



La economía circular en cadena agroalimentaria



Felipe Medina, Ingeniero Agrónomo, Colegiado de Honor del Colegio Oficial de Ingenieros Agrónomos de Centro y Canarias. Responsable de cadena agroalimentaria de ASEDAS.

Antes de abordar el efecto de aplicar los principios de la economía circular en la cadena agroalimentaria es preciso comprender las características que ésta presenta en nuestro país. La cadena alimentaria en España se basa en tres grandes ejes: la importancia de nuestro sector productor –líder europeo e incluso mundial en muchas referencias-, la gran capacidad de la industria alimentaria y la competitividad y eficiencia de los distintos canales de distribución.

La distribución alimentaria presenta también peculiaridades que la sitúan a la cabeza de Europa. Cuestiones como el reparto entre formatos, mucho más equilibrado que en la mayoría de los países de nuestro entorno y una concentración de enseñanzas más baja que la de otros países, con una gran protagonismo de cadenas regionales, dan como resultado una gran competitividad que se refleja en los precios de la alimentación: 6 puntos por debajo de la media de la UE-28, según el último barómetro de Eurostat.

Los retos de la distribución de proximidad se resumen en uno: servir cada día mejor al consumidor. Esto se consigue

garantizando el acceso a toda la población a una alimentación variada y segura; siendo cada día más eficientes, competitivos y sostenibles; contribuyendo al desarrollo del sector agroalimentario y al crecimiento económico del país; y adaptándonos constantemente a las nuevas necesidades de los consumidores.

Todo ello se enmarca en los cambios sociales a los que se enfrenta la distribución y que tienen que ver con la evolución demográfica de la sociedad, con la urbanización y con la creciente digitalización de los procesos organizativos y productivos. A su vez, todo debe ser entendido en el concepto de la triple sostenibilidad –social, económica y medioambiental- y, por supuesto, en el desarrollo de la implantación de la economía circular.

Según la definición que ofrece la Fundación para la Economía Circular, ésta es “un concepto económico que se interrelaciona con la sostenibilidad y cuyo objetivo es que el valor de los productos, los materiales y los recursos (agua, energía, etc.) se mantenga en la economía durante el mayor tiempo posible y que se reduzca al mínimo la generación de residuos”.



La implantación progresiva de las directrices que marca la política medioambiental europea, recogida en el Paquete de Economía Circular, que, a su vez, se enmarca en la estrategia económica estructural Europa 2020, es una tarea en la que la distribución moderna se aplica desde hace años.

Entre los retos relacionados con el medioambiente en los que trabajan los supermercados cabe mencionar la reducción de emisiones en refrigeración y climatización. En primer lugar, la industria alimentaria y la distribución son grandes consumidores de frío y, por tanto, están afectados por el Reglamento europeo sobre Gases Fluorados, que busca la eliminación progresiva de los mismos. Los supermercados están haciendo un gran esfuerzo en la introducción de nuevos sistemas basados fundamentalmente en CO² en un escenario complejo ante la falta de certeza tecnológica sobre las mejores alternativas que todavía existe en este campo.

Se están haciendo grandes inversiones en el cumplimiento de las directivas relacionadas con el eco-diseño para la instalación de muebles frigoríficos con puertas y otras mejoras destinadas a la optimización energética de los mismos

Por otra parte, se están haciendo grandes inversiones en el cumplimiento de las directivas relacionadas con el eco-diseño para la instalación de muebles frigoríficos con puertas y otras mejoras destinadas a la optimización energética de los mismos. Pero la reducción del consumo energético se refleja no solo en la refrigeración, sino también en acciones como la iluminación led y en diseños de tiendas en los que el aprovechamiento de la luz natural es máximo.

La logística es otro de los motores de la economía circular. La movilidad sostenible es un reto que se manifiesta en la renovación paulatina de las flotas hacia camiones y furgonetas que usan gas natural y en estrategias de logística inversa que buscan el aprovechamiento máximo de los viajes de las flotas para que las cargas en los camiones sean completas.

La reducción del excedente alimentario –que en los supermercados de ASEDAS no supera el 1%– es otra línea de trabajo que, a su vez, se divide en dos acciones principales: la donación a bancos de alimentos y otras organizaciones sociales del excedente apto para el consumo humano y estrategias avanzadas de gestión de surtido que limiten al máximo el sobrante. En todo caso, avanzar en esta materia debe comenzar por un cambio radical en la estructura productiva dirigido a producir lo que se demanda y no a intentar vender lo que se produce.

La gestión de residuos merece un capítulo aparte. Abarca tres grandes aspectos: reducción, reutilización y reciclaje. Todos





La consecución de objetivos medioambientales en los diferentes eslabones de la cadena de comercialización de productos de gran consumo vendrá muy marcada por la búsqueda de envases más sostenibles y adaptados a los volúmenes de consumo

ellos se enmarcan en políticas de gestión de residuos y de recursos, que son y deben ser cada vez más transversales y centradas en la colaboración con los proveedores, agentes logísticos y también con los ciudadanos en aspectos como la reducción del desperdicio alimentario.

La base de la política de prevención de residuos es la disminución de los mismos mediante técnicas como el ecodiseño y el ecoembalaje son conceptos en los que se trabaja estrechamente con los proveedores para conseguir mejoras relacionadas con las dimensiones y el gramaje de los cartones y plásticos empleados, así como la utilización de materiales más fácilmente degradables. En el futuro, la consecución de objetivos medioambientales en los diferentes eslabones de la cadena de comercialización de productos de gran consumo vendrá muy marcada por la búsqueda de en-

vases más sostenibles y adaptados a los volúmenes de consumo.

