

---

# Informe del Desperdicio Alimentario en la Industria y la Distribución en España

—

Octubre 2020





Aviso legal: los contenidos de esta publicación podrán ser reutilizados, citando la fuente y la fecha en su caso, de la última actualización.



MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN

**Edita:**

© Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación  
Secretaría General Técnica  
Centro de Publicaciones

Catálogo de Publicaciones de la Administración General  
del Estado:  
<https://cpage.mpr.gob.es>

**Distribución y venta:**

Paseo de la Infanta Isabel, 1  
28014 Madrid  
Teléfono: 91 347 55 41  
Fax: 91 347 57 22

Tienda virtual: [www.mapa.es](http://www.mapa.es)  
[centropublicaciones@mapa.es](mailto:centropublicaciones@mapa.es)

NIPO: 003201210. (En línea)

---

# Índice

<b>1. Antecedentes</b>	<b>pág. 4</b>
<b>2. Metodología</b>	<b>pág. 5</b>
<b>3. Principales datos obtenidos</b>	<b>pág. 9</b>
¿Cómo afrontan las empresas la lucha contra el desperdicio alimentario?	
Buenas prácticas impulsadas	
Impacto del desperdicio alimentario	
¿Cuáles son las principales causas de este desperdicio?	
Relación entre producto acabado, subproducto y residuo	
¿Qué hace la industria para revalorizar los excedentes?	
¿Qué hacen las empresas transformadoras con los residuos?	
Evolución del desperdicio alimentario en la gran distribución	
¿Cómo se revalorizan los excedentes de la distribución?	
<b>4. Donación de alimentos durante la crisis del COVID-19</b>	<b>pág. 19</b>
<b>5. Conclusiones del estudio</b>	<b>pág. 21</b>
<b>6. Recomendaciones para las empresas</b>	<b>pág. 22</b>
<b>Anexo 1</b>	<b>pág. 26</b>
<b>Anexo 2</b>	<b>pág. 27</b>
<b>Anexo 3</b>	<b>pág. 28</b>
<b>Anexo 4</b>	<b>pág. 31</b>

# 1. Antecedentes

A lo largo de los últimos años la sensibilidad, por parte de consumidores, industria, asociaciones... con respecto al impacto del desperdicio alimentario ha aumentado notablemente. No sólo por sus consecuencias económicas, sociales e incluso éticas sino también por el importante coste medioambiental que supone en un momento en que las economías desarrolladas trabajan en el impulso de los ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible).

Según datos de la FAO (Food and Agriculture Organization) en Europa un 12% de los alimentos se pierde o se desperdicia en la etapa de manipulación y almacenamiento previa a la transformación, un 5% en la etapa de procesamiento y un 9% en la etapa de distribución y comercialización. Son, sin duda, cifras que exigen pasar a la acción.

En este contexto, en Europa, gobiernos como los de Francia o Italia han aprobado legislaciones destinadas a frenar el desperdicio de alimentos.

En España desde 2013 está aplicándose la Estrategia “Más alimento, menos desperdicio”, que está organizada en torno a diversas áreas de actuación, como son la generación de conocimiento; la formación y sensibilización; el fomento de buenas prácticas, la colaboración con otros agentes y los acuerdos sectoriales, entre otras.

El presente estudio se encuadra en el marco del área de actuación de la generación del conocimiento sobre el desperdicio alimentario en los diferentes eslabones de la cadena. En consecuencia, su finalidad principal es analizar el desperdicio alimentario generado en la industria y la distribución, obteniendo una información útil y un conocimiento que sirva para orientar a dichos eslabones de la cadena alimentaria a la hora de establecer estrategias para prevenir y reducir el desperdicio de alimentos.

Con ese fin, el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, ha realizado este estudio en colaboración con Valora Consultores y AECOC.

Para ello se ha elaborado un cuestionario destinado a estimar el desperdicio alimentario, su impacto económico y el nivel y tipo de aprovechamiento de los subproductos y residuos entre una muestra de empresas de la industria y la distribución de alimentos en España.



## 2. Metodología

Con el fin de obtener una muestra que representara los principales eslabones de la cadena agroalimentaria y también los distintos tamaños y tipologías de empresas en este estudio han participado un total de



90 empresas

**76 empresas**

de la industria y transformación  
alimentaria.

**14 compañías**

líderes de la distribución  
alimentaria.

Las empresas de distribución analizadas cuentan, en su conjunto, con más del 80% de la cuota de mercado de la distribución en España, lo que las convierte en una muestra lo suficientemente significativa como para obtener datos concluyentes sobre los volúmenes de la pérdida y el desperdicio alimentario en la gran distribución.

En el caso de la industria, y dada la heterogeneidad y amplitud del sector, se optó por centrar el trabajo de campo en un total de 76 empresas, de las cuales 35 es decir el 46,05% forman parte del TOP 100 de la industria nacional (atendiendo a su volumen de facturación) y el porcentaje restante son empresas de menor tamaño y facturación. Con ello se ha tratado de integrar en el estudio “dos realidades” distintas que, sin duda, inciden en la capacidad y recursos disponibles para hacer frente al problema del desperdicio alimentario.

La recogida de datos se realizó entre noviembre y diciembre de 2019, periodo en el que las empresas aún no habían cerrado fiscalmente el año, por lo que el año fijado para recopilar la información es el 2018.

En estrecha colaboración, MAPA, Valora Consultores y AECOC definieron dos cuestionarios (Anexo 3 y Anexo 4) que pudieran ofrecer con sus respuestas una visión del estado actual de desperdicio en nuestro país, las causas principales que motivan el mismo y los usos que se le dan a los excedentes generados. Para ello se tuvo en cuenta las actuales necesidades de información fijadas por diferentes organismos europeos como la FAO y grupos de trabajo tales como la UE Platform on Food losses and Food waste de la Comisión Europea.

Los cuestionarios fueron creados con diferentes niveles de detalle, de modo que pudieran cumplimentarse tanto por empresas que tuvieran los datos agregados como por compañías que tengan mayor nivel de detalle en sus mediciones. Por ello, en primer lugar, se les solicitaron cantidades totales para, a continuación, disgregar dichas cantidades por tipo.

---

En la elaboración de ambos cuestionarios se tomaron como base los siguientes conceptos:



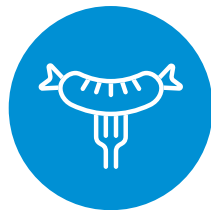
**Desperdicio de alimentos:**

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.



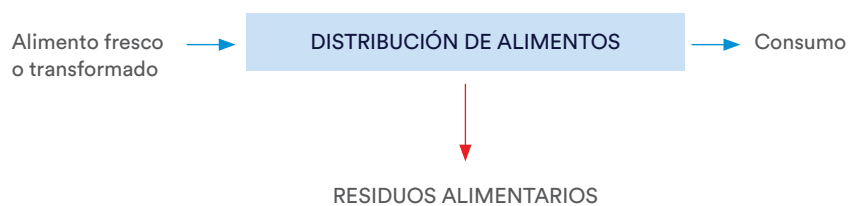
**Alimento (o producto alimenticio):**

Cualquier sustancia o producto destinado a ser ingerido por los seres humanos o con probabilidad razonable de serlo, tanto si han sido transformados entera o parcialmente como si no.

Conviene tener en cuenta que los alimentos incluyen también partes no comestibles, si éstas no se separan de las partes comestibles cuando se producen los alimentos, tales como los huesos de la carne destinada al consumo humano. Por consiguiente, los residuos alimentarios pueden comprender elementos con partes de alimentos destinadas a ser ingeridas y partes de alimentos no destinadas a ser ingeridas.

