

CRYOVAC[®]

Soluciones para reducir el desperdicio de alimentos
en el mercado minorista de América Latina



CRYOVAC[®]

Soluciones para reducir el
desperdicio de alimentos
en el mercado minorista
de América Latina



El desperdicio de alimentos en cifras

1.3 mil millones

de toneladas de alimentos se desechan en todo el mundo antes de su consumo.

78 millones

de toneladas de alimentos se desperdician en la región de América Latina y el Caribe, lo que representa el **6%** de los residuos que se generan a nivel mundial.

64%

de la población que sufre de hambre en la región podría ser alimentada con la cantidad de alimento desperdiciado.

Desperdicio de alimentos en tiendas minoristas de América Latina: una llamativa situación social y económica

La alimentación es una necesidad básica del ser humano. Sin embargo, con una población en crecimiento, proveer alimentos se ha convertido en uno de los mayores desafíos de nuestro tiempo. La población mundial ya ha superado los siete mil millones de personas y se estima que llegue a **los nueve mil millones** en el **año 2050**.

A pesar de que los avances tecnológicos han permitido aumentar la producción de alimentos, el desperdicio viene creciendo en la misma proporción. En otras palabras, a mayor disponibilidad de alimentos, mayor desperdicio: **1.3 mil millones** de toneladas se desechan en el mundo todos los años.

Según datos de la FAO (*Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura*), solo en la región de América Latina y el Caribe se estima que el **15%** de los alimentos disponibles se desechan antes de su consumo, lo que representa el **6%** de todo el desperdicio mundial. En promedio, los latinoamericanos y caribeños gastan el **30%** de sus ingresos domésticos en alimentos;

sin embargo, el **5%** de estos ingresos se pierden como consecuencia del desperdicio.

El sector minorista también es responsable de una gran parte de las pérdidas y, mientras ese índice se mantiene alto, aproximadamente **47 millones de personas sufren hambre en la región**. El desperdicio contabilizado solo en las tiendas (supermercados, mayoristas, tiendas de conveniencia y otros) sería suficiente para alimentar a más de **30 millones** de personas, o el **64%** de los individuos que no tienen qué comer en América Latina y el Caribe.

No obstante, el desperdicio de alimentos no es un problema únicamente de orden social, tiene un impacto directo en las cuestiones económicas, en el aumento de costos operativos, de los precios de productos y en la reducción de las ganancias, comprometiendo la sustentabilidad a lo largo de toda la cadena de alimentos. Ante esta situación, los minoristas y los procesadores deben unirse para hacer frente al alto índice de alimentos que acaban en la basura.

15%

de los alimentos disponibles en la región se desechan cada año; de este total, el 28% es desperdiciado por los consumidores, 28% en la etapa inicial de producción, el 22% durante la manipulación y el almacenamiento, el 17% en la distribución y el 6% durante el procesamiento.

5%

de los ingresos domésticos de las familias en América Latina y el Caribe se gastan en alimentos que terminan en la basura.

Fuente: FAO - Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura



Un estudio y los desafíos para detener las pérdidas

El desperdicio de alimentos genera impactos sociales, ambientales y económicos para toda la sociedad. Los que trabajan en el sector minorista de alimentos saben que esas pérdidas afectan de manera directa las ganancias y la reputación del negocio. En varios segmentos de mercado, es significativa la tasa de productos que no llegan siquiera al consumidor final y son desechados antes de su consumo, lo que impacta de manera negativa en toda la cadena de procesamiento de alimentos.

Con el propósito de profundizar el análisis de esta realidad y proponer soluciones sustentables, Sealed Air Food Care desarrolló el estudio “Soluciones para reducir el desperdicio de alimentos en el mercado minorista de América Latina”*, en Argentina, Brasil y México. Los estudios se enfocaron en los productos alimenticios desaprovechados en supermercados, el consiguiente impacto de esto en la reducción de ganancias y en el comportamiento y percepción que tienen los consumidores sobre el tema.

