

Consumo alimentario

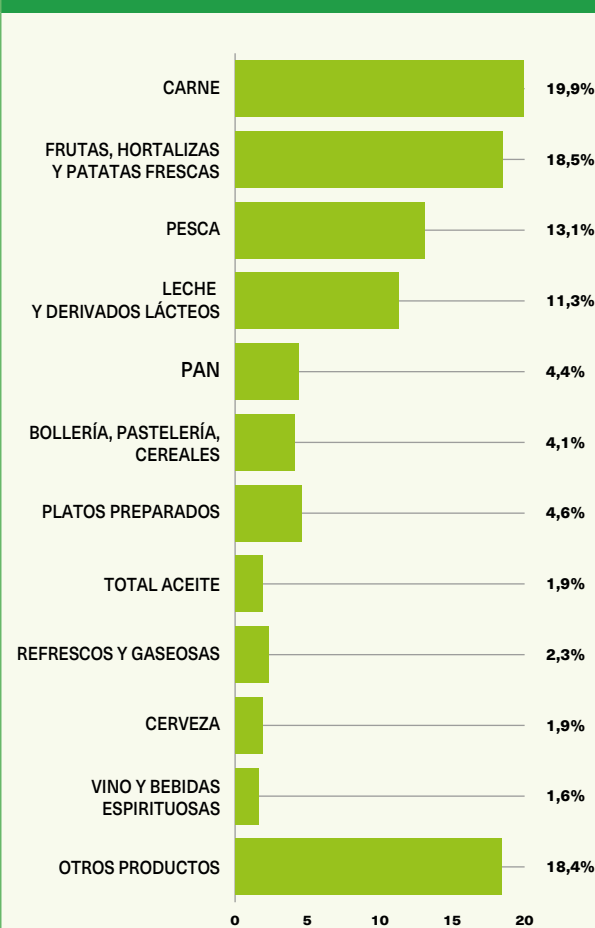


La información aportada por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación determina que el gasto total en alimentación y bebidas ascendió a 102.552,1 millones de euros en 2021. La participación de los hogares en este gasto se cifra en 74.543,6 millones de euros –un 72,7%– mientras que los establecimientos de hostelería y restauración alcanzaron un gasto de 28.008,5 millones de euros –un 27,3%–. El volumen de gasto y el reparto del mismo empieza a recuperar la tendencia de años anteriores tras las notables diferencias del ejercicio anterior motivadas por los efectos de la COVID-19.

Durante el año 2021 se produjo un ligero ascenso del gasto alimentario con respecto al año anterior (0,5%), motivado por la recuperación del consumo extradoméstico (23,2%) puesto que en la alimentación del hogar existe un efecto negativo (-6,1%) después de la fuerte subida del ejercicio anterior.

En la demanda de alimentación de los hogares españoles siguen primando los productos frescos; así pues, la carne supone un 19,9% sobre el gasto total; las patatas, frutas y hortalizas frescas un 18,5%; los pescados un 13,1%; y, el gasto en pan alcanza el 4,4%. Al mismo tiempo, también se configuran como partidas relevantes en el gasto alimentario la leche y derivados lácteos (11,3% sobre el gasto total), los productos de bollería y pastelería (4,1%), el aceite de oliva (1,6%) o los platos preparados (4,6%). ■

DISTRIBUCIÓN DEL GASTO EN ALIMENTACIÓN (HOGARES), 2021



Fuente: MAPA (2022).