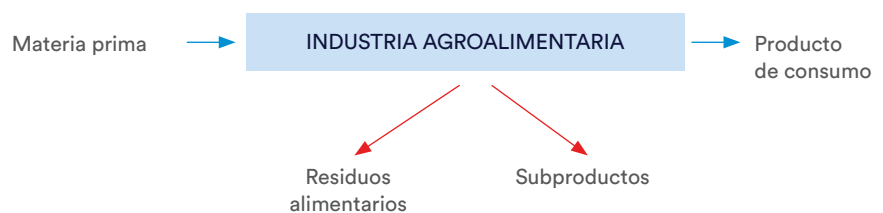
La cumplimentación de dichos cuestionarios fue supervisada por Valora Consultores mediante entrevistas presenciales, telemáticas y telefónicas con el fin de esclarecer cuantos conceptos pudieran no entender las empresas entrevistadas. También fueron los encargados de recopilar y agregar los datos necesarios para la realización del estudio.

Con el fin de simplificar conceptos, hacer una encuesta de una extensión reducida y aumentar la ratio de respuestas, se simplificó el sistema a modo de cajas negras, de tal manera que se conociera las cantidades totales ingresadas y cuál era el residuo total generado sin entrar en detalles de en qué momentos del proceso productivo se generaba este desperdicio:



No obstante, las primeras entrevistas evidenciaron la necesidad de adecuar la terminología empleada al vocabulario utilizado por la industria agroalimentaria a fin de no desvirtuar la toma de datos y el posterior análisis de los mismos.

Así pues, el cuestionario inicial fue modificado de modo que las empresas pudieran diferenciar entre residuos alimentarios y subproductos, quedando el esquema empleado del modo siguiente:



Este cambio se ha llevado a cabo porque, en términos generales, las empresas distinguen entre subproducto, residuo y producto acabado a la hora de gestionar los materiales generados como consecuencia de la transformación de la materia prima.

La diferencia principal entre los subproductos y el residuo es que en el primero de los casos puede haber un beneficio económico asociado a la posible comercialización de los mismos, mientras que el segundo lleva acompañada una pérdida económica. No obstante, las causas por las que un producto acaba constituyendo subproducto o residuo son similares puesto que se deben a ineficiencias (técnicas o humanas) o malas prácticas.

---

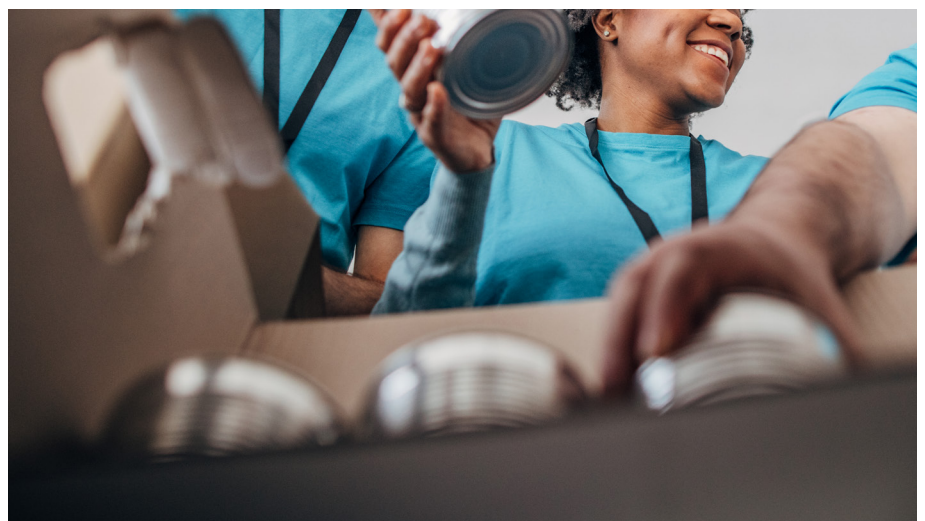
Adicionalmente, en la redacción del informe se ha incorporado el concepto excedente para definir y referirse a aquel producto o componentes que, por diferentes razones, queda descartado (en el caso de la industria) o bien no es comercializado (en la distribución) y sobre el que aún no se ha decidido cómo proceder. Por tanto, el excedente puede a posteriori ser donado, revalorizado como subproducto o derivar en residuos en función de cómo sea gestionado.

Las dos encuestas fueron estructuradas en cuatro apartados: Información general; cadena de valor, orígenes; análisis y medición de la cantidad de residuos y buenas prácticas de gestión del desperdicio alimentario.

Puesto que datos de este tipo son considerados, por parte de las empresas, información muy sensible y con el fin de aumentar la confianza de las empresas en el cuestionario, el equipo legal de Valora Consultores desarrolló un resumen del tratamiento de datos que iban a recibir las compañías que respondieran al cuestionario. De igual modo, Valora Consultores firmó un acuerdo de confidencialidad que se ofreció a las empresas para asegurar que sus datos únicamente iban a ser tratados para el estudio descrito, asegurando la confidencialidad de los mismos.

Por su parte, AECOC, completó los datos resultantes del cuestionario con información obtenida históricamente de las empresas líderes de la distribución, de forma que se pudiera apreciar qué evolución ha experimentado el desperdicio de alimentos en esta parte de la cadena de valor.

Asimismo, y dada la excepcionalidad del momento en que este informe ha sido publicado, se ha incluido un anexo sobre el comportamiento de las empresas en tiempos de COVID, en materia de donaciones y ayudas a las ONGs, en base a un cuestionario adicional elaborado por AECOC.





### 3. Principales datos obtenidos

#### ¿Cómo afrontan las empresas la lucha contra el desperdicio alimentario?

El trabajo de campo realizado ha permitido constatar que las empresas españolas son conscientes del impacto económico, medioambiental y social que representa el desperdicio de alimentos o el no aprovechamiento de los artículos no comercializados y, por tanto, de la importancia de prevenirlo y atajarlo.



**70,83%**

De las empresas analizadas declara disponer de una estrategia definida o una política interna destinada a luchar contra el desperdicio de alimentos.



**61,11%**

Declara promover prácticas destinadas a la prevención y a la identificación del origen del desperdicio de alimentos. Es decir, existe una inquietud por analizar, de manera detallada, el proceso interno de la empresa y localizar aquellos “puntos calientes” en los que se genera el desperdicio alimentario para, a partir de aquí, impulsar las acciones o medidas correctoras correspondientes para su reducción/eliminación.



**51,39%**

Declara estar promoviendo acciones concretas con sus proveedores destinadas a la prevención/reducción en origen del desperdicio de alimentos, mediante planes de trabajo comunes y estrategias de colaboración que beneficien por igual a ambos eslabones de la cadena de producción.

Estos datos indican una evolución muy favorable ya que cuando el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación puso en marcha su estrategia Más alimento menos desperdicio en 2013, la mayoría de empresas de la industria y la distribución alimentaria centraban exclusivamente sus actividades en acciones de Responsabilidad Social destinadas a donar sus excedentes alimentarios a bancos de alimentos y otras entidades benéficas tales como bancos de alimentos, Cáritas o Cruz Roja, entre otras. Un análisis más exhaustivo del conjunto de la cadena de valor y la colaboración entre los diferentes agentes que la conforman ha permitido que cada vez más compañías aborden el problema desde una doble visión:

- La prevención de la generación del desperdicio
- El aprovechamiento de los productos no comercializados

---

## Buenas prácticas impulsadas

El análisis realizado permite también determinar cuáles son las principales prácticas que las empresas llevan a cabo para prevenir el desperdicio alimentario, tanto internamente como en las relaciones con sus proveedores.