Recientemente, en un estudio realizado por Sealed Air Food Care sobre la misma temática en los Estados Unidos, se identificó que la reducción del desperdicio de alimentos es la principal preocupación de los minoristas con relación a las operaciones. El desarrollo tecnológico y el intercambio de información se consideraron estrategias capaces de minimizar las pérdidas en toda la cadena y se señalaron a los envases como soluciones para disminuir el desperdicio. Sin embargo, la falta de conocimiento sobre los beneficios reales de los envases a lo largo de la cadena de suministro hasta la mesa del consumidor retarda la adopción de nuevas tecnologías.

En la actualidad, la industria de alimentos ya dispone de tecnologías que permiten ofrecer alimentos refrigerados envasados en origen, con aspecto fresco, más vida útil y alta resistencia contra perforaciones y derrames. Es decir, el alimento puede llegar al minorista ya porcionado, fresco, envasado, listo para su exposición

**Estudios realizados en 2015 en América Latina por Sealed Air Food Care en colaboración con la empresa Nielsen y asociaciones locales.*



en el punto de venta, lo que reduce el costo operativo de reprocesamiento, mantiene la integridad original y minimiza las pérdidas en el punto de venta.

En la lucha por reducir el desperdicio, corresponde a los minoristas y fabricantes adoptar medidas en ese sentido. Para el profesor de la Facultad de Economía, Administración y Contabilidad de la Universidad de São

Paulo (FEA - USP), Nuno Fouto, la preocupación de los profesionales minoristas con relación a las pérdidas en la distribución está cada vez más acentuada: “aunque cada país estudiado tenga costos de operación y deficiencias específicas, existe una visión homogénea entre los minoristas sobre la importancia de reducir el desperdicio de alimentos para que haya una operación exitosa del supermercado”, señala.

¿De dónde proviene el desperdicio de alimentos?

El desperdicio de alimentos en los minoristas de Argentina, Brasil y México está estimado en el 4.4% de las ventas de las tiendas, dos veces el valor calculado en el estudio estadounidense (estimado en 2.1%). Entre los departamentos considerados, el de frutas, legumbres y verduras (9%) y el de carnes y pescados (8%) son los que presentan mayor índice de desperdicio, seguidos por los sectores de *delicatessen* (6%), panadería (4%) y productos lácteos (3%).

Las cadenas de supermercados en Argentina son las más impactadas, con una pérdida estimada en el 11% de las ventas. En Brasil y México ese índice es del 3%. Entre los sectores más afectados en Argentina se encuentra el de carnes y pescados con el 13%; las mayores pérdidas en

Brasil y México corresponden a la sección de frutas, con 11% en promedio, seguida por carnes y pescados, representando aproximadamente el 7% del total.

Alimentos con plazo de caducidad cumplido y productos en mal estado son las causas más significativas de desperdicio dentro de todos los sectores minoristas en América Latina. Los dos factores en conjunto representan el **40%**, en promedio, de las pérdidas en los tres países. En Argentina, la fecha de caducidad es responsable del 37% del desperdicio. Por su parte, en México y Brasil, la causa principal es el deterioro de los productos, lo que representa respectivamente el 25% y el 16% del total que termina en la basura.

Fuentes del Desperdicio Minorista

Los sectores de frutas, legumbres, verduras y carnes y pescados son responsables de los mayores porcentajes de desperdicio minorista, en comparación con los promedios generales de las tiendas.

	Conteo de Tienda			
	LATAM*	Argentina	Brasil	México
Total de la Tienda	4%	11%	3%	3%
Frutas, legumbres y verduras	9%	7%	10%	11%
Carnes y Pescados	8%	13%	7%	6%
<i>Delicatessen</i>	6%	8%	7%	4%
Panadería	4%	6%	4%	4%
Lácteos	3%	6%	4%	2%