DISTRIBUCIÓN DEL GASTO EN ALIMENTACIÓN, 2021

GASTO TOTAL ALIMENTACIÓN 102.552,1 millones de euros Δ 2021-20: 0,5%	GASTO ALIMENTACIÓN EN EL HOGAR 74.543,6 millones de euros Δ 2021-20: -6,1%	COMERCIO ESPECIALIZADO 12.378,9 millones de euros (16,6%) Δ 2021-20: -10,6%
		SUPERMERCADOS 44.447,8 millones de euros (59,6%) Δ 2021-20: -6,0%
		HIPERMERCADOS 10.050,6 millones de euros (13,5%) Δ 2021-20: -3,6%
		ECONOMATOS Y COOPERATIVAS 221,6 millones de euros (0,3%) Δ 2021-20: -5,1%
		MERCADILLOS 644,5 millones de euros (0,9%) Δ 2021-20: 19,3%
		VENTA A DOMICILIO 592,5 millones de euros (0,8%) Δ 2021-20: 4,1%
		AUTOCONSUMO 1.256,7 millones de euros (1,7%) Δ 2021-20: -11,5%
		VENTA INTERNET 1.756,1 millones de euros (2,4%) Δ 2021-20: 0,8%
		OTROS CANALES DE VENTA 3.194,9 millones de euros (4,3%) Δ 2021-20: -2,5%
		HIPERMECADOS, SUPERMERCADOS, G ALMACENES 2.856,9 millones de euros (10,2%) Δ 2021-20: -8,9%
	RESTAURANTES 8.038,4 millones de euros (28,7%) Δ 2021-20: 35,5%	
	BARES Y CAFETERÍAS 11.987,6 millones de euros (42,8%) Δ 2021-20: 32,8%	
	PANADERÍAS Y PASTELERÍAS 420,1 millones de euros (1,5 %) Δ 2021-20: -2,7%	
	TIENDAS CONVENIENCIA Y ESTACIONES SERVICIO 1.400,4 millones de euros (5,0%) Δ 2021-20: 50,2%	
GASTO ALIMENTACIÓN EXTRADOMÉSTICO 28.008,5 millones de euros Δ 2021-20: 23,2%	HOTELES 196,1 millones de euros (0,7%) Δ 2021-20: 72,4%	
	MÁQUINAS DISPENSADORAS 504,2 millones de euros (1,8%) Δ 2021-20: 0,8%	
	SERVICIOS EN LA EMPRESA 476,1 millones de euros (1,7%) Δ 2021-20: 23,2%	
	OTROS CANALES DE VENTA 2.128,6 millones de euros (7,6%) Δ 2021-20: -6,4%	

Fuente: Elaboración propia con datos de MAPA (2022).

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN ALIMENTACIÓN (HOGARES), 2021-2022

	CONSUMO	GASTO
PRINCIPALES INCREMENTOS 2021-2020	Vino ecológico (307,3%)	Carne transformada ecológica (338,3%)
	Carne transformada ecológica (279,7%)	Legumbres ecológicas (179,7%)
	Chirimoya (249,2%)	Leche cruda (132,3%)
	Aceite ecológico (231,9%)	Frutos secos ecológicos (127,5%)
	Yogur sin lactosa (160,1%)	Yogur sin lactosa (124,2%)
	Pan sin gluten (149,9%)	Vino ecológico (108,3%)
	Frutos secos ecológicos (133,7%)	Aceite ecológico (93,9%)
	Legumbres ecológicas (100,1%)	Chirimoya (91,7%)
	Leche cruda (81%)	Algas (83,2%)
	Carne avestruz (55,0%)	Carne avestruz (73,5%)
PRINCIPALES DISMINUCIONES 2021-2020	Especias y condimentos (-90,8%)	Lenguado fresco (-64,1%)
	Lenguado fresco (-69,2%)	Hortalizas frescas ecológicas (-59,9%)
	Zumo enriquecido con calcio (-60,8%)	Patatas frescas ecológicas (-58,8%)
	Hortalizas frescas ecológicas (-60,3%)	Huevos ecológicos (-47,3%)
	Patatas frescas ecológicas (-57,5%)	Zumo enriquecido con calcio (-46,0%)
	Huevos ecológicos (-50,2%)	Frutas frescas ecológicas (-45,0%)
	Frutas frescas ecológicas (-48,2%)	Leche en bolsa (-38,6%)
	Hortalizas IV Gama (-46,9%)	Cabrito (-38,4%)
	Cabrito (-44,5%)	Pan fresco sin sal (-34,4%)
	Harinas y sémolas (-34,7%)	Hortalizas IV Gama (-30,4%)

Fuente: Elaboración propia con datos de MAPA (2022).

MÁS

CONTIGO



Así somos nosotros.
Puro ADN Agro.



MÁS SOSTENIBILIDAD. MÁS DIGITALIZACIÓN
Y MÁS INNOVACIÓN PARA AVANZAR MÁS.
MÁS CONOCIMIENTO... PARA COMPARTIRLO
PARA CRECER JUNTOS.

MÁS A TU LADO. ESTANDO MÁS CERCA.
MÁS CONTIGO.

ESTÁ EN NUESTRO ADN, AGRO Y COOPERATIVO.