Las acciones más generalizadas pueden agruparse en las siguientes líneas de actuación:

### Buenas prácticas internas:

- Formación y concienciación a los empleados
- Procesos y mantenimientos eficientes
- Controles continuos y controles preventivos.
- Certificados de sistemas de gestión
- Controles de stock
- Implantaciones de APPCC (Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control)
- Planificaciones y/o Fabricaciones contra pedido

### Acciones con los proveedores:

- Formación y concienciación de los proveedores
- Certificación u homologación de los proveedores de acuerdo a estos criterios
- Auditorías a proveedores
- Solicitud de certificados (ISO, ...)
- Requisitos de entrada / Especificaciones de compra
- Pedidos en función de previsiones de venta /contra stock
- Acuerdos de calidad / selección de variedades aptas
- Mejoras en procesos
- Devolución de no aptos

En este último punto conviene detenerse especialmente, ya que lo que algunas empresas identifican como buena práctica en la prevención del desperdicio, en realidad puede estar revelando un trasvase del problema y, por tanto, del foco de desperdicio al eslabón anterior.

En este sentido es importante subrayar la necesidad de seguir trabajando en acciones de sensibilización que permitan constatar que el desperdicio no es sólo un problema individual de cada compañía, sino que hay que trabajar en la prevención del mismo desde una visión global del conjunto de la cadena.

### Impacto del desperdicio alimentario

Del total de las compañías participantes en el estudio algo más de la mitad, un 50.67% no aporta una valoración económica de las pérdidas monetarias que, para sus empresas, supone el desperdicio alimentario. Esta falta de aportación de datos puede deberse a dos razones:

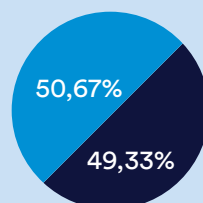
- Las empresas no están calculando el impacto económico de esas pérdidas.
- Las empresas tienen cierto recelo a la hora de compartir información que consideran especialmente sensible.

En cualquiera de los dos casos es una clara oportunidad de mejora, ya que medir el impacto del desperdicio es imprescindible para poder impulsar un modelo de negocio eficiente y sostenible (desde el punto de vista económico, social y medioambiental) y porque en el actual escenario es cada vez más importante impulsar una cadena de valor transparente, en la que el intercambio de información juega un papel fundamental.

Las empresas que han aportado información económica producen y/o comercializan un total de 4.362.340 toneladas de producto acabado y, sobre esta cantidad, sus pérdidas conjuntas ascienden a 24.705.296,48 € en el ejercicio en el que se ha realizado la encuesta (2018).

Mediante un simple cálculo podemos concluir que este valor equivale a una pérdida de 0,0057 € por cada Kg o L de producto producido.

Del total de compañías encuestadas un **50,67%** no aporta aún una valoración económica de las pérdidas.



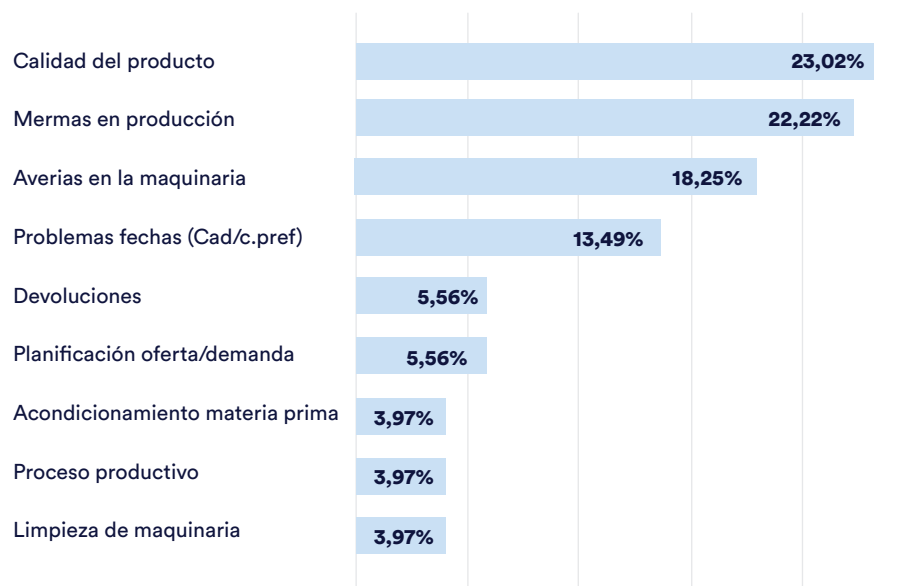
Las pérdidas del **49,33%** restante, con un volumen conjunto de producto acabado equivalente a **4.362.340t**, ascienden a **24.705.296,48€** en el año analizado.

Cada kg/L producido genera pérdidas por valor de 0,0057€

## ¿Cuáles son las principales causas de este desperdicio?

Un 8,03% de las empresas entrevistadas declara no conocer, o no haber investigado, cuáles pueden ser los motivos por los que se puede generar el desperdicio.

Porcentualizando sobre 100 el resto de respuestas obtenidas a través del cuestionario auto declarativo de respuesta libre; es decir, no se dieron opciones cerradas de respuesta a los encuestados, encontramos las siguientes como principales causas generadoras de desperdicio en las empresas productoras y transformadoras.



Podríamos, por tanto, integrar los orígenes del desperdicio de alimentos en tres grandes áreas:



### 1. Proceso fabril:

Que incluiría las **mermas en la producción (22,22%)**, en muchos casos inherentes al propio proceso y que, en muchos casos, requieren de inversiones con un ROI difícil de cuantificar a corto plazo.

Las **averías en la maquinaria (18,25%)**, su limpieza o acondicionamiento (3,97%) y el propio proceso productivo en sí (3,97%). Las paradas para acondicionamiento y el propio proceso productivo muchas veces suponen pérdidas ocasionadas por la falta de aprovechamiento del producto que queda en un “limbo” entre producciones y que resulta difícilmente aprovechable.

El alto porcentaje que se vincula a averías en la maquinaria puede ser debido a un parque móvil anticuado o, por el contrario, a que se incluyan en este apartado los ajustes requeridos periódicamente por determinado tipo de maquinaria. En cualquier caso, es un aspecto a tener en cuenta a la hora de establecer recomendaciones para las empresas.



## 2. Proceso comercial:

Que incluiría la planificación oferta/demanda (5,56%) y devoluciones de producto (5,56%). En el caso de los productos frescos o de corta durabilidad es realmente complicado llevar a cabo una planificación óptima, ya que hay muchos factores que pueden condicionar las cantidades inicialmente previstas.

En el caso de los productos de vida más larga, el “gap” entre la oferta y / demanda no impacta de manera tan nociva, ya que la mayor durabilidad de los productos permite reducir la diferencia existente entre producción y demanda.

Tal y como ya se ha avanzado, el retorno de productos a un eslabón anterior puede ser una fuente de desperdicio ya que el hecho de alargar el tiempo por el que el producto transcurre a lo largo de la cadena de suministro reduce progresivamente las posibilidades de que éste sea aprovechado. Así, por ejemplo, un producto lácteo devuelto al origen puede perder la posibilidad de ser aprovechado o transformado en otro producto (queso, yogur...). Por ello, en estas circunstancias, deberían buscarse alternativas como las donaciones a comedores sociales u otro tipo de entidades benéficas en pro de un mejor aprovechamiento.