*promedio de desperdicio en los países estudiados

Pregunta

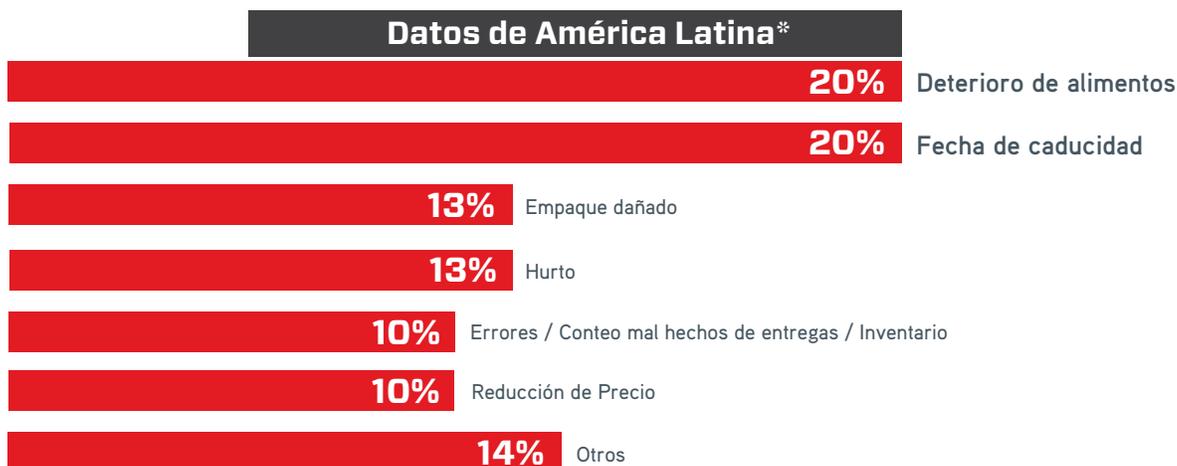
Con base en su experiencia, ¿Cuál es el estimado de desperdicio que tiene en cada uno de los departamentos?



Cuando se les preguntó específicamente acerca de las razones del desperdicio y su representatividad en el total de las pérdidas de alimentos frescos en cada uno de los diferentes sectores de las tiendas, los minoristas señalaron el gran impacto ocasionado por los envases dañados. En muchos casos los envases no tienen la resistencia adecuada para conservar la frescura de los alimentos, lo que puede causar que estos alimentos en mal estado terminen en la basura. En América Latina, cada país estudiado tiene secciones que tienen mayor impacto por daños en el envase: en Argentina es el departamento de delicatessen (14%), en Brasil el de carnes y pescados (28%) al igual que en México en donde es del 32%.

Contribuyentes Primarios para el Desperdicio de Alimentos en Minoristas

Los minoristas indicaron los factores, expuestos a continuación, que contribuyen al desperdicio. El deterioro de los alimentos y la fecha de caducidad vencida representan el 40% del total de las pérdidas en América Latina.



*promedio entre los países estudiados

Pregunta ¿Qué porcentaje aproximado de desperdicio proviene de cada uno de estos factores en su tienda?

Porcentajes y Causas del Desperdicio por Sector en Tienda

Los alimentos en mal estado y la fecha de caducidad vencida son las causas más frecuentes del desperdicio entre los minoristas. Los envases dañados también representan una pérdida significativa.

Causas del Desperdicio

América Latina*

Sectores	Alimentos en Mal Estado / Fecha de caducidad vencida	Envase Dañado	Otros
Carnes y Pescados	53%	19%	28%
Panadería	49%	17%	34%
Rosticería	46%	26%	28%
Delicatessen	49%	21%	30%
Frutas, Legumbres y Verduras	51%	12%	38%

*promedio entre los países estudiados

Argentina

Sectores	Alimentos en Mal Estado / Fecha de caducidad vencida	Envase Dañado	Otros
Carnes y Pescados	68%	11%	21%
Panadería	64%	11%	25%
Rosticería*	-	-	-
Delicatessen	58%	14%	28%
Frutas, Legumbres y Verduras	76%	5%	19%

*No consta: el sector no existe en las redes de supermercados

Brasil

Sectores	Alimentos en Mal Estado / Fecha de caducidad vencida	Envase Dañado	Otros
Carnes y Pescados	37%	28%	35%
Panadería	50%	24%	26%
Rosticería	39%	19%	42%
Delicatessen	35%	25%	40%
Frutas, Legumbres y Verduras	44%	24%	32%

México

Sectores	Alimentos en Mal Estado / Fecha de caducidad vencida	Envase Dañado	Otros
Carnes y Pescados	59%	16%	25%
Panadería	40%	13%	47%
Rosticería	52%	32%	15%
Delicatessen	56%	21%	23%
Frutas, Legumbres y Verduras	44%	4%	52%

Pregunta

Entre los factores indicados, ¿Cuál es el porcentaje estimado de desperdicio que se tiene en cada departamento?