CONSUMO Y GASTO ALIMENTARIO (HOGARES), 2021

	CONSUMO			GASTO		
	Millones de kilos o litros	Kilos o litros per cápita	% sobre total	Millones de euros	Euros per cápita	% sobre total
HUEVOS (Kilos)	404,5	8,7	1,4	986,1	21,3	1,3
CARNE	2.071,0	44,7	7,0	14.842,5	320,6	19,9
CARNE FRESCA	1.480,5	32,0	5,0	9.471,9	204,6	12,7
CARNE CONGELADA	54,9	1,2	0,2	262,5	5,7	0,4
CARNE TRANSFORMADA	535,6	11,6	1,8	5.108,1	110,3	6,9
PESCA	1.051,5	22,7	3,6	9.779,8	211,3	13,1
PESCADOS	550,6	11,9	1,9	4.779,7	103,3	6,4
MARISCOS, MOLUSCOS Y CRUSTACEOS	291,9	6,3	1,0	2.788,7	60,2	3,7
CONSERVAS PESCADO Y MOLUSCOS	209,1	4,5	0,7	2.211,4	47,8	3,0
LECHE LIQUIDA	3.260,4	70,4	11,0	2.266,0	49,0	3,0
OTRAS LECHES	28,9	0,6	0,1	190,9	4,1	0,3
DERIVADOS LÁCTEOS	1.629,3	35,2	5,5	5.964,5	128,8	8,0
PAN	1.391,8	30,1	4,7	3.289,5	71,1	4,4
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	638,5	13,8	2,2	3.035,7	65,6	4,1
CHOCOLATES Y CACAOS	167,9	3,6	0,6	1.299,4	28,1	1,7
ARROZ	185,9	4,0	0,6	326,5	7,1	0,4
PASTAS	195,1	4,2	0,7	403,1	8,7	0,5
AZÚCAR	145,1	3,1	0,5	140,8	3,0	0,2
LEGUMBRES	162,9	3,5	0,6	310,9	6,7	0,4
ACEITE	532,6	11,5	1,8	1.437,4	31,1	1,9
ACEITE DE OLIVA	357,5	7,7	1,2	1.183,3	25,6	1,6
ACEITE DE GIRASOL	155,4	3,4	0,5	212,1	4,6	0,3
MARGARINA	25,5	0,6	0,1	84,6	1,8	0,1
ACEITUNAS	124,2	2,7	0,4	373,6	8,1	0,5
VINOS Y DERIVADOS	387,3	8,4	1,3	1.189,4	25,7	1,6
ESPUMOSOS	27,3	0,6	0,1	143,0	3,1	0,2
CERVEZAS	1.011,4	21,8	3,4	1.404,2	30,3	1,9
SIDRA	19,8	0,4	0,1	52,3	1,1	0,1
WHISKY	7,6	0,2	0,0	101,0	2,2	0,1
GINEBRA	5,9	0,1	0,0	84,3	1,8	0,1
RON	4,4	0,1	0,0	56,2	1,2	0,1
ZUMO Y NÉCTAR	349,1	7,5	1,2	382,8	8,3	0,5
PATATAS	1.352,8	29,2	4,6	1.312,7	28,4	1,8
HORTALIZAS FRESCAS	2.682,0	57,9	9,1	5.200,7	112,3	7,0
FRUTAS FRESCAS	4.249,5	91,8	14,4	7.253,9	156,7	9,7
FRUTOS SECOS	164,5	3,6	0,6	1.263,5	27,3	1,7
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	601,1	13,0	2,0	1.349,5	29,2	1,8
PLATOS PREPARADOS	776,4	16,8	2,6	3.453,3	74,6	4,6
CAFÉS E INFUSIONES	89,8	1,9	0,3	1.416,8	30,6	1,9
SALSAS	134,2	2,9	0,5	521,1	11,3	0,7
AGUA DE BEBIDA ENVASADA	3.041,9	65,7	10,3	627,3	13,6	0,8
REFRESCOS Y GASEOSAS	1.814,3	39,2	6,1	1.706,2	36,9	2,3
TOTAL ALIMENTACIÓN	29.586,6	639,1	100,0	74.543,6	1.610,3	100,0

Fuente: MAPA (2022).

Gasto y consumo per cápita en hogares

Durante el año 2021, el gasto por persona en alimentos y bebidas para consumo en el hogar se cifra en 1.610,3 euros. En consecuencia, la media de gasto mensual en productos alimentarios se situó en 134,2 euros, notablemente inferior al del ejercicio anterior que estuvo caracterizado por los efectos de la COVID-19.

La carne es el producto más demandado y cada español gastó el año pasado 320,6 euros en los 44,7 kilos per cápita consumidos. El gasto por individuo en productos del mar asciende a 211,3 euros y supone un consumo de 22,7 kilos por persona.