## 3. Características propias del producto:

La **calidad** del mismo (23,02%) o el hecho de no ajustarse plenamente a los estándares de calidad establecidos por el receptor del producto son otro de los motivos declarados por las empresas. También lo que las compañías definen como “**problemas con las fechas**” (13,49%) demasiado cortas, en muchos casos, para poder satisfacer las necesidades o requisitos de la cadena y su  **acondicionamiento** (3,97%). En este caso conviene también trabajar en la búsqueda de soluciones alternativas y rentables.

## Relación entre producto acabado, subproducto y residuo

Ponderando los cuestionarios recibidos, podemos determinar que, por cada Kg/Lt de producto acabado se producen 0,0022 Kg/Lt de subproducto y 0,0004 Kg/Lt de residuo siendo, de acuerdo a las definiciones siguientes:

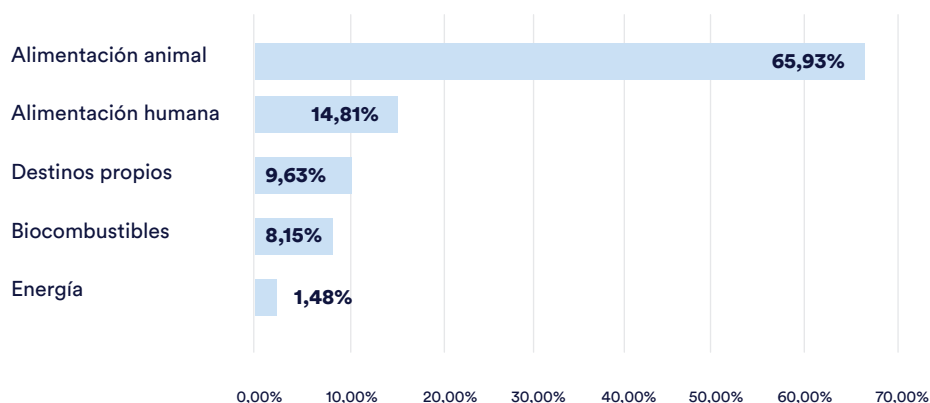
- **Producto acabado:**  
Aquel que está listo para ser entregado al cliente.
- **Subproducto:**  
Materia generada como consecuencia del proceso productivo, que no constituye un producto acabado, pero es **susceptible de ser aprovechado** y/o generar un beneficio.
- **Residuo:**  
Materia generada como consecuencia del proceso productivo que **finalmente no se aprovecha**.

Por cada kg/litro de producto acabado se producen 0,0022 kg/litro de subproducto y 0,0004 kg/litro de residuo.

El 74% de las empresas participantes afirma que genera subproductos alimentarios para dar una “segunda vida” a las materias primas no empleadas/aprovechadas durante el proceso productivo. Entre los principales usos o destinos destaca la alimentación animal.

## ¿Qué hace la industria para revalorizar los excedentes?

Según los datos aportados en las encuestas, 9,63% de las empresas destina los excedentes a procesos propios de la empresa, pudiendo, por tanto, emplearlo en nuevos procesos productivos. Y, en lo referente a procesos generadores de energía, un 8,15% de las compañías afirma que destina parte de sus excedentes a la producción de biocombustibles y un 1,48% a la de la energía eléctrica.

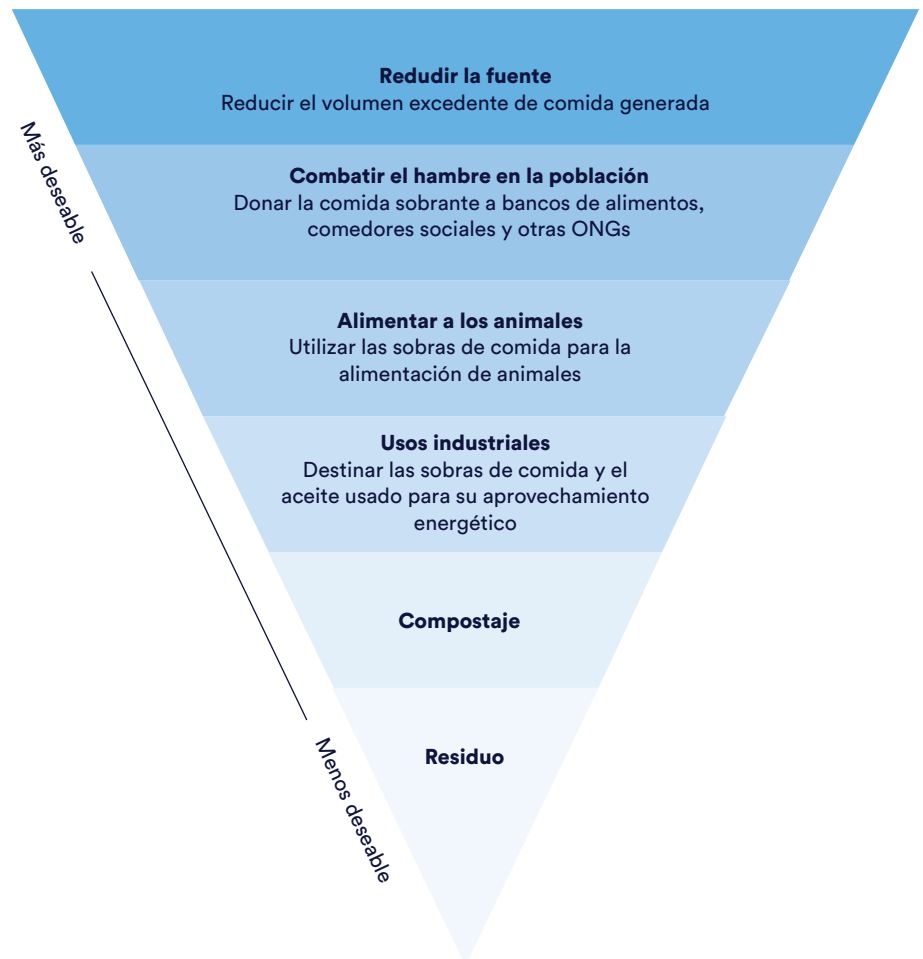


Los destinos mayormente empleados para valorizar los excedentes generados por las empresas son la alimentación animal mencionados por un 65,93% de las compañías y la alimentación humana con un 14,81% del total.

Es importante resaltar que el hecho de que la donación a alimentación animal sea tan superior a la humana no responde a que se priorice a los primeros en detrimento de los segundos sino a que hay una buena proporción de producto que no es apta para el consumo humano, pero sí puede destinarse a alimentación animal.

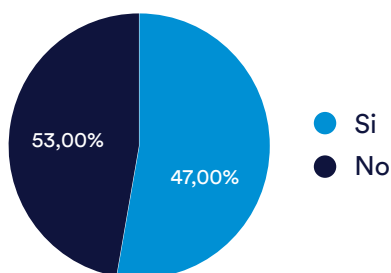
En ese sentido, es importante destacar que las empresas conocen y comparten la jerarquía recomendada por los diversos organismo internacionales en cuanto a la reducción y aprovechamiento de excedentes alimentarios y que establece agrandes rasgos las siguientes prioridades:

### Jerarquía de recuperación de alimentos



Fuente: United States Environmental Protection Agency

Además, como podemos ver en el siguiente gráfico, el 53% de las empresas de la industria alimentaria encuestadas declara donar sus excedentes **aptos para el consumo humano** a ONGs (independientemente de las acciones de RSC que puedan llevar a cabo).

