

1. DISPOSICIONES GENERALES

CONSEJO DE GOBIERNO

CVE-2019-3459 *Decreto 56/2019, de 11 de abril, por el que se aprueba la estrategia contra el despilfarro de alimentos en la Comunidad Autónoma de Cantabria.*

La necesidad de establecer acciones orientadas a reducir el despilfarro de alimentos se enmarca en el enfoque integral de la UE para la utilización eficiente de los recursos. El desarrollo económico debe desligarse de la economía lineal -donde se extraen los materiales de la tierra para fabricar los productos, usarlos y luego eliminarlos-, hacia una economía circular, donde los residuos y los subproductos, del final de vida de los productos usados, entran de nuevo en el ciclo de producción como materias primas secundarias.

Una Europa que utilice eficazmente los recursos es una de las siete iniciativas emblemáticas que forman parte de la Estrategia Europa 2020 que pretende generar un crecimiento inteligente, sostenible e integrador. Actualmente es la principal estrategia de Europa para generar crecimiento y empleo, con el respaldo del Parlamento Europeo y el Consejo Europeo. Esta iniciativa pretende crear un marco político destinado a apoyar el cambio a una economía eficiente en el uso de los recursos y de baja emisión de carbono que nos ayude a: 1) Mejorar los resultados económicos al tiempo que se reduce el uso de los recursos, 2) Identificar y crear nuevas oportunidades de crecimiento económico e impulsar la innovación y la competitividad de la UE, 3) Garantizar la seguridad del suministro de recursos esenciales; y 4) Luchar contra el cambio climático y limitar los impactos medioambientales del uso de los recursos.

La propuesta de Economía Circular, cuyo objetivo a largo plazo es que la UE se convierta en una sociedad de reciclado, plantea medidas para reducir el despilfarro de alimentos que permitan alcanzar el objetivo de desarrollo sostenible de reducir a la mitad el desperdicio de alimentos a más tardar en 2030.

El Gobierno de Cantabria en el marco del "Plan de Emergencia Social de Cantabria (PESC) 2016-2017" planteó líneas estratégicas y medidas transversales, en las que se implicaba a toda la Administración Pública de la Comunidad Autónoma de Cantabria, con el fin de alcanzar propuestas eficaces orientadas a reducir el despilfarro de alimentos, coordinando esfuerzos que deriven en una mayor articulación del sistema alimentario. Entre ellas estaba la aprobación de un documento de planificación para hacer frente al despilfarro alimentario.

Por razón de cuanto antecede, de conformidad con el artículo 143.2 de la Ley de Cantabria 5/2018, de 22 de noviembre, de Régimen Jurídico del Gobierno, de la Administración y del Sector Público Institucional de la Comunidad Autónoma de Cantabria, a propuesta de la Consejería de Universidades e Investigación, Medio Ambiente y Política Social, y previa deliberación del Consejo de Gobierno en su reunión de 11 de abril de 2019,

SE ACUERDA

Artículo 1. Se aprueba la Estrategia contra el despilfarro de alimentos en la Comunidad Autónoma de Cantabria.

Artículo 2. El presente Decreto y su Anexo se publicarán en el Boletín Oficial de Cantabria.

JUEVES, 25 DE ABRIL DE 2019 - BOC NÚM. 79

DISPOSICIÓN FINAL ÚNICA

El presente Decreto será de aplicación a partir del día siguiente al de su publicación en el Boletín Oficial de Cantabria.

Santander, 11 de abril de 2019.

El presidente del Consejo de Gobierno,
Miguel Ángel Revilla Roiz.

La consejera de Universidades e Investigación, Medio Ambiente y Política Social,
Eva Díaz Tezanos.



ESTRATEGIA CONTRA EL DESPILFARRO DE ALIMENTOS

EN

LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CANTABRIA

2019-2022



METODOLOGÍA DEL TRABAJO: PROCESO.

En el marco del convenio de colaboración firmado entre la Dirección General de Política Social y el grupo de investigación de Gestión Económica para el desarrollo sostenible del sector primario (IDES-UC), se ha seguido la siguiente metodología para la elaboración de la **ESTRATEGIA CONTRA EL DESPILFARRO DE ALIMENTOS EN LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CANTABRIA 2019-2020**.

Ya que las distintas acciones llevadas a cabo tienen un orden secuencial y los resultados de acciones previas pueden afectar a las siguientes, se ha desarrollado en cuatro etapas diferenciadas:



Figura 1. Etapas para la elaboración de la Estrategia Contra el Despilfarro Alimentario de Cantabria.

Página 2



ETAPA 1: BÚSQUEDA Y ANÁLISIS DE LAS PRINCIPALES INICIATIVAS REALIZADAS POR AGENTES PÚBLICOS Y PRIVADOS EN LA LUCHA CONTRA LA PÉRDIDA Y DESPERDICIO DE ALIMENTOS

La Comisión Europea categoriza las prácticas en cuatro grandes grupos: 1) Investigación e innovación; 2) Concienciación, información y educación; 3) Políticas, premios, certificación; y 4) Redistribución de comida. Utilizando esta clasificación, a continuación, se propone un glosario que permitirá categorizar de manera más detallada cada una de las iniciativas contempladas.

Investigación e innovación						
Iniciativas basadas en la mejora de la eficiencia productiva	Tecnología	Gestión de residuos				
Concienciación, información y educación						
Campañas de sensibilización	Campañas de concienciación para obtener dinero	Evento / Concienciación	Difusión de información (descuentos, contacto entre particulares)	Educativa	Donación	Recomendaciones

Página 3

CVE-2019-3459



Políticas, premios y certificación			
			
Empoderamiento empoderamiento de colectivos de exclusión social	Descuentos en tienda según la demanda del producto o la temporada		
Redistribución de comida			
			
Iniciativas de campo basadas en la transformación de excedentes	Iniciativa de campo basadas en la canalización de excedentes	Iniciativas basadas en la prevención de la aparición de excedentes	
Otras			
			
Duales: Iniciativas con más de un objetivo	Múltiple: Iniciativas con diversos objetivos	Iniciativas transversales	Redes

Figura E1.1. Clasificación de iniciativas contra el despilfarro de alimentos.

Página 4



Las iniciativas contempladas para la elaboración de la Estrategia contra el Despilfarro de Alimentos en Cantabria se han clasificado en un **Catálogo de Iniciativas contra el Despilfarro de Alimentos**, siguiendo la estela del Catálogo de Iniciativas Nacionales e Internacionales sobre el Desperdicio Alimentario, emitido en 2014 por el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente como parte de su estrategia "Más Alimento, menos desperdicio", que acaba de presentar un borrador sobre su nueva etapa 2017-2020.

Considerando las tipologías de iniciativas implantadas a nivel nacional e internacional, el cuadro E1.2. recoge, en función de las diferentes fases de la cadena de valor, las iniciativas propuestas inicialmente a los agentes en el proceso participativo fueron:

Propuestas – FASE DE PRODUCCIÓN	Ventajas	Inconvenientes
Promover la donación de excedentes (o <i>ugly food</i> ¹) de la cosecha (con mano de obra voluntaria o de colectivos en exclusión social).	- Se evita la pérdida de alimentos - Empoderamiento social - Fomento de la RSC	- Coste de cosecha sin retorno
Promover la valorización y aprovechamiento de excedentes (o <i>ugly food</i>): conservas, mermeladas, cosmética, etc.	- Se evita la pérdida de alimentos - Diversificación del negocio	- Riesgo
Promover iniciativas colaborativas o spin-off para el aprovechamiento de mermas del sector primario en Cantabria	- Reducción de emisiones y pérdidas económicas - Generación de empleo	- Necesidad de inversión y gestión empresarial
Propuestas – FASE DE FABRICACIÓN	Ventajas	Inconvenientes
Normas de abastecimiento responsable	- Potenciación de la Responsabilidad social corporativa (RSC) - Adhesión voluntaria	- Mayor frecuencia de pedidos
Destinar a compost los alimentos no aprovechables	- Nuevas posibilidades de negocio	- Requiere control
Fomentar convenios de colaboración	- Colaboración a LP - Aseguramiento de entradas de alimentos en los BA	
Acoplar el <i>packaging</i> (empaquetado) las necesidades de la persona consumidora actual	- Mejora de la conservación de alimentos	- Viabilidad de nuevos formatos de comercialización.

¹ Se entiende por *ugly food* – literalmente, comida fea – a todos aquellos alimentos (especialmente fruta y verdura) que no siguen los estándares establecidos impuestos por la industria.

Página 5



Propuestas – FASE DE DISTRIBUCIÓN	Ventajas	Inconvenientes
CAS – Canal de alimentación social – Creación de un canal social en los distribuidores de Cantabria	- Empoderamiento social - Niveles de copago en función de las características sociales. - Al definir una cesta básica de alimentos, el sistema puede detectar los alimentos que se salen de esa cesta y no aplicar la subvención	- Se necesita la colaboración de los distribuidores de la comunidad
Fomentar el conocimiento de canales cortos de comercialización (¿pueden incluirse algunos comercios cántabros?)	- Reducción de márgenes de intermediación	- Menos puntos de venta
No potenciación (penalización) de campañas que inciten la compra de productos adicionales	- Concienciación – buenas prácticas	- Distribuidores pueden no estar de acuerdo
Mapa/Ruta del despilfarro alimentario	- Concienciación – mostrar buenas prácticas	-
Promover “happyhours” (horas felices) en las horas finales del día	- Venta de excedentes	- Estacionalidad
Propuestas – FASE DE CONSUMO	Ventajas	Inconvenientes
Cursos/talleres para reducir el despilfarro alimentario	- Red de contactos	- Coste de realización
Comparar a qué equivale lo que se desperdicia en casa (¿Tienes una entrada para el cine en la nevera? ¿Tienes una entrada para el parque de Cabárceno en la nevera?)	- Concienciación ciudadana	- Desarrollo de sistemas
Propuestas - TRANSVERSALES	Ventajas	Inconvenientes
Colaboración con eventos. Apoyo/normativa/sugerencia para que los excedentes que se generen en eventos públicos/privados sean transportados a instituciones sociales	-	-
Página web Creación de una página web que recoja un mapa con las iniciativas por niveles (sector y ámbito), red de establecimientos / instituciones adheridas, así como los objetivos y los logros	- Transparencia - Transversalidad: permite incorporar enlaces a todos los agentes involucrados	- Actualizaciones - Diseño atractivo y usable para que las personas usuarias accedan de nuevo

Figura E1.2. Propuesta inicial de iniciativas para la Estrategia contra el Despilfarro Alimentario de Cantabria.

