radio de 400 millas del lugar desde el que se envían a nuestros clientes o dentro del mismo estado desde el que se envían a nuestros clientes.

7 La intensidad del combustible se define como galones de combustible utilizado por caja entregada.

8 La intensidad de energía se define como kilovatios-hora de electricidad utilizada por caja entregada.

9 En comparación con nuestro año de referencia 2019.

10 En comparación con 2022.

11 El Consejo de Normas de Contabilidad de Sostenibilidad (Sustainability Accounting Standards Board, SASB) forma parte del Consejo de Normas Internacionales de Sostenibilidad (International Sustainability Standards Board, ISSB) de la Fundación de las Normas Internacionales de Información Financiera (International Financial Reporting Standards, IFRS).

12 Las guías para el procesamiento y el posible contacto cruzado durante la producción no están dentro del alcance del programa Lista de productos no pronunciables de US Foods. Visite nuestro sitio web para ver la Lista de productos no pronunciables completa.

13 Definimos "de origen vegetal" como un producto terminado que se elabora con ingredientes derivados de plantas, incluidas verduras, frutas, granos integrales, frutos secos, semillas o legumbres. Además, los hongos y las algas, aunque técnicamente no sean plantas, también se considerarán ingredientes de origen vegetal. Los productos elegibles son productos alternativos a la carne, los productos de mar, el huevo y los lácteos, que no contienen ningún ingrediente derivado de animales. Se permiten ingredientes que no sean de origen vegetal ni animal.

14 Para que US Foods lo considere vegano, el producto no debe contener ningún ingrediente de origen animal, como leche, huevo, miel, cera de abeja o gelatina. Nuestros proveedores hacen esfuerzos razonables para evitar el contacto cruzado con ingredientes de origen animal.

15 Para que US Foods lo considere vegetariano, el producto no puede contener ningún ingrediente de origen animal, excepto que se utilice leche, huevos, miel y cera de abeja. Nuestros proveedores llevan a cabo esfuerzos razonables para evitar el contacto cruzado con otros ingredientes de origen animal.

16 Según un análisis de mercado de productos sin gluten de 2024 de Technavio.

17 Determinadas categorías de productos que son coherentes con nuestras prioridades de sostenibilidad de productos pueden incluirse en la cartera de productos Serve Good, incluso cuando un programa de certificación de terceros establecido no está disponible en esa categoría, como se describe en nuestra Política del Programa Serve Good.

18 Según el Informe de tendencias de mitad de año de 2024 de Datassentials.

19 En determinadas jurisdicciones existen requisitos específicos que exigen la cría de gallinas ponedoras en sistemas libres de jaulas, y US Foods exige que sus proveedores cumplan con las leyes aplicables.

20 En 2025, la mejora de la metodología de contabilización mediante la eliminación de códigos secundarios de productos dio lugar a un ajuste de las métricas, a pesar de que US Foods no retiró de su cartera ningún producto de las marcas exclusivas que contenga huevos de gallinas no enjauladas.

21 Nuestro programa Aspire to Grow, dirigido a empleados con alto potencial que ocupan puestos de gerente y director, y el programa Aspire to Lead, que se dirige a niveles de liderazgo más altos, se ofrecen en años alternos. Aspire to Lead se ofreció en 2025.

22 Las emisiones totales de gases de efecto invernadero (GHG) de Alcance 3 disminuyeron un 40 % con respecto al año 2023, debido principalmente a la mejora de los datos, en particular de los datos sobre el país de origen, y a los cambios resultantes en los factores de emisión aplicables. Las categorías 8, 9, 11, 13 y 14 del Alcance 3 no son pertinentes para US Foods.

23 Es posible que los totales no equivalgan al 100 % debido al redondeo.

24 Este objetivo se aprobó en 2022 mediante la iniciativa Objetivos Basados en la Ciencia (Science Based Targets initiative, SBTi).

