

# EL DESPERDICIO ALIMENTARIO EN LA INDUSTRIA Y LA GRAN DISTRIBUCIÓN EN ESPAÑA



---

# MUESTRA Y METODOLOGÍA DE TRABAJO

- ➔ Se han analizado un total de **75 empresas de la industria y la transformación de alimentos** y 15 compañías líderes de la distribución. Estas últimas representan en torno al 80% de cuota de mercado del país.
- ➔ La recogida de datos se realizó por parte de **Valora Consultores**, apoyando, de manera **presencial o telefónica**, y mediante **acuerdo de confidencialidad**, a las empresas encuestadas en un periodo que va de **noviembre a diciembre de 2019**
- ➔ La información o datos de referencia se refieren a “año acabado”, por lo que reflejan valores de **2018**
- ➔ El cuestionario se realizó conjuntamente entre **MAPA, AECOC y Valora Consultores**, basándose en los futuros requisitos de información marcados por la Comisión Europea

➔ EL CUESTIONARIO SE HA REALIZADO TOMANDO COMO BASE LAS DEFINICIONES APROBADAS POR LA **COMISIÓN EUROPEA** EN RELACIÓN A LOS CONCEPTOS SIGUIENTES:

➔ **Desperdicio de alimentos**: Conjunto de productos alimenticios descartados de la cadena agroalimentaria por razones económicas o estéticas o por la proximidad de la fecha de caducidad, pero que siguen siendo perfectamente comestibles y adecuados para el consumo humano y que, a falta de posibles usos alternativos, terminan eliminados como residuos, lo que genera externalidades negativas desde el punto de vista del medio ambiente, costes económicos y pérdida de beneficios para las empresas.

➔ **Residuo**: cualquier sustancia u objeto del cual su poseedor se desprenda o tenga la intención o la obligación de desprenderse.

➔ **Alimento** (o «producto alimenticio»): cualquier sustancia o producto destinado a ser ingeridos por los seres humanos o con probabilidad razonable de serlo, tanto si han sido transformados entera o parcialmente como si no.

---

# RESULTADOS EMPRESAS DE LA INDUSTRIA Y TRANSFORMACIÓN DE ALIMENTOS

# ¿CÓMO AFRONTAN LAS EMPRESAS LA LUCHA CONTRA EL DESPERDICIO?

- ➔ DEL TOTAL DE EMPRESAS ENCUESTADAS UN **70,83%** DISPONE DE UNA POLITICA O **ESTRATEGIA INTERNA DEFINIDA** PARA LUCHAR CONTRA EL DESPERDICIO ALIMENTARIO.
- ➔ UN **61,11%** PROMUEVE BUENAS PRÁCTICAS DESTINADAS A LA PREVENCIÓN/ **REDUCCIÓN EN ORIGEN** DEL DESPERDICIO DE ALIMENTOS.
- ➔ Y UN **51,39%** PROMUEVE **ACCIONES CONCRETAS CON SUS PROVEEDORES** DESTINADAS A LA PREVENCIÓN/REDUCCIÓN EN ORIGEN DEL DESPERDICIO DE ALIMENTOS.



## ¿CÓMO AFRONTAN LAS EMPRESAS LA LUCHA CONTRA EL DESPERDICIO?

Estos porcentajes confirman que las empresas españolas son conscientes del impacto que, en términos económicos, sociales y medioambientales, supone el desperdicio de alimentos y de la importancia de frenarlo.



**Aumenta la sensibilización**

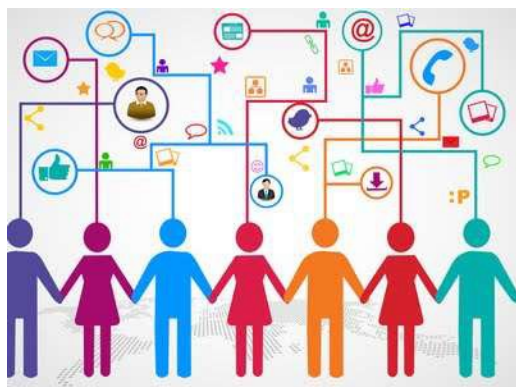
# ¿CÓMO AFRONTAN LAS EMPRESAS LA LUCHA CONTRA EL DESPERDICIO?

## BUENAS PRÁCTICAS LLEVADAS A CABO

- FORMACIÓN/CONCIENCIACIÓN A LOS EMPLEADOS
- PROCESOS EFICIENTES
- MANTENIMIENTOS EFICIENTES
- CONTROLES CONTINUOS
- CERTIFICADOS DE SISTEMAS DE GESTIÓN
- CONTROL DE STOCKS
- CONTROLES PREVENTIVOS DE LA MAQUINARIA
- IMPLANTACIÓN SISTEMA ANÁLISIS DE PUNTOS CRÍTICOS
- PLANIFICACIÓN / FABRICACIÓN BAJO PEDIDO