Página 6



ETAPA 2: REUNIONES CON AGENTES DE LA CADENA DE VALOR DE CANTABRIA

Después de identificar a los agentes implicados en la cadena de valor alimentaria de Cantabria, se han realizado reuniones con diferentes grupos en función de su pertenencia a los diferentes eslabones de la cadena. Sus comentarios y valoraciones han permitido definir las iniciativas que más posibilidad de implantación tienen en la comunidad.

ENCUESTAS TELEFÓNICAS PREVIAS A AGENTES DEL SECTOR PRIMARIO	
Objetivo	Conocer la situación sobre la producción de excedentes de Cantabria y la posibilidad de donación de alimentos que no tienen valor comercial
Empresas contactadas	Ruvaltejada SL (Patata y cereales) SATH La Colina (Tomates, puerros, berza, carico montañés...) Hortícola Altamira SCL (Pimientos, tomates, puerros), Finca La Cachona (Tomate) Granja Cudaña, El Tío Manuel (miel) Valles Unidos del Asón, Agrocantabria (leche y carne) Lácteos Diego, Ecomarque - Galo
Conclusiones	- Los productores contactados no suelen tener excedentes, bien porque tienen algún sistema de planificación, porque tienen asegurada la venta o porque tienen mayor demanda que oferta (producciones pequeñas). - Con el poco excedente que tienen, se dan varios casos: <ul style="list-style-type: none"> o En el caso del tomate (porque es más perecedero o porque no cumple los estándares de calidad) se dona a instituciones que van a recoger el producto. o En caso de productos retornados de queso fresco, lo llevan a centros de personas mayores de Cabezón de la Sal o Comillas o En algún caso, se tira al contenedor de punto limpio o Hacen compostaje o En el caso de la carne, se reutiliza (bien para otros productos o bien para piensos para animales) - No se oponen a tener más visibilidad en el caso de donar los productos. -- Afirman que algún sello o distintivo sería positivo.

Cuadro E2.1. Resultados de los contactos telefónicos con productores

Página 7

CVE-2019-3459

JUEVES, 25 DE ABRIL DE 2019 - BOC NÚM. 79



REUNIÓN CON AGENTES DEL SECTOR PRIMARIO	
Objetivo	<ul style="list-style-type: none"> - Mostrar el interés e implicaciones que tiene el problema del despilfarro alimentario y su papel en dicho problema y en la solución. - Presentar las iniciativas nacionales e internacionales que se están desarrollando en el sector. - Conocer qué actividades están desarrollando los agentes presentes en la reunión en relación al despilfarro alimentario (¿Desarrollan actividades y se conoce? ¿Qué les lleva a realizar esas actividades? ¿Necesitan una mayor visibilidad?). - Presentar las propuestas y conocer la valoración de los agentes sobre dichas propuestas, así como sus ventajas e inconvenientes. - Conocer la implicación que podrían tener los agentes a la hora de desarrollar este tipo de iniciativas.
Agentes asistentes	<p>Dirección General de Política Social Dirección General de Ganadería ODECA Centro de Información y Formación Agraria Universidad de Cantabria Representantes del sector primario (ASAJA, UGA COAM, AIGAS, Sobaos Serafina, SlowFood, La Colina, Agencia de Desarrollo Local de Suances, UGT).</p>
Iniciativas propuestas y comentarios	<p>Propuesta 1.1. Promover la donación de excedentes (o <i>uglyfood</i>, esos productos feos) de la cosecha</p> <p>Es una propuesta que consideran importante y todos ellos/as creen que mejoraría su RSC, reputación y visibilidad, además de evitar pérdidas de alimentos. La creación de un distintivo para las empresas que donan alimentos también se considera una iniciativa positiva. Sin embargo, sólo el 63,64% considera la donación de <i>uglyfoods</i> (productos feos) una medida oportuna en Cantabria, siendo una de las barreras fundamentales los costes derivados de la entrega de los alimentos donados. Por ello, comentan la importancia de establecer puntos de recogida o servicios de recogida públicos.</p> <p>Propuesta 1.2. Promover la valorización y aprovechamiento de excedentes (o <i>uglyfood</i>- productos feos -): conservas, mermeladas, cosmética, etc.</p> <p>La valorización de excedentes es una propuesta que ha sido considerado importante por el 60% de los agentes, y sólo el 45% la considera oportuna. En este caso las desventajas cuestionadas para poner en marcha esta propuesta recogen que el 100% de los encuestados consideran los costes adicionales de transporte y almacenaje, así como la realización de planes de viabilidad (un 80%) impedimentos graves para valorizar productos excedentes en Cantabria.</p>

Página 8



	<p>Propuesta 1.3. Destinar a compost los alimentos no aprovechables.</p> <p>Destinar alimentos excedentes a la generación de compost es importante para el 71,43%, y oportuna para el 55,56%, destacando de forma unánime las ventajas que aportaría al medio ambiente y para la promoción de buenas prácticas entre la sociedad.</p> <p>Propuesta 1.4. Fomentar el conocimiento de canales cortos de comercialización.</p> <p>La propuesta de creación de canales cortos de comercialización destaca por ser la que los agentes han destacado como la más importante de todas las mencionadas (muy importante para el 80% de los agentes). Casi de forma unánime todos los agentes están de acuerdo que aportaría ventajas para favorecer el consumo de productos de kmo, ahorrar costes de intermediación, o mejorar la visibilidad y acceso a nichos de mercado. Esta medida requeriría de solventar problemas derivados con la distribución de los productos y el coste asumido al pertenecer a algunos canales cortos de comercialización.</p>
Comentarios adicionales	<ul style="list-style-type: none"> - Posturas diferenciadas ante el logo "Yo Dono". Se plantea que las personas productoras no necesitan reconocimiento (¿quién se lleva el reconocimiento, la persona productora o distribuidora?), sino más vías de salida del producto cuando lo dona. - Negociación de las devoluciones de las distribuidoras a las personas productoras. - Crear puntos de recogida equipados coordinados y controlados desde la Administración Pública, diferenciando productos de ciclo corto y ciclo largo. Una de las barreras identificadas para la donación de excedentes, se basaba en los costes de entrega y distribución, y la falta de recogida de alimentos a las entidades receptoras de las donaciones. - Contar con mancomunidades y ayuntamientos para dotar de centros de recogida equipados. - Favorecer y fomentar el consumo de proximidad (se plantean problemas de competitividad de nuevos/as emprendedores/as agroecológicos con productores establecidos). - Educación, concienciación y visibilidad de la importancia del no despilfarro alimentario en los colegios

Cuadro E2.2. Cuadro resumen de la reunión con agentes del sector primario

Página 9

CVE-2019-3459

JUEVES, 25 DE ABRIL DE 2019 - BOC NÚM. 79



REUNIÓN CON AGENTES DEL SECTOR DE LA DISTRIBUCIÓN	
Objetivo	<ul style="list-style-type: none"> - Mostrar el interés e implicaciones que tiene el problema del despilfarro alimentario y su papel en dicho problema y en la solución. - Presentar las iniciativas nacionales e internacionales que se están desarrollando en el sector - Conocer qué actividades están desarrollando los agentes presentes en la reunión en relación al despilfarro alimentario (¿desarrollan actividades y se conoce? ¿qué les lleva a realizar esas actividades? ¿necesitan una mayor visibilidad?) - Presentar las propuestas y conocer la valoración de los agentes sobre dichas propuestas, así como sus ventajas e inconvenientes - Conocer la implicación que podrían tener los agentes a la hora de desarrollar este tipo de iniciativas.
Agentes asistentes	<p>Dirección General de Política Social Dirección General de Medio Ambiente Jefa de Servicio de Comercio Centro de Información y Formación Agraria Universidad de Cantabria Representantes del sector de la distribución (EROSKI, BM, DIA, ALDI).</p>
Iniciativas propuestas y comentarios	<p>Propuesta 3.1. Promover la donación de alimentos sin valor comercial</p> <p>Todos los agentes asistentes a la reunión consideran la medida como importante o muy importante, así como oportuna en Cantabria.</p> <p>La generalidad es que se donan los alimentos sin valor comercial pero aptos para el consumo mediante convenios de colaboración con Bancos de Alimentos u otras entidades sociales, siendo el punto débil la distribución de esos productos. El convenio suele incluir cláusulas de responsabilidad, por las que se reflejan que los alimentos se donan en buen estado y han de consumirse siendo conscientes de la proximidad a su fecha de caducidad. Otras empresas de distribución reflejan que todo lo que se dona retorna a sus plataformas de distribución (no se dona nada de ningún centro) y la donación está centralizada. Una empresa de distribución refleja que todo en su empresa se puede trazar, y esos alimentos que retornan a las plataformas de distribución están validados por el departamento de calidad, por lo que se respeta la seguridad alimentaria (tiene protocolos, albaranes de entrega). A la hora de transportarlo, tienen personas proveedoras que colaboran con ellas. Jamás se dona si no hay trazabilidad. Otra empresa de distribución refleja que se hace la donación de alimentos (excepto productos cárnicos) desde el punto de venta.</p> <p>Respecto al reconocimiento de la donación, consideran positiva la distinción o reconocimiento, pero teniendo en cuenta la estructura receptora (donan a instituciones reconocidas e incluso con sellos de la Fundación Lealtad, por ejemplo).</p> <p>Las iniciativas que llevan a cabo para evitar el despilfarro alimentario están relacionadas con la planificación (ajustes a la hora de aprovisionarse y estimación de la demanda, formatos adecuados), la previsión (acuerdos con productores locales, especialmente en productos de temporada) y la concienciación (consejos, ayudas, App, newsletter, recetas, información sobre cómo almacenar los alimentos, etc.).</p>

