



Universidad de Oviedo

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES

Seminario sobre sostenibilidad en la cadena de valor: Proyecto AECOC “El Gran Consumo contra el desperdicio alimentario”

Interés del Seminario



El actual contexto socio económico convierte en imperativa la necesidad de que cada etapa de la cadena de valor empresarial esté marcada por la sostenibilidad social de sus procesos y consecuencias ambientales, de la que se deriven beneficios para todos los agentes involucrados en la misma; desde las tareas de aprovisionamiento a las de comercialización y distribución de una oferta de bienes y servicios previamente diseñada teniendo en cuenta la sostenibilidad social. En este marco, desde las más altas instancias institucionales de nuestro país se ha establecido recientemente el objetivo de reducir el desperdicio alimenticio a lo largo de toda la cadena de suministro como uno de los desafíos clave a la hora de mejorar la eficiencia de la cadena alimentaria. Así lo ha entendido también la Asociación de Empresas del Gran Consumo (AECOC), una de las



Universidad de Oviedo

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES

principales asociaciones empresariales del país, con más de 26.000 asociados, quien con su iniciativa "La Alimentación no tiene desperdicio, aprovéchala" trata de contribuir a reducir el desperdicio que se produce en los diferentes eslabones de la cadena de valor.

La Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial, dando continuidad a sucesivas Jornadas Técnicas y Seminarios sobre responsabilidad social corporativa (RSC), se suma a este desafío difundiendo el "Proyecto Contra el Desperdicio Alimentario" en el que se han involucrado a través de AECOC más de 250 empresas, administraciones y asociaciones.

"AECOC: La colaboración al servicio de la competitividad empresarial"

D^a. Guillermina Bastida

Responsable del proyecto Universidad-Empresa de AECOC



Guillermina Bastida es Licenciada en Periodismo por la Universidad de Santiago, especializada en comunicación corporativa (Máster en Dirección de Comunicación empresarial e institucional por la Universidad Autónoma de Barcelona) y RSC (estudios de sostenibilidad por la Universidad de Columbia - New York). En la actualidad, es Responsable de Comunicación Externa de la Asociación de Empresas de Gran Consumo (AECOC), liderando el Proyecto Universidad-Empresa. Con anterioridad, fue responsable de comunicación de la Asociación de Empresas Gallegas de Cataluña (AEGACA) y asesora de comunicación en el gabinete de la Consellería de Educación e Ordenación Universitaria de la Xunta de Galicia (2002-2005).



Guillermina Bastida comenzó su intervención proyectando un video para enmarcar a la Asociación de Empresas de Gran Consumo AECOC como la representante en España de GS1, organización líder a nivel mundial en el diseño e implementación de estándares y soluciones globales para mejorar la eficiencia y visibilidad de las cadenas de demanda y suministro, en su conjunto y a través de diferentes sectores. Entre la razón de ser de esta entidad internacional se encuentra el impulso a la implantación del código de barras, lo que supuso una auténtica revolución de las relaciones entre empresas en el mundo de la distribución, favoreciendo la eficiencia en la cadena de suministro y fomentando la colaboración y el acuerdo en base a estándares tecnológicos y de buenas prácticas que permitan mejorar la competitividad de las empresas.

Tras esta breve introducción, la ponente presentó a AECOC como una de las mayores asociaciones empresariales del país, con más de 26.000 empresas asociadas, y la única en la que las principales compañías del gran consumo (alimentación, droguería y perfumería, ferretería y sector electrónico) trabajan en colaboración para aportar mayor valor al consumidor. Esta breve presentación fue desarrollada a continuación en función de 4 ejes argumentales: (1) *¿Quién es AECOC?*, (2) *¿qué hace?*, (3) *¿cómo lo hace?* y (4) *¿para qué sirve?*

¿Quién es AECOC? La Asociación de Empresas de Gran Consumo es una entidad independiente sin ánimo de lucro, dirigida por los principales fabricantes y distribuidores de nuestro país, pero en la que el 85% de las empresas asociadas son PYMES. En su conjunto, las empresas asociadas representan el 20% del PIB nacional, pudiendo tener la condición de primer empleador privado de España. En este contexto, la ponente proyectó la imagen corporativa de las principales corporaciones integradas en AECOC.