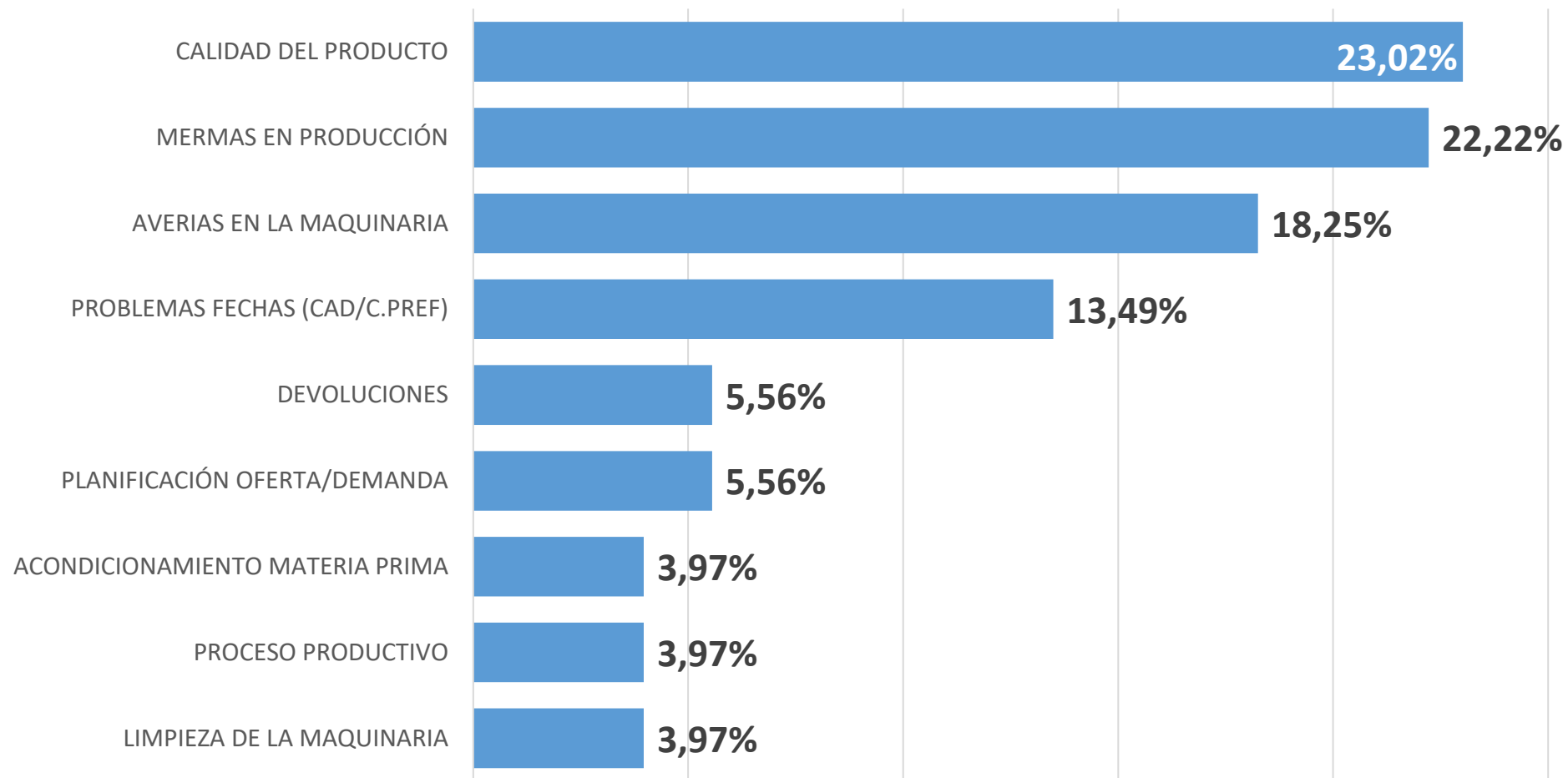
## ACCIONES CON LOS PROVEEDORES

- FORMACIÓN/CONCIENCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES
- CERTIFICACIÓN/HOMOLOGACIÓN DE PROVEEDORES
- AUDITORIAS A PROVEEDORES
- SOLICITUD DE CERTIFICADOS
- REQUISITOS DE ENTRADA (DEFINIR ESPECIFICACIONES DE PRODUCTOS REQUERIDOS, ESPECIFICACIONES DE COMPRA)
- PEDIDOS EN FUNCIÓN PREVISIONES DE VENTA/CONTRA STOCK
- MEJORAS EN PROCESOS
- ACUERDOS DE CALIDAD/SELECCIÓN DE VARIEDADES APTAS
- DEVOLUCIÓN NO APTOS