Página 10



	<p>Al preguntar por las ofertas 3X2, que tienden a favorecer la compra de volúmenes mayores de los necesarios, existe una opinión generalizada entre los asistentes: es una cuestión de educación de la persona consumidora, ya que a nadie se le obliga a comprar la oferta (y existen opciones como la congelación en caso de que el volumen sea grande). El 95% de este tipo de ofertas se hace con productos no perecederos. Además, reflejan que muchas de estas ofertas ya se incluyen en los paquetes, no es algo del distribuidor</p> <p>Propuesta 3.2. Creación de un canal de alimentación social.</p> <p>Medida importante y oportuna, que puede mejorar la reputación de las compañías. Sin embargo, resaltan que pueden existir problemas organizativos, especialmente con los sistemas informáticos.</p> <p>Algunas de las empresas de distribución asistentes tienen implantado algo similar (un carnet discreto negociado con organizaciones o la administración para adquirir productos subvencionados) pero resaltan los problemas de desarrollo informático, contable y de protección de datos. No encuentran mucha relación contra el despilfarro alimentario.</p> <p>Propuesta 3.3. Promover <i>happyhours</i> (horas con algún tipo de descuento) en las horas finales del día.</p> <p>Medida poco importante y poco oportuna, que no incrementaría su volumen de negocio y supondría migración de clientes hacia esas franjas horarias en oferta. Las empresas distribuidoras asistentes resaltan que implementar algo así durante unas horas incrementaría el coste organizativo (etiquetado, nuevas cajas, conflictos en el establecimiento) y la contribución económica sería mínima. Es algo muy debatido, porque se puede enseñar erróneamente a la persona consumidora a que haga la compra en las horas finales del día y la imagen del establecimiento puede verse dañada (productos próximos a caducar, que al día siguiente no tienen valor comercial). Resaltan que hay que fomentar la educación a la persona (no hay que dar por sentado que determinados lineales estén repletos al terminar el día).</p> <p>Inciden en que la distribución desperdicia menos de un 5%, llegando incluso al 1% o al 0,5% de la cadena.</p> <p>Propuesta 3.4. Fomentar el conocimiento de canales cortos de comercialización.</p> <p>La creación de canales cortos de comercialización es una medida importante y oportuna para Cantabria. Aunque valoran que se fomente el concepto, la tendencia del e-commerce (comercio electrónico) es la opuesta, comprar centralizado. Consideran que es un tema de escala (al llegar a un determinado volumen un intermediario es necesario) y por el momento, dirigido a un target reducido. A mayor capilaridad, mayor despilfarro.</p>
--	--

Cuadro E2.2. Cuadro resumen de la reunión con empresas distribuidoras.

Página 11

CVE-2019-3459

JUEVES, 25 DE ABRIL DE 2019 - BOC NÚM. 79



REUNIÓN CON AGENTES CONSUMIDORES Y CANAL HORECA	
Objetivo	<ul style="list-style-type: none"> - Mostrar el interés e implicaciones que tiene el problema del despilfarro alimentario y su papel en dicho problema y en la solución. - Presentar las iniciativas nacionales e internacionales que se están desarrollando en el sector - Conocer qué actividades están desarrollando los agentes presentes en la reunión en relación al despilfarro alimentario (¿Desarrollan actividades y se conoce? ¿Qué les lleva a realizar esas actividades? ¿Necesitan una mayor visibilidad?) - Presentar las propuestas y conocer la valoración de los agentes sobre dichas propuestas, así como sus ventajas e inconvenientes - Conocer la implicación que podrían tener los agentes a la hora de desarrollar este tipo de iniciativas.
Agentes asistentes	<p>Dirección General de Política Social Dirección General de Medio Ambiente Jefa de Servicio de Comercio Dirección General de Educación Universidad de Cantabria CANTUR Unión de Consumidores Asociación Empresarial de Hostelería de Cantabria Catering Gastronomía GASCA Catering DeLuz Catering La Artesa de Manuel Escuela Universitaria de Turismo Altamira.</p>
Iniciativas propuestas y comentarios	<p>Propuesta 4.1. Normas de abastecimiento responsable y recuperación para el canal HORECA</p> <p>Medida importante o muy importante, así como oportuna en Cantabria.</p> <p>Las personas asistentes solicitan que, si se realiza normativa relacionada con el abastecimiento responsable, se realice desde una perspectiva positiva, no punitiva ("que sumen las iniciativas, no que resten"). Las empresas de catering asistentes reflejan la importancia de la planificación y de la administración ("Nuestra empresa es como una casa, economía familiar"), implantando incluso Apps que ayuden a la planificación, y dicen que están continuamente comunicándose con las personas responsables de los comedores para ver la acogida de los menús y planificar posibles cambios.</p> <p>A pesar de que no se puede hacer nada con la comida sobrante del comedor, las raciones que no han abandonado la cocina se suelen donar a determinadas asociaciones. Desde el punto de vista de la donación de excedentes, se refleja que hay que facilitar esta vía a la Hostelería ("es probable que vayan a donar algunas raciones, pero hay que facilitárselo a la Hostelería").</p>

Página 12



	<p>Se refleja la preocupación del empresariado de la Hostelería a la hora de donar estas raciones sobrantes ("¿van a ser responsables a la hora de conservar esa comida?", "¿y si hay alguna intoxicación?"). Se comenta que el <i>doggy bag</i> es una medida que hay que implantar necesariamente, pero hay que limitar la responsabilidad y educar a la persona consumidora en la conservación de la comida.</p> <p>Propuesta 4.2. Ajuste y planificación de raciones y menús.</p> <p>Medida muy importante y oportuna, que puede mejorar la reputación de las compañías. Además, la realización de dichos análisis no se ve como una desventaja.</p> <p>Se refleja la necesidad de trabajar en el ajuste de las raciones, así como en la comunicación de los platos (qué tipo de acompañamiento se ofrece, si se desea ese acompañamiento, etc.). Se necesita también trabajar en los pliegos de los concursos, que suelen incluir el gramaje de las comidas.</p> <p>Propuesta 4.3. Mapas / rutas contra el despilfarro alimentario.</p> <p>Medida importante y oportuna, que mejoraría la reputación y visibilidad de las compañías que estuvieran incluidas en la red, favoreciendo la concienciación y permitiendo adherirse a otras empresas en la realización de buenas prácticas.</p> <p>Propuesta 4.4. Cursos/talleres para evitar el despilfarro (HORECA, PERSONAS CONSUMIDORAS, EDUCACIÓN).</p> <p>Medida importante y oportuna, que mejoraría la concienciación, así como la realización de campañas de concienciación específicas que pueden adaptarse a tipos específicos de público y diferentes temáticas.</p> <p>Se refleja que es necesaria una colaboración público/privada para disminuir la generación de residuos, y educar a la persona consumidora</p> <p>Propuesta 4.5. Comparar a qué equivale lo que se desperdicia en casa.</p> <p>Medida muy importante y oportuna. Los agentes están de acuerdo con las ventajas explicitadas de visibilidad y versatilidad de la iniciativa.</p>
--	---

Cuadro E2.2. Cuadro resumen de la reunión con personas consumidoras y HORECA

Página 13

² Literalmente traducido como "bolsa para el perro", se denomina *doggy bag* a ese envase en el que la persona consumidora puede llevarse los productos sobrantes de un establecimiento hostelero, especialmente.



ETAPA 3: ALGUNAS PROPUESTAS CONTRA EL DESPILFARRO ALIMENTARIO SOMETIDAS A DEBATE.

Las reuniones mantenidas con los agentes de la cadena de valor han servido para valorar algunas medidas inicialmente planteadas. Estas son las iniciativas que se sometieron a valoración:

- Iniciativa 1. Promover el aprovechamiento de excedentes a través de la creación de un distintivo (“Yo dono” / “Yo no desperdicio” / “Mi establecimiento no desperdicia”, etc.).
- Iniciativa 2. Promover el conocimiento de canales cortos de comercialización a través de la difusión de información y realización de ferias de alimentación (productos de km 0) o mercados de productores y artesanos.
- Iniciativa 3. Creación de una red de distribución de alimentos excedentarios.
- Iniciativa 4. Normas de abastecimiento y recuperación para HORECA.
- Iniciativa 5. Análisis y ajuste de raciones (HORECA, Colegios, Personas Consumidoras).
- Iniciativa 6. Talleres / cursos / campañas de concienciación contra el despilfarro alimentario que incluyan recomendaciones sectoriales (benchmarking).
- Iniciativa 7. Equivalencias en CO₂/euros del desperdicio de un hogar.
- Iniciativa 8. Mapa/ruta contra el despilfarro alimentario.

Página 14



Iniciativa 1. Promover el aprovechamiento de excedentes a través de la creación de un distintivo (“Yo dono”/ “Yo no desperdicio”/ “Mi establecimiento no desperdicia”, etc.)

¿Qué se pretende?	Se desea promover el aprovechamiento de excedentes o <i>ugly food</i> (productos feos) a través de la promoción en su caso de creación de empresas de inserción social.
Ventajas e inconvenientes	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mejora de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC)/ reputación / visibilidad de las compañías que tengan el distintivo ✓ Empowerment de colectivos de exclusión social ✓ Se evitan las pérdidas y desechos de alimentos ✓ Inclusión en redes que pueden generar sinergias ✗ Generación de costes adicionales para la persona/empresa productora (transporte, almacenamiento). ✗ Compromiso para dar salida a los excedentes.
Indicadores	<ul style="list-style-type: none"> - Nº de empresas con distintivo. - Kilogramos de alimentos donados / distribuidos.
Agentes	Productores → Industria → Distribuidores → HORECA → Colegios → Personas consumidoras
Iniciativas en las que se basa la propuesta	Huertos de Soria (España), Es Imperfect de espigoladors (España), La alimentación no tiene desperdicio (España), <i>Rubies in the rubble</i> (Reino Unido), <i>Culinary Misfits</i> (Alemania), <i>Last Minute Market</i> (Italia), Ni un pez por la borda (UE), <i>AmpleHarvest.org</i> (EEUU), <i>SecondBite</i> (Australia).

Página 15

JUEVES, 25 DE ABRIL DE 2019 - BOC NÚM. 79



Iniciativa 2. Promover el conocimiento de canales cortos de comercialización a través de la difusión de información y realización de ferias de alimentación (productos de km 0) o mercados de productores y artesanos/as.