Las frutas y hortalizas, tanto frescas como transformadas, tienen un protagonismo notable en la demanda del consumidor español. Durante 2021, en términos medios, cada individuo consumió 91,8 kilos de frutas frescas, 87,1 kilos de hortalizas y patatas frescas y 13,0 kilos de frutas y hortalizas transformadas; en cifras de gasto per cápita, el consumo referido supuso 156,7 euros, 140,7 euros y 29,2 euros, respectivamente.

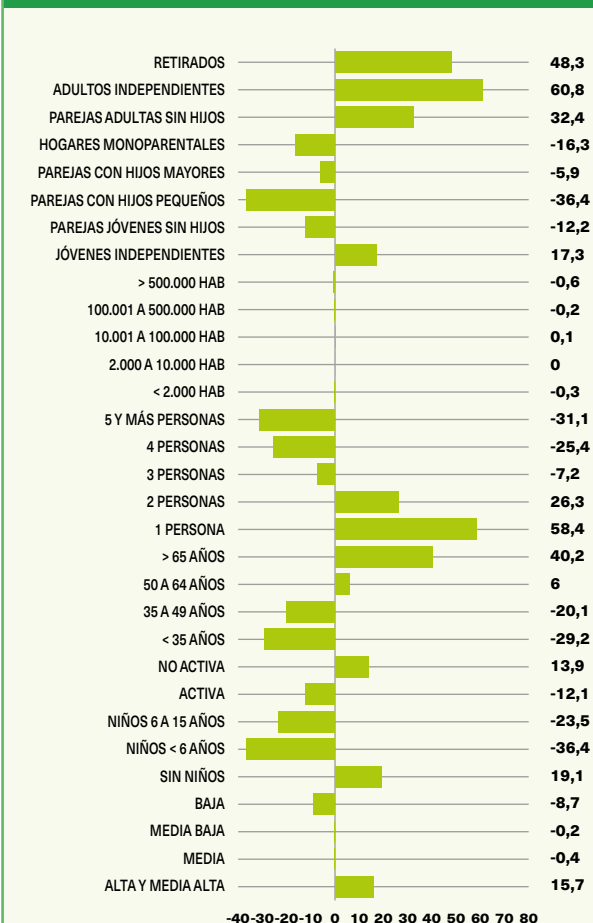
El gasto y el consumo en leche líquida y derivados lácteos también resulta notable en los hogares españoles. Por persona, se cuantifica un consumo de 71,0 litros de leche y un gasto de 53,1 euros mientras que los productos lácteos alcanzan, también en cifras per cápita, un gasto de 128,8 euros y un consumo de 35,2 kilos.

En términos medios, durante 2021 cada español consumió 30,1 kilos de pan, 14,2 kilos de bollería y pastelería y 16,8 kilos de platos preparados que, en términos de gasto per cápita, supusieron 71,1 euros, 65,6 euros y 74,6 euros, respectivamente.

El aceite de oliva, el vino y los huevos son alimentos arraigados en la cultura gastronómica española y, por tanto, con una presencia generalizada en la demanda de los hogares. En 2021 cada español consumió 7,7 litros de aceite de oliva y gastó 25,6 euros en este producto; el consumo per cápita de vino ascendió a 8,4 litros y supuso un gasto de 25,7 euros por persona; finalmente, el gasto en huevos llegó a 21,3 euros y se corresponde con los 139,5 huevos consumidos de media por persona.

El consumo alimentario aparece condicionado por las diferentes características que tienen los individuos que realizan su demanda. Esto es, el tamaño de la población

CONSUMO PER CÁPITA DE ALIMENTACIÓN EN HOGARES (% DESVIACIÓN CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL), 2021



Fuente: Elaboración propia con datos de MAPA (2022).