# MOTIVOS DE GENERACIÓN DE DESPERDICIO



# BUENAS PRÁCTICAS DE GESTIÓN



POR CADA KG/LT DE PRODUCTO ACABADO SE  
PRODUCEN 0,0022 KG/LT DE SUBPRODUCTO Y  
0,0004 KG/LT DE RESIDUO

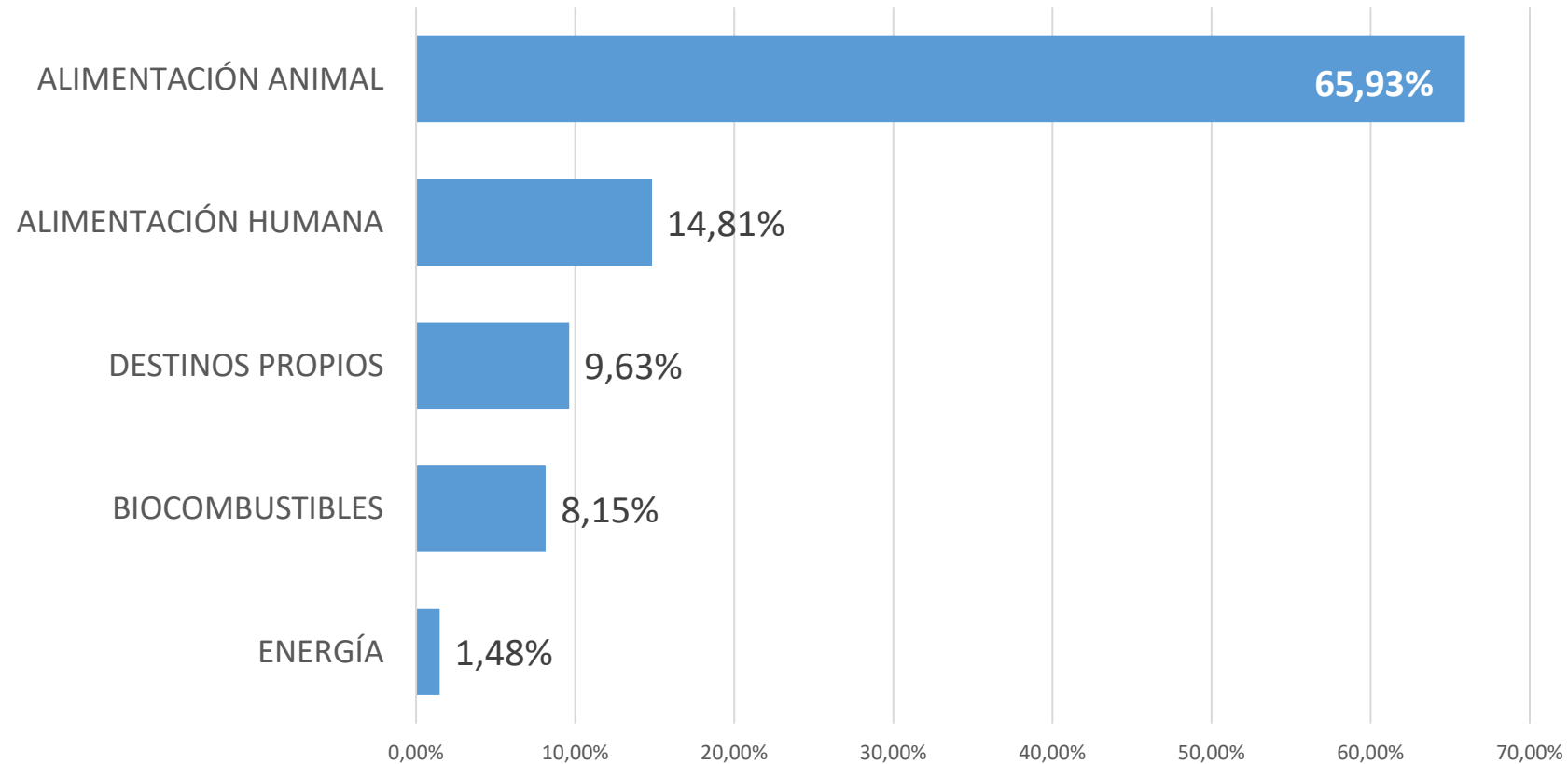
# BUENAS PRÁCTICAS DE GESTIÓN

**PRODUCTO ACABADO:** Producto listo para el cliente.

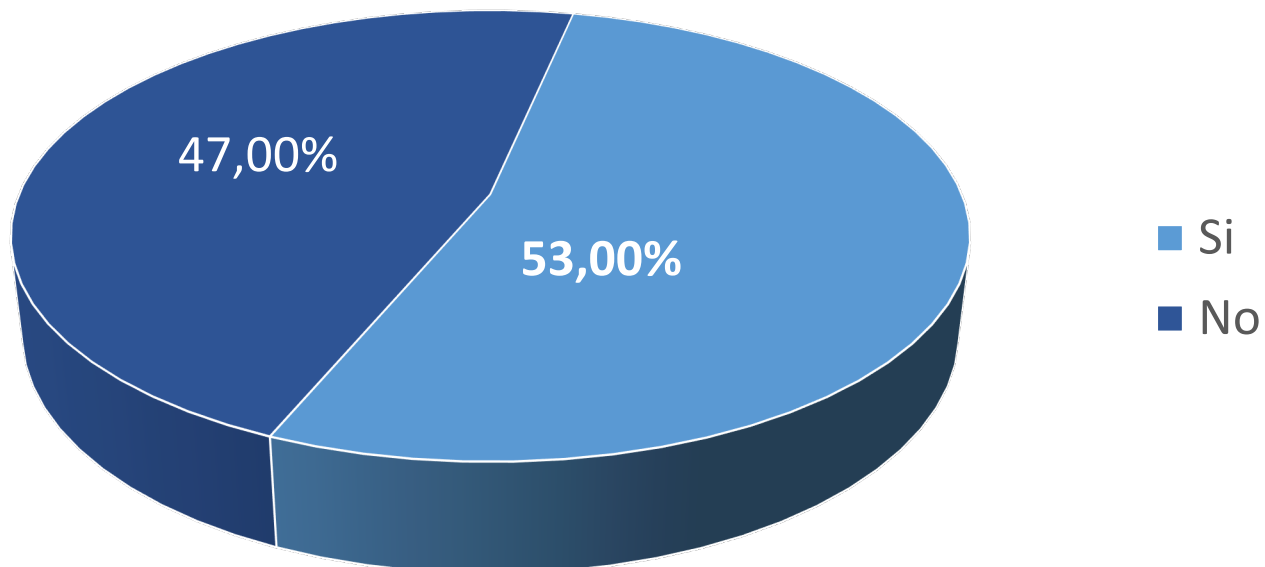
**SUBPRODUCTO:** Materia generada como consecuencia del proceso productivo, que no constituye un producto acabado, pero es susceptible de ser aprovechado y/o generar un beneficio