¿Qué se pretende?	Hoy en día, una opción que tienen las personas consumidoras para comprar son los llamados “canales cortos de comercialización”, donde los productos van normalmente del campo a la mesa. Algunos canales cortos de comercialización son: directodelcampo.com, Hermeneus, Disfruta&Verdura, demipueblo.es Fomentar la celebración de ferias o mercados de personas productoras supondría una nueva vía de comercialización, ahorrando intermediarios y mejorando la visibilidad en las personas consumidoras.
Ventajas e inconvenientes	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Nuevas vías de comercialización, favoreciendo el concepto “del campo a la mesa”. ✓ Ahorro de intermediarios. ✓ Pertenencia a una red (más publicidad). ✓ Información en un clic. ✓ Nuevas personas consumidoras (otro estilo: ecológico, compra online, menos tiempo) ✗ Distribución de productos . ✗ Preparación de ferias (desplazamiento, etc.). ✗ En el caso de plataformas online (requisitos y coste).
Indicadores	- N° de empresas con ferias de alimentación realizadas (asistentes, n° de stands, kg. de alimentos vendidos, planes de redistribución...)
Agentes	Productores → Industria → Distribuidores → HORECA → Colegios → Personas consumidoras
Iniciativas en las que se basa la propuesta	directodelcampo.com, Hermeneus, Disfruta&Verdura, demipueblo.es, ODECA.

Página 16



Iniciativa 3. Creación de una red de distribución de alimentos excedentarios

¿Qué se pretende?	El principal inconveniente de productores, industria y canal HORECA a la hora de donar determinados productos es la distribución de los mismos a organizaciones o instituciones sociales. La creación de microredes de distribución de alimentos, integrada dentro de la Red de Emergencia Social, facilitará de manera local (minimizando el impacto medioambiental) el reparto de dichos alimentos sin valor comercial o próximos a su fecha de caducidad.
Ventajas e inconvenientes	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Diseño de recorridos óptimos para poner en contacto al donante y a la entidad/persona receptora. ✓ Las entidades/personas productoras donantes solo donan el producto (no lo transportan). ✓ Pertenencia a una red. ✓ Conexión con la Red de Emergencia Social. ✗ Impacto en el medio ambiente, a pesar de que se pueda minimizar al optimizar el diseño del recorrido
Indicadores	- Kg. de alimentos donados / distribuidos. - N° de personas beneficiarias. - Kilómetros recorridos.
Agentes	Productores → Industria → Distribuidores → HORECA → Colegios → Personas consumidoras

Página 17

CVE-2019-3459



Iniciativa 4. Normas de abastecimiento y recuperación para HORECA

¿Qué se pretende?	<p>La idea que transmiten las normas de abastecimiento y recuperación es evitar la compra de cantidades o unidades extras, que pueda conducir al despilfarro alimentario por la gestión realizada en la transformación, almacenamiento, venta y consumo de los alimentos. Esta medida es transversal a toda la cadena de valor, ya que pueden ser aplicada en cualquier eslabón de la cadena: productores, industria, distribución, restauración y personas consumidoras.</p> <p>Algunos aspectos que abarcarían estas normas de abastecimiento responsable serían:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Provisión responsable y ajustada a la demanda. - Búsqueda de entidades/personas proveedoras que puedan abastecer con entregas regulares. - Las estrategias adecuadas para dar salida a los alimentos serían: <ul style="list-style-type: none"> - Evitar estrategias de marketing que incentiven la compra de grandes cantidades para productos perecederos en el corto plazo. - Flexibilizar los estándares de frutas y verduras, mejorando la aceptación de <i>ugly food</i>.
Ventajas e inconvenientes	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mejora de la RSC de la cadena de valor: aprovisionamiento. ✓ Posibilidad de certificar. ✓ Equiparación a un código ético de abastecimiento (no vinculante, pero presente). ✓ Mejora del aprovisionamiento, almacenamiento, logística. ✓ Colaboración con entidades/personas proveedoras. ✗ Posibles cambios en las condiciones de los contratos, penalizaciones, que generen costes adicionales. ✗ Costes organizativos.
Indicadores	<ul style="list-style-type: none"> - N° de empresas con normas de abastecimiento y recuperación - Kilogramos de residuos
Agentes	Productores → Industria → Distribuidores → HORECA → Colegios → Personas consumidoras
Iniciativas en las que se basa la propuesta	LIFE Zero Cabin Waste (España), Ecoembes (España), Nestlé (España), Grupo Lactalis (España), Every Crumb Counts (Europa), ReFood (Europa), Food Waste Reduction Alliance (EEUU), Slow Food Youth Network (Global).

Página 18



Iniciativa 5. Análisis y ajuste de raciones (HORECA, Colegios, personas consumidoras)

¿Qué se pretende?	<p>En muchas ocasiones, las personas consumidoras tienen que desechar o desperdiciar alimentos porque el precio es más económico en formatos más grandes (los llamados formatos de ahorro), que tienen un mayor volumen de producto, y que puede que no se necesite en el hogar.</p> <p>En otros ámbitos, son en muchas ocasiones las raciones poco adecuadas a la edad de la persona consumidora lo que genera el desperdicio, o a veces la imposibilidad de poder solicitar otro formato de ración (por ejemplo, medias raciones).</p> <p>Además, tener un conocimiento más adecuado de la composición del menú en un restaurante (tamaños y acompañamientos), facilitará el no desperdicio de muchos alimentos.</p> <p>Una manera de facilitar el aprovechamiento de los excedentes en el canal HORECA es la utilización de las llamada <i>doggy bag</i>, mediante las cuales las personas consumidoras pueden llevarse a casa esa parte de la ración que no hayan consumido en el establecimiento.</p>
Ventajas e inconvenientes	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Adecuar el tamaño de las raciones al consumo e información nutricional. ✓ Evitar excedentes o alimentos desaprovechados. ✓ Mejora en la gestión de materias primas. ✗ Análisis de porciones según edades y tipos de restaurante. ✗ Coste de las bolsas/envases (<i>doggy bag</i>).
Indicadores	<ul style="list-style-type: none"> - N° de empresas habiendo realizado análisis de raciones. - Cambios en la presentación de menús. - N° de envases utilizados (<i>doggy bag</i>) para sobras. - Tasa de respuesta por parte de la persona consumidora: envases ofrecidos / envases aceptados. - Medición/evolución de residuos en hostelería.
Agentes	Productores → Industria → Distribuidores → HORECA → Colegios → Personas consumidoras
Iniciativas en las que se basa la propuesta	EUROPEN, TESCO

Página 19



Iniciativa 6. Talleres/cursos/campañas de concienciación contra el despilfarro alimentario que incluyan recomendaciones sectoriales (benchmarking?)

¿Qué se pretende?	Una gran parte del despilfarro alimentario a lo largo de la cadena de valor se origina en la fase de consumo. Las causas que podrían explicar el despilfarro entre las personas consumidoras es la baja concienciación tanto con el gasto que representa la alimentación dentro de los presupuestos familiares, o la falta de sensibilización sobre las cantidades de alimento desperdiciado y las necesidades que puede cubrir. Los cursos o talleres de sensibilización pueden actuar sobre los hábitos de consumo de las familias y reducir las pérdidas de alimento.
Ventajas e inconvenientes	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Sensibilización. ✓ Redes de actuación y networking entre las personas participantes. ✓ Aprendizaje y adquisición de nuevos hábitos. ✓ Mejora del presupuesto familiar o de HORECA. ✓ Evitar excedentes o alimentos desaprovechados. ✗ Coste y organización de cursos.
Indicadores	<ul style="list-style-type: none"> - Nº de cursos realizados. - Nivel de sensibilización antes y después. - Kilogramos de residuos alimentarios.
Agentes	Productores → Industria → Distribuidores → HORECA → Colegios → Personas consumidoras
Iniciativas en las que se basa la propuesta	Sin desperdicios: aprovecha la comida (España), Albal reta a Albal (España), Slow Food Youth Network (Internacional), Taste before you waste (Holanda), Programa Cozinha Brasil (Brasil), Save Food from the fridge (Internacional), Appetite for action (Reino Unido), European Week for Waste Reduction (EU), Generation Awake (UE), lo non spreco: adotta un nonno a pranzo (Italia), lo non spreco: snack-saver bag (Italia), School Waste Heroes (Reino Unido).

³ El benchmarking es un proceso que implica recopilar información sobre las mejores prácticas en el mercado, comparando y aprendiendo de los competidores. A través del benchmarking se pueden obtener puntos de referencia valiosos para desarrollar e implementar nuevas actividades o tareas.



Iniciativa 7. Equivalencias en CO₂/euros del desperdicio de un hogar.

¿Qué se pretende?	<p>¿Tienes una entrada para el Racing en tu nevera? ¿Tienes una entrada a Cabárcero en tu nevera? ¿Tienes un viaje de fin de semana en tu nevera?</p> <p>La definición de pérdida dice: "Cantidad o cosa que se pierde, especialmente dinero" y basura: "Residuos desechados y otros desperdicios". ¿Por qué no somos conscientes de que muchos de los desechos son una pérdida económica? Mediante un método de contabilización aproximado, a través del peso, por ejemplo, se puede convertir en dinero todo aquello que se tira en un hogar y que podría aún servir.</p> <p>En función de lo que se tira en un hogar, se puede tener el equivalente, bien en euros o en CO₂, para comprar una entrada de cine, de fútbol, a un parque natural, o para cultivar o producir determinado alimento.</p> <p>Como campaña de concienciación, la persona consumidora puede identificar que si aprovecha los alimentos que tiene en la nevera podría destinar ese gasto potencial a otro tipo de actividad.</p>
Ventajas e inconvenientes	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Incremento de la visibilidad: sencillo, útil, llamativo. ✓ Fácil de comunicar y transmitir. ✓ Permite hacer comparaciones para niños/as, personas adultas, diferentes temáticas. ✗ Estudios para generar las equivalencias, en euros y en CO₂
Indicadores	- Nivel de sensibilización
Agentes	Productores → Industria → Distribuidores → HORECA → Colegios → Personas consumidoras
Iniciativas en las que se basa la propuesta	ENDESA: Basura por electricidad (España), Tu basura vale un huevo (España), En busca de héroes contra el desperdicio alimentario (España), Food Rescue (Reino Unido)



Iniciativa8. Mapa/ruta contra el despilfarro alimentario.

