



Consumidores en Acción

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

Grupo El Corte Inglés

Número de establecimientos en España: Supermercados El Corte Inglés (54), Hipercor (43), Opencor, Supercor y SuperCor Exprés (203).

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

De forma interna se analizan periódicamente los procesos, con el fin de actuar en aquellos puntos donde se puede generar algún tipo de desperdicio (por roturas de cadena de frío, gestión de stock, etc.) y se han desarrollado indicadores para cuantificar el desperdicio y hacer el seguimiento del mismo.

Además, el Grupo El Corte Inglés tiene acuerdos con diferentes entidades benéficas y Bancos de Alimentos para donar productos que, por razones comerciales, no son aptos para la venta, pero sí están en condiciones óptimas de consumo. También tiene un acuerdo global con la Federación Española de Bancos de Alimentos para llevar a cabo de forma permanente acciones a favor de esta organización.

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

Sí. La política está enfocada principalmente a la disminución de excedentes.

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?

En función del producto y de su estado, estos productos se canalizan para destinarse a alimentación humana, alimentación animal directa, elaboración de piensos para alimentación de animales de compañía, harinas de pescado para diversos usos y aplicaciones, y biometanización.

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. Ofrecemos productos cercanos al vencimiento de su vida útil con un descuento del 50%.

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

No realizamos promociones de 3x1. Quizá queráis decir promociones de 3x2 enfocadas en gran medida a productos de gran consumo no perecederos, y que son muy demandadas por los consumidores por el importante ahorro que significan.

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

En nuestra Organización es mínima la cantidad de alimentos que superan su fecha de caducidad en los Centros Comerciales. Las políticas de gestión de stock y la venta de productos cercanos al fin de su vida útil a menor precio contribuyen a ello.

Los que aun así se producen, son gestionados de acuerdo a la normativa sanitaria o medioambiental que le aplique.

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

En nuestra Organización es mínima la cantidad de alimentos que superan su fecha de consumo preferente en los Centros Comerciales. Por razones de seguridad alimentaria, se les da el mismo tratamiento a la fecha de consumo preferente y a la fecha de caducidad.

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?

Sí. Tenemos un acuerdo general de colaboración con FESBAL. A nivel regional y local tenemos suscritos acuerdos con los respectivos Bancos de Alimentos y con otras entidades benéficas más pequeñas.

En caso afirmativo, ¿con cuál o cuáles de ellos?

Fundamentalmente Bancos de Alimentos y otras entidades reconocidas por ellos. También tenemos acuerdos con Bomberos Ayudan y asociaciones reconocidas por ellos.

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

La frecuencia es variable en función del volumen generado y la Entidad Benéfica.

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

Muchos centros han mantenido de forma tradicional relación con instituciones y asociaciones locales. Los convenios con los Bancos de Alimentos se empezaron a formalizar en 2011 a nivel regional y culminaron con el acuerdo marco que se firmó en 2013 con la Federación Española de Bancos de Alimentos (FESBAL) para establecer diversas líneas de colaboración conjunta.

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?

Se apoya a los Bancos de Alimentos de muy diversas formas y, en los casos en que es posible, se les facilita apoyo logístico.

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?

Dentro de la Organización la mercancía refrigerada que se va a donar tiene el mismo tratamiento que cualquier alimento refrigerado destinado a la venta. Una vez que salen de nuestras instalaciones, la entidad receptora se compromete a mantener la cadena de frío.

13. ¿Qué sistema utiliza su empresa para deshacerse de los productos desechados? - 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.

Son gestionados de acuerdo a la normativa sanitaria o medioambiental que les aplica. En los casos en los que el Centro posee gestión privada de residuos, se gestionan siempre atendiendo a las prioridades de valorización.

Las normas internas excluyen la utilización de contenedores de la vía pública.

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

En los casos en que se utilizan los servicios de recogida municipal, los contenedores de residuos permanecen en el interior del Centro hasta el momento de su recogida.