**RESIDUO:** Materia generada como consecuencia del proceso productivo que finalmente no se aprovecha

# ¿CÓMO SE REVALORIZAN LOS EXCEDENTES ALIMENTARIOS EN LA INDUSTRIA?



## DONACIONES A ONG'S EN LA INDUSTRIA ALIMENTARIA

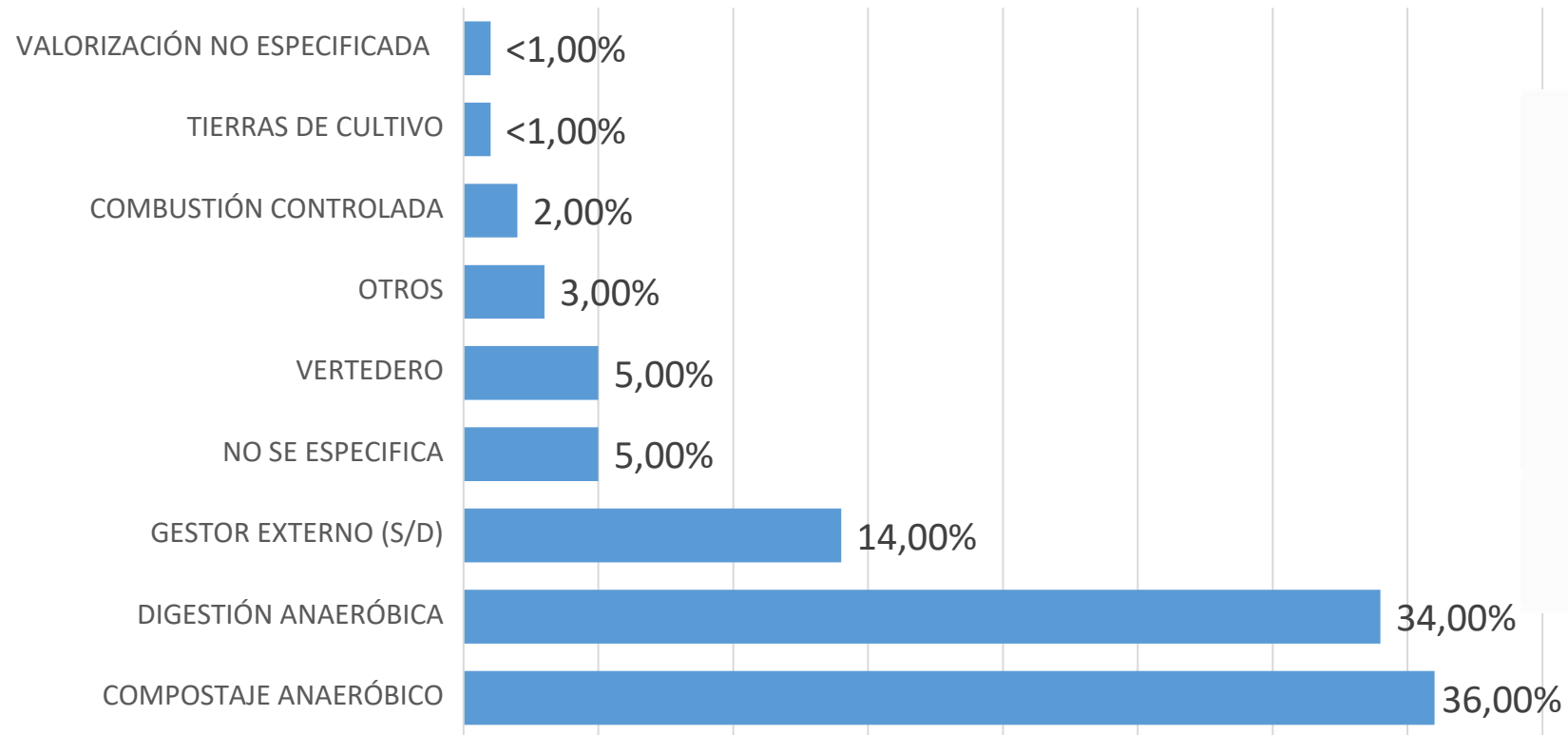


El **53%** de las empresas encuestadas declara donar sus excedentes aptos para el consumo humano a ONG's



**NO CONFUNDIR CON ACCIONES DE RSC**

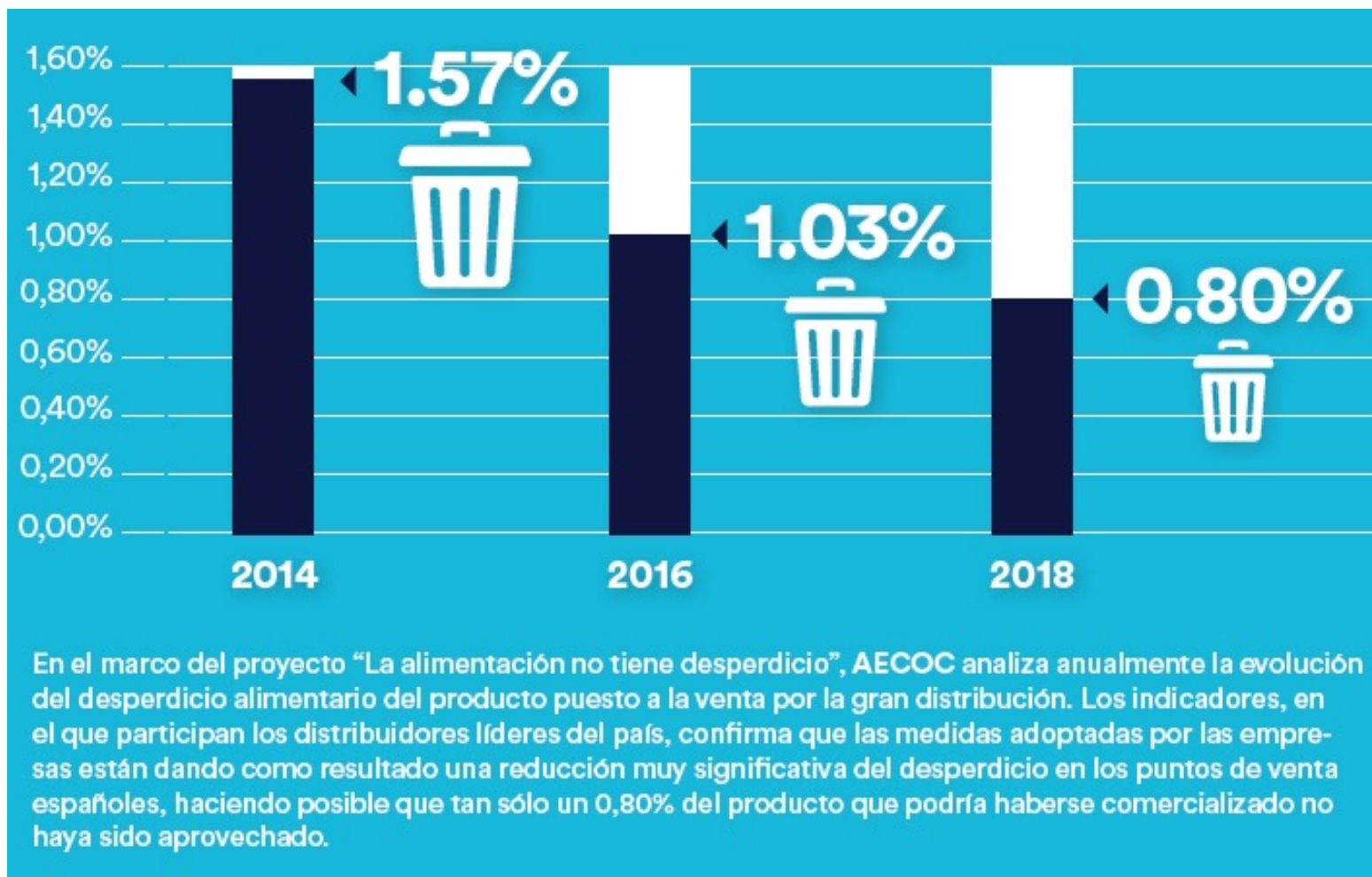
# ¿QUÉ HACEN LAS EMPRESAS CON LOS RESIDUOS?