¿Qué se pretende?	<p>En muchas ocasiones, es la desinformación o falta de visibilidad lo que genera el desperdicio alimentario.</p> <p>¿Qué se está haciendo a mi alrededor en relación con el despilfarro alimentario? Conocer las acciones que otros llevan a cabo en relación al aprovechamiento de alimentos puede ser un aliciente para las personas consumidoras, de manera que pueden poner en marcha las mismas iniciativas en su hogar.</p> <p>Estos mapas/rutas contra el despilfarro pueden equipararse a una “Rutas de tapas” turística con sentido social, mostrando iniciativas locales (restaurantes, bares o incluso particulares) que combatan el despilfarro alimentario. Además, pueden recopilarse en un mapa online de buenas prácticas, estando disponibles para todos aquellos que las quieran consultar.</p> <p>Este mapa virtual puede incorporarse a un portal web para recopilar eventos relacionados con la alimentación, cuyas características sean: 1) usabilidad, 2) utilidad, 3) actualización.</p>
Ventajas e inconvenientes	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mejora de la RSC / reputación / visibilidad de las compañías que formen parte del mapa / ruta contra el despilfarro. ✓ Red de buenas prácticas. ✓ Concienciación. ✗ Recopilación de buenas prácticas reales.
Indicadores	<ul style="list-style-type: none"> - Nº de iniciativas adheridas al mapa / ruta contra el despilfarro. - Nº de visitas registradas en el portal web.
Agentes	Productores → Industria → Distribuidores → HORECA → Colegios → Personas consumidoras.
Iniciativas en las que se basa la propuesta	La cuina furtiva (España)

Página 22



**ESTRATEGIA CONTRA
EL DESPILFARRO ALIMENTARIO
EN
CANTABRIA
2019-2020**

Página 23

CVE-2019-3459



JUSTIFICACIÓN Y OBJETIVO DE LA ESTRATEGIA

La necesidad de establecer acciones orientadas a reducir el desperdicio de alimentos se enmarca en el enfoque integral de la UE para la utilización eficiente de los recursos. El desarrollo económico debe desligarse de la economía lineal – donde se extraen los materiales de la tierra para fabricar los productos, usarlos y luego eliminarlos –, hacia una **economía circular** – donde los residuos y los subproductos, del final de vida de los productos usados, entran de nuevo en el ciclo de producción como materias primas secundarias –.

«Una Europa que utilice eficazmente los recursos» es una de las siete iniciativas emblemáticas que forman parte de la **Estrategia Europa 2020** que pretende generar un crecimiento inteligente, sostenible e integrador. Actualmente es la principal estrategia de Europa para generar crecimiento y empleo, con el respaldo del Parlamento Europeo y el Consejo Europeo. Esta iniciativa pretende crear un marco político destinado a apoyar el cambio a una economía eficiente en el uso de los recursos y de baja emisión de carbono que nos ayude a: 1) Mejorar los resultados económicos al tiempo que se reduce el uso de los recursos, 2) Identificar y crear nuevas oportunidades de crecimiento económico e impulsar la innovación y la competitividad de la UE, 3) Garantizar la seguridad del suministro de recursos esenciales; y 4) Luchar contra el cambio climático y limitar los impactos medioambientales del uso de los recursos.

Esta iniciativa emblemática ofrece un marco de medidas a largo plazo y, de manera coherente, otras a medio plazo entre las cuales ya está identificada una estrategia destinada a convertir a la UE en una «economía circular» basada en una sociedad del reciclado a fin de reducir la producción de residuos y utilizarlos como recursos.

La economía circular (EC) 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...) se mantenga en la economía durante el mayor tiempo posible, y que se reduzca al mínimo la generación de residuos. Se trata de implementar una nueva economía, circular – no lineal –, basada en el principio de «cerrar el ciclo de vida» de los productos, los servicios, los residuos, los materiales, el agua y la energía.

Uno de los aspectos más importantes a desarrollar en el marco de esta política es la **lucha contra el desperdicio alimentario**, implementada en el ámbito estatal en el “Programa para la reducción de las pérdidas y el desperdicio alimentario y la valorización de los alimentos desechados”, propuesto por el MAGRAMA, cuyo mensaje “Más alimento, menos desperdicio” sintetiza las 11 líneas de acción prioritarias:

- Reducir las pérdidas y los descartes de alimentos y fijar el objetivo europeo *zerowaste to landfill* (ningún desperdicio al vertedero).
- Fomento de la economía circular: objetivo residuo CERO.
- Facilitar la formación de redes de consumo que sirvan para disponer directamente los productos alimenticios desde los centros de producción.



- Constitución de una cadena solidaria de alimentos. Conseguir que estos excedentes sean entregados a organizaciones sociales.
- Promover la formación en el buen manejo y aprovechamiento de los alimentos en todas las etapas de la cadena alimentaria y en los hogares.
- Apoyar la investigación y la innovación orientada al aprovechamiento total de los alimentos.
- Mejorar y hacer más transparente la información sobre la utilización de los alimentos y los residuos alimentarios.
- Promover los necesarios cambios normativos y la seguridad jurídica que favorezcan el aprovechamiento de los alimentos garantizando su salubridad.
- Promover las medidas económicas y fiscales orientadas a la prevención de las pérdidas, las mermas y el desperdicio de alimentos de acuerdo con la jerarquía de gestión de residuos.
- Facilitar la donación de alimentos a las entidades de acción social y los colectivos desfavorecidos.
- Colaborar en la reducción del desperdicio alimentario a la mitad para el año 2025 (la Comisión Europea estima que cada año se desaprovecha 1/3 de la producción mundial, 7,7 millones de toneladas anuales en España) en línea con la resolución del Parlamento Europeo del 19 de enero de 2012.

Las pérdidas y desperdicio de alimentos no solo representan, desde una perspectiva global, una oportunidad desaprovechada de alimentar a la población, sino que, en el actual contexto económico, en el que la sociedad atraviesa momentos difíciles y debido al cual se ha incrementado el número de personas en situación de vulnerabilidad social, la reducción de este desperdicio alimentario sería un paso preliminar para combatir el hambre y mejorar el nivel de nutrición de las poblaciones más desfavorecidas.

Además del problema ético y nutricional que supone que una cantidad considerable de alimentos en buen estado se desaproveche cada día, se plantea el impacto ambiental, en términos de cantidad de recursos naturales finitos, como los recursos hídricos, la tierra o los recursos marinos utilizados para la producción de estos alimentos no consumidos. A lo que se suma el impacto ambiental del exceso de residuos orgánicos e inorgánicos que este desperdicio genera.

La propuesta de Economía Circular, cuyo objetivo a largo plazo es que la UE se convierta en una sociedad del reciclado, plantea medidas para reducir el desperdicio de alimentos que permitan alcanzar el objetivo de desarrollo sostenible de **reducir a la mitad el desperdicio de alimentos a más tardar en 2030**.



El Gobierno de Cantabria en el marco del “Plan de Emergencia Social de Cantabria (PESC)” plantea líneas estratégicas y medidas transversales, en las que se implica toda la Administración Pública, con el fin de alcanzar propuestas eficaces orientadas a reducir el despilfarro de alimentos, coordinando esfuerzos que deriven en una mayor articulación del sistema alimentario.

CIFRAS DEL DESPILFARRO ALIMENTARIO EN ESPAÑA

Según el Informe del consumo de alimentación en España 2017, en 2017 se tiraron a la basura, en los hogares españoles, 1.229 millones de kg-l de alimentos y bebidas, de los que 1.075 millones correspondieron a productos sin utilizar y 154 millones a alimentos cocinados. Estos datos muestran una reducción del 5,7% del volumen de alimentos desperdiciados en el último año, es decir, se han tirado 74,5 millones de Kg-l menos a la basura. Ello implica una mejoría en la gestión de la compra y en el uso de los alimentos y confirma la concienciación de las familias en la lucha contra el despilfarro alimentario.

Esta tendencia de reducción del despilfarro alimentario en los hogares se detecta ya en otoño-invierno 2016 (-2,3%) y se hace más acusada en la temporada de primavera-verano 2016 (-9,4%). En otoño-invierno de 2017 se produjo un repunte del volumen despilfarro de alimentos, por el contrario, la temporada primavera-verano 2017 supone un mínimo histórico en el volumen despilfarro de alimentos en el hogar.

La mayor parte del despilfarro, el 87,5% del volumen total, se debe al desecho de alimentos tal y como se compraron, sin ningún tipo de transformación, los cuales se tiran por deterioro o caducidad sin haberse llegado a utilizar. El resto se debe al despilfarro de recetas. Ambos tipos de despilfarro pueden tener distintas causas y motivaciones, y necesitan enfoques diferentes en su reducción. Podemos ver que en este último año se ha reducido en mayor proporción los desperdicios de platos cocinados que de productos sin elaborar, lo cual puede indicar una mejor adaptación de las raciones cocinadas al consumo de las personas integrantes del hogar, el empleo de recetas de aprovechamiento o una mejor gestión de las sobras.

La tasa total de despilfarro, es decir, la ratio entre el total de alimentos desechados y el total de alimentos comprados se sitúa en 4,3%, lo que supone un ligero descenso respecto a 2016 (4,5%). Si tenemos en cuenta el volumen de desperdicio per cápita, en 2017 es de 26 kg al año, lo que supone unos 2 kilos menos que en 2016. Respecto al número de hogares, en 2017 el 82,7% de los hogares españoles despilfarró en algún momento alimentos sin utilizar. En el caso de los platos ya cocinados, un 26,8% de los hogares declararon tirar alguna cantidad, un porcentaje bastante menor que en 2016 (30,4%).



El desperdicio medio por hogares en España es de 76 Kg. /año, lo que equivale a más de ½ kg. de alimentos por persona y semana.

Los hogares españoles tiran en un año 1,5 millones de toneladas de alimentos que son válidos para el consumo.

El mayor porcentaje de alimentos desechados corresponde al pan, cereales y otros alimentos de pastelería (19,3%), seguidos de frutas y hortalizas (16,9%).

A la hora de hacer análisis sociodemográfico de los datos, en cuanto a comportamientos y hábitos de las personas responsables de la compra en los hogares españoles, 7 de cada 10 comprueba siempre o casi siempre el estado de los alimentos que tiene en su casa para planificar la compra del hogar (69%), y dos de cada tres aseguran que elaboran una lista previa de alimentos a adquirir (65,1%).

La mayoría de las personas consumidoras aseguran que intentan conservar los alimentos que han sobrado de otras comidas (4,8%), frente a una pequeña parte que reconocen que los tiran (4%).

De los/las que intentan conservar los alimentos, el 95% suele congelarlos en envases o guardarlos en frigorífico para un consumo posterior, frente a un 4,7% que los guarda en la nevera, pero que acaba tirándolos más adelante.