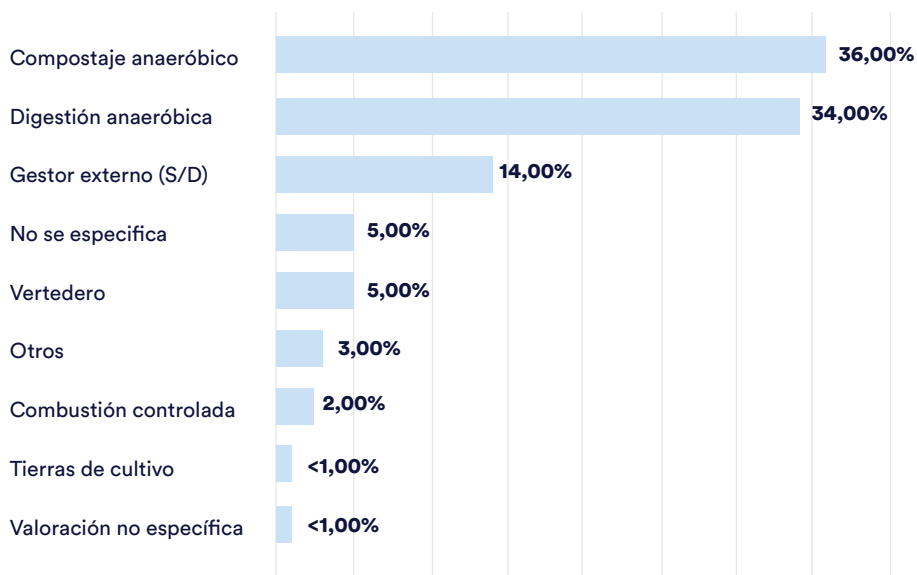


Donaciones a ONG's por parte de las empresas de transformación

Como se muestra más adelante este porcentaje es muy superior en el caso de la distribución alimentaria ya que, en la mayoría de ocasiones, es el distribuidor el que dona el producto en caso de que no pueda comercializarlo.

### ¿Qué hacen las empresas transformadoras con los residuos?

La opción mayormente empleada para tratar de valorizar los residuos alimentarios es la de la digestión/compostaje anaerobio (70%), seguida de la utilización de un gestor externo (14%) y otras opciones con muy poco peso porcentual en la muestra analizada.

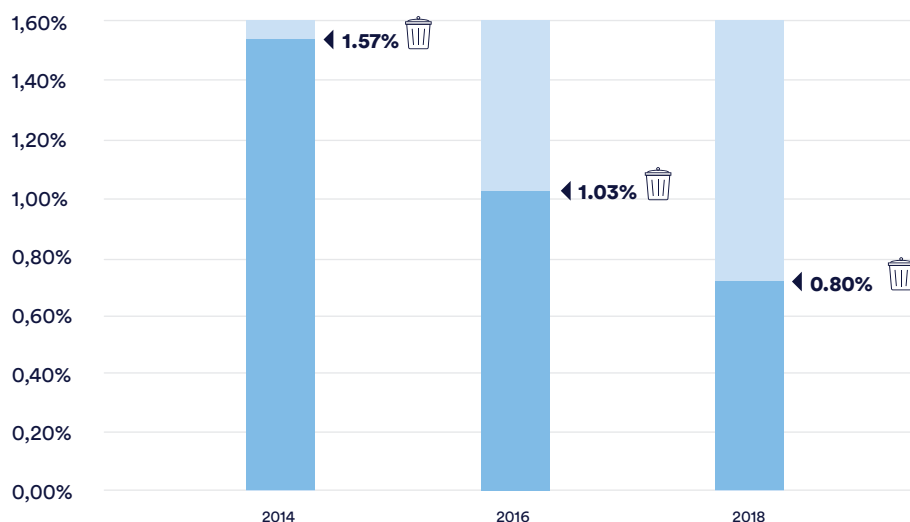


Hay una parte no declarada en el apartado "otros" (3%) y no especifica (5%).



## Evolución del desperdicio alimentario en la gran distribución

A lo largo de los últimos años la gran distribución de nuestro país ha experimentado importantes avances en su lucha contra el desperdicio alimentario, consiguiendo reducir a la mitad la cantidad de excedentes alimentarios no aprovechados.

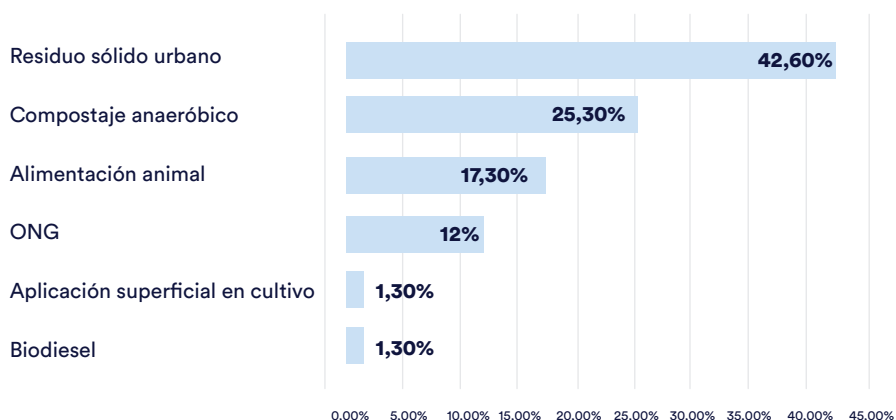


Fuente: AECOC

En el marco del proyecto “La alimentación no tiene desperdicio”, AECOC analiza anualmente la evolución del desperdicio alimentario del producto puesto a la venta por la gran distribución. Los indicadores, en el que participan los distribuidores líderes del país, confirma que las medidas adoptadas por las empresas están dando como resultado una reducción muy significativa del desperdicio en los puntos de venta españoles, haciendo posible que tan sólo un 0,80% del producto que podría haberse comercializado no haya sido aprovechado.

## ¿Cómo se revalorizan los excedentes de la distribución?

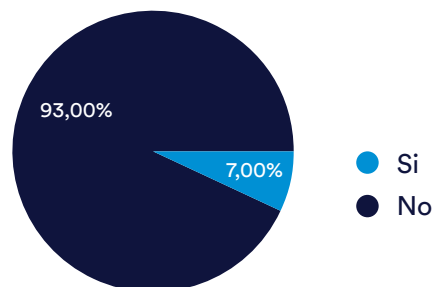
Las firmas de la distribución analizadas representan el 80% del volumen de productos alimentarios comercializados en nuestro país, de modo que los resultados obtenidos son claramente concluyentes sobre los procedimientos y prácticas impulsadas por la gran distribución alimentaria.



---

Un 32%, el mayor porcentaje del residuo, es tratado como residuo sólido urbano, es decir contenedores propios que son destinados a gestores autorizados o van a punto verde, por lo que se les da un tratamiento lo más sostenible posible. En segundo lugar, la distribución opta por el compostaje anaerobio en un 25,30% y alimentación animal con un 17,30%. La aplicación superficial en cultivos y la transformación para la elaboración de biodiesel registran ambos un 1,3% de todos los residuos generados.

Un 12% de estos residuos son destinados a ONGs. En este punto un 93% de las empresas del sector de la distribución encuestadas declara donar parte de sus excedentes a ONGs. La diferencia porcentual con las empresas transformadoras (53%) viene dada porque al hallarse las firmas distribuidoras detallistas al final de la cadena, la posible devolución al origen de un producto complicaría la logística de la misma y, además, en el caso de los perecederos, pondría en riesgo la adecuada conservación y, por tanto, la seguridad alimentaria del producto y la posibilidad de ser aprovechado.