---

# RESULTADOS EMPRESAS DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

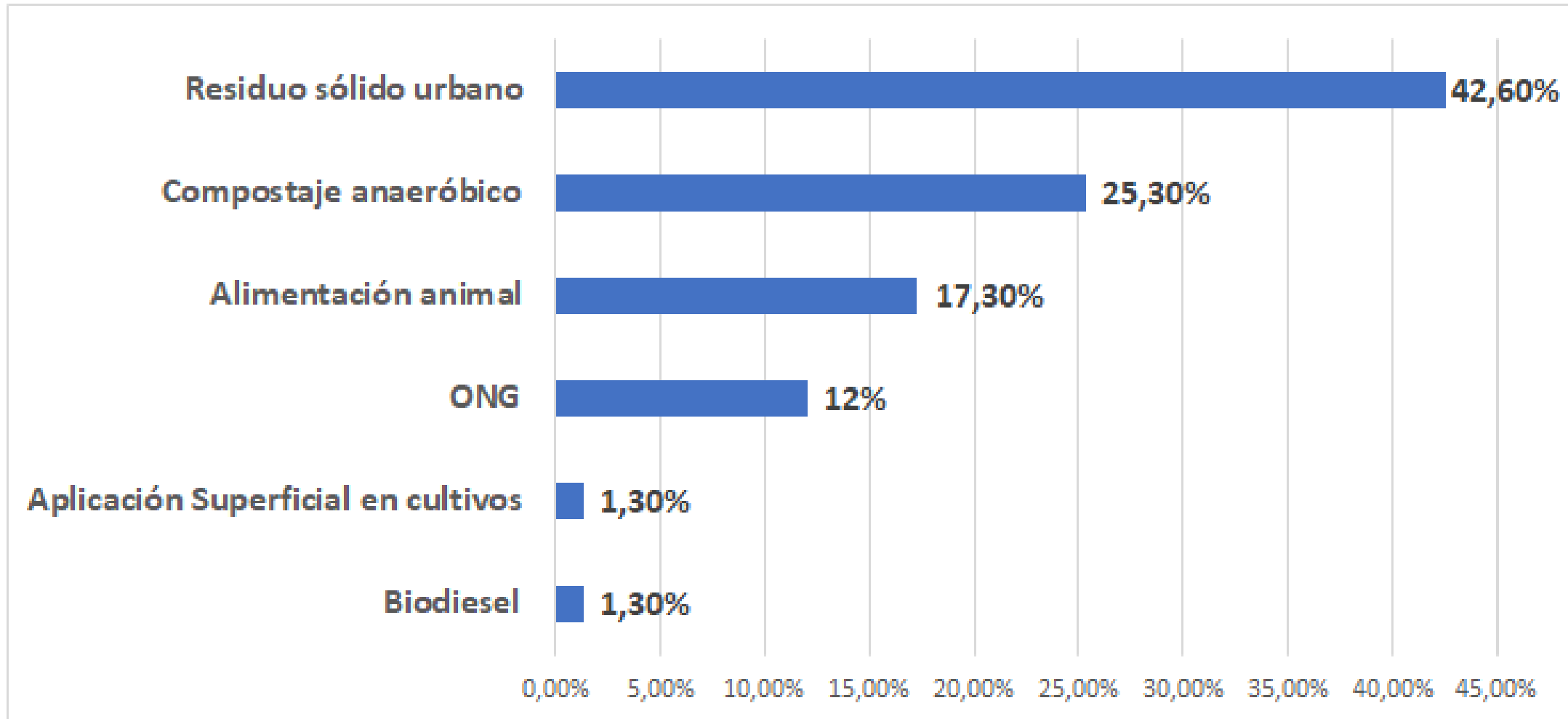
# EVOLUCIÓN PROYECTO LA ALIMENTACIÓN NO TIENE DESPERDICIO



Fuente: AECOC

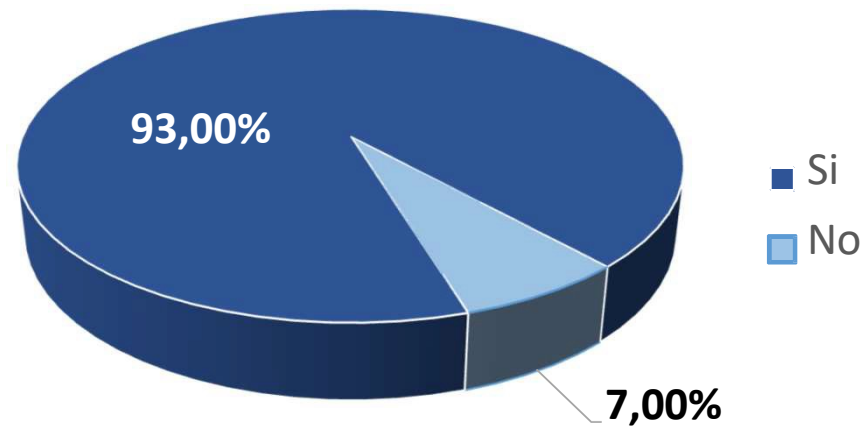


## ¿CÓMO SE REVALORIZAN LOS EXCEDENTES EN LA DISTRIBUCIÓN?



# BUENAS PRÁCTICAS DE GESTIÓN DE LA DISTRIBUCIÓN

## DONACIONES A ONG'S



El **93%** de las empresas de distribución encuestadas declara donar parte de sus excedentes a ONG's