La Reducción del desperdicio es una prioridad

Según el estudio, la mayoría de los minoristas consideran que la reducción en el desperdicio de alimentos es la principal preocupación en las operaciones de la tienda. En América Latina, ese índice se sitúa en el 99%, seguido por el control de hurtos, con 76%, la contención de costos de personal, 73%, y la administración de recursos con energía, 71%.

El impacto monetario del desperdicio es muy significativo. Los supermercados latinoamericanos estiman que la reducción de las pérdidas por alimentos en mal estado, fecha de caducidad vencida y envases dañados podría aumentar las ganancias en un **18%**, en promedio. En Brasil, el porcentaje estimado es aún mayor: **29%**.

Es esencial promover una mayor conciencia sobre la relación entre el desperdicio de alimentos y la reducción de costos, para que la búsqueda de soluciones a ese problema sea una prioridad.

Entre las opciones que pueden ayudar a resolver esta cuestión están los envases. La inversión en estas tecnologías se señala como una apuesta práctica, sustentable y eficiente, y los minoristas pueden percibir sus beneficios a lo largo de la cadena. Estas soluciones promueven la inocuidad de los alimentos envasados en origen, la conservación de su frescura, además de una mayor eficiencia en las operaciones con reducción del desperdicio.

Preocupaciones Operativas de los Minoristas

Reducir el desperdicio es la principal preocupación operativa de los minoristas en América Latina en su conjunto.

	Prioridades Operativas			
	LATAM	Argentina	Brasil	México
Reducir el Desperdicio de Alimentos	99%	100%	97%	100%
Control de Hurtos	76%	59%	88%	75%
Control de Costos de Personal	73%	54%	69%	88%
Control de Costos de Energía	71%	23%	81%	88%

Pregunta ¿Cuál es la importancia de cada uno de esos factores para la operación de su negocio?

El punto de vista del consumidor

A pesar de los altos índices de desperdicio de alimentos en América Latina, los consumidores declaran estar más preocupados con los temas ambientales que con los problemas relacionados con el sector de alimentos. Asuntos como la falta de agua, la contaminación del aire y la escasez de recursos naturales encabezan el *ranking*. A su vez, los temas relacionados con la cantidad de comida que se tira a la basura y la falta de seguridad e higiene alimentaria figuran solo en cuarto y quinto lugar.

Mientras que los brasileños y los mexicanos están más preocupados por la falta de agua (93% y 87%, respectivamente), los argentinos se preocupan por la contaminación del aire (81%). En Brasil, el 89% de los entrevistados afirmaron que consideran el desperdicio de alimentos en el país como un problema grave, seguido por México, con el 79%, y Argentina, 76%.

Los latinoamericanos no ven el desaprovechamiento de los alimentos con tanta preocupación, tal vez por la falta de conocimiento sobre las consecuencias de esas pérdidas. Sin embargo, al tener acceso a información acerca de los impactos ambientales, sociales y económicos del desperdicio, los entrevistados empezaron a ver esa situación desde una nueva perspectiva.

En América Latina, el **76% de los consumidores afirmó que el impacto del desperdicio alimentario era más grave de lo que imaginaban** y el 86% entendió que ese desaprovechamiento tiene consecuencias importantes en la sociedad, por lo que todos deberían empeñarse en reducir las pérdidas.

A pesar de que los consumidores entienden la gravedad del desperdicio alimentario como una cuestión social, ambiental y económica, hay una diferencia con relación a lo que causa el problema y los responsables de resolverlo. Aproximadamente el 70% de los latinoamericanos reconocen que contribuyen al desperdicio de alimentos – y el 80% de estos declararon haber desaprovechado alimentos en los últimos seis meses –, pero, aun así, menos del 50% se considera parte de la solución. Cuando se les preguntó acerca de los factores que causan el desperdicio alimentario y las principales soluciones al problema, los brasileños citan al gobierno como responsable de una parte significativa del problema y atribuyen a la agricultura una gran parte de la responsabilidad de solucionarlo.

Principales Preocupaciones entre los Consumidores:

Las cuestiones ambientales generan más preocupación para los consumidores que los asuntos relacionados con los alimentos.