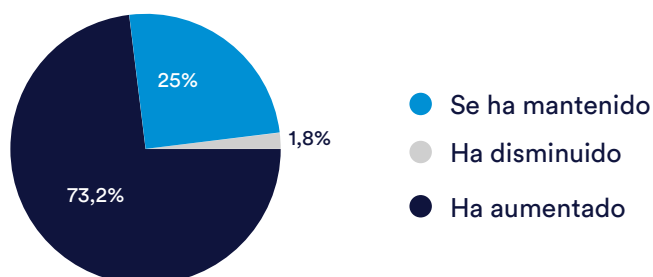


Al igual que en el caso de las empresas transformadoras, los datos analizados se refieren exclusivamente a la donación de excedentes alimentarios y no a todas las donaciones que las empresas llevan a cabo fruto de sus estrategias y proyectos de RSC.

## 4. Donación de alimentos durante la crisis del COVID-19

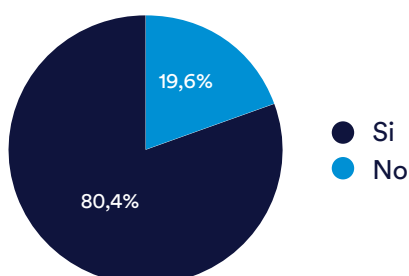
Durante la crisis del COVID-19 las empresas han intensificado sus donaciones de alimentos para tratar de contribuir a paliar la crisis económica y social provocada por la pandemia.

**Durante la crisis del COVID diría que la donación de excedentes alimentarios por parte de su empresa.**

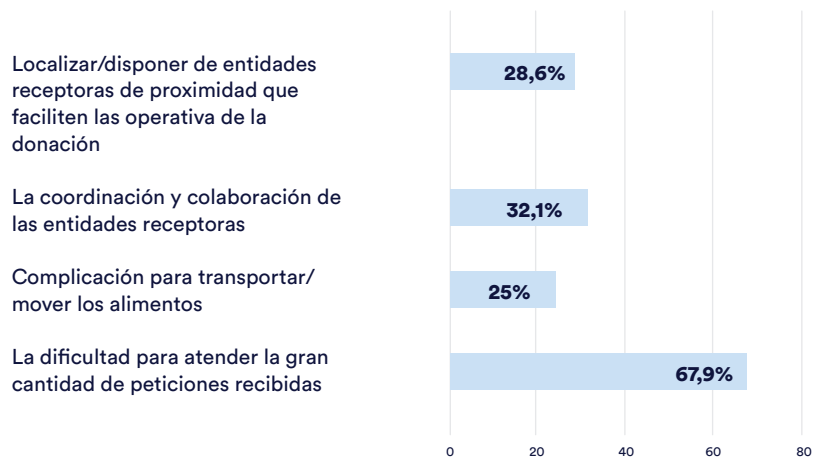


El nuevo contexto ha servido, por tanto, para potenciar un tipo de práctica que la gran mayoría de empresas ya realiza de manera regular desde hace años pero que, durante la crisis del COVID, ha presentado algunas peculiaridades y dificultades.

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



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



Los datos aportados por las empresas confirman que el incremento de la demanda ha sido tal que no siempre ha sido posible atender todas las peticiones recibidas. Asimismo se han mencionado algunas dificultades a la hora de coordinar o localizar entidades que pudieran asumir y facilitar la recepción de productos alimenticios durante los primeros meses de la crisis.



---

## 5. Conclusiones del estudio

**1. Una de las primeras dificultades** a la hora de realizar el estudio ha sido la de homogeneizar los datos de que las empresas disponen de acuerdo a una terminología y definiciones comunes. En ese sentido el estudio ha revelado que no existe unanimidad, por parte de las empresas, en lo que a definiciones se refiere. Así, una misma parte de producto puede ser identificado como residuo, pérdida, merma o desperdicio en función de la compañía analizada.

Si bien las definiciones originales empleadas en este trabajo son las que marca la Comisión Europea para medir el residuo alimentario en todos los estados miembro, para poder continuar con las entrevistas y acceder a la información requerida fue necesario equiparar los conceptos aquí empleados con los de la propia compañía para que todos los participantes aportaran los datos de acuerdo a un “patrón” común.

Asimismo, el trabajo de campo ha permitido constatar que, en función del eslabón de la cadena de producción en el que se opere, la percepción/interpretación de las definiciones varía sensiblemente. Así, por ejemplo, el sector primario hortofrutícola considera que, dadas las peculiaridades de su trabajo y la gran cantidad de factores externos que en él intervienen, en su caso no debe hablarse de desperdicios sino de pérdidas.

**2. El nivel de concienciación de las empresas** sobre la importancia de combatir el desperdicio alimentario, es cada vez mayor, tal y como demuestra el hecho de que un 71% de las empresas encuestadas dispone ya, sin que tenga ningún tipo de presión normativa, de un plan para combatir el desperdicio de alimentos. Un 61,1% promueve prácticas internas y un 51,39% realiza además acciones con los eslabones inmediatamente anteriores o posteriores destinados a reducir el desperdicio de alimentos.

**3. Las prácticas mayormente empleadas** en la lucha contra el desperdicio son la formación y concienciación de los propios empleados y proveedores mediante cursos, charlas, visitas... Y los controles exhaustivos de los procesos y maquinaria para la eliminación de ineficiencias durante el proceso.

**4. Por cada unidad producida se generan** 0,0022 unidades de subproducto aprovechable en diferentes procesos y 0,0004 unidades de residuo. Estas cifras referencian el esfuerzo por parte de toda la cadena para aprovechar al máximo los recursos. El no aprovechamiento, en diversos casos, puede venir por la falta de ideas o el desconocimiento sobre “cómo aprovechar” (aunque es mucho más evidente en el caso de los consumidores que entre las empresas) o, incluso, por el coste que implica, no sólo económico, el aprovechamiento del producto.

**5. Aunque queda trabajo por hacer**, la sensibilidad sobre la importancia de prevenir y reducir el desperdicio crece progresivamente, así como la visión de que sólo desde la colaboración podremos reducir y atajar este problema.

---

## 6. Recomendaciones para las empresas

Las entrevistas realizadas con las empresas participantes en este informe y la experiencia acumulada desde la puesta en marcha de la Estrategia “Más alimento, menos desperdicio” y de otros proyectos destinados a reducir el desperdicio alimentario en la industria y la distribución nos dejan aprendizajes que pueden concretarse en las siguientes recomendaciones:

### Para industria y distribución

- El primer paso para poder atajar el desperdicio alimentario en una organización **es disponer de un plan que permita determinar el punto de partida** del problema y marcarse objetivos de mejora. Sólo se puede mejorar lo que se mide, por lo que es imprescindible primero identificar y luego cuantificar la cantidad de desperdicios que se genera.
- Algunas empresas disponen ya de planes que, aunque no se pusieron en marcha específicamente para frenar el desperdicio sino para mejorar los niveles de eficiencia de los procesos y operaciones, resultan de utilidad y pueden cumplir la función que se persigue. Conviene resaltar que **tras el desperdicio hay una ineficiencia o debilidad en el sistema** o bien un error humano que debemos tratar de corregir.
- **Elaborar un plan de prevención** del desperdicio exige analizar y detallar todos y cada uno de los procesos que llevamos a cabo en el entorno empresarial y también todas aquellas actividades que requieren de intervención humana. Este análisis nos permitirá identificar las áreas de mayor riesgo para poder prestarles mayor atención e introducir si conviene medidas correctoras.
- También es importante **definir claramente la terminología** que vamos a emplear en esos planes e informes de medición, con el fin de evitar equívocos que desvirtúen los resultados.
- Es fundamental **informar y formar a los equipos de trabajo** en la prevención del desperdicio alimentario, trasladando los múltiples impactos no deseables que éste tiene para la empresa.
- Es importante tener una **visión global de todas las operativas** que lleva a cabo la compañía y fomentar la colaboración entre las áreas y los equipos para evitar posibles “fisuras” generadoras de desperdicio.
- Impulsar prácticas que permitan a las empresas **maximizar el aprovechamiento del “excedente”** que se genera a lo largo de la cadena (elaboración de otro tipo de productos, alimentación animal, cosméticos, redistribución, etc.), es clave en la lucha contra el desperdicio.
- Fomentar la **colaboración y el intercambio de información** a lo largo de toda la cadena de valor también resulta imprescindible, especialmente de cara a evitar errores en pedidos, desajustes entre oferta y demanda o devoluciones innecesarias.

