



Plan Nacional de Reducción de Pérdidas y Desperdicio de Alimentos

## Grupo de Trabajo de Industria y Retail **Acciones para reducir las pérdidas y los desperdicios de alimentos**



Grupo de Trabajo de Industria y Retail

# Acciones para reducir pérdidas y desperdicios de alimentos

Plan de Acción 2025-2026

Diciembre 2025



## Índice

Introducción	3
Resumen de las acciones	6
Acciones para la reducción de las PDA en empresas de alimentos	8
Arcor	8
Danone	9
Granix	10
Molinos Río de la Plata	10
Nestlé	11
Acciones para la reducción de las PDA en supermercados minoristas y mayoristas	13
Carrefour	13
Cooperativa Obrera LTDA	15
Día Argentina	17
GDN Argentina	18
Makro	19
SAEIP - La Anónima	20
Vital	22
Conclusión	23

## Introducción

Las pérdidas y los desperdicios de alimentos (PDA) constituyen uno de los desafíos más críticos en la actualidad para los sistemas agroalimentarios.



A nivel mundial, un tercio de los alimentos producidos para el consumo humano se pierden o desperdician a lo largo de la cadena de valor.

En este contexto, la industria alimentaria y el canal minorista, especialmente las cadenas de supermercados, desempeñan un rol clave en la reducción de las PDA.

Esta problemática requiere un abordaje integral, que contemple la implementación de estrategias que intervengan en múltiples procesos: desde la gestión de inventarios, mejoras tecnológicas, el rediseño de procesos logísticos y acuerdos comerciales, hasta la concientización de empleados y consumidores.

En los últimos años, diversas empresas de este sector en Argentina han comenzado a adoptar diferentes políticas. Entre ellas se destacan:

▶ Alianzas con bancos de alimentos u organizaciones sociales.

▶ Uso de tecnologías para el monitoreo de stock y predicción de demanda.

▶ Ofertas en alimentos de próximo consumo.

▶ Concientización interna y a los consumidores sobre la temática.

En el marco del Plan Nacional de Reducción de Pérdidas y Desperdicio de Alimentos (PNRPDA) se conformó el Grupo de Trabajo de Industria y Retail en el año 2021, en el que participan las principales empresas del sector de retail y de la industria de alimentos.



Como parte de los esfuerzos por reducir las PDA, el primer paso de este Grupo de Trabajo fue establecer una línea de base sobre el volumen de alimentos desperdiciados en el sector retail. Para ello se implementó el Tablero de Mermas de Alimentos y Bebidas, una herramienta virtual, gestionada por GSI Argentina, que informa la merma estimada y operativa desagregada por región, formato de tienda, categoría/subcategoría de alimentos y las causas que la generan.

Este Tablero fue posible gracias a los esfuerzos de diversos sectores (privado, público y organismos sin fines de lucro). A partir de los datos obtenidos con esta herramienta, cada año se elaboran los informes de resultados.

En paralelo, se realizan reuniones periódicas con los integrantes del Grupo de Trabajo. En el 2024, GSI Argentina y el PNRPDA propusieron la implementación de un Plan de Acción 2025-2026, cuyo objetivo general es reducir la merma de alimentos en los supermercados y empresas alimentarias en Argentina al 2026.

Los datos del Tablero de Mermas permitieron identificar las principales causas de merma y, en base a ellas, se definieron seis objetivos estratégicos.

- 1** Mantener y fortalecer la medición de las mermas, identificando sus causas a partir de los datos del Tablero de Mermas de Alimentos y Bebidas.
- 2** Reducir el volumen de alimentos mermados debido a devoluciones a proveedores.
- 3** Disminuir el volumen de alimentos desperdiciados debido a su vencimiento.
- 4** Minimizar la merma de frutas y verduras en los supermercados.
- 5** Aumentar el rescate y la donación de alimentos a organizaciones sin fines de lucro.
- 6** Concientizar a los consumidores sobre la prevención y reducción del desperdicio de alimentos (DA).

**Durante el año 2025 se priorizaron los objetivos 1, 2, 3 y 6.**

De cara al desafío que enfrentan las empresas del sector agroalimentario, el objetivo de este informe es caracterizar las principales acciones de reducción de PDA, en línea con los objetivos estratégicos priorizados en el Plan de Acción. Además, se busca fomentar y fortalecer el trabajo mancomunado orientado al diseño de acciones empresariales más eficaces y perdurables para la reducción de las PDA, con el acompañamiento del sector público, organizaciones de la sociedad civil y organismos nacionales e internacionales.

Para ello, se clasificaron las acciones de la siguiente manera:

**Donación de Alimentos:** se especifican las actividades que implementa la empresa en pos de generar rescate y donaciones de alimentos.

**Acuerdos comerciales de no devolución entre empresas de retail e industria de alimentos:** se describe el tipo de acuerdo comercial, tipo de productos y períodos acordados.