25 Durante nuestra revisión de 2025, detectamos un error en el inventario de emisiones de GHG de Alcance 1 y2de 2024 relacionado con un factor de emisiones de refrigerante incorrecto. Las emisiones totales de Alcance 1 y 2 de 2024 fueron de 725,902 t de CO_2e (Alcance 1: 577,391 t de CO_2e; Alcance 2: 148,511 t de CO_2e). Esta corrección afecta el progreso hacia el cumplimiento de nuestros objetivos; a finales de 2024, US Foods logró una reducción absoluta del 13 % en las emisiones de Alcance 1 y 2 con respecto al año de referencia 2019.

26 La intensidad de las emisiones se define como t de CO_2e por caja entregada.

27 El año más reciente para el que se dispone de datos. Las emisiones de GHG de Alcance 3 correspondientes a 2025 se informarán en la respuesta anual del CDP de US Foods.

28 En toda la empresa desde 2019.

29 Los modelos B6.7N, L9N y X12N cuentan con la certificación de la EPA/CARB para emisiones de NOx de 0.02 g, lo que representa un nivel de emisiones un 90 % inferior al límite de 0.2 g establecido por la EPA, de acuerdo a X15N (2024) | Cummins Inc.

30 Según el análisis del ciclo de vida de las intensidades de carbono de la Junta de Recursos del Aire (Air Resources Board) de California mediante el uso del modelo CA-GREET.

31 En mercados de características similares y en los que no se produjeron cambios operativos significativos durante el año.

32 US Foods® participa en asociaciones comerciales con fines educativos, de investigación y de establecimiento de contactos. La participación de la empresa contribuye al financiamiento de estas organizaciones en forma de cuotas de membresía, tarifas por conferencias u otra programación educativa, y/o suscripciones. Hasta donde sabemos, la empresa no ha participado activamente en ninguno de los esfuerzos de estas organizaciones para influir en las políticas, leyes o reglamentaciones que puedan afectar el clima, si las hubiera.

33 El ahorro de residuos y de aceite se refiere a la reducción del consumo de aceite y de energía para producir un neumático recauchutado, en comparación con un neumático nuevo, según el US Retread Report.

34 Utilizamos las definiciones de deforestación y conversión de la iniciativa del Marco de Responsabilidad (Accountability Framework initiative, AFi), disponibles en el sitio web de la AFi.

35 Todas las referencias al volumen de aceite de palma incluyen al aceite de palmiste.

36 La soja directa hace referencia a la soja y a los productos derivados de la soja que se obtienen de forma intencional y directa como productos o ingredientes de productos y que ingresan a la cadena de suministro de la Empresa como tales, en lugar de hacerlo de forma indirecta a través de otra materia prima.

37 Según se define en nuestra Política del aceite de palma de origen responsable.

38 Los productos de mar de las marcas exclusivas que están dentro del alcance de nuestra Política de productos de mar de origen responsable son aquellos gestionados por el equipo de Gestión de Categorías de Productos de Mar de US Foods e incluyen especies no procesadas o mínimamente procesadas, ya sean pescados y mariscos frescos, congelados o enlatados. Otros productos procesados, como alimentos preparados que contienen productos de mar o sopas a base de estos, no están sujetos a esta Política.

39 Las especies de mar en peligro de extinción y en peligro crítico son aquellas que se incluyen en la actualidad en los Apéndices I o II de la Convención sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestres (Convention on International Trade in Endangered Species, CITES).

40 US Foods solía comprometerse a que el 100 % de los productos de mar de marcas exclusivas de Harbor Banks® cumplieran con nuestros estándares de Serve Good o Progress Check. Con nuestra nueva Política de productos de mar, desvinculamos nuestros objetivos de abastecimiento responsable de productos de mar de la marca Harbor Banks para incluir, en su lugar, todas nuestras marcas exclusivas. No obstante, los productos Harbor Banks siguen representando una parte importante de nuestra cartera de productos de mar de marcas exclusivas e incluyen numerosos productos que forman parte de nuestros programas Serve Good y Progress Check.

US Foods®
9399 West Higgins Road, Suite 100
Rosemont, IL 60018
www.usfoods.com

Si tienes alguna pregunta sobre este informe, envíanos un correo electrónico a esg@usfoods.com.

Junio de 2026

© Todas las marcas comerciales pertenecen a sus respectivos propietarios. Todos los derechos reservados.