- 
- Los estándares tecnológicos para el intercambio de información son de gran ayuda para la necesaria sincronización entre el flujo de información y de las mercancías que se mueven a lo largo de toda la cadena de valor.
  - Impulsar una cadena de valor “transparente” en la que, desde una visión de colaboración, se comparta información útil y valiosa para frenar el desperdicio.
  - Es necesario optimizar, dentro de las propias compañías, mecanismos y prácticas de eficiencia que favorezcan un transporte, almacenamiento, manipulación y comercialización adecuados de los productos, que permita aprovecharlos en su totalidad y durante toda su vida útil, garantizando, en todo momento, su calidad y seguridad alimentarias.
  - Conviene prestar atención a los requisitos de compra exigidos a los proveedores. Requerimientos excesivamente rígidos pueden generar desperdicio en el eslabón anterior y debilitar los resultados del conjunto de la cadena.
  - Recordar siempre la jerarquía correcta a la hora de gestionar los excedentes alimentarios, priorizando siempre por la redistribución para consumo humano en los casos en que el producto sea apto para ese fin y optando en último lugar por el tratamiento como residuo.
  - Fomentar, en la medida de lo posible, la investigación destinada a estudiar cómo alargar la vida útil de los productos en pro de un mayor aprovechamiento de los mismos.
  - Incluir la prevención del desperdicio alimentario en los requerimientos/ criterios contemplados a la hora de definir y diseñar el “packaging” más adecuado para cada tipo de producto. Teniendo en cuenta tanto el formato como la durabilidad y conservación del producto y el equilibrio necesario entre la prevención del desperdicio y el impulso de una cadena de valor eficiente y sostenible.
  - Seguir colaborando para ayudar al consumidor y la sociedad en general a redescubrir el valor de los alimentos, favoreciendo su aprovechamiento en el hogar.

---

## Para la industria

- Disponer de acuerdos de colaboración con bancos de alimentos y otras entidades sociales que permitan donar aquellos productos fuera de estándar (incorrecciones en etiquetado, envases defectuosos...) pero aptos para el consumo humano para evitar su desperdicio.
- Tener un control exhaustivo y periódico de las cantidades finales de producto fabricado con determinada cantidad de materia prima para identificar así posibles desviaciones que deban analizarse. Con ese fin algunas empresas cuentan con fichas de control diario que les permiten detectar rápidamente posibles descensos que deban ser analizados. Además, disponer de esos sistemas de control puede ayudar a identificar desajustes en la maquinaria u otras posibles causas de desperdicio.
- Formar al personal en técnicas que les permitan optimizar el uso y aprovechamiento de las materias primas empleadas en los procesos productivos.
- Facilitar el consumidor información sobre cómo conservar adecuadamente el producto, cantidades a emplear, etc. de cara a conseguir un mayor aprovechamiento del mismo.



---

## Para la distribución

- Establecer protocolos de previsión y seguimiento de las ventas que permitan ajustar al máximo posible la oferta y la demanda, para evitar en lo posible los excedentes en el punto de venta.
- En el caso de los productos frescos identificar y colaborar también con entidades sociales de proximidad para poder redistribuir de forma rápida y eficiente los productos frescos que no son comercializados al final del día.
- Estudiar la posibilidad de rebajar el PVP en el punto de venta de los productos con fecha de vencimiento cercano para tratar de favorecer su comercialización, ofreciendo así una buena solución al consumidor y evitando que esos productos acaben desechados como residuos.
- Formar al personal que trabaja con producto fresco en técnicas de manipulación, corte etc... que favorezca la buena conservación y el máximo aprovechamiento del producto.
- Utilizar los canales de comunicación con el consumidor para ofrecerle información de utilidad sobre cómo conservar los alimentos, qué recetas preparar y consejos prácticos para sacar el máximo partido a los alimentos.
- Establecer acuerdos y protocolos de colaboración permanentes con bancos de alimentos y otras entidades sociales para redistribuir aquellos alimentos aptos para el consumo humano que no han podido ser comercializados.

## Anexo 1

### Relación de empresas transformadoras participantes

ACEITES ABRIL S.L.	ENJAMESA S.L.
AFFINITY PECTARE S.A.	EUROPASTRY S.A.
ALIMENTOS DEL MEDITERRANEO S.C.	FINDUS ESPAÑA S.L.
ANGULAS AGUINAGA S.A.	FRUTOS AYLLÓN S.L.
ARGAL ALIMENTACIÓN S.A.	GALLETAS CORAL S.A.
ARLA FOODS S.A.	GAMBASTAR S.L.
AUDENS FOOD S.A.	GARCÍA CARRIÓN S.A.
AB AZUCARERA IBERIA S.L.	GEDESCO S.A.
BARABELTZ S.L.	GRANADA LA PALMA S.C.A.
BIMBO S.A.	GRAFUSA S.L.
BODEGA BADELL HERRERO S.L.	CALVO CONSERVAS S.L.
BONDUELLE IBERICA S.A.	CAPARRÓS NATURES S.L.
BOLTON FOOD S.L.U.	GRUPO SADA P A S.A.
CALADERO S.L.	GALLETAS GULLÓN S.A.
CAMAR AGROALIMENTARIA S.L.	HARINAS DE CASTILLA LA MANCHA S.L.
CAMPO DE LORCA S.C.L.	HELIFRUSA S.A.
CAMPOFRIO FOOD GRUPO S.A.	HERO ESPAÑA S.A.
CORPORACIÓN ALIMENTARIA PEÑA SANTA S.A.	HUERTA CAMPORICO S.L.
CARLOTEÑA DE ASADOS S.L.	JACOBS DOUWE EGBERTS ES S.L.
CARNS DE CONFIANÇA S.L.	JEALSA RIANXEIRA S.A.
CASA TARRADELLAS S.A.	JUVER ALIMENTACIÓN S.L.
CELEVANT S.L.	LA ESPAÑOLA ALIMENTARIA S.A.
CHAMPINTER S. COOPERATIVA CASTILLA LA MANCHA	COMERCIAL CHOCOLATES LACASA S.A.
CUEVAS Y CÍA S.A.	LACREM S.A.
DANONE S.A.	MARISCOS LINAMAR S.L.
DCCOOP S.C.	MAICERÍAS ESPAÑOLAS S.A.
DELAVIUDA ALIMENTACION S.A.	ANTONIO MILENA LEON S.L.
EBRODFOODS S.A.	NOEL ALIMENTARIA S.A.
EL POZO ALIMENTACIÓN S.A	NOMEN FOODS S.L.
EMBUTIDOS DEL CENTRO S.A.	OLEOESTEPA S.C.
EMLIO ESTEBAN S.A.	GRUPO EMPRESARIAL PALACIOS ALIMENTACION S.A.