	Preocupación de los Consumidores		
	Argentina	Brasil	México
Contaminación del Aire	81%	92%	84%
Falta de Agua	77%	93%	87%
Escasez de Recursos Naturales	76%	90%	85%
Seguridad / higiene de los alimentos	77%	89%	81%
La cantidad de alimentos desperdiciados	76%	89%	79%

Pregunta

¿Cuál considera que es el nivel de preocupación que estos aspectos tienen en los consumidores de su región?

Envases y Sustentabilidad

La adopción de tecnologías en los envases es una oportunidad para detener el desperdicio de alimentos en América Latina. Sin embargo, la falta de conocimiento sobre sus beneficios puede ser un obstáculo a las nuevas implementaciones y, por consiguiente, a la reducción de las pérdidas.

Nueve de cada diez consumidores latinoamericanos consultados consideran que los materiales de los envases son más dañinos para el medio ambiente en comparación con los alimentos desechados. Esto demuestra el desconocimiento de los daños ocasionados al medio ambiente, como el agotamiento de los recursos naturales, el impacto en la formación de gases de efecto invernadero y la ocupación de espacio por los vertederos.

Ideas equivocadas y falta de información muchas veces representan obstáculos para la implementación de nuevos recursos en el mercado minorista. Los consumidores tienen que entender que los envases constituyen una solución real para el desperdicio de alimentos y causa un impacto más pequeño al medio ambiente que el alimento no aprovechado. Por ejemplo, cuando se considera la energía utilizada en la cadena de producción de carne roja, el procesamiento

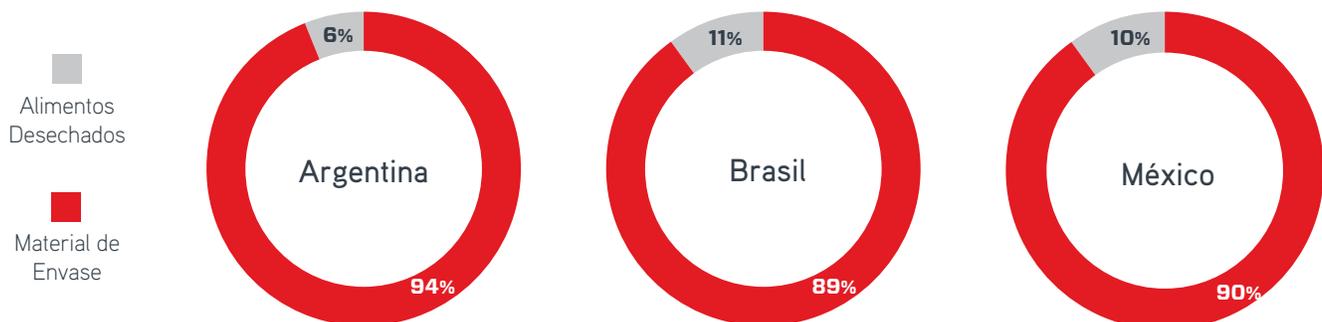
de la carne en sí corresponde al 63% del uso de energía. Por otra parte, los envases representan solamente el 4% y son responsables de proteger todas las inversiones durante las etapas de producción, desarrollo, procesamiento, transporte, almacenamiento y comercialización*. De acuerdo con el estudio, los brasileños son los más conscientes de los beneficios que aportan los envases para controlar el desaprovechamiento de comida (54%). En México y Argentina ese índice es del 32% y 27%, respectivamente.

Es imprescindible fomentar la concientización sobre la función de los envases en el proceso de reducción del desperdicio a lo largo de la cadena de producción y comercialización de alimentos. Un envase adecuado aumenta la seguridad del alimento, mantiene la frescura y prolonga la vida útil del producto, reduciendo la posibilidad de deterioro y desecho. Con materiales resistentes y de alta tecnología, que permiten evitar derrames, perforaciones y reducen la necesidad de realizar un trabajo adicional de reenvasado para volver a poner la mercadería en el punto de venta, además de entregar al consumidor una garantía de origen así como una mayor durabilidad de los alimentos frescos refrigerados.

*Fuente: Incpen – Consejo de la industria para la investigación del envase y medio ambiente

¿Qué considera que es más dañino para el medio ambiente: los envases o el desperdicio de alimentos?

Los gráficos siguientes muestran el porcentaje de los consumidores de México, Brasil y Argentina que consideran que el material del envase es más dañino para el medio ambiente (en rojo) que el alimento desperdiciado (en gris).