Por otra parte, a la hora de realizar la compra, siente de cada diez responsables de los alimentos afirman que se fijan en las fechas de caducidad o de consumo preferente, una cuarta parte asegura que se fijan en las fechas de algunos alimentos, pero no de todos y el 4,2% declaran que no se fijan nunca en las fechas.

Según el resultado de las encuestas, hay confusión entre los conceptos de fecha de caducidad y consumos preferente. El 25% de las personas entrevistadas cree que las fechas de caducidad quiere decir que a partir de esa fecha el alimento ya no conserva sus cualidades específicas, pero es seguro para comerlo, lo cual puede repercutir en el consumo de alimentos en mal estado.

En cuanto a la edad, las familias cuyos responsables son más jóvenes serían las que más despilfarran, destacando los hogares en los que aquellos son menores de 35 años como los más propensos al despilfarro de platos cocinados. Respecto al año pasado, se incrementa la proporción de hogares que desperdician tanto productos sin utilizar como cocinados en la franja de los 35 a 49 años.

Los hogares formados por personas retiradas son los que menos desperdician. En cambio, el 90,6% de los hogares con hijos/as de edad mediana tiran algún producto sin elaborar a la basura y el 35,8% de los hogares con niños/as pequeños/as tiran productos una vez han sido cocinados.



En cuanto a la presencia o no de niños/as y la edad de los/as mismos/as, los hogares con niños/as y en mayor medida los que tienen hijos/as de menos de 6 años serían comparativamente los que más desperdician. En lo que respecta al nivel económico, las familias con rentas altas y medias son las que más desperdician alimentos sin utilizar y platos cocinados, pues el 59% de los hogares que desperdician alimentos corresponden a esos umbrales de renta, cuando en población representan el 47%. Las familias con rentas bajas son las que menos desperdician, siendo sólo el 15% de los hogares que tiran alimentos.

ALIMENTOS DESPERDICIAOS SIN UTILIZAR⁴

Con la excepción de productos cárnicos y pescados, que suben ligeramente, de forma general los hogares reducen la cantidad que tiran a la basura de todos los productos, lo que implica una mayor concienciación acerca del desperdicio de comida. La fruta es la categoría que genera más volumen de desperdicios, 351,2 millones de kg en 2017, lo que supone el 32,7% de los kg desperdiciados, una proporción similar a la del año anterior. Sin embargo, al ser un producto que también se consume en grandes cantidades, puede darnos más información la tasa de desperdicio, en este caso, la relación entre la cantidad tirada de un producto respecto de las compras de ese producto en particular. En este caso, destacaría la reducción de la tasa de desperdicio en naranjas y plátanos, aunque en el resto de frutas se incrementa. En general, este tipo de producto tiene una tasa de desperdicio superior a la media, destacando la manzana con un 11,7% de las manzanas compradas.

El siguiente grupo en volumen de desperdicio serían las verduras y hortalizas con 151,6 millones de kg, con una disminución de 19,7 millones de kg respecto al año pasado, siendo una de las categorías en las que más se ha reducido la cantidad desperdiciada. Mantienen una tasa de desperdicio similar a la media del total de alimentos, por lo que a pesar de su volumen no es una categoría que se gestione particularmente mal.

El tercer grupo con mayor volumen de desperdicio serían los lácteos con 140,7 millones de kg. En el caso de la leche líquida vemos que su tasa de desperdicio es muy baja, de tan solo un 1,5% en 2017. Y sólo algo más alta en yogures, con el 4,8%. Por ello, el elevado volumen se debería a que también hay un consumo muy elevado de este tipo de productos.

⁴Nota: "Alimentos desperdiciados sin utilizar": Frutas, verduras/hortalizas, cárnicos y pescados/mariscos incluyen frescos y congelados, y no en conserva. Lácteos incluye leche y derivados (en derivados no se incluyen los helados). Pan incluye fresco, industrial y congelado.



Otras categorías en las que se ha reducido la cantidad desperdiciada de forma considerable son las bebidas (-12,9 millones de l), o las sopas, cremas y caldos (-7,4 millones de l). En cambio, el pan fresco ha aumentado tanto su volumen (6% del total de desperdicio) como su tasa de desperdicio (5,4% de lo comprado), por lo que sigue siendo una de las categorías más relevantes.

Si tenemos en cuenta la tasa de desperdicio, observamos que productos como las salsas (20,7%) o las sopas, cremas y caldos (11%) tienen una tasa muy superior a la media, por lo que se desecha una parte importante de lo que se compra, es decir, la gestión de este tipo de productos no es adecuada. En cambio, productos como las bebidas refrescantes y gaseosas tienen una tasa muy baja, al igual que la leche líquida, como hemos indicado anteriormente.

PLATOS COCINADOS DESPERDICIAOS

El desperdicio procedente de platos cocinados en el hogar es de 153,9 millones de kg, un 20% menos en comparación con 2016, lo que se traduce en 38,6 millones de kg de reducción. En general, se reduce la cantidad de alimento tirado a la basura de la mayoría de platos, siendo las categorías de platos basados en carnes (-8,9 millones de kg), platos con base de verduras (-6,0 millones de kg) y los platos basados en pasta (-5,7 millones de kg) los que más ven reducido su nivel de desperdicio. Únicamente aumenta la cantidad tirada a la basura de pizzas.

Las recetas basadas en legumbres son las que más terminan en la basura (31,1 millones de kg), siendo las lentejas el plato más desperdiciado con 13,2 millones de kg. Le seguirían los platos con garbanzos o cocido con 11,5 millones de kg. Ambos siguen tendencias opuestas, pues destaca el descenso que se ha producido del desperdicio de lentejas con respecto al año anterior, mientras que por el contrario se aumenta el desperdicio de garbanzos.

El segundo grupo con más volumen de desperdicio serían las sopas, cremas y purés, con 19,2 millones de l. En especial destacan los purés de verduras, con 5,0 millones de kg y aumentando ligeramente respecto al año pasado; y la crema de calabacín, con 3,7 millones de kg, aunque en este caso se ha reducido la cantidad desperdiciada respecto a 2016. Les seguirían, en volumen, los platos con base de carne (16,2 millones de kg), los platos basados en arroz (15,5 millones de kg) y los platos con base de pasta (12,9 millones de kg).

Tras el debate, se seleccionaron las iniciativas que sometidas inicialmente a debate se consideraron positivas e incluso se incorporaron nuevas iniciativas fruto de las aportaciones de todas las partes que han participado en el proceso. Esta estrategia se desarrollará en base a un plan de actuación, una memoria económica y un cronograma de trabajo para el período 2019-2022.



CUADRO DE ACTUACIONES EN FUNCIÓN DE LA CADENA DE VALOR

Línea 1: PLAN DE ACTUACIÓN.

Objetivos:

- Fijar los compromisos de cada departamento de la Administración autonómica en el desarrollo de esta Estrategia.

¿Qué actuaciones se llevarán a cabo?

Iniciativa: Elaboración por parte de todos los departamentos de la Administración de la Comunidad autónoma de Cantabria involucrados y en el plazo de 3 meses de un Plan de desarrollo de la Estrategia contra el despilfarro alimentario en Cantabria 2019-2022 que contemplará un cronograma de actuaciones y una memoria económica.



Línea 2:ACTUACIONES CON PRODUCTORES

Objetivos:

- Minimizar la generación de excedentes.
- Fomentar las relaciones directas entre productores y personas consumidoras, acortando las cadenas de suministros de alimentos, como medio para contribuir a la reducción de las pérdidas y el desperdicio de alimentos.
- Promoción de los canales cortos de comercialización y del consumo de productos locales.
- Contribuir a maximizar la redistribución de los alimentos excedentes, promoviendo la colaboración con entidades sociales.

¿Qué actuaciones se llevarán a cabo?

Iniciativas	Departamento competente.	Departamento colaborador	Indicadores
Iniciativa 1. Creación de un distintivo ("Yo Dono", "Yo no desperdicio", "Este municipio lucha contra el despilfarro", etc.).	D.G. Política social.	Dirección general de Pesca y alimentación. Dirección general de Industria Comercio y Consumo	- N° de empresas con distintivo. - Kilogramos de alimentos donados / distribuidos
Iniciativa 2. Creación de una red solidaria de distribución de alimentos excedentes a favor de entidades sociales que atienden a personas en situación de emergencia social ∞ Conexión con la Red de apoyo a personas en situación de emergencia Social.	D.G. Política social.	Dirección general de Pesca y alimentación	- N° de entidades sociales y personas productoras involucradas - Número de personas beneficiarias de la Red

JUEVES, 25 DE ABRIL DE 2019 - BOC NÚM. 79



Iniciativa 3. Promoción de la suscripción de acuerdos con agentes clave de sectores estratégicos para la creación de canales estables de aprovechamiento de excedentes alimentarios desde los productores hasta Asociaciones y entidades sociales que atienden a personas en situación de emergencia social, para el aprovechamiento de los excedentes alimentarios en la fase de producción.	D.G. Pesca y alimentación.	ODECA D.G. Política social	Nº de acuerdos suscritos entre productores y entidades y agentes sociales a través de la Red
Iniciativa 4. Apoyo de las iniciativas para la promoción de los productos de proximidad y la venta directa (tanto a través de publicidad dirigida a la persona consumidora), como mediante la celebración de ferias de Alimentación (Productos Km 0) / Mercado de Productores y Artesanos.	D.G. Pesca y alimentación.	ODECA	- Número de ferias de alimentación km 0 celebradas en el último año (Nº productores asistentes, - Nº stands, - kg de alimentos vendidos, planes de redistribución
Iniciativa 5. Promoción del desarrollo de canales cortos de comercialización y del consumo de productos locales	ODECA	D.G. Pesca y alimentación.	-Nº de acciones divulgativas realizadas a productores y distribuidores sobre los canales cortos de distribución y sus ventajas

Página 32



Iniciativa 6. Información a la ciudadanía sobre los canales cortos de comercialización para facilitar su conocimiento y uso.	Dirección general de Pesca y alimentación.	DG Política Social ODECA	Nº de acciones divulgativas realizadas en población general del concepto canal corto de distribución y sus ventajas
Iniciativa 7. Integrar y priorizar la prevención del despilfarro alimentario en el conjunto de acciones de responsabilidad social corporativa de empresas del sector primario.	Dirección general de Pesca y alimentación.	ODECA	Nº de acciones formativas y sensibilización contra el despilfarro impartidos a personas trabajadoras del sector primario
Iniciativa 8. Formación a las personas trabajadoras en el sector agrario sobre el despilfarro alimentario	Dirección general de Pesca y alimentación.	ODECA	Nº de acciones formativas y sensibilización contra el despilfarro impartidos a personas trabajadoras del sector primario
Iniciativa 9. Difusión de buenas prácticas entre los agentes del sector primario a través de medios presenciales, electrónicos y redes sociales.	Dirección general de Pesca y alimentación.	ODECA	Nº de acciones de difusión de buenas prácticas realizadas

Página 33

CVE-2019-3459

JUEVES, 25 DE ABRIL DE 2019 - BOC NÚM. 79



Línea 3:ACTUACIONES CON INDUSTRIA Y DISTRIBUCIÓN.