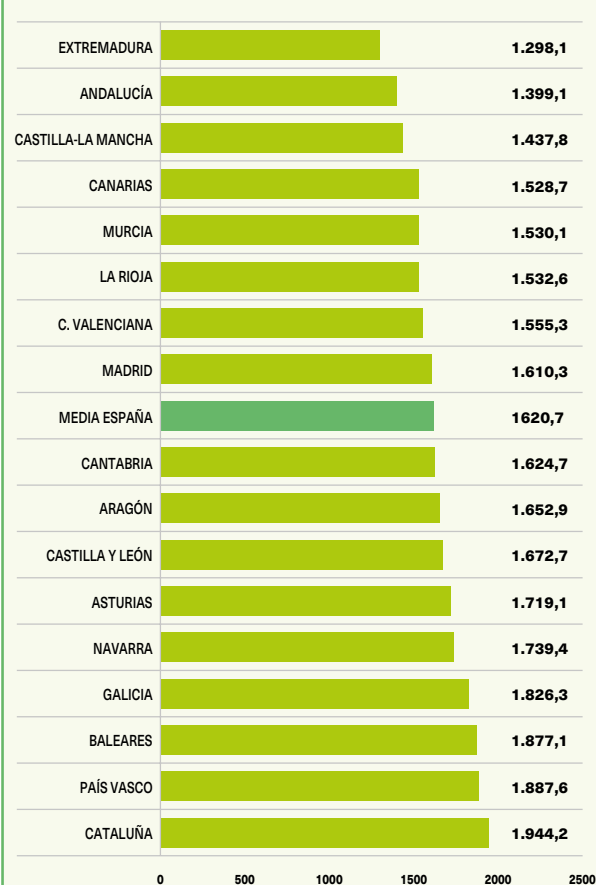
de residencia, el número de personas que componen el hogar, el nivel socioeconómico, la presencia o no de niños en la familia, la situación en el mercado laboral del encargado de realizar las compras o la edad del mismo son variables que intervienen significativamente en la decisión de compra de alimentos y bebidas.

El gasto en alimentos y bebidas también fue dispar por comunidades autónomas durante el año 2021. Así pues, la media de 1.610,3 euros per cápita a nivel nacional se ve claramente excedida en País Vasco (1.944,2), Navarra (1.887,6), Cataluña (1.877,1), Baleares (1.826,3), y Asturias (1.739,4) mientras que sucede lo contrario en Extremadura (1.298,1), Andalucía (1.399,1), Castilla-La Mancha (1.437,8), La Rioja (1.528,7) y Comunidad Valenciana (1.530,1).

Al mismo tiempo, el consumo per cápita de los principales grupos de alimentación también ofrece diferencias notables entre las distintas comunidades autónomas:

- En carne, el mayor consumo se localiza en Castilla y León (52,2 kilos) y el menor en Extremadura (38,0 kilos).
- Para el pescado, en País Vasco se consumen 28,8 kilos mientras que en Canarias se llega a 16,0 kilos.
- Las principales diferencias en el consumo de aceite de oliva se encuentran entre Galicia (10,7 litros) y Castilla-La Mancha (5,2 litros).
- Navarra es la comunidad que más hortalizas frescas consume (76,4 kilos) mientras que La Rioja tiene los registros más reducidos (42,9 kilos).
- En frutas frescas, el mayor consumo corresponde a Navarra (119,1 kilos) mientras que el menor está en Andalucía (76,9 kilos).
- Extremadura es la comunidad que menos vino y derivados consume (6,7 litros) mientras que Baleares alcanza los valores más elevados (15,4 litros). ■

GASTO PER CÁPITA EN ALIMENTOS Y BEBIDAS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (EUROS) (HOGARES), 2021



Fuente: MAPA (2022).

CONSUMO PER CÁPITA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (HOGARES), 2021

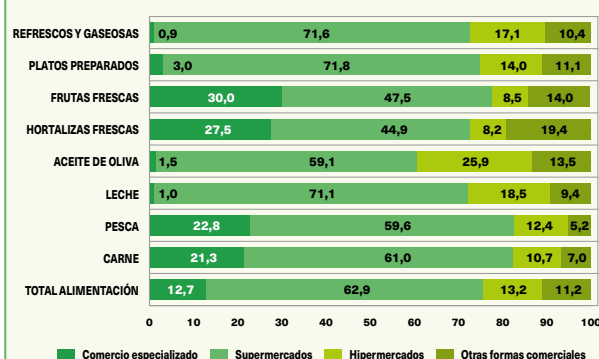
	CARNE (kilos)	PESCA (kilos)	ACEITE DE OLIVA (litros)	HORTALIZAS FRESCAS (kilos)	FRUTAS FRESCAS (kilos)	VINO Y DERIVADOS (litros)
CATALUÑA	47,0	23,8	8,6	70,8	100,8	13,0
ARAGÓN	50,5	24,3	7,5	76,3	100,7	9,4
BALEARES	47,1	20,4	10,2	67,0	94,8	15,4
C. VALENCIANA	45,2	20,8	5,4	58,6	83,0	9,2
REGIÓN DE MURCIA	43,9	21,5	5,7	66,9	107,6	9,0
ANDALUCÍA	40,0	21,3	7,2	50,2	77,4	9,5
COMUNIDAD DE MADRID	43,2	21,7	7,2	54,1	91,1	9,2
CASTILLA-LA MANCHA	48,4	22,3	5,2	48,7	84,7	7,9
EXTREMADURA	38,0	18,7	6,0	51,4	76,9	6,7
CASTILLA Y LEÓN	52,2	27,0	8,8	55,1	104,3	8,8
GALICIA	44,5	26,5	10,7	54,6	102,1	10,7
ASTURIAS	44,2	28,7	9,4	45,5	103,2	13,5
CANTABRIA	40,7	24,1	10,2	48,3	85,7	13,0
PAÍS VASCO	50,4	28,8	10,2	67,7	109,2	9,7
LA RIOJA	46,6	23,6	9,3	42,9	83,5	8,9
NAVARRA	51,4	25,6	10,5	76,4	119,1	10,2
CANARIAS	42,3	16,7	7,9	53,5	87,9	8,5
MEDIA ESPAÑA	44,7	22,7	7,7	57,9	91,8	10,1