**Capacitación interna sobre prevención y reducción de PDA:** se describe la presencia de capacitaciones sobre reducción del desperdicio puertas adentro de la empresa.

**Concientización a los consumidores sobre el desperdicio de alimentos:** se reseña la participación en campañas de comunicación a los consumidores en conjunto con el grupo de trabajo y propias.

**Alianzas con proveedores de soluciones para reducir el desperdicio por parte de las cadenas de supermercados:** se muestran las alianzas estratégicas con empresas tecnológicas.

**Reducción de precio en productos próximo consumo en el comercio minorista:** presencia de estrategia comercial en productos próximo consumo.

Para la realización de este documento, el PNRPDA recopiló la información a partir de los reportes de sustentabilidad de los años 2023 y/o 2024 y de los sitios web de las empresas. Posteriormente, se remitió el documento a las empresas involucradas, para dar conformidad de la información relevada.



## Resumen de las acciones

Empresas de retail	Donación de alimentos	Acuerdos comerciales de no devolución	Capacitación interna sobre PDA	Concientización a los consumidores	Acceso a web y/o informes de sustentabilidad
Arcor	✓	✗	✗	✓	
Danone	✓	✓	✓	✓	
Granix	✓	✓	✓	✓	
Molinos Río de la Plata	✓	✗	✓	✓	
Nestlé	✓	✓	✓	✓	

Empresas de retail	Donación de alimentos	Acuerdos comerciales de no devolución	Capacitación interna sobre PDA	Concientización a los consumidores	Alianzas con proveedores de soluciones	Reducción de precios en productos de próximo consumo	Acceso a web y/o informes de sustentabilidad
Carrefour	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
Cooperativa Obrera LTDA	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
Día Argentina	✓	✗	✓	✓	✓	✓	
Makro	✓	✗	✓	✓	✓	✓	
SAEIP La Anónima	✓	✗	✗	✓	✗	✓	
Vital	✓	✗	✗	✗	✗	✓	

## Acciones para la reducción de las PDA en empresas de alimentos

### Arcor

#### Donación de Alimentos

El grupo ARCOR dona distintos tipos de productos que se encuentran fuera del circuito comercial, y aquellos productos semielaborados (o materias primas) que se generan en el proceso productivo y que pueden utilizarse o ser retrabajados en alguna parte del proceso.

Durante 2024, donaron más de 1.100.000 kilos de productos a través del Programa Corporativo de Donación de Alimentos a organizaciones que trabajan prioritariamente con niños y adolescentes.

Del total de donaciones, el 85% fue a través de Bancos de Alimentos, el 7% a través de Cáritas Diocesanas y el resto se destina a diversas instituciones educativas y organizaciones de las comunidades de las que forman parte en Argentina, Brasil, Ecuador, Chile, Paraguay, Uruguay, Bolivia, México, España, Angola y EE. UU.

Desde hace 20 años, son aliados de Bancos de Alimentos Argentina y este año reafirmaron su compromiso. Han apoyado iniciativas como el rescate de alimentos aptos para consumo y su distribución a más de 4.500 organizaciones sociales. También realizaron la iniciativa “Acción Especial Fin de Año” para acompañar a organizaciones que brindan asistencia alimentaria directa a los sectores urbanos en situación de vulnerabilidad. Durante el mes de diciembre del 2024, donaron productos no perecederos y navideños para cubrir 60 mil raciones de almuerzos/cenas y meriendas que se entregaron a los Bancos de Alimentos de Córdoba y Buenos Aires, quienes canalizaron las entregas a las instituciones correspondientes.

Este año, se sumaron a la campaña del Banco y donaron más de 24.000 cajas a los Bancos de Alimentos de Córdoba, Paraná y Rosario.

#### Concientización a los consumidores sobre el DA

En el 2024 participaron de la campaña del 29S junto al Grupo de Industria y Retail a través de posteos en la red social [LinkedIn](#). La campaña consistió en difundir un mensaje común para sensibilizar sobre la importancia de reducir el desperdicio de alimentos.



## Danone

### Donación de Alimentos

A través de su Fundación, realizan el recupero de productos próximos a vencer en los depósitos y, además, sumaron el rescate en puntos de venta. Durante el año 2024, donaron 652,6 toneladas de yogures, de las cuales 484 toneladas fueron rescatadas en la cadena de suministros y supermercados. Todas las donaciones de lácteos se realizan con la logística de La Serenísima. También, donaron 745 toneladas de agua, de las cuales 726 provienen de rescates.

La Fundación Danone trabaja con 82 organizaciones en todo el país, que reciben alimentos de forma directa. Asimismo, presenta una alianza con los Bancos de Alimentos, siendo los principales beneficiarios de las acciones de rescate. Además, llevan a cabo programas de nutrición, donación e inversión social con Joven Levantate (Programa "Un yogur, una sonrisa") y Cartoneros y Sus Chicos (Programa "Entornos saludables").