Objetivos:

- Minimizar la generación de excedentes.
- Mejorar la redistribución de alimentos excedentes.
- Fomentar el diseño y el desarrollo de nuevas tecnologías en el marco de las políticas de innovación para la industria alimentaria para mejorar la eficiencia en el aprovechamiento de los productos.
- Contribuir a maximizar la redistribución de los alimentos desechados, promoviendo la colaboración con los bancos de alimentos y otras entidades.

¿Qué iniciativas se llevarán a cabo?

Iniciativas	Departamento competente.	Departamento colaborador	Indicadores
Iniciativa 10. Creación de un distintivo ("Yo Dono", "Yo no desperdicio", "Este municipio lucha contra el despilfarro", etc.)	D.G de Industria, Comercio y Consumo D G Medio Ambiente	D.G. de Pesca y alimentación. D.G. Política Social MARE	- N° de empresas con distintivo. - N° de municipios adscritos a la estrategia contra el despilfarro - Kilogramos de alimentos donados / distribuidos
Iniciativa 11. Desarrollar acciones destinadas a incrementar entre los sectores agroindustrial y de distribución alimentaria y la sociedad, el grado de concienciación sobre la necesidad y beneficios de colaborar con las entidades sociales que atienden a las personas en situación de emergencia social.	D.G. Política social. D.G. de Pesca y alimentación. D.G de Industria, Comercio y Consumo.	DG Pesca y alimentación SODERCAN D.G. Innovación, Desarrollo Tecnológico y Emprendimiento Industrial.	N° de acciones de difusión realizadas

Página 34



Iniciativa 12. Fomentar el establecimiento y el desarrollo de acuerdos entre entidades sociales que atienden a la emergencia social y los sectores agroindustrial y de la distribución alimentaria para facilitar el suministro de excedentes alimentarios.	D.G. de Pesca y alimentación.	D G Política Social ICASS D.G de Industria, Comercio y Consumo. SODERCAN	N° de entidades sociales y productores involucrados
Iniciativa 13. Creación de una red de distribución de alimentos entre los sectores agroindustrial y de la distribución alimentaria y entidades sociales que atienden a la emergencia social. ∞ Conexión con la Red de Emergencia Social.	D.G. de Pesca y alimentación.	D G Política Social ICASS D.G de Industria, Comercio y Consumo. SODERCAN	N° de rutas creadas
Iniciativa 14. Integrar y priorizar la prevención del despilfarro alimentario en el conjunto de acciones de responsabilidad social corporativa de los sectores agroindustrial y de la distribución alimentaria.	D.G. de Pesca y alimentación.	D.G de Industria, Comercio y Consumo. SODERCAN D.G. Innovación, Desarrollo Tecnológico y Emprendimiento Industrial.	N° de acciones de difusión, sensibilización y prevención del despilfarro en sector agroindustrial y de la distribución.
Iniciativa 15. Formación de las personas trabajadoras de los sectores agroindustriales y de la distribución alimentaria para prevenir el despilfarro alimentario.	D.G. de Pesca y alimentación.	D.G de Industria, Comercio y Consumo. SODERCAN D.G. Innovación, Desarrollo Tecnológico y Emprendimiento Industrial.	N° de acciones de formación realizadas

Página 35

CVE-2019-3459

JUEVES, 25 DE ABRIL DE 2019 - BOC NÚM. 79



Iniciativa 16. Impulsar el desarrollo y aplicación de auditorías en el seno de las empresas de los sectores agroindustrial y de la distribución alimentaria, destinadas a evaluar la eficiencia en la gestión de las pérdidas y despilfarro alimentario e identificar los puntos de mejora	D.G. de Industria, Comercio y Consumo.	D.G. de Pesca y alimentación SODERCAN D.G. Innovación, Desarrollo Tecnológico y Emprendimiento Industrial.	Nº de auditorías realizadas
Iniciativa 17. Promover convenios y colaboraciones con entidades de los sectores agroindustrial y de la distribución alimentaria y centros tecnológicos y de investigación para promover trabajos y proyectos que permitan mejorar la eficiencia en el aprovechamiento de los productos	D.G. Innovación, Desarrollo Tecnológico y Emprendimiento Industrial.	D.G. de Industria, Comercio y Consumo. SODERCAN D.G. innovación, desarrollo tecnológico y emprendimiento industrial.	Nº de convenios /colaboraciones firmados
Iniciativa 18. Incorporar el objetivo de reducción y valorización de los alimentos desechados en el sector agroindustrial como objetivo horizontal en las políticas de innovación promovidas por las administraciones públicas	D.G. de Pesca y alimentación.	D.G. de Pesca y alimentación SODERCAN D.G. Innovación, Desarrollo Tecnológico y Emprendimiento Industrial.	objetivo reducción despilfarro y valorización alimentos desechables incluido en las políticas de innovación ¿si/no?
Iniciativa 19. Establecer una línea de ayudas para impulsar proyectos innovadores en el sector agroindustrial dirigidos a la reducción y valorización de alimentos desechados.	D.G. de Pesca y alimentación.	D.G. de Pesca y alimentación. D.G. de Industria, Comercio y Consumo. SODERCAN	Creación de línea de ayudas para la reducción y valorización de alimentos desechados si/no?

Página 36



Iniciativa 20. Fomentar foros de debate en los sectores agroindustrial y de la distribución alimentaria enfocados en la innovación aplicada a la reducción del despilfarro alimentario.	D.G. Innovación, Desarrollo Tecnológico y Emprendimiento Industrial.	D.G. de Pesca y alimentación. D.G. de Industria, Comercio y Consumo. SODERCAN CIFA DG Salud Publica	Nº de foros de debate realizados
Iniciativa 21. Divulgar ejemplos de buenas prácticas desarrolladas en los sectores agroindustrial y de la distribución alimentaria que permitan ser el motor para nuevas iniciativas.	D.G. de Pesca y alimentación	D.G. de Industria, Comercio y Consumo. SODERCAN DG Salud Publica	Nº de buenas prácticas puestas implantadas
Iniciativa 22. Fomentar las políticas de responsabilidad social empresarial, para que las industrias vinculadas con la cadena alimentaria (sector frío, transporte, fabricante de materiales de envases...) y centros públicos con el objetivo de que se comprometan a implantar prácticas dirigidas a reducir el despilfarro de alimentos.	D.G. de Industria, Comercio y Consumo	D.G. de Pesca y alimentación SODERCAN	
Iniciativa 23. Promoción de acuerdos con sindicatos del sector agroalimentario y del sector de la distribución alimentaria para desarrollar acciones orientadas a la prevención del despilfarro alimentario.	D.G. de Pesca y alimentación	D.G. de Industria, Comercio y Consumo DG Política Social	Nº de acuerdos firmados

Página 37

CVE-2019-3459

JUEVES, 25 DE ABRIL DE 2019 - BOC NÚM. 79



Línea 4:ACTUACIONES CON CANAL HORECA

Objetivos:

- Minimizar la generación de excedentes.
- Mejorar el abastecimiento y recuperación de alimentos.
- Mejorar el ajuste en las raciones, así como la información presentada de los platos en el menú.
- Fomentar las buenas prácticas a través de cursos.

¿Qué iniciativas se llevarán a cabo?

Iniciativas	Departamento competente.	Departamento colaborador	Indicadores
Iniciativa 24. Creación de un distintivo ("Yo Dono", "Yo no desperdicio", "Este municipio lucha contra el despilfarro", etc.)	D.G. Industria, comercio y turismo. D G Medio Ambiente	D. G. Turismo MARE	Nº de empresas con el distintivo Yo dono Nº de municipios adscritos contra el despilfarro Kilogramos de alimentos donados/distribuidos.
Iniciativa 25. Integrar y priorizar la prevención del despilfarro alimentario en el conjunto de acciones de responsabilidad social corporativa de las empresas del canal HORECA.	D.G de Industria, Comercio y Consumo DG Medio Ambiente	D.G. Política social D. G. Turismo MARE	Nº de acciones de sensibilización
Iniciativa 26. Difusión de normas de abastecimiento y recuperación como buenas prácticas contra el despilfarro de alimentos	D.G de Industria, Comercio y Consumo. D. G medio Ambiente D.G. Turismo.	MARE.	Nº de empresas con normas de abastecimiento y recuperación que eviten el despilfarro.