Fuente: MAPA (2022).

Comercialización de alimentos y bebidas

Los hogares españoles utilizan distintos formatos para adquirir los alimentos y bebidas. En el año 2021, la progresiva recuperación de los efectos de la pandemia supone también una reconfiguración en la elección del lugar de compra. En este sentido, destaca la importancia relativa de los supermercados (62,9% de cuota de mercado incluyendo a los establecimientos de descuento) que han aumentado progresivamente su participación en detrimento principalmente del comercio especializado (12,7% de cuota) que junto al resto de formatos tienen una presencia cada vez menos notable. Los hipermercados cuentan con una cuota del 13,2% y se estima que el comercio electrónico representa un 2,4% en el total de la alimentación.

CUOTAS DE MERCADO EN LA DISTRIBUCIÓN DE ALIMENTOS Y BEBIDAS, 2021



Fuente: Elaboración propia con datos de MAPA (2022).

USOS, HÁBITOS Y TENDENCIAS DE CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

El Panel de usos de los alimentos tiene por objeto conocer las recetas que los hogares elaboran cada día, así como el destinatario final y el momento de consumo de los productos adquiridos para el consumo doméstico. A través de esta información y como perspectiva complementaria a la compra de alimentación y bebidas que realizan los hogares españoles, se analizan los principales hechos que explican la forma en la que utilizan dichos alimentos para consumo doméstico, así como su evolución respecto a años anteriores.

Durante el año 2021, se realizan 23,4 ingestas semanales por persona en el hogar, lo que supone una reducción de 1,4 ingestas con respecto al año anterior. La principal razón de esta disminución es que en 2020 el consumo doméstico tuvo una mayor significatividad, debido a las consecuencias de la COVID-19. No obstante, las ocasiones de consumo en el hogar siguen siendo superiores a las realizadas en 2019.

El consumo en los hogares españoles se incrementa un 4,0% con respecto al año 2019. Este aumento se debe a la evolución positiva en los principales momentos de consumo del día (comidas y cenas) que impulsan este crecimiento. El desayuno representa el 27,3% de las ocasiones de consumo y su evolución es favorable con respecto al año 2019, aunque se reduce en referencia al año 2020.

La nueva realidad de consumo en España deja datos interesantes en referencia a la diversificación de las dietas alimenticias. Por ejemplo, la frecuencia de consumo semanal de proteína cárnica dentro del hogar es de 6,7 veces (casi 1 vez al día). El 56,2% de los individuos residentes en España son omnívoros y realizan esa ingesta de carne promedio. Por su parte, el 41,0% de los consumidores realizan una ingesta menor de carne, es decir, la consumen menos de 6 veces a la semana.

En el año 2021, también se recuperan las rutinas de desayuno. En este caso, el 28,8% de las ocasiones de consumo se realizan antes de las 8 de la mañana, consecuencia del modelo híbrido que genera el teletrabajo. Esto implica un cambio, dado que durante el año 2020 este porcentaje era menor y casi 1 de cada 2 desayunos se realizaba después de las 9 de la mañana. Aunque el 76,0% de los desayunos siguen siendo dulce, los alimentos salados consiguen ganar importancia en este momento de consumo y ya alcanza a 1 de cada 4 desayunos. Esta tendencia es creciente y va consolidándose a lo largo del tiempo (por ejemplo, con aceite, tomate y fiambres, e incluso huevos). Además, el 55% de los desayunos salados se realiza por adultos mayores de 50 años (la proporción de jóvenes de hasta 24 años alcanza sólo el 15% de los desayunos salados).