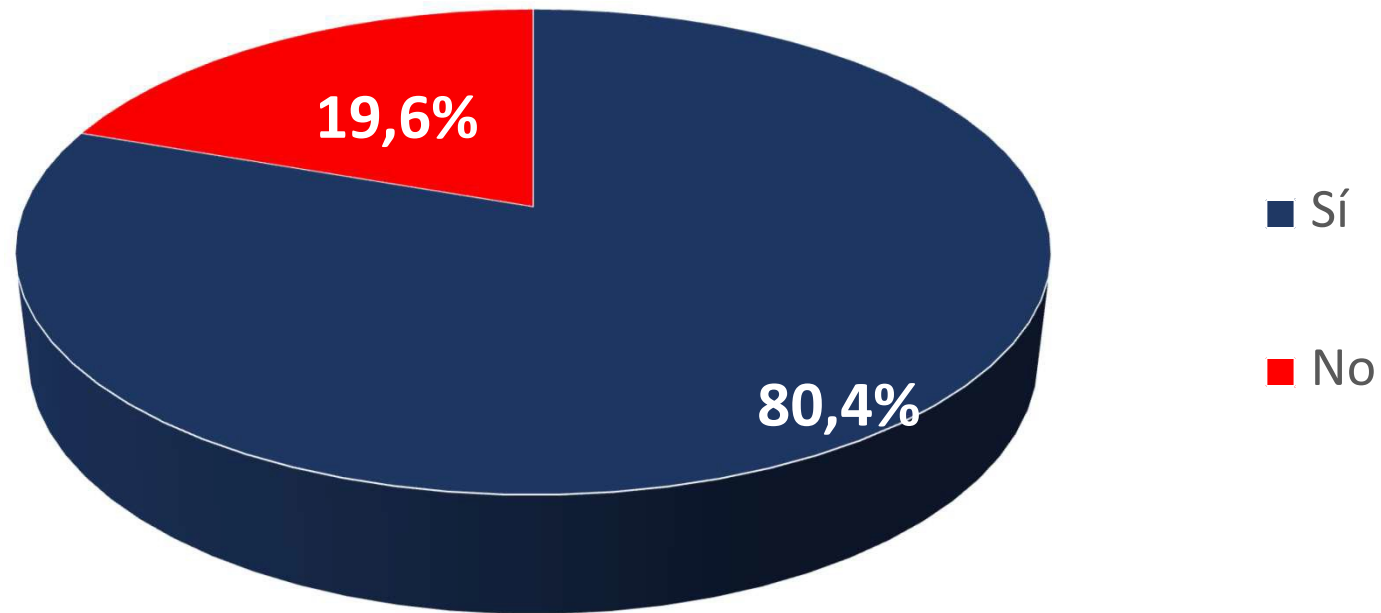


**NO CONFUNDIR CON ACCIONES DE RSC**

---

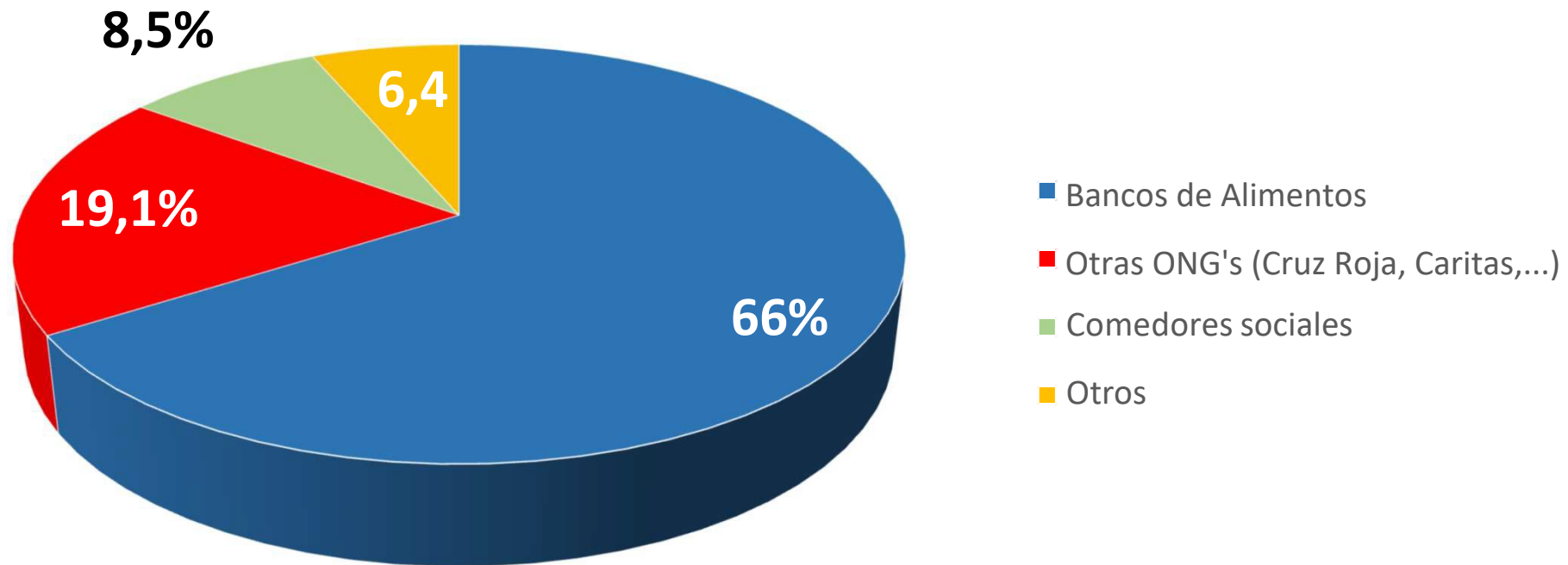
# ACTUACIONES DE LAS EMPRESAS EN PERIODO COVID

## ¿Tiene su empresa acuerdos de colaboración estables para la donación de sus excedentes alimentarios?



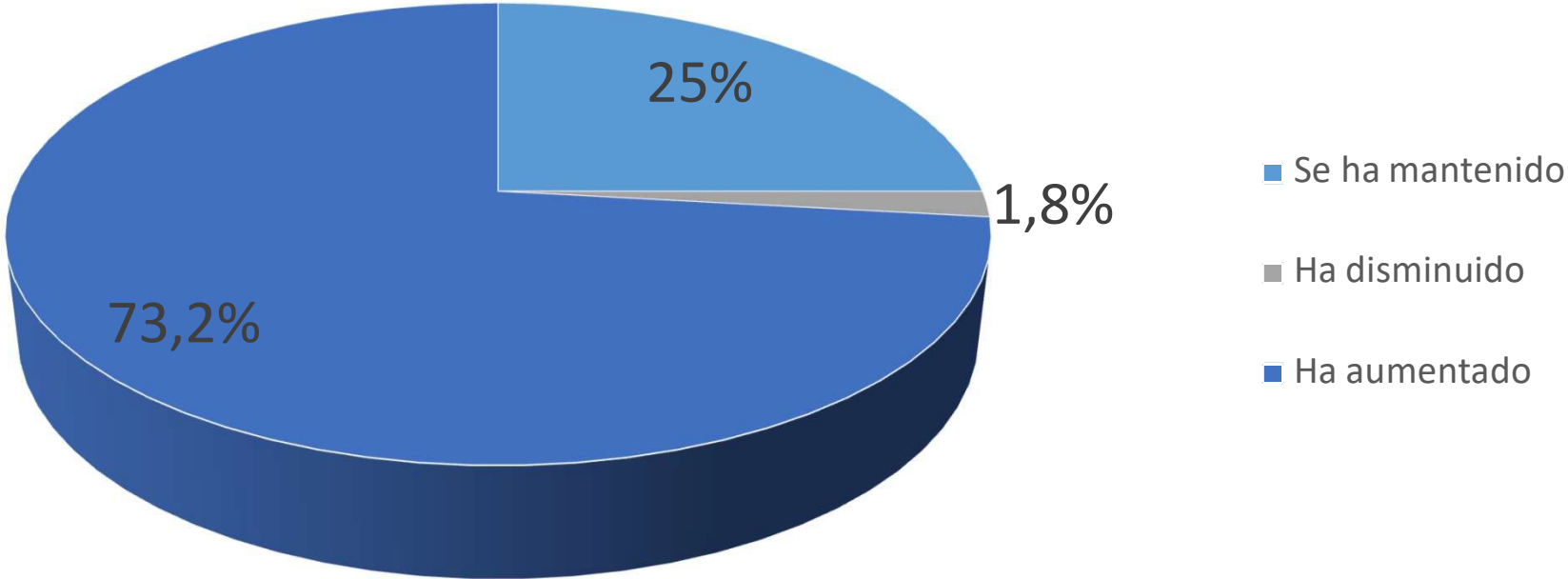
Fuente: AECOC

En caso de disponer de acuerdos estables de colaboración ¿A través de qué tipo de entidades canaliza la mayor parte de los excedentes?