Pregunta ¿Qué consideraría peor para el medio ambiente?



Percepción de los Consumidores Acerca de la Sustentabilidad del Envase

Los consumidores creen que los alimentos que tienen un envase mínimo, ningún envase o un envase reciclable son mejores que los que tienen envases específicamente diseñados para reducir el desperdicio.

Percibidos como Amigables al Medio Ambiente

	Argentina	Brasil	México
Envase reciclable	66%	83%	67%
Sin envase	62%	52%	71%
Envase mínimo	33%	67%	42%
Envase diseñado para mantener la frescura del alimento durante más tiempo	27%	54%	32%

Pregunta

¿En qué medida cree usted que los productos que se muestran son considerados amigables con el medio ambiente?



El conocimiento como herramienta de cambio

El estudio mostró que los latinoamericanos todavía no son conscientes de la importancia del uso de envases adecuados para reducir el desperdicio de alimentos y los impactos ambientales, sociales y económicos en la región. Sin embargo, cuando los consumidores tienen acceso a las causas del desperdicio y a las oportunidades para solucionar el problema, se vuelven más propensos a tomar decisiones más conscientes. De esta forma, se hace necesario que los minoristas y los procesadores desarrollen un trabajo de concientización entre la población para que tanto los empresarios como la sociedad puedan beneficiarse con la reducción del desperdicio.

Después de entender el daño causado por el alto grado de desaprovechamiento de alimentos, la mayoría de los consumidores tiende a valorar la adopción de envases que ayuden a reducir el desperdicio. Entre ellos, más de 90% reconoció el beneficio que aportan los envases para asegurar la frescura durante más tiempo y la integridad del

alimento, así como para protegerlo contra los gérmenes. Los entrevistados señalaron además que valoran las tiendas que venden productos que ayudan a reducir el índice de comida desperdiciada. En Brasil ese índice alcanza el 86%, seguido por México, con 84%, y Argentina, 81%.

La compra de productos en envases porcionados y que pueden cerrarse de nuevo después de abiertos son algunas de las preferencias de los consumidores para evitar el desperdicio de alimentos. Esta solución es citada por el 84% de los mexicanos, el 82% de los brasileños y el 81% de los argentinos.

Aunque afirmen la preferencia por comprar alimentos frescos sin ningún envase, después de conocer los beneficios de esas tecnologías, los consumidores tienden a elegir productos envasados. Por ejemplo, cuando se les mostró fotos de pepinos sin la fecha de caducidad, los entrevistados mostraron más tendencia hacia los

vegetales sin envase. Sin embargo, al tener acceso a la información de que el producto envasado tiene una vida útil significativamente mayor que los que se ofrecen a granel, se mostraron más dispuestos a adquirir los productos con envase. Lo mismo sucedió con carnes y

aves. Esto demuestra una oportunidad única para que los minoristas y procesadores capitalicen esa tendencia, ofreciendo envases más sustentables, con mejores desempeños, además de poder divulgar los beneficios de estas tecnologías y mejorar los resultados en sus negocios.

en condiciones adecuadas de almacenamiento

El cliente informado: intención de compra

Cuando se presentan imágenes de pepinos sin la información de plazo de caducidad, los entrevistados se muestran más propensos a comprarlos sin envase. Sin embargo, cuando el plazo de caducidad – un indicativo de mayor vida útil – se presenta junto con la imagen del pepino, la probabilidad de que se elija el vegetal envasado aumenta considerablemente.

Información del plazo de caducidad NO presentada



Información del plazo de caducidad presentada



Caducidad: 14 días en condiciones adecuadas de almacenamiento



Caducidad: 3 días en condiciones adecuadas de almacenamiento

■ Empaque al vacío ■ Sin Empaque

Pregunta

Si durante su próxima compra usted tuviera que comprar pepinos, observando las imágenes siguientes, ¿Por qué producto se inclinaría más? Por favor, seleccione una imagen*.

*Las imágenes fueron presentadas durante la realización del estudio



De la teoría a la práctica

Los envases, desarrollados básicamente para conservar, proteger y transportar alimentos, han evolucionado a lo largo del tiempo y han perfeccionado su eficiencia para mantener la calidad del producto, la extensión de vida útil y la atracción de los consumidores por su mejor aspecto visual. Adicionalmente, los envases han pasado a desempeñar una función fundamental para asegurar la inocuidad de los alimentos y la lucha contra el desperdicio.