Las comidas principales del día (comidas y cenas) aportan 7 de cada 10 nuevas ocasiones de consumo realizadas por los hogares españoles. Además, la vuelta a la normalidad condiciona el tiempo para la elaboración de estos platos, es decir, se reduce el tiempo de cocinado (especialmente en comidas entre semana y en cenas tanto entre semana como de fin de semana).

A la hora de cocinar, los modos de elaboración de los alimentos no experimentan notables variaciones con la progresiva vuelta a la normalidad. Solamente el horno parece que gana importancia como modo de preparación en el hogar. Por su parte, modos de cocinado con frito o hervido pierden peso dentro de los hogares.

Los platos asociados al placer evolucionan de una mejor forma y experimentan un mayor incremento (por ejemplo, pizzas, paninis, platos étnicos, o platos de masa y harina). También crecen otros platos de verduras, ensaladas, o legumbres. Atendiendo al listado de los platos más consumidos por los hogares españoles durante el año 2021, la ensalada verde es el plato más significativo con un 9,2% del total de las ocasiones aunque pierde peso por el auge de la elaboración de ensaladas más creativas.

Durante la pandemia, el menú organizado con primero, segundo y postre, aumentó su significatividad en los hogares españoles. Sin embargo, en el año 2021 la progresiva vuelta a la normalidad supone recurrir a un menú simplificado, donde el plato único vuelve a ganar protagonismo (60,8% de las ocasiones).

Fuente: Elaboración propia con datos de MAPA (2022).

No obstante, conviene apuntar ciertas diferencias en la elección de los establecimientos por parte del consumidor español según se trate de alimentación fresca o de alimentación seca. Para el primer caso, el comercio especializado sigue siendo uno de los formatos preferidos (alcanza, por ejemplo, una cuota del 21,3% en la comercialización de carne, del 22,8% en pescado o del 30,0% en las frutas frescas). Para la alimentación seca, los establecimientos de libreservicio se han convertido claramente en la opción preferida por los hogares (los supermercados concentran, por ejemplo, el 71,1% de las ventas de leche o el 59,1% de las ventas de aceite de oliva). De forma concreta, el comercio especializado distribuye el 29,3% de la alimentación fresca y el 2,5% de la alimentación seca mientras que los supermercados llegan al 36,1% de la alimentación fresca y el 54,7% de la alimentación seca (adicionalmente las cuotas de los establecimientos de descuento son 12,2% y 17,4%, respectivamente). ■



mercasa

Alimentando ciudades



El nuevo centro de aprovechamiento alimentario del gran mercado, el Foodbak, convertirá los excedentes alimentarios en recursos, impactando positivamente a nivel social y medioambiental.

Mercabarna crea el primer centro logístico de aprovechamiento alimentario



Mayorista que accede al Foodbak a entregar alimentos

Mercabarna ha puesto en marcha el Foodbak, una infraestructura pionera que pretende multiplicar por 2,5 el aprovechamiento alimentario de frutas y hortalizas no comercializables, pero que son aptas para el consumo humano.

Está gestionado por Mercabarna junto a actores de la Economía Social como la Fundación Banco de Alimentos de Barcelona y Formació i Treball Empresa d'Inserció SLU, y cuenta con la colaboración de Assocome (Asociación de Empresas de Mercabarna), Càritas Diocesana de Barcelona, Cruz Roja de Cataluña, el programa Alimenta impulsado por el Ayuntamiento de Barcelona, el departamento de Acción Climática, Alimentación y Agenda Rural de la Generalitat de Catalunya y la Fundación "la Caixa".

El gran mercado pretende conseguir en 5 años pasar de las 1.000-1.500 toneladas de productos recuperados actualmente a las 3.000-4.000 toneladas. Todo ello siempre que se mantenga el excedente alimentario actual, ya que Mercabarna y las empresas juntas a las empresas mayoristas trabajan para reducirlo.

El Foodbak es posible gracias a la colaboración e implicación de 10

entidades y de las 600 empresas ubicadas en el recinto alimentario.

Se trata de un proyecto pionero de bio economía circular que tiene como objetivo incrementar el aprovechamiento alimentario en Mercabarna y combatir el cambio climático. Este nuevo centro de aprovechamiento alimentario tiene un gran impacto social y colaborativo y promueve, además, la inserción laboral.