¿Qué hace AECOC? La misión de AECOC es, formalmente, *“la mejora de la competitividad de toda la cadena de valor compartiendo soluciones, estándares y conocimiento que la hagan más eficiente y sostenible aportando mayor valor al consumidor”*. Como ámbitos de actuación básicos en la implementación de esta misión organizativa se señalaron los



siguientes: (1) codificación/identificación automática, (2) comercio electrónico, (3) marketing y comercialización, (4) logística y transporte y (5) seguridad alimentaria.

¿Cómo lo hace AECOC? Consecuentemente con los ámbitos de actuación anteriormente señalados, AECOC desarrolla iniciativas de muy diverso índole en el campo de la gestión y divulgación de conocimiento, los estándares tecnológicos y la promoción de buenas prácticas. Todo ello bajo la supervisión de 600 profesionales de las empresas asociadas que trabajan en los 13 Comités de AECOC, sectoriales y temáticos, que desde una visión global de la cadena de valor, y desde un modelo colaborativo entre fabricantes, distribuidores y operadores intermedios, buscan la eliminación de ineficiencias que se traduzcan en costes.

¿Para qué sirve AECOC? Finalmente, en este cuarto eje argumental, la ponente procedió a poner ejemplos de iniciativas en concreto en cada uno de los ámbitos de actuación señalados. Por ejemplo, habló sobre las recomendaciones AECOC para la logística, el modelo de transporte eficiente y sostenible, las claves del “buen hacer comercial” en surtido, promociones y lanzamientos, nuevamente de los códigos de barras, de la factura electrónica y del intercambio electrónico de documentos o de la Ley de Información Alimentaria al Consumidor y de la necesidad de garantizar la trazabilidad.

Una vez descritos los 4 ejes argumentales básicos que describen a AECOC, Guillermina dirigió su intervención a reflexionar sobre las dos grandes macro-tendencias que impactan en la industria actual. Por un lado, la transformación digital de la cadena de valor de gran consumo. En este contexto, AECOC contribuye a impulsar la innovación con proyectos como el AECOC LAB. Por otro lado, el impulso a la competitividad a través de la sostenibilidad. En este caso, el ejemplo puesto por AECOC fue su proyecto “Food Waste” contra el desperdicio alimentario, que sería objeto de la segunda ponencia del Seminario.

Por último, la ponente describió con detalle el Proyecto AECOC Universidad-Empresa, en el que se encuentran involucradas ya más de 40



Universidad de Oviedo

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES

universidades españolas. En concreto, este proyecto pretende generar e intercambiar conocimiento, estrechar relaciones y mostrar oportunidades laborales del Gran Consumo. En la práctica, pretende ofrecer a las Universidades conocimiento y un puente al mundo empresarial a través de un Aula Virtual de acceso exclusivo para los cerca de 2.000 miembros de la Comunidad Académica de AECOC. En este contexto, Guillermina finalizó su intervención presentando el Aula Virtual de la Comunidad Académica AECOC y los Premios Académicos a Trabajos Fin de Grado o de Postgrado, así como el Premio que anualmente concede la Asociación a profesionales de la comunicación.



Universidad de Oviedo

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES

"Presentación del Proyecto de AECOC "La alimentación no tiene desperdicio: aprovéchala"

D^a. Nuria de Pedraza

Directora de Comunicación y Relaciones Institucionales de AECOC



Nuria de Pedraza es Licenciada en Periodismo por la Universidad Autónoma de Barcelona, acreditando igualmente formación específica de Postgrado en comunicación empresarial por la Universidad Pompeu Fabra de Barcelona. Su carrera profesional ha estado muy vinculada con la Asociación de Empresas de Gran Consumo (AECOC) en la medida en que desde 1999 ha desempeñado diferentes puestos de responsabilidad en esta Asociación hasta ostentar en la actualidad el cargo de Directora de Comunicación y Relaciones Institucionales de la misma. Con anterioridad a incorporarse a AECOC ejerció tareas de asesora de comunicación de diversas empresas y organizaciones.

Nuria de Pedraza, por su parte, introdujo su ponencia reflexionando sobre si los recursos naturales son o no ilimitados. Ejemplificando con casos reales, conduce esta reflexión hacia la evidencia obvia de que ni son finitos ni parece que estemos haciendo un uso responsable de ellos.

Esta reflexión inicial permitió a la ponente centrar su intervención en el hecho de que el desperdicio alimentario es un problema con múltiples impactos. En primer lugar, con impacto económico como consecuencia de su repercusión en la cuenta de explotación de las empresas, en la economía doméstica y en las Administraciones públicas por el tratamiento de los residuos. En segundo lugar, con impacto socio-humanitario por cuanto en un escenario de crisis como el actual resulta especialmente inadecuado el



derroche de un bien de primera necesidad como es la alimentación. En tercer lugar, con impacto medioambiental en la medida en que los alimentos que se tiran en Europa al año producen 170 millones de toneladas equivalentes de CO₂. Y en cuarto y último lugar, con impacto en la reputación e imagen del sector, ya que la suma de los impactos anteriores daña la imagen de un sector que se muestra, ante la sociedad, poco solidario e “irresponsable” en un momento tan complejo como el actual.

Tras delimitar el impacto del desperdicio alimentario, la ponente procedió a contextualizarlo geográficamente. Así, no existen dudas de que este es un problema de carácter internacional. Por ejemplo, en Europa, según la Comisión Europea, se tiran 89 millones de toneladas de alimentos al año, desperdiciándose alrededor de 1/3 de la producción. En definitiva, el gasto anual per cápita de los alimentos tirados a la basura en este contexto supera los 240 euros. Por su parte se estima que en los hogares españoles se tiran a anualmente 2,9 millones de toneladas de alimentos, en un momento en el que, según Cáritas, el 40,6% de los habitantes se va hundiendo en la precariedad, el 24,2% sufre ya exclusión social y un 10,9% está en una situación de marginalidad severa. De hecho, España ocupa en Europa el segundo lugar en Bancos de Alimentos y el primero en actividad.

En definitiva, el desperdicio alimentario es un problema de todos que, además de acarrear pérdidas en toda la cadena de valor, ocasiona que cada año 1/3 de los alimentos producidos en el mundo para el consumo humano se pierdan o desperdicien. La gravedad del problema lo ha convertido en tema central de la agenda de la Unión Europea y de sus países miembros, en los que paulatinamente se van articulando planes de colaboración para reducir los desperdicios alimentarios e integrarlos en una estrategia global de Respuesta Eficiente al Consumidor (ECR). Como punto final de la primera parte de su intervención, la ponente resaltó la importancia de impulsar un modelo más eficiente, sostenible y transparente que se adapte a una nueva sociedad “hiperconectada” (redes sociales, blogs,...) y a un entorno económico y cultural cada vez más exigente que reclama negocios responsables a todos los niveles.



En una segunda parte de la ponencia, Nuria presentó el Proyecto AECOC "La Alimentación no tiene desperdicio, aprovéchala". En este proyecto, pionero en Europa e integrado en la iniciativa del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente de España, "Más alimento, menos desperdicio", AECOC coordina a más de 280 empresas de todas las partes de la cadena de valor (sector primario, industria, distribución, Administración y la Federación Española de Bancos de Alimentos -FESBAL-) con un doble objetivo: (1) reducir los desperdicios a lo largo de toda la cadena alimentaria, midiendo los logros conseguidos, y (2) optimizar al máximo el aprovechamiento del "excedente" que, aun así, va producirse en sus distintos eslabones.

El decálogo que articula este proyecto recoge 2 grandes áreas de actuación. Por una parte, el 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,...). Por otra parte, el trabajo para conseguir incrementar la redistribución de alimentos (donaciones, co-productos,...), así como la mejora de las condiciones en las que esta se lleva a cabo. Para desarrollar ambas iniciativas de actuación, en una segunda etapa del proyecto se constituyeron sendos comités de trabajo integrados por expertos y profesionales en prevención y redistribución, respectivamente.

Ambos comités, tras definir el desperdicio alimentario en términos de "*productos alimenticios retirados del mercado que en muchos casos son aptos para el consumo humano y aun así terminan eliminados sin que se les dé un uso alternativo*", establecieron 3 fases de trabajo en su respectivo ámbito de interés. En primer lugar, medir o cuantificar la problemática que les atañe. En segundo lugar, identificar puntos o áreas críticas de mejora. Y en tercer y último lugar, poner en marcha el desarrollo de recomendaciones relevantes. Para concluir su intervención, Nuria presentó distintas iniciativas prácticas vinculadas especialmente a esta última fase de trabajo. Así, habló del Punto de Encuentro Anual AECOC contra el desperdicio alimentario, la



Universidad de Oviedo

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES

Guía de Seguridad Alimentaria AECOC para bancos de alimentos, la Campaña AECOC de Canastas Solidarias o la Comunidad Virtual AECOC contra el desperdicio alimentario.