---

PRODUCTOS ALIMENTICIOS CALLO S.L.	SALICA ALIMENTOS CONGELADOS S.A.
COMPAÑÍA DE BEBIDAS PEPSICO S.L.	SANT DALMAI S.A.
PLATOS TRADICIONALES S.A.	SEMPIO FOODS COMPANY S.E.E.
PRODUCTOS CONGELADOS SELECTOS 3000 S.L.	VEGENAT S.A.
PRODUCTOS LOZANO S.L.	
PRODUCTOS MATA S.A.	
QUESERIAS ENTREPINARES S.A.	
INDUSTRIAS LÁCTEAS MANZANO S.A.	
SALAZONES MAR CANTÁBRICO S.L.	

---

## Anexo 2

### Relación de empresas distribuidoras participantes

ALCAMPO S.A.  
COMPAGNIE FRUITIERE ESPAÑA CORPORACION S.A.  
CONDIS SUPERMERCATS S.A.  
CONSUM S. COOP. LTDA.  
COVIRAN SUPERMERCADOS S.A.  
DISTRIBUIDORA INTERNACIONAL DE ALIMENTACIÓN S.A.  
EL CORTE INGLÉS S.A.  
DISTRIBUCIONES FROIZ S.A.  
GENERAL MARKETS FOOD IBERICA S.A.  
GRUP ALIMENTARI DISTECO S.A.  
LA SIRENA ALIMENTACIÓN CONGELADA S.L.  
LIDL SUPERMERCADOS S.A.  
MERCADONA S.A.  
SUPSA SUPERMERCATS PUJOL S.L.

### INFORMACIÓN GENERAL

Nombre de la empresa	<input type="text"/>	Persona que responde al cuestionario	<input type="text"/>	Año de reporte de los datos 2018
Número de teléfono	<input type="text"/>	Cargo de la persona	<input type="text"/>	
Dirección	<input type="text"/>	Dirección de correo electrónico	<input type="text"/>	

Clasificación actividad según código **CNAE** (Completo 4 dígitos)

Clasificación <b>CNAE</b>	<input type="text"/>	Para conocer su código: <a href="https://www.cnae.com.es/lista-actividades.php">https://www.cnae.com.es/lista-actividades.php</a>
---------------------------	----------------------	---

¿Cuenta su empresa con una **política o estrategia** interna definida para luchar contra el desperdicio alimentario?

¿Podría explicar en qué consisten dicha política o como se traduce en acciones concretas?

¿Cuáles son las principales causas que generan el en su organización? (Ej. Maquinaria poco eficiente, almacenamiento defectuoso de materia prima, falta de formación de los empleados, etc)


### CADENA DE VALOR. ORÍGENES

¿Cuáles son las **principales materias primas adquiridas** por su empresa?

Materia prima	Cantidad	Unidad de medida

Colaboración con proveedores y recepción de la materia prima. Intereses.

¿Promueve su empresa algún tipo de **buenas prácticas en origen** que puedan reducir el desperdicio alimentario?

¿Podría explicar en que consisten dichas prácticas?

¿Promueve su empresa la **comunicación y actuaciones concretas con sus proveedores** para reducir en origen el desperdicio alimentario?

¿Podría explicar en que consisten dichas comunicaciones y/o actuaciones?

## ANÁLISIS Y MEDICIÓN DE LA CANTIDAD DE PRODUCTOS Y RESIDUOS

¿Cuál es la **producción de producto acabado** total durante el año de reporte?

Cantidad	Unidad de medida

¿Cuál es la **valoración económica** de las pérdidas debidas a la generación de residuos alimentarios?

Cantidad	Unidad de medida
	€

¿Cuál es la **cantidad de subproductos generados** en todo el proceso industrial, desde la recepción de la materia hasta la expedición del producto final, durante el año de reporte?

Por tipo de residuo	Cantidad	Unidad de medida	Método de cálculo	¿Es apto para consumo humano?	Descripción del subproducto	Motivos de generación	Destino	Motivo de elección de ese destino	Comentarios

¿Cuál es la **cantidad residuos alimentarios generados** en todo el proceso industrial, desde la recepción de la materia prima hasta la expedición del producto final, durante el año de reporte?

Código LER	Cantidad	Unidad de medida	Método de cálculo	¿Es apto para el consumo humano?	Descripción de residuo/s	Motivos de generación	Posible solución a la generación del residuo	Destino	Motivo de elección de ese destino	Código fin de vida del residuo (caso gestor externo)	Comentarios

## BUENAS PRÁCTICAS DE GESTIÓN DEL DESPERDICIO ALIMENTARIO

¿Tiene su empresa **acuerdos** con otras organizaciones **para venderles los subproductos alimentarios o residuos** generados o se reaprovecha el subproducto en la misma empresa?

En caso afirmativo describa la estrategia y el uso final de dichos subproductos

En caso afirmativo describa que **subproducto/residuo** vende o reaprovecha y en que cantidad

Subproducto/ residuo	Cantidad	Unidad de medida	Comentarios

¿Existen **opciones** en el mercado para **revalorizar** productos que en su empresa son considerados residuos?

En caso afirmativo, ¿qué dificulta llevarlo a cabo? (Logística, mayor coste, etc)

¿Colabora con ONGs para donar y así distribuir los **productos** que previsiblemente se convertirán en residuos debido a que no **van a poder ser puestos en el mercado**? Describa la situación

Comentarios

### INFORMACIÓN GENERAL

Nombre de la empresa	<input type="text"/>	Persona que responde al cuestionario	<input type="text"/>	Año de reporte de los datos 2018
Número de teléfono	<input type="text"/>	Cargo de la persona	<input type="text"/>	
Dirección	<input type="text"/>	Dirección de correo electrónico	<input type="text"/>	

Clasificación actividad según código CNAE (Completo 4 dígitos)

Clasificación CNAE	<input type="text"/>	Para conocer su código: <a href="https://www.cnae.com.es/lista-actividades.php">https://www.cnae.com.es/lista-actividades.php</a>
--------------------	----------------------	---

¿Cuenta su empresa con una **política o estrategia** interna definida para luchar contra el **desperdicio alimentario**?

¿Podría explicar en qué consiste dicha política o como se traduce en acciones concretas?

¿Cuáles son las **principales causas** que generan el **desperdicio alimentario** en su organización? (Ej. Maquinaria poco eficiente, almacenamiento defectuoso de materia prima, falta de formación de los empleados, etc)


### CADENA DE VALOR. ORÍGENES

Colaboración con proveedores y recepción de la materia prima. Intereses.

¿Promueve su empresa algún tipo de **buenas prácticas en origen** que puedan reducir el desperdicio alimentario?

¿Podría explicar en qué consiste dichas actividades?

¿Promueve su empresa la **comunicación y actuaciones concretas con sus proveedores** para reducir en origen el desperdicio alimentario?

¿Podría explicar en que consisten dichas comunicaciones y/o actuaciones?


### ANÁLISIS Y MEDICIÓN DE LA CANTIDAD DE RESIDUOS

	Cantidad	Unidad de medida
¿Cuál es la <b>cantidad de productos alimentarios comprados</b> durante el año de reporte?	<input type="text"/>	<input type="text"/>
¿Cuál es la <b>cantidad de productos alimentarios vendidos</b> durante el año de reporte?	<input type="text"/>	<input type="text"/>
¿Cuál es la <b>valoración económica</b> de las pérdidas debidas a la generación de <b>residuos alimentarios</b> ?	<input type="text"/>	€ <input type="text"/>