El Foodbak es el equipamiento clave en el nuevo sistema de gestión de materia orgánica de Mercabarna, donde se hace la selección de frutas y hortalizas excedentarias aportadas por las empresas mayoristas del gran mercado para darles una segunda vida. Después de este cribado, el producto aprovechable para el consumo humano se distribuye a entidades sociales de

toda Cataluña para que llegue a las personas que más lo necesiten.

Por un lado, Formació i Treball es la responsable de implementar la inserción sociolaboral de personas en situación de vulnerabilidad que hacen la selección de las frutas y hortalizas aportadas por los empresarios de Mercabarna, separando las que son aptas para el consumo humano y las que irán para materia orgánica.

Por otro lado, la Fundación Banco de Alimentos de Barcelona es quien actúa de coordinador general de la instalación y también quien organiza la distribución de los alimentos seleccionados entre las entidades sociales.

El Foodbak ocupa un almacén de nueva construcción de 900 m² situado al lado del Punto Verde de

Impulso a un trabajo que viene de años

Este centro de aprovechamiento alimentario responde a uno de los objetivos estratégicos del gran mercado, la lucha contra el desperdicio alimentario. Mercabarna trabaja para el aprovechamiento alimentario desde hace 20 años, desde que en 2002 cedió un almacén al Banco de Alimentos de

Barcelona dentro del recinto, para que los mayoristas pudiesen entregar los alimentos excedentarios. En los últimos años, después de un proceso de selección, en este almacén, ya se recuperaban unas 1.500 toneladas que se repartían entre personas vulnerables, a través de entidades sociales.

Diez entidades y
600
empresas colaboran
en el Foodbak que
aportará alimentos a
personas vulnerables

El objetivo de
recuperación de
alimentos
es de
4.000
toneladas en 2026

Mercabarna, lo que facilita la gestión de los residuos a los empresarios mayoristas del Mercado.

Los factores fundamentales que harán multiplicar por 2,5 el aprovechamiento alimentario son los siguientes:

- La recepción centralizada de productos destinados tanto al Foodbak como al Punto Verde, porque permite que personal de Mercabarna formado para esta tarea decida qué alimentos pueden ser aprovechables para el consumo humano y, por lo tanto, tienen que ir al Foodbak, y cuáles van directamente al Punto Verde para ser revalorizados como compostaje.

- La profesionalización del personal del Foodbak permite poder asumir la recepción de los quilogramos anuales de alimentos previstos y distribuir, en 5 años, unas 3.000-4.000 toneladas en estado óptimo, después del proceso de selección efectuado.

- Además del Banco de Alimentos, la participación de Càritas, Cruz Roja y el programa Alimenta impulsado por el Ayuntamiento de Barcelona permiten hacer llegar los alimentos aprovechados a muchas más personas vulnerables.



ALIMENTACIÓN EN ESPAÑA 2022

PRODUCCIÓN · INDUSTRIA · DISTRIBUCIÓN · CONSUMO

mercasa



ALIMENTACIÓN EN ESPAÑA

PRODUCCIÓN, INDUSTRIA, DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO

25ª EDICIÓN 2022/2023

EDITA: MERCASA – DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO

MERCASA

PRESIDENTE: JOSÉ RAMÓN SEMPERE VERA

DIRECTORA DE DESARROLLO CORPORATIVO Y RR II: MAYTE CASTILLO PASALODOS

DIRECTOR DE LA PUBLICACIÓN: ÁNGEL JUSTE MATA

REDACCIÓN: ATAÚLFO SANZ DE LA TORRE, VÍCTOR J. MARTÍN CERDEÑO Y JULIO FERNÁNDEZ ANGULO

EDICIÓN, DISEÑO, MAQUETACIÓN E IMPRESIÓN: EDITORIAL MIC

SECRETARÍA DE REDACCIÓN: LAURA ONCINA VÁZQUEZ

GESTIÓN DE PUBLICIDAD: SILVIA DE SANTOS ARRANZ

REDES SOCIALES: FELIPE GUIJARRO ALONSO

mercasa



D.L. M-35704-2012

ISBN: 84-695-6171-5

Mercasa agradece la colaboración de todas aquellas personas, empresas e instituciones que han hecho posible la edición de este libro.

La realización de las fotografías que ilustran este libro ha sido posible gracias a las facilidades prestadas por hipermercados, supermercados, mercados municipales, tiendas de alimentación especializadas, bares y restaurantes de toda España.