



## Introducción

### Un problema global

Según la FAO todos los años un tercio de los alimentos producidos para consumo humano se pierden o desperdician. En su informe "Pérdidas y desperdicio de alimentos en el mundo" este organismo cifra en 1.300 millones de toneladas los alimentos que no llegan al consumidor final.

Se trata de un problema global que se registra tanto en los países industrializados (670 millones de toneladas) como en los que se encuentran en vías de desarrollo (630 millones de toneladas).

La FAO distingue entre pérdidas de alimentos y desperdicio de los mismos. Las pérdidas -que pueden darse en la fase de producción, recolección o procesado- son más elevadas en los países en desarrollo, debido a la precariedad de las infraestructuras, el bajo nivel tecnológico y la falta de inversiones en los sistemas de producción alimentaria.

El desperdicio de alimentos es un problema mayor en los países industrializados, en la mayoría de los casos provocado tanto por los minoristas como por los consumidores, que arrojan alimentos perfectamente comestibles a la basura. El desperdicio per cápita entre los consumidores es de 95-115 kilos anuales en Europa y Norteamérica, mientras que en África subsahariana, en Asia meridional y el Sudeste asiático se tiran solamente entre 6-11 kilos por persona.

De hecho, cada año, los consumidores en los países ricos desperdician la misma cantidad de alimentos (222 millones de toneladas) que la totalidad de la producción alimentaria neta de África subsahariana (230 millones de toneladas).

Las frutas y hortalizas, además de las raíces y tubérculos, son los alimentos con la tasa más alta de desaprovechamiento.

## **El desperdicio alimentario en Europa**

La Comisión Europea calcula que anualmente se tiran 89 millones de toneladas de alimentos en el conjunto de la UE. El gasto anual per cápita de estos alimentos tirados a la basura supera los 250 euros. Las proyecciones que se realizan en estos momentos, atendiendo al crecimiento poblacional y productivo, estiman que el volumen de alimentos desperdiciados en 2020 puede alcanzar los 126 millones de toneladas anuales.

## **La situación en España**

En los hogares españoles se tiran anualmente 2,9 millones de toneladas alimentos. Una realidad que contrasta con los 9 millones de personas que, según Cáritas España, viven en situación de pobreza.

A nivel europeo, nuestro país ocupa el primer lugar en actividad de bancos de alimentos. España cuenta con 54 bancos de alimentos que mueven 104 millones de kilos al año.

La crisis económica hace que los servicios sociales atraviesen momentos difíciles, con menos personal y problemas de financiación. Los comedores sociales dejan de ser exclusivamente para personas en riesgo de exclusión social para acoger parados de larga duración e incluso familias enteras.

## La iniciativa

### El compromiso de AECOC

A principios de 2012, el Consejo Directivo de AECOC aprobó el desarrollo de un proyecto destinado a frenar el desperdicio alimentario, poniendo en valor el trabajo que están desarrollando las empresas asociadas y contribuyendo a paliar un problema social objetivo.

La evolución social y económica de los últimos meses ha demostrado que el proyecto era necesario y que la línea de trabajo era la correcta. Así es como toma forma la campaña "La alimentación no tiene desperdicio. Aprovéchala".

En coherencia con sus principios fundacionales y operativos, AECOC lidera este proyecto en la búsqueda de la eficiencia a través de la colaboración a lo largo de toda la cadena del proceso alimentario (sector primario, industria, distribución, operadores intermedios, administraciones públicas...).

El desperdicio alimentario no es un problema que se pueda subsanar en un solo momento del proceso sino que requiere una visión de conjunto y la garantía de una colaboración eficiente desde el inicio (upstream) hasta el final (hogar).

### Los objetivos

Los dos objetivos fundamentales del proyecto son:

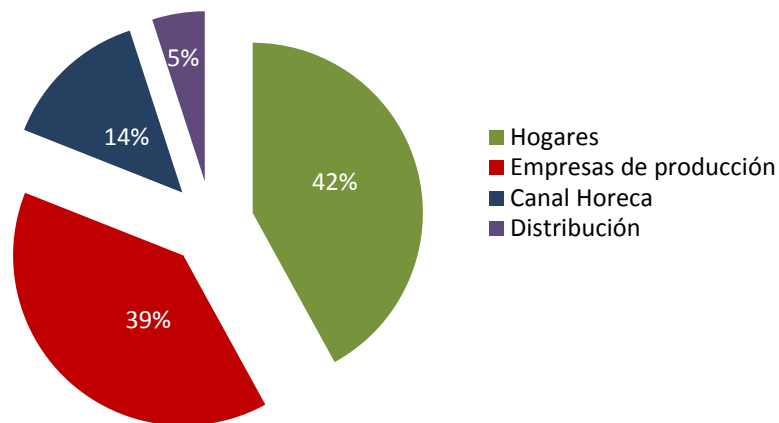
- **Reducir los desperdicios** a lo largo de toda la cadena alimentaria con un sistema de trabajo que permita medir los logros alcanzados.
- **Optimizar al máximo el aprovechamiento del "excedente"** que, de manera inevitable, se va a seguir produciendo en los distintos eslabones de la cadena de valor.

## El problema

### Dónde se genera el desperdicio

Al año se pierde hasta el 50% de los alimentos aptos para ser consumidos a lo largo de la cadena agroalimentaria.

Un 42% de los desechos alimentarios procede de los hogares, el 39% corresponde a las empresas de producción, un 5% a la distribución y el 14% restante al canal HORECA.