Actualmente, a pesar de que los envases representan una de las soluciones al problema del alto índice de alimentos desechados, hay una brecha entre los beneficios percibidos por la población y la intención en adoptar esas nuevas tecnologías.

Esta es una oportunidad para que la industria de alimentos revise sus operaciones, analice los beneficios inherentes a los envases y comparta información con los consumidores, con el fin de concientizarlos sobre las ventajas de su uso en toda la cadena de procesamiento de alimentos.

Las diferentes tecnologías de envases permiten que los minoristas elijan los proveedores que atiendan mejor sus necesidades y que proporcionen soluciones capaces de reducir el desperdicio de alimentos y los costos operativos.

A continuación se presentan cinco sugerencias para reducir el desperdicio:

1 Desde la industria directo al punto de venta

Actualmente, la industria de procesamiento de alimentos dispone de procesos ideales para el envasado adecuado que conservan y agregan valor a los productos. La adopción de una estrategia, por parte del minorista, para recibir los alimentos refrigerados ya envasados en origen permite maximizar la eficiencia de la tienda y disminuir de manera significativa el riesgo de contaminación.

El producto ya viene porcionado, envasado en las mejores condiciones, listo para exhibir en el punto de venta, con fecha de caducidad extendida, aspecto fresco, con inocuidad y calidad aseguradas y estandarizadas. Esta práctica beneficia al minorista en la reducción de costos operativos de mano de obra y disminución en las pérdidas en comparación con los productos envasados en tienda, generando impactos en toda la cadena de suministro y, por consiguiente, obteniendo resultados positivos en los ingresos.

2 Envases como solución de mercado

Las innovaciones en el sector de envases han permitido que las industrias de procesamiento ofrezcan productos con alta calidad y con beneficios no sólo para la conservación y la protección de alimentos, sino también para el perfeccionamiento de la eficiencia operativa.

Para atender la alta demanda y las diferentes necesidades de los consumidores, en la industria se encuentran una gran variedad de envases resistentes, herméticos, con tecnologías contra derrames y perforaciones, que extienden la vida útil, proporcionando una mayor frescura y calidad del alimento envasado en origen.

Los envases de alta resistencia minimizan daños y, consecuentemente, reducen el trabajo extra de los empleados responsables del reenvase y la reubicación del producto en el punto de venta. A su vez, las soluciones al vacío o con atmósfera de protección amplían la fecha de caducidad del producto de 3 a 14 días, o más, ayudando a los minoristas a optimizar la gestión de su stock, además de proporcionar productos estandarizados y con aspecto fresco para los consumidores. Los consumidores, a su vez, tienen acceso a un producto de calidad asegurada y con más tiempo para su consumo.

Por lo tanto, usar envases adecuados ayuda a reducir el desperdicio de alimentos así como el costo en todo el proceso, desde la producción, el transporte y el almacenamiento, hasta la venta de los productos.



Cryovac® Mirabella®
Fecha de caducidad
ampliada a 14 días



Cryovac® SES
Empaque a prueba
de derrames

3 Conveniencia e inocuidad de los alimentos

El cambio en el estilo de vida de la población ha generado transformaciones en el comportamiento del consumidor. Con la falta de tiempo, familias más pequeñas y el crecimiento de hogares con personas solteras o parejas sin hijos, la sociedad está en búsqueda de conveniencia.

En lo que respecta a los hábitos de compra de alimentos, la población está dando prioridad a la comodidad y a la garantía de seguridad de los productos. Frente a esa realidad, los consumidores optan por envases porcionados o que puedan cerrar una vez abiertos y que extiendan la vida útil de los alimentos.

Es importante que los minoristas sigan a las tendencias del mercado para que puedan ofrecer a los consumidores lo que buscan. Las industrias ofrecen una variedad de envases que atienden esas necesidades y que además contribuyen a la reducción del desperdicio y de los costos en la cadena de procesamiento de alimentos.