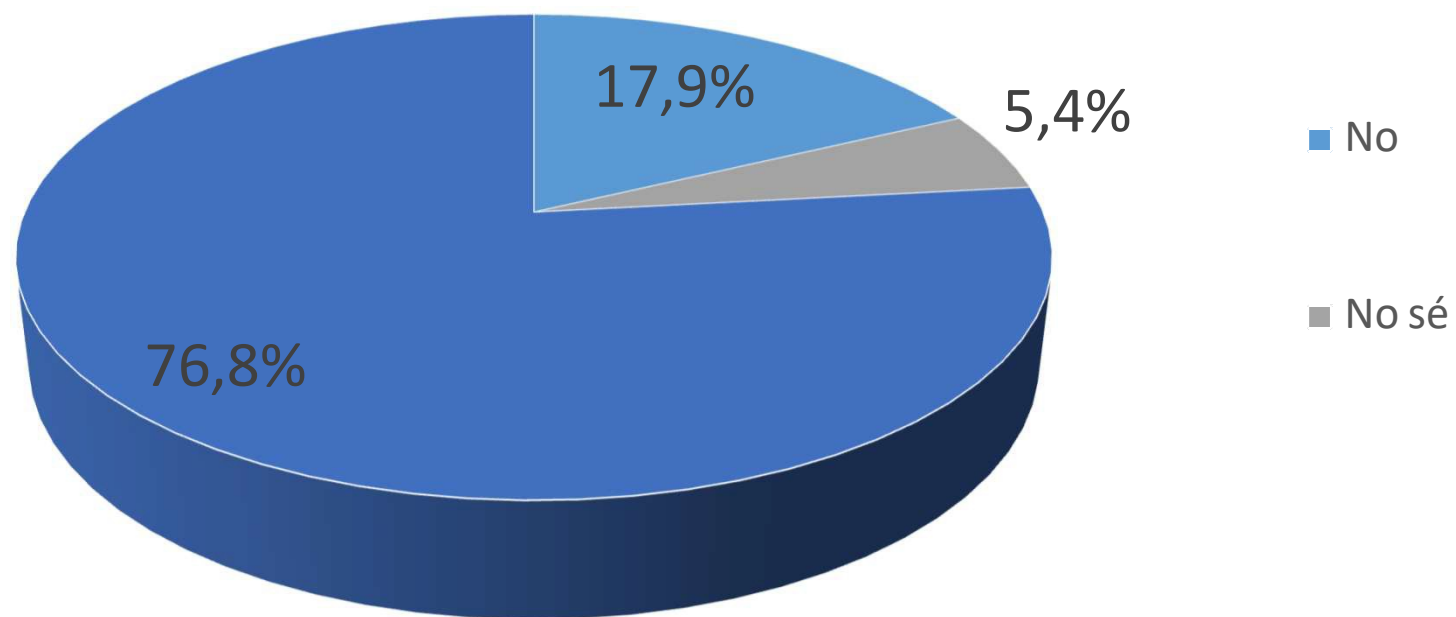
Fuente: AECOC

# Durante la actual crisis del COVID diría que la donación de excedentes alimentarios por parte de su empresa



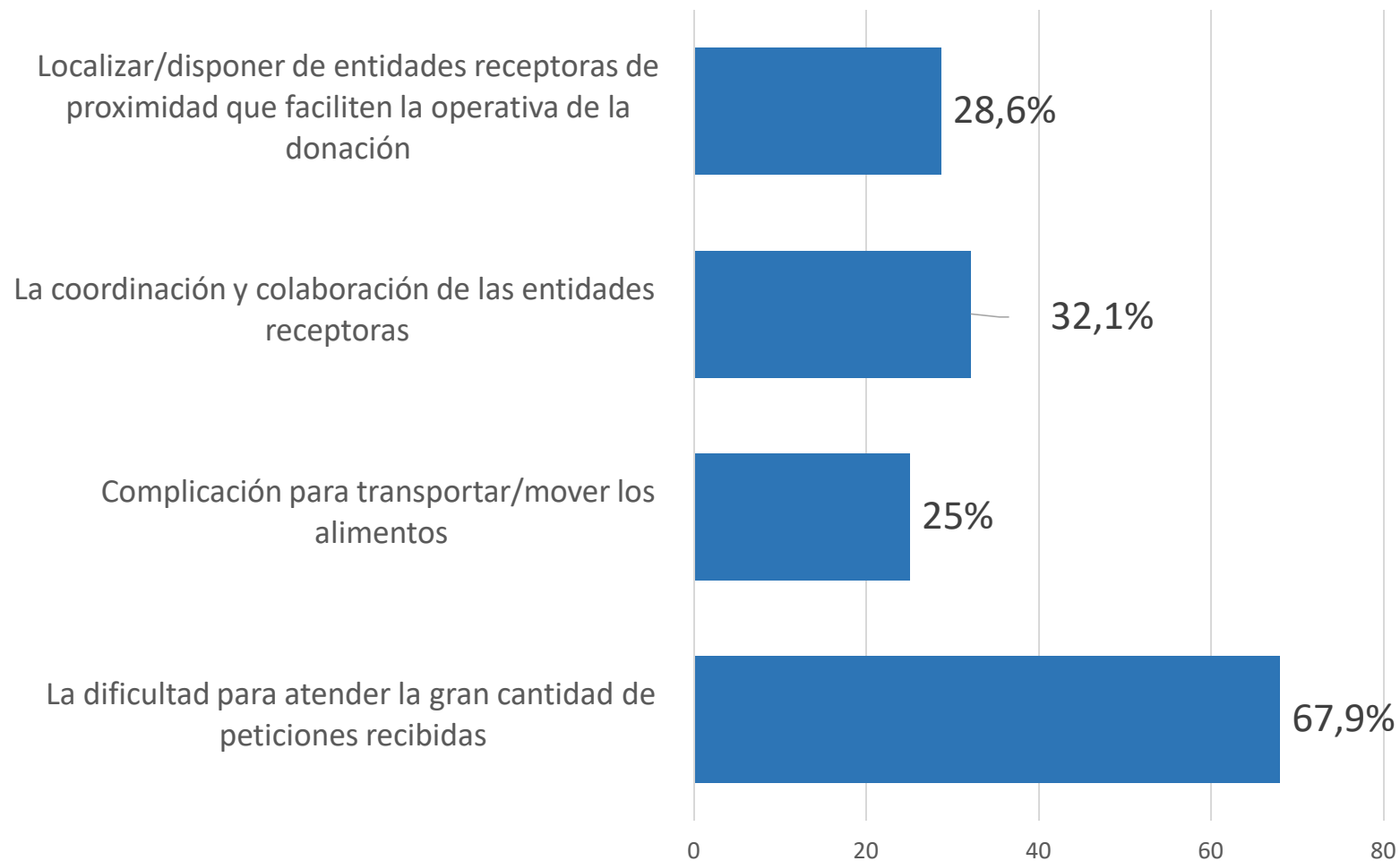
Fuente: AECOC

Con respecto a las acciones de RSC en el marco de la crisis del COVID  
¿Ha incrementado su empresa las donaciones de alimentos fruto de su  
compromiso social?



Fuente: AECOC

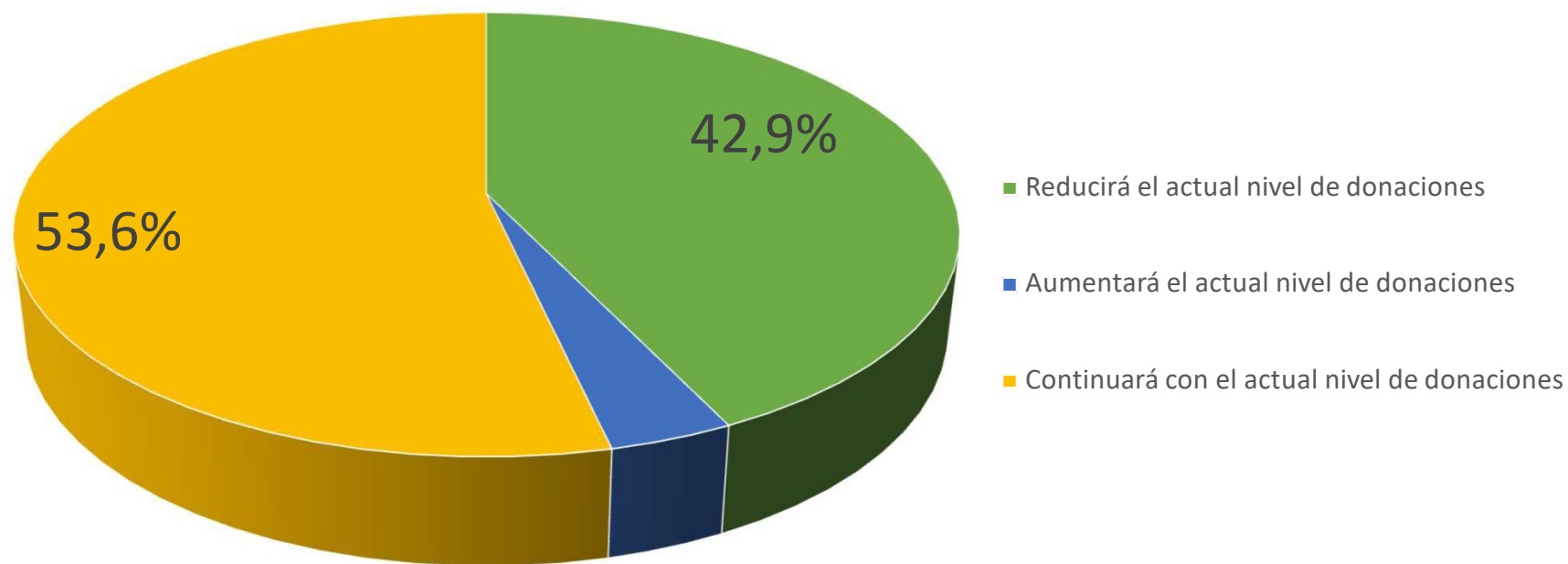
## ¿Cuáles diría que son las principales dificultades que se están encontrando a la hora de realizar donaciones en este periodo?



Fuente: AECOC



## Conforme la crisis sanitaria empiece a superarse considera que su empresa



Fuente: AECOC

---

# CONCLUSIONES

# CONCLUSIONES

1. Crece la concienciación sobre la importancia de disponer de planes estratégicos para combatir el desperdicio. Cerca de un 71% de las empresas participantes en el informe dispone de uno
2. Cada vez más empresas asumen también la importancia de detectar el origen del desperdicio y de que frenarlo exige colaboración a lo largo de la cadena (el 51,39% tiene en marcha acciones con sus colaboradores)
3. Los controles exhaustivos de los procesos y maquinaria para eliminar ineficiencias junto con la formación y concienciación de los empleados con las prácticas más habituales de lucha contra el desperdicio
4. Los mayores porcentajes de pérdida están relacionados con la calidad del producto y las mermas en los procesos productivos
5. Por cada Kg/litro producido se generan 0,0022 de subproducto (aprovechamiento) y sólo 0,004 kg/litros de residuo, lo que muestra el esfuerzo del sector por valorizar los excedentes
6. La alimentación animal es la opción más empleada para valorizar los excedentes que no pueden destinarse a alimentación humana
7. La mayoría de los residuos se emplean para compostaje o digestión anaerobia
8. El 93% de las empresas de distribución dona sus excedentes alimentarios a ONGs
9. El 73% de las compañías ha incrementado sus donaciones de alimentos durante la crisis del COVID-19
10. Aunque queda camino por recorrer, cada vez son más las empresas que analizan y miden el impacto del desperdicio en sus negocios con el fin de reducirlo