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

Como partícipe y firmante del decálogo que sobre este tema se ha elaborado en el ámbito de AECOC, participamos conjuntamente con la industria alimentaria en los grupos de trabajo técnico constituidos a tal efecto.

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 el área de Compras se trabaja junto a los proveedores con determinadas referencias de perecederos, para que los productos que suministran se dispongan en envases optimizados que permitan al producto mayor protección o mejor conservación. Al mismo tiempo, desde el departamento de Calidad se vigila el cumplimiento de las mejores prácticas en materia de calidad y seguridad alimentaria.

También se ha aumentado el número de referencias de productos en formato más pequeño para aquellos consumidores que requieren tamaños inferiores.

Por otra parte, se exige y controla a los proveedores el mantenimiento de la cadena de frío de los alimentos suministrados, ya que la rotura de la misma, puede tener como consecuencia la generación de desperdicio alimentario. También se han modificado algunos procesos logísticos con el mismo objetivo.

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

El enfoque es de mejora continua en los procesos, compartidos también con nuestros proveedores.

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

Sí. Se realiza este tipo de donación. Forma parte de nuestra política de reducción del desperdicio alimentario y de nuestra vinculación con la sociedad, lo que supone el apoyo a los más necesitados a través de organizaciones e instituciones dedicadas a ello.

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?

Ofrecemos información de aquellas acciones relevantes que realizamos tanto a través de nuestra página web corporativa y la sala de prensa como de las comunicaciones que trasladamos a los medios informativos. Asimismo, en nuestro Informe Anual de Actividad (también disponible en la web) se da cuenta de todo ello.

Por otro lado, existe un grupo de trabajo con partes interesadas, con reuniones trimestrales, en las que se abordan en detalle las cuestiones relacionadas con la cadena de valor.

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?

Sí. Internamente se han desarrollado acciones de comunicación entre empleados de las áreas de alimentación enfocadas a mejores prácticas para reducir dentro de nuestros procesos la generación de mermas de alimentos.

También se han llevado a cabo acciones de concienciación de clientes para ayudar a disminuir el desperdicio alimentario en los hogares.

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?

Por el momento, el sistema de franquicias no está desarrollado en nuestra Organización.

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?

Entre las medidas de gestión interna destaca la optimización del stock para prevenir así su deterioro y la implantación de una nueva herramienta informática que permite a los establecimientos ajustar aún más su pedido en función de la demanda que tengan. También se han eliminado intermediarios y se ha reforzado la entrega directa y el abastecimiento a los supermercados desde fábricas, lo que garantiza una mayor calidad y frescura del producto.

Asimismo, se han establecido diferentes sistemas de venta en los supermercados de El Corte Inglés, de manera que el cliente final puede adquirir los productos en función de sus necesidades. La venta a granel, por ejemplo, permite al comprador seleccionar únicamente la cantidad que desea consumir. También se han lanzado unidades de surtido más pequeñas, especialmente en los supermercados de menor tamaño.

En relación con los consumidores, las diversas publicaciones del Grupo ofrecen regularmente mensajes para mejorar la manipulación y aprovechamiento de los alimentos en los hogares.

Todo ello ha contribuido a avanzar en los objetivos de El Corte Inglés de reducción del desperdicio alimentario.

Estamos adheridos a diversas iniciativas empresariales y sectoriales promovidas para prevenir el desperdicio y optimizar el excedente alimentario. Entre ellas, el decálogo elaborado en el ámbito de Aecoc en España; el acuerdo REAP a nivel europeo que suscribimos en octubre de 2012 (RetailAgreementonWaste) junto a otras grandes cadenas de distribución europeas, y todas aquellas iniciativas que a este respecto se han llevado a cabo a través de las asociaciones patronales a las que pertenecen tanto El Corte Inglés como otras empresas del Grupo (ACES, Anged, etc.).

