



Consumidores en Acción

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

E.Leclerc (Escaber S.C.)

Número de establecimientos en España: 3 supermercados y 18 hipermercados.

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

La defensa y promoción de un consumo sostenible forma parte de la filosofía de E.Leclerc.

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

Contamos con un procedimiento para la optimización de excedentes de productos, y otro para la trazabilidad de cualquier producto que vendemos en nuestros establecimientos, por el que garantizamos que cualquiera de ellos cumple con nuestras exigencias mínimas de calidad, las cuales son más severas que las que exige la Ley. Estos dos procedimientos nos permiten conocer el estado de cada producto y, entre otros aspectos, su fecha de caducidad.

Los alimentos cuya fecha de caducidad se acerca al último tercio de la fecha límite aconsejada por el fabricante se retira de la venta y se dona a la Federación Española de Bancos de Alimentos, con quien tenemos un acuerdo de colaboración, o a alguna de las asociaciones benéficas con las que colabora cada hipermercado, pero siempre asegurando que todos los productos están en perfectas condiciones para su consumo.

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

Se hacen ofertas de última hora, y los productos que sobran se dan a comedores sociales cercanos a nuestros establecimientos.

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

Explicado en los puntos anteriores.

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

Nuestra filosofía es ofrecer a los consumidores el mejor producto del mercado al mejor precio, es decir, defender el poder de compra de nuestros clientes.

En productos perecederos, que en su gran mayoría, y con el fin de contribuir al desarrollo de las empresas de la zona, compramos a productores locales, ofrecemos a nuestros clientes un precio por pieza o por kilo.

En cuanto a productos de marca de fabricante no perecederos, contamos con unos importantes equipos de compradores, tanto a nivel nacional como internacional, quienes aprovechando las economías de escala llegan a acuerdos con las empresas multinacionales, con el fin de que nuestros clientes puedan beneficiarse de las mismas. En algunas ocasiones se consigue que estas compañías, y debido a los ahorros de costes, puedan regalarnos una unidad de un producto, por cada dos que compramos, y esto es lo que trasladamos a los consumidores.

No incitamos a comprar más, sino que lo que hacemos es que el cliente se beneficie de nuestra fuerza de compra. No presionamos al cliente para que se lleve tres unidades en estas ofertas de 3x2, puesto que siempre tiene la posibilidad de comprar solamente una a su precio habitual.

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

Tal y como hemos comentado anteriormente, en nuestros establecimientos no hay alimentos que hayan superado su fecha de caducidad, puesto que contamos con los procedimientos necesarios para que, antes de que eso ocurra, haberlos donado a entidades benéficas.

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

Hacemos lo mismo que lo explicado anteriormente.

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?

A nivel nacional, y como ya hemos comentado, tenemos un acuerdo con la Federación Española de Bancos de Alimentos. Además, en cada zona donde estamos presentes, también tenemos acuerdos con las órdenes religiosas, fundaciones benéficas, comedores sociales... a quienes principalmente donamos los productos perecederos o que necesiten frío para su conservación, con el fin de que les lleguen en perfectas condiciones para su consumo.

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

Los productos perecederos se donan en cuanto ha llegado el momento establecido en nuestros procedimientos, y los no perecederos, a medida que los Bancos de Alimentos nos lo solicitan, puesto que tenemos una comunicación permanente con sus voluntarios.

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

A nivel local, desde el momento en que se abre un establecimiento, se establecen estos convenios con las diferentes organizaciones sociales, comedores, etc. A nivel nacional firmamos el acuerdo de colaboración con la Federación Española de Bancos de Alimentos en septiembre de 2012.

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?

Normalmente somos nosotros por nuestros medios quienes los llevamos donde los necesitan, a no ser que ellos tengan una ruta de recogida establecida.

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?

Este tipo de productos los mantenemos en nuestros establecimientos en sus respectivas cámaras y los sacamos de las mismas en el momento en que los introducimos en nuestros camiones frigoríficos para su donación.

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.

Todos nuestros hipermercados tienen acuerdos con empresas y asociaciones dedicadas a la recogida de estos desechos y específicas para el tratamiento de residuos contaminantes como aceites, pilas, bombillas usadas...

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

No hay ningún problema de desórdenes públicos puesto que está todo procedimentado y firmado con todas las asociaciones o empresas que intervienen.

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

Este es uno de los procedimientos incluidos en nuestro manual de calidad, que está en constante evolución, puesto que vamos por delante de lo que exige la Administración. Antes de que la Administración desarrolle cualquier reglamento en este sentido, ya hemos implementado las medidas pertinentes, puesto que, debido a la comunicación que tenemos interna e internacionalmente (una videoconferencia semanal entre los departamentos de calidad de los siete países europeos donde estamos presentes), estamos al tanto de todo lo que pasa en Europa.

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?

Tenemos un procedimiento con todos los requisitos que hay que cumplir para garantizar que cualquiera de nuestros productos, ya sean elaborados o comercializados, estén en perfectas condiciones para su consumo.

Además de este procedimiento, disponemos de una red de alerta que garantiza que un producto del que haya la más mínima sospecha de que no cumpla con los requisitos de calidad o cualquier normativa, sea retirado de todos y cada uno de nuestros puntos de venta en un plazo máximo de cuatro horas.

Trabajamos con dos empresas consultoras externas que auditan, de forma independiente y mensualmente, todas nuestras instalaciones y procedimientos, especialmente de los productos frescos y elaborados en nuestros establecimientos.

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

Sí, tenemos una partida muy importante en nuestros presupuestos.

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

Ya los donamos a las organizaciones descritas anteriormente.

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?

Trabajamos con una agencia de comunicación que se encarga de incluir todo este tipo de cuestiones en las notas de prensa e informaciones que les hace llegar a todos los medios de comunicación, tanto de ámbito nacional como local.

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?

A través de nuestro departamento de Calidad y Desarrollo sostenible informamos y concienciamos constantemente, tanto a nuestros empleados como a nuestros clientes, sobre la importancia de realizar un consumo sostenible, por medio de comunicaciones internas a los primeros y utilizando nuestros folletos publicitarios y página web para dirigirnos a los segundos.

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?

Nuestra organización es una asociación de empresarios independientes con una misma filosofía.

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?

Cada día nuestros clientes son más conscientes de la importancia de llevar a cabo un consumo responsable, gracias a los medios de comunicación y a las empresas de hipermercados como la nuestra, en la que tratamos de ofrecerles la máxima información.