



Consumidores en Acción

Cuestionario sobre políticas corporativas de los supermercados contra el despilfarro de alimentos

Dia S.A.

Número de establecimientos en España: 4.237 supermercados.

01. ¿Cómo atiende su empresa a la problemática del despilfarro de alimentos?

Desde el año 2009, DIA lleva a cabo la redistribución de todos aquellos productos que si no son entregados correctamente acabarían convirtiéndose en desperdicio alimentario. Para ello hemos puesto en marcha revisiones por el departamento de control de calidad que posibilitan trabajar en la prevención y redistribución de los excedentes. Además, DIA participa en numerosos foros como el proyecto de AECOC "La Alimentación No Tiene Desperdicio, Aprovéchala", formando parte del Comité de Redistribución. Por último destacaría que en nuestra acción social está vinculada a hacer llegar el máximo número de alimentos al mayor número de personas que lo necesiten siempre, y esto queremos subrayarlo, bajo los mismos criterios de calidad que se aplican a la venta.

02. ¿Cuenta su empresa con una política interna definida en lo referente a la optimización de los excedentes de productos alimentarios?

Sí.

03. ¿Cómo son gestionados los alimentos perecederos que no son vendidos al final del día, tales como el pan, la carne, el pescado, la fruta y la verdura frescos?

La gestión depende del tipo de producto y de la legislación vigente que sea aplicable a ese producto. DIA revisa continuamente la rotación de los mismos ajustando los stocks para evitar sobrantes.

04. ¿Existe un sistema de rebaja progresiva de precios como fórmula comercial? - Con los productos perecederos. - Con los productos a punto de caducar. - Con los productos cercanos a la fecha de consumo preferente.

Sí, en algunos productos.

05. ¿Considera que las promociones de tres por uno incitan al cliente a comprar más de lo que debe. Se siente responsable de ello. Comprar lo justo?

Nuestras promociones son variadas y cada una de ellas se ajusta a las distintas demandas del consumidor. En cualquier caso, es el consumidor el que como persona adulta y responsable

elige entre todas las posibilidades de consumo que le ofrecemos en función de sus necesidades.

06. ¿Cómo son gestionados los alimentos que han superado su fecha de caducidad?

Según el tipo de producto como marca la ley se entregan a gestores de residuos autorizados

07. ¿Cómo son gestionados los alimentos que han superado su fecha de consumo preferente?

Son retirados en función de criterios de calidad y con los mismos criterios se revisan si pueden entregarse o no.

08. ¿Mantiene su empresa un convenio o acuerdo de recogida sistemática de alimentos con alguna organización no gubernamental, comedor social, albergue, restaurante municipal, parroquia, orden religiosa, asociación de vecinos, fundación, hermandad, colectivo de barrio o banco de alimentos? En caso afirmativo, ¿con cuál o cuáles de ellos?

Sí, con Fesbal (Federación Española de Bancos de Alimentos a través del cual hacemos llegar a 16 bancos de alimentos los productos.

09. ¿Con qué frecuencia recogen los productos en los puntos de venta o plataformas de distribución?

Coincidiendo con el momento en el que se crea el excedente y siempre desde las plataformas.

10. ¿Desde cuándo mantiene esta clase de convenios de donación?

Desde el año 2009.

11. ¿Facilitan la logística necesaria a las instituciones solidarias para la redistribución de los excedentes a través de ellas entre los sectores más desfavorecidos de la población?

Las entregas regulares a los bancos de alimentos, dentro de esa regularidad, lo hacen los propios bancos. En el caso de que ellos no puedan hacerlo, DIA pone a disposición una red de transporte que está compuesta por numerosas pymes.

12. ¿Cuenta con algún sistema específico que permita no romper la cadena de frío de los productos que precisan refrigeración y que están destinados a ser donados?

Sí, el tratamiento de los productos para ser donados es el mismo que el de los que van a ser vendidos.

13. ¿Qué sistema utiliza su empresa para deshacerse de los productos desecharados? - Son transportados directamente a un centro de tratamiento de residuos urbanos- planta trituradora (electricidad y compost). - Son arrojados a los contenedores ordinarios de la calle junto a los puntos de venta.