Los impactos del desperdicio alimentario se pueden enunciar de la siguiente manera:

**Impacto económico:** Repercusión en la cuenta de explotación de las empresas, en la economía doméstica y en las administraciones públicas por el tratamiento de residuos.

**Impacto social-humanitario:** En un escenario de crisis como el actual resulta inaceptable el desperdicio de un bien de primera necesidad como es la alimentación.

**Impacto medioambiental:** Para producir los 89 millones de toneladas de alimentos que se tiran en Europa al año, se producen entre 2 y 4 kilos de CO<sub>2</sub> por kilo de alimento. Si no se pone freno al derroche, en 2020 la emisión por parte de la Europa de los 27 podría acercarse a los 240 millones de toneladas equivalentes de CO<sub>2</sub>.

## La solución

### Trabajo en equipo

La campaña “La alimentación no tiene desperdicio” parte de un gran consenso. Un acuerdo de colaboración que tiene a las empresas como protagonistas -más de 100 compañías entre grandes empresas y pymes de los sectores de gran consumo y HORECA- apoyadas por las asociaciones que las representan (AECOC, ASEDAS, ACES, ANGED, FEHR, Foro Alimentario, CCAE...), las administraciones públicas con competencias en el área (Ministerio de Agricultura y Ministerio de Sanidad (asuntos sociales y seguridad alimentaria) y la FESBAL (Banco de Alimentos).

### Áreas de actuación

Las áreas de actuación que se delimitan son:

- Impulso de buenas prácticas destinadas a la prevención y reducción de los desperdicios alimentarios en todos y cada uno de los eslabones de la cadena de valor (intercambio de información, recomendaciones logísticas y de transporte, de la relación entre fabricante y distribuidor...).
- Trabajo para conseguir, aun mejorando los procesos, incrementar la redistribución de alimentos (donaciones, co-productos...), así como la mejora de las condiciones en las que ésta se lleva a cabo (garantizando en todo momento la seguridad alimentaria).

### Acuerdo Banco de Alimentos

AECOC firma un acuerdo de colaboración con la Federación Española del Banco de los Alimentos destinado a optimizar e incrementar la redistribución de cualquier alimento apto para el consumo. En este caso el ámbito de colaboración atiende a tres principios básicos:

- Profesionalizar el proceso de captación y gestión del producto alimentario en los Bancos de Alimentos.

## Plan de colaboración para la reducción del desperdicio alimentario

- Establecer sistemas de medición que contribuyan a delimitar en cifras el impacto de la campaña.
- Incrementar el volumen de alimentos entregados a los Bancos de Alimentos.

### **Concienciación Social**

En el marco de colaboración con las Administraciones Públicas, la finalidad que establece la campaña es la de sensibilizar al conjunto de la sociedad sobre la necesidad de combatir el desperdicio alimentario.

En la medida en la que los hogares son los agentes que generan más desperdicios, la campaña incide en la necesidad de que desde la administración se redoblen esfuerzos encaminados a informar y formar a la ciudadanía sobre la manera de encarar este problema.

## Documento

### Decálogo de Firma

Las empresas que suscriben este proyecto se comprometen a:

1. Reforzar la colaboración y la mejora del intercambio de información entre productores, fabricantes, distribución y administraciones públicas para evitar que, una mala planificación, genere un stock de productos que no vayan a ser consumidos y deban ser destruidos/eliminados.
2. Optimizar, dentro de las propias compañías, mecanismos y prácticas de eficiencia que favorezcan un transporte, manipulación y comercialización adecuada de los productos, que permita aprovechar la totalidad de su vida útil garantizando, en todo momento, su calidad y seguridad alimentaria.
3. Apostar por un clima de colaboración entre los diferentes agentes de la cadena de valor que facilite esa gestión eficiente y global necesaria para evitar desperdicios innecesarios en los diferentes eslabones de la cadena y, en caso de que se produzcan y siempre que estén en correcto estado, puedan canalizarse hacia otros usos evitando su destrucción.
4. Investigar e innovar en técnicas, tamaños y modelos de envasado y packaging más acordes con los nuevos modelos de hogar y hábitos de consumo de la sociedad actual.
5. Trabajar en la mejora de la comunicación al consumidor sobre las condiciones y recomendaciones de conservación y consumo de los productos alimenticios.



Plan de colaboración  
para la reducción del desperdicio alimentario

6. Establecer y/o reforzar mecanismos de medición del producto consumible destruido registrado a lo largo de toda la cadena de valor, así como llevar a cabo informes periódicos de los avances conseguidos para frenar esta problemática, colaborando con el MAGRAMA en aquellos casos en que puedan producirse sinergias.
7. 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..)
8. Establecer los mecanismos oportunos para que la mayor parte de ese excedente pueda redistribuirse, así como para que la redistribución de alimentos se lleve a cabo cumpliendo estrictamente, y a lo largo de todo el proceso, las normativas de higiene y seguridad alimentaria.
9. Compartir información con las comisiones de seguimiento del proyecto (formadas por expertos de toda la cadena de valor y las Administraciones Públicas) para testar los avances experimentados en el proyecto.
10. Trabajar y colaborar de manera honesta, transparente y eficaz, en definitiva, para fomentar una producción, comercialización y consumo responsable que ayude a posicionar al sector de la alimentación como un colectivo “sensible” a las necesidades e inquietudes de la realidad social y económica del país.