Página 38



Iniciativa 27. Impulsar y colaborar en la definición de los compromisos que las empresas, organizaciones y asociaciones de diferentes eslabones de la cadena alimentaria, aunar de forma voluntaria para avanzar en la reducción del despilfarro de alimentos en las empresas del canal HORECA. Contribuir al desarrollo y cumplimiento de dichos acuerdos.	D.G de Industria, Comercio y Consumo DG Medio Ambiente	D.G. Política social D. G. Turismo MARE	Nº de acuerdos
Iniciativa 28. Impulsar el desarrollo y aplicación de auditorías en el seno de las empresas del canal HORECA, destinadas a evaluar la eficiencia en la gestión de las pérdidas y despilfarro alimentario e identificar los puntos de mejora. Desarrollo de métodos de autoevaluación para medir las pérdidas y despilfarro con objeto de cuantificar y establecer indicadores cuantitativos de evolución.	D.G de Industria, Comercio y Consumo.	D. G. Turismo	Nº de auditorías realizadas
Iniciativa 29. Desarrollar acciones destinadas a incrementar en las empresas del canal HORECA y la sociedad, el grado de concienciación sobre la necesidad y beneficios de colaborar con las entidades sociales que atienden a personas en situación de emergencia social.	D.G de Industria, Comercio y Consumo	DG Turismo ICASS	Nº de empresas del canal Horeca colaboradoras

Página 39

CVE-2019-3459

JUEVES, 25 DE ABRIL DE 2019 - BOC NÚM. 79



Iniciativa 30. Fomentar el establecimiento y el desarrollo de acuerdos entre entidades sociales que atienden a personas en situación de emergencia social y empresas del canal HORECA para facilitar la contribución solidaria de excedentes alimentarios.	D.G de Industria, Comercio y Consumo.	D.G. Industria ICASS	Nº de acuerdos establecidos
Iniciativa 31. Creación de una red de distribución de alimentos entre las empresas del canal HORECA y entidades sociales que atienden a las personas en situación de emergencia social. ∞ Conexión con la Red de Emergencia Social.	D G Política social	D.G. Industria, comercio y turismo	Creación de la red si/no
Iniciativa 32. Formación de las personas trabajadoras de las empresas del canal HORECA para prevenir el despilfarro alimentario	D G Política social	SODERCAN MARE	Nº personas formadas
Iniciativa 33. Difusión de las guías de buenas prácticas entre los agentes del sector a través de medios presenciales, electrónicos y redes sociales	D G Política social D G Medio Ambiente	D.G. Turismo MARE	Nº acciones de difusión buenas practicas llevadas a cabo
Iniciativa 34. Diagnosticar el nivel de despilfarro alimentario en los restaurantes.		MARE DG Turismo	- Medición/evolución de residuos en hostelería.

Página 40



Iniciativa 35. Análisis y ajuste de raciones.	D.G. Industria, comercio y turismo.	D.G. Innovación, Desarrollo Tecnológico y Emprendimiento Industrial. D.G. Turismo	Establecimientos que implantan las medidas de ajuste.
Iniciativa 36. Normalizar la acción de llevarse las sobras de los establecimientos de restauración <i>Doggy bag</i> ∞ Conexión con Plan de Residuos.	D.G de Industria, Comercio y Consumo. DG Medio Ambiente	MARE	- Establecimientos que lo implantan. - Nº Envases utilizados (<i>doggy bag</i>) para sobras (tasa de respuesta por parte de la persona consumidora).
Iniciativa 37. Talleres con recomendaciones (benchmarking).	D.G de Industria, Comercio y Consumo. D.G. Medio Ambiente	DG Política Social D.G. Innovación, Desarrollo Tecnológico y Emprendimiento Industrial. MARE	- Visitas informativas y de sensibilización sobre buenas prácticas. - Nº asistentes

Página 41

CVE-2019-3459

JUEVES, 25 DE ABRIL DE 2019 - BOC NÚM. 79



Línea 5: ACTUACIONES CON CENTROS EDUCATIVOS.

Objetivos:

- Sensibilización y concienciación.

¿Qué iniciativas se llevarán a cabo?

Iniciativas	Departamento competente.	Departamento colaborador	Indicadores
Iniciativa 38. Campañas de sensibilización, información y divulgación dirigidas al alumnado, profesorado y persona de los centros educativos y comedores escolares sobre el valor de los alimentos y los productos agrícolas, sobre las causas y las consecuencias del despilfarro de alimentos y los modos de reducirlos y fomento del consumo responsable y la cocina "sin desperdicio".	D.G. Innovación y centros educativos DG Medio Ambiente	D.G. Política social. MARE	Nº de campañas realizadas. Nº de talleres realizados Número de alumnos/as participantes Profesorado formado.
Iniciativa 39. Difusión de las guías de buenas prácticas entre el alumnado y profesorado.	D.G. Innovación y centros educativos DG Medio Ambiente	D.G. Política social. MARE	Nº de talleres realizados Número de alumnos/as participantes Profesorado formado.

Página 42



Línea 6: ACTUACIONES CON PERSONAS CONSUMIDORAS.

Objetivos:

- Minimizar la generación de excedentes
- Sensibilización y concienciación. Cambiar hábitos de compra y consumo
- Considerar la cocina como elemento de valor
- Implicar activamente las familias y escuelas

¿Qué iniciativas se llevarán a cabo?

Iniciativas	Departamento competente.	Departamento colaborador	Indicadores
Iniciativa 40. Campañas de educación y sensibilización sobre el valor de los alimentos y los productos agrícolas, sobre las causas y las consecuencias del despilfarro de alimentos y los modos de reducirlos y fomento del consumo responsable y la cocina "sin desperdicio" (hogares, comedores colectivos, sociedades gastronómicas y eventos, en coordinación con las mancomunidades, asociaciones de personas consumidoras y usuarias, etc. Talleres / cursos contra el despilfarro alimentario.	D.G. Política social. DG Medio Ambiente	MARE. D.G. de Industria, Comercio y Consumo D.G. Pesca y alimentación.	- Nº Campañas realizadas. - Nº Actuaciones desarrolladas. - Número de talleres realizados - Número de personas participantes - Material divulgativo utilizado

Página 43

CVE-2019-3459

JUEVES, 25 DE ABRIL DE 2019 - BOC NÚM. 79



<p>Iniciativa 41.Elaboración y difusión de guías de buenas prácticas sobre gestión de alimentos (sistemas de conservación, decisiones de compra, elaboración de raciones, ventajas y formas de reutilización de algunos alimentos...), haciendo especial incidencia en el valor nutricional de los alimentos según su forma de conservación, elaboración y forma de reutilización.</p>	<p>D.G de Industria, Comercio y Consumo DG Medio Ambiente</p>	<p>D.G. Política social D. G Medio Ambiente DG Salud Publica MARE</p>	<p>- N° de guías elaboradas</p>
<p>Iniciativa 42. Creación de un sitio Web destinado a promover la responsabilidad social y el debate público respecto al desperdicio alimentario.</p>	<p>DG Medio Ambiente D.G. Política social</p>	<p>MARE</p>	<p>- N° de iniciativas incluidas en el mapa web. - N° de visitas registradas en el mapa web.</p>
<p>Iniciativa 43. Campaña de equivalencias en CO₂/euros del desperdicio de un hogar</p>	<p>DG Medio Ambiente</p>	<p>D.G. Innovación, Desarrollo Tecnológico y Emprendimiento Industrial. MARE</p>	<p>N° campañas realizadas Materiales divulgativos utilizados</p>
<p>Iniciativa 44. Diseñar sistemas de autoevaluación en hogares y restauración para poner a su disposición instrumentos que permitan evaluar los avances logrados con la aplicación de las guías de buenas prácticas.</p>	<p>DG Política social</p>	<p>MARE DG Medio Ambiente D.G. Innovación y centros educativos</p>	

Página 44



<p>Iniciativa 45. Mapa/ruta contra el despilfarro alimentario (buenas prácticas localizadas en un mapa web.</p>	<p>DG Medio Ambiente DG Política social</p>	<p>MARE D.G. Innovación, Desarrollo Tecnológico y Emprendimiento Industrial.</p>	<p>- N° de iniciativas incluidas en el mapa web. N° de visitas registradas en el mapa web</p>
--	---	--	---

Página 45

CVE-2019-3459

JUEVES, 25 DE ABRIL DE 2019 - BOC NÚM. 79



Línea 7: INICIATIVAS TRANSVERSALES

Objetivos:

- Visibilidad
- Mejorar la comunicación y concienciación

¿Qué iniciativas se llevarán a cabo?

Iniciativas	Departamento competente.	Departamento colaborador	Indicadores
Iniciativa 46. Creación de una Comisión interdisciplinar para la implementación de la Estrategia en la que estén presentes todas las Consejerías del Gobierno de Cantabria implicadas.	- Administración de la Comunidad autónoma de Cantabria		- Creación SI o NO - Número de reuniones de trabajo realizadas.
Iniciativa 47. Impulsar y colaborar en la definición de los compromisos que las empresas, organizaciones y asociaciones de diferentes eslabones de la cadena alimentaria, se comprometan a cumplir de forma voluntaria para avanzar en la reducción del despilfarro alimentario. Contribuir al desarrollo y cumplimiento de dichos acuerdos	- Administración de la Comunidad autónoma de Cantabria		- Compromisos y avances conseguidos
Iniciativa 48. Desarrollo de auditorías en los centros públicos, entidades y empresas del Sector público de la Comunidad autónoma de Cantabria destinadas a evaluar la eficiencia en la gestión de las pérdidas y despilfarro	Administración de la Comunidad autónoma de Cantabria		Nº de auditorías

Página 46



alimentario e identificar los puntos de mejora.			
Iniciativa 49. Introducción de cláusulas sociales en los pliegos de contratación del Sector público de la Comunidad autónoma de Cantabria relativas a compra socialmente responsable, de proximidad, de comercio justo, de prevención del despilfarro alimentario, con impacto social y medioambiental.	Administración de la Comunidad autónoma de Cantabria		Introducción cláusulas sociales sí/no
Iniciativa 50. Introducción de cláusulas sociales en los servicios de restauración y en los comedores colectivos cuyo contrato se adjudique por parte del Sector público de la Comunidad autónoma de Cantabria para la utilización de productos locales y regionales y productos de temporada como materia prima con el fin de acortar la cadena de producción y consumo, reduciendo las etapas de procesamiento y la generación de residuos en las diferentes fases.	Administración de la Comunidad autónoma de Cantabria		Nº de empresas adjudicatarias con protocolo de prevención despilfarro

Página 47

CVE-2019-3459

JUEVES, 25 DE ABRIL DE 2019 - BOC NÚM. 79



Iniciativa 51. Exigencia de la implantación de un protocolo de prevención y reducción del despilfarro alimentario en las empresas adjudicatarias de contratos de Sector público de la Comunidad autónoma de Cantabria.	Administración de la Comunidad autónoma de Cantabria		Nº de empresas adjudicatarias con protocolo de prevención despilfarro
<i>Iniciativa 52. Promoción de la introducción de cláusulas sociales en los pliegos de contratación pública de los ayuntamientos de Cantabria relativas a compra socialmente responsable, de proximidad, de comercio justo, de prevención del despilfarro alimentario, con impacto social y medioambiental.</i>	Administración de la Comunidad autónoma de Cantabria	ICASS	Introducción cláusulas sociales si/no

2019/3459

Página 48

CVE-2019-3459