Cryovac® Darfresh® on Tray
reduce las mermas
en tienda hasta un 50%

4 Plazo de caducidad: Más vida útil y aumento de las ventas

La tecnología en envases de alta protección permite ampliar la fecha de caducidad y, por lo tanto, una mayor vida útil del producto. Esto es beneficioso tanto para el cliente, que tendrá más tiempo para consumir el alimento, como para el minorista, que podrá permanecer con el producto a la venta durante un período más prolongado, con su calidad de origen, lo que evita el desperdicio y pérdidas.

Teniendo en cuenta la importancia de la fecha de caducidad, es esencial que esa información se muestre de manera destacada dentro de las tiendas. Además de a la industria, también corresponde al minorista suministrar esos datos a los clientes. De acuerdo con un estudio llevado a cabo por Sealed Air Food Care, más del 85% de los consumidores les gustaría que se diera un mayor realce a la fecha de caducidad de los alimentos refrigerados y envasados. En este sentido, también se puede resaltar la información sobre los beneficios derivados del aumento de la vida útil del producto gracias a un determinado tipo de envase, lo que puede impactar directamente en el aumento de las ventas.

5 Orientar a los consumidores



**La receta
está detrás**

La difusión de información entre los consumidores debe ser una prioridad para los minoristas y proveedores, ya que, cuando el cliente entiende los beneficios de los envases, aumenta su intención de compra y, por consiguiente, hay un incremento de las ventas.

En el canal minorista, las secciones de carnes y aves se encuentran entre las que áreas de la tienda que pueden generar más confusión entre los consumidores cuando se consideran aspectos como la practicidad y la familiaridad que los usuarios tienen con la preparación de algunos cortes de carne específicos. Tal vez no es casualidad, que estas secciones también tienen algunos de los más altos niveles de desperdicio tomando como base el costo de los productos. Servicios e informaciones brindados por los envases, como indicaciones para la preparación y almacenamiento del producto o recetas, pueden alentar a los consumidores para expandir sus hábitos de compra. Los envases y sus informaciones tienen la posibilidad de reducir el nivel de desperdicio especialmente si tenemos en cuenta las pérdidas por caducidad del producto o los desechos generados por desconocimiento a la hora de preparar y cocinar los alimentos.

Principales Fuentes / Metodología

Soluciones para reducir el desperdicio de alimentos en minoristas de América Latina.

En 2015, Sealed Air Food Care, Nielsen, la Dirección de Estudios Económicos de ANTAD (México) y la Facultad de Economía y Administración de la Universidad de São Paulo (FEA - USP), realizaron una investigación con minoristas, incluyendo a ejecutivos, vicepresidentes, gerentes de tienda y líderes de departamentos, para evaluar los desperdicios en los supermercados de América Latina. El estudio también analizó la opinión de los minoristas con relación al impacto en las mejoras que los envases pueden aportar para reducir el índice de desperdicio.

Fueron entrevistados 194 profesionales en América Latina, los cuales representan el 58% de las tiendas de productos alimenticios en Brasil, el 77% en México y casi la totalidad del muestreo en Argentina.

Sealed Air Food Care y Nielsen: la visión del consumidor acerca del desperdicio de alimentos.

En colaboración con Nielsen y las asociaciones de supermercados, Sealed Air Food Care, realizó un estudio en abril de 2015 con el propósito de entender los hábitos de alimentación, las prácticas de sustentabilidad y la consciencia general que se tiene acerca de los problemas derivados del desperdicio de alimentos de los consumidores de América Latina. Fueron escuchados 3.056 consumidores, con más de 1000 participantes en cada uno de los países.

La información sobre los niveles de desperdicio, el gasto con alimentos y el gasto de energía en la cadena de producción de carne roja se basaron en estudios de la FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura), el ERS-USDA (Servicio de Economía del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos) y el Incpen (Consejo de la Industria para la Investigación de Envases y Medio Ambiente).



Mejoramos el acceso a una cadena de suministro de alimentos y bebidas más segura, de mayor calidad y más sustentable.

Las empresas confían en nuestras innovadoras soluciones de envasado e higiene y en nuestro conocimiento para ayudarlas a construir sus marcas, incrementar la inocuidad y la vida útil de los alimentos, mejorar la eficiencia operativa al tiempo que reducimos el desperdicio de alimentos.

Más información en sealedair.com/foodcare