### Acuerdos comerciales de no devolución

Tienen acuerdos firmados con Carrefour, Chango Más y Cooperativa Obrera para donar productos directamente desde las tiendas. Con estas acciones, permiten que las devoluciones se donen directamente sin requerir logística inversa. Los beneficiarios de este programa son los Bancos de Alimentos, Cáritas y Manos en Acción.

### Capacitación interna sobre PDA

En 2024, realizaron cuatro capacitaciones internas dentro del programa "Danoners en acción", donde instruyeron a 103 empleados de las áreas de recursos humanos, comercial, marketing, logística, finanzas y operaciones. Además, capacitaron a cuatro tiendas y a 40 empleados externos de Danone para la implementación de donaciones en tiendas.

Por otra parte, articularon con los Bancos de Alimentos para generar 3 acciones de voluntariado con los empleados de la empresa.

### Concientización a los consumidores sobre el DA

En el 2024, participaron de la campaña del 29S junto al Grupo de Industria y Retail a través de publicaciones en LinkedIn e [Instagram](#). Además, participaron en notas periodísticas en medios tradicionales (radio y diarios). La campaña consistió en difundir un mensaje común para sensibilizar sobre la importancia de reducir el desperdicio de alimentos.

## Granix

### Donación de Alimentos

A través del área de responsabilidad social empresarial realiza donaciones de sus productos (galletitas dulces y crackers, cereales) a diferentes organizaciones sin fines de lucro (Departamento de Acción Social de Iglesias Adventistas del 7mo Día, Bancos de Alimentos y otras ONG) y a municipios.

Las donaciones consisten en productos a granel que perdieron el valor económico por no responder a los estándares comerciales (ejemplo: rotura de packaging) y en productos próximos a vencer.

Durante el año 2024, donaron un volumen total de alimentos de 1.280.708 kg.

Por otra parte, con los residuos líquidos de la producción (como los jarabes) se mantienen separados de otros efluentes y se entregan a empresas especializadas.

### Acuerdos comerciales de no devolución

Cuenta con acuerdos de no devolución en el contrato comercial con las grandes cadenas con las que trabaja: Carrefour, Coto, La Anónima, Yaguar y Cencosud. Estos acuerdos de no devolución incluyen a todos los productos que se comercializan en cada cadena.

### Capacitación interna sobre PDA

El 30 de septiembre de 2024 compartieron la 5ta conmemoración del Día Internacional de Concienciación sobre las Pérdidas y Desperdicios de Alimentos, que realizó el PNRPDA. Esta información se envió vía mail a todos los empleados y departamentos de la empresa.

### Concientización a los consumidores sobre el DA

En el 2024, participaron de la campaña del 29S junto al Grupo de Industria y Retail a través de publicaciones en [LinkedIn](#) e Instagram. La campaña consistió en difundir un mensaje común para sensibilizar sobre la importancia de reducir el desperdicio de alimentos.

## Molinos Río de la Plata

Desde 2024 aprobaron e implementaron una Política de Pérdida y Desperdicio de Alimentos que refuerza la gestión integral en toda la cadena de valor y promueve la concientización entre colaboradores, clientes y consumidores.

### Donación de Alimentos

Desde 2002, mantienen su compromiso con el Banco de Alimentos de Buenos Aires, trabajando en alianza para hacer frente a la inseguridad alimentaria y el desperdicio de alimentos.

Desarrollaron un sólido procedimiento de gestión de mermas generadas en los procesos industriales, lo que les permitió donar 65 millones de kilos de alimentos en todos estos años.

La colaboración consiste en la donación directa de productos desde sus plantas productivas, coordinando la logística junto al Banco de Alimentos para preservar la calidad e higiene en todo el proceso de entrega.

Durante 2024, la empresa donó 1.365 toneladas de alimentos que fueron distribuidos a 1.280 organizaciones comunitarias, que tienen entre sus beneficiarios principalmente niños y adolescentes (63% del total). Esto les permitió ser el primer donante de alimentos del Banco de Alimentos de Buenos Aires por otro año más.

Además, en 2024 acompañaron una campaña del Banco de Alimentos, destinada a complementar el trabajo diario con 1.450.000 desayunos nutritivos para 12.000 niños durante 4 meses. Su contribución incluyó la donación de cereales para la preparación de desayunos saludables. En total, se donaron 288 toneladas de productos lácteos, 288 toneladas de frutas y 86 toneladas de cereales. La campaña también incluyó capacitación y comunicación en medios.

### **Capacitación interna sobre PDA**

En el marco de la campaña del 29S, difundieron un video para las redes internas basándose en los consejos de la campaña.

### **Concientización a los consumidores sobre el DA**

En el 2024, participaron de la campaña del 29S junto al Grupo de Industria y Retail en diferentes redes: LinkedIn e Instagram. La campaña