La reducción de plástico merece una mención especial en la cuestión de las bolsas reutilizables. El modelo implementado por los supermercados de ASEDAS en 2009 consistente en fomentar el uso de bolsas reutilizables ha demostrado su eficacia: en la actualidad, la demanda de este tipo de bolsas se ha conseguido limitar a menos de 2 por cada 10 actos de compra. El compromiso ciudadano en este aspecto es cada vez mayor en un momento en que el estado del arte de alternativas como bolsas biodegradables no está suficientemente desarrollado y, por tanto, su implementación no sería eficaz.

En la logística del supermercado otro ejemplo claro de economía circular relacionado con la reutilización es el pool de envases de fruta y verduras que utilizan la mayoría de operadores. Se trata de un sistema de transporte y almacenaje que dota a cada caja de plástico reciclado de una vida media de útil de 5 años y permite a cada una de ellas realizar todo el proceso logístico, del campo a la tienda, unas 13 veces al año. Esto supone un importante ahorro de materiales y recursos comparado con el uso de otro tipo de envases comerciales y un claro ejemplo de colaboración entre eslabones.

Por su parte, el reciclaje selectivo de cartón, plástico y residuos peligrosos –pilas, luminarias, etc.- es la tercera fase



que incluyen los programas de prevención de residuos, con tasas medias de reciclado que alcanzan el 75% en nuestros supermercados. El porcentaje restante es tratado a través de gestores autorizados para ello.

Todo ello tiene un efecto directo en la disminución del uso de recursos (agua y energía, básicamente) en origen, reduciendo así la huella de carbono de cada uno de los productos y servicios que componen el ecosistema de la distribución moderna.

Las medidas relacionadas con la reducción del impacto ambiental tanto en los procesos logísticos y de gestión como en las tiendas giran también en torno al eje de la búsqueda de una mayor eficiencia energética que arroje ahorros en cada uno de estos procesos.

Como comentábamos anteriormente, entre las mejoras relacionadas con el medio ambiente, cabe mencionar acciones en materia de eficiencia energética -transporte, climatización y refrigeración, logística inversa, iluminación natural y led...- con las que se han alcanzado en muchos supermercados ahorros de hasta el 60% en el consumo eléctrico. Otra de las áreas en las que se están haciendo grandes avances es en la logística, con medidas como la optimización de carga, movilidad urbana sostenible, logística inversa, etc. Se trata de

Las medidas relacionadas con la reducción del impacto ambiental tanto en los procesos logísticos y de gestión como en las tiendas giran también en torno al eje de la búsqueda de una mayor eficiencia energética

acciones con las que se logran importantes reducciones de emisiones de CO² directas a la atmósfera.

El propio modelo de proximidad del supermercado es el más sostenible, como concluye un informe de la Universidad de Huelva y el Consejo Internacional de Empresas Sostenibles. Los motivos son que presenta un menor impacto ambiental y un encaje más coherente con un modelo de ciudad de bajo impacto, por una localización, oferta y ajuste con las necesidades de la demanda como comercio de cercanía. Un ejemplo ilustrativo es que el 85 por ciento de los clientes acude a hacer su compra a pie.

El compromiso del sector de la distribución de gran consumo con el ya mencionado Paquete de Economía Circular de la Comisión Europea se multiplica por tres. El triple obje-



tivo del Libro Verde Europeo de la Responsabilidad Social es crear más riqueza económica, bienestar social y sostenibilidad medioambiental y en esa tarea está inmersa la distribución con base alimentaria.

Solo considerando estos tres aspectos e implementándolos de una manera progresiva y compatible con la eficiencia del modelo de supermercado de proximidad, que permite llevar una alimentación completa muy cerca del hogar de los españoles a precios competitivos, se alcanzarán los objetivos recogidos en los textos comunitarios.

La economía circular presenta múltiples oportunidades para el conjunto del sistema productivo al convertir los residuos de unos en recursos para otros y asegurar el suministro de recursos. La manera de avanzar en este nuevo modelo es a través de fórmulas incentivadoras, acuerdos voluntarios y evitando una política fiscal con intención recaudadora y no medioambientalista.

La experiencia nos dicta que el camino descrito es el que mejores resultados arroja y el que facilita un cambio progresivo, no traumático, eficaz y duradero para los actores implicados.

Como conclusión, podemos decir que asegurar la sostenibilidad es un requisito esencial para garantizar el bienestar social. La distribución se esfuerza cada día por cumplir e in-

La manera de avanzar en este nuevo modelo es a través de fórmulas incentivadoras, acuerdos voluntarios y evitando una política fiscal con intención recaudadora y no medioambientalista

cluso adelantarse a los requisitos de sostenibilidad pero, para que los procesos de mejora se establezca de manera eficaz y no lesiva para el consumidor, deben realizarse de forma compatible sin afectar gravemente a los costes de las empresas.

La Asociación Española de Distribuidores, Autoservicios y Supermercados, ASEDAS, es la primera organización empresarial de distribución alimentaria de España. Fue fundada a finales de los años 90 y representa el 67,6% de la superficie de venta de alimentación en distribución moderna. Las empresas que forman parte de ASEDAS se caracterizan por ser empresas familiares, cooperativas, centrales de compras e internacionalizadas. Está presente en todas las comunidades autónomas. A nivel europeo, es miembro de Eurocommerce y del Comité Económico y Social de la UE.