Depende del producto que sea, los almacenes de DIA cuentan con sus propias compactadoras, en el caso de no tenerlas por el tipo de producto es gestionado por empresas especializadas autorizadas para gestionar el tipo de residuo.

En caso afirmativo, ¿existe algún control en ello o seguridad para evitar disputas o situaciones de desorden público por la recuperación de esos productos?

Las situaciones de desorden público no competen a la compañía pero no obstante, con la sensibilidad que requiere el problema, siempre que ha existido algún incidente y la compañía lo ha sabido se ha ayudado en lo posible.

Hay que recordar que los contenedores ordinarios no sólo están los deshechos de los puntos de ventas, también están los de las comunidades vecinales y en ese caso no podemos hacer nada. Por ejemplo, se puede tomar la decisión de retornar todo al almacén y sin embargo, lamentablemente, puede seguir existiendo porque con ello no se ha eliminado el contenido del contenedor.

14. ¿Verifican el cumplimiento de medidas a favor de un consumo responsable a lo largo de la cadena de producción?

Verificamos todo lo que está al alcance de nuestra mano para garantizar la seguridad alimentaria, la libertad de elección del consumidor y el acceso a la alimentación al mayor número de personas.

15. ¿Solicitan el cumplimiento de medidas específicas a lo largo de la cadena de elaboración, envasado, distribución y suministro de los productos comercializados en sus tiendas?

En los fabricantes de nuestras marcas de distribución sí, mediante auditorías de homologación de fábricas y controles de calidad en recepción de nuestras plataformas.

16. ¿Existe alguna previsión en sus presupuestos y planes de comercialización anuales para tal propósito?

Sí.

17. ¿Contemplan la donación solidaria de excedentes y productos con taras en envase o defectos estéticos: las “mermas”?

Sí.

18. ¿Mantiene un ejercicio de transparencia empresarial ante los consumidores en relación a su forma de gestionar estas cuestiones, formando parte de su política social corporativa y de la imagen pública de su marca o tiene prevista su incorporación a corto plazo?

Sí. Toda la información corporativa de nuestra empresa está publicada en nuestra web y en los informes anuales. Este año, el consejo de administración de DIA, el máximo órgano de dirección, aprobó las políticas en las que se debe basar el desarrollo sostenible y la responsabilidad social corporativa de la compañía que le adjunto.

La política de Responsabilidad Social Corporativa de DIA se basa en una gestión global de los impactos derivados de su actividad apoyándose en los siguientes principios:

- Promover las mejores prácticas de gobierno corporativo, dando prioridad a la transparencia y la gestión ética en los negocios y la adecuada gestión de riesgos.
- Crear y mantener una comunicación fluida y bidireccional con los grupos de interés (consumidores, empleados, franquiciados, proveedores, sociedad civil y accionistas) para conocer mejor sus expectativas y adaptar el funcionamiento del negocio de manera eficiente a la satisfacción de las mismas.

- Trabajar en la mejora continua de todos los procesos para favorecer el acceso a una alimentación de calidad a los mejores precios para el consumidor, vinculando además la acción social de la empresa con el acceso a la alimentación de los grupos más desfavorecidos o vulnerables, con especial atención a la infancia.
- Impulsar y asegurar el cumplimiento del Pacto Mundial de Naciones Unidas.
- Promover el respeto a la diversidad desarrollando las condiciones adecuadas para el funcionamiento de equipos con diferentes capacidades.
- Promover el cuidado de la seguridad y la salud de todas las personas que integran la compañía.
- Apoyar la formación y el desarrollo de las personas que forman parte de la empresa.
- Contribuir a una mejor gestión de los recursos naturales y el medio ambiente, con eficiencia, innovación y eficacia minimizando los impactos negativos derivados de nuestra actividad.

19. ¿Su empresa desarrolla algún plan o campaña periódica de información y concienciación de sus trabajadores y clientes para el fomento de una venta y consumo responsables?

No.

20. ¿En el caso de mantener un sistema de franquicias, es impuesta o recomendada alguna pauta común sobre la forma de actuar con los alimentos desechables o cada establecimiento actúa según su propio criterio?

Los criterios comerciales son los mismos pero este tipo de política no puede ser impuesta.

21. ¿Han cambiado los hábitos de venta y compra de los comercios/clientes en los últimos tiempos de crisis en relación al fomento y concienciación para un consumo responsable?

El consumo ha pasado a formatos más pequeños, de precio/kg mayor pero importe total menor, ha aumentado la frecuencia de compra, pero el consumidor lo que sigue buscando es precio. Buena relación calidad precio.

DIA orienta su estrategia de acción social al acceso a la alimentación de los colectivos más desfavorecidos o vulnerables, poniendo especial atención a las necesidades de la infancia. En este contexto, continuó impulsando su política de aprovechamiento de excedentes con la entrega de alimentos a los más necesitados y colaborando con diferentes ONG y entidades de acción social sin ánimo de lucro de ayuda social. En 2013 puso a su disposición su portal de venta flash oportunidades.dia.es para vender productos solidarios.

DIA está comprometida en la lucha contra el desperdicio alimentario. El procedimiento empleado por la compañía, en el que se implica de forma directa a los Banco de Alimentos, fue elegida como BestPractice para representar al sector retail en el congreso de ECR Europa celebrado el pasado mes de mayo en Bruselas.

El grupo actúa en dos direcciones para minimizar el desperdicio. Por una parte, la compañía desarrolla buenas prácticas destinadas a la prevención y reducción de los desperdicios en todos y cada uno de los eslabones de la cadena de valor. Por otro, redistribuye los alimentos a través de donaciones, garantizando en todo momento la seguridad alimentaria de los mismos.

DIA entregó 2.850 millones de kilos a Bancos de Alimentos en los países donde opera, un 185% más que en 2012

En esta redistribución de los alimentos implica a la Federación Banco de Alimentos de España, con quien mantiene una estrecha colaboración desde 2009 para la distribución periódica de alimentos destinados a personas desfavorecidas.

En 2013, DIA volvió a batir un récord de entregas de alimentos: cedió 2,85 millones de kilos (2.850 toneladas), un 185% más que el año anterior.

La ayuda desinteresada de empleados, franquiciados y proveedores fue decisiva en la recaudación y cesión de los alimentos, que este año tuvo como principal novedad la articulación de una Gran Recogida Internacional en Europa, en la que se recaudaron más de 691.000 kilos.

Fuera de Europa, las tiendas de Brasil y China se incorporaron por primera vez al proceso de entrega y lograron recaudar más de 400 kilos entre los dos países.

Por volumen de entregas, Francia ocupa la primera posición con 1,2 millones de kilos (+873%). Le siguen España, con 1,1 millones (+123%), Portugal, con 375.000 kilos (+39%) y Argentina, con 100.397 kilos (+25%).

Los socios logísticos de DIA (CAT España Logística Cargo, Gefco España, Norbert Dentressangle Gerposa, NPF Itaers, Salvesen Logística, STEF Iberia, y Ttes. Fenoy e Hijos) hicieron la distribución de forma gratuita.

De acuerdo con su estrategia de prevención del desperdicio alimentario, la compañía se adhirió en 2012 al programa “La Alimentación No Tiene Desperdicio, Aprovéchala”, un proyecto pionero en Europa promovido por la asociación n española de fabricantes y distribuidores AECOC para prevenir el desperdicio y optimizar el excedente alimentario.

Se trata de un plan global de colaboración entre empresas de los diferentes eslabones de la cadena de valor, con el apoyo de las asociaciones que las representan y la Administración, con dos objetivos: reducir los desperdicios a lo largo de la cadena con un sistema de trabajo que permita medir los logros alcanzados y optimizar al máximo el aprovechamiento de los excedentes que se sigan produciendo.

En el ejercicio 2013, las empresas integradas en el proyecto identificaron las áreas en el que se generan las mayores pérdidas de producto, como primer paso para impulsar las buenas prácticas en aquellas operaciones especialmente críticas. Además, los principales operadores logísticos y de transporte que integran el proyecto se comprometieron a ofrecer transporte gratuito a sus clientes en las donaciones a los bancos de alimentos.

El problema del desperdicio alimentario es una cuestión que preocupa a la sociedad, las administraciones públicas y también a las empresas, especialmente a las del gran consumo ya que anualmente se tiran 89 millones de toneladas de alimentos en el conjunto de la UE. Por este motivo, el 2014 ha sido declarado por la Unión Europea como el Año de Lucha contra el Desperdicio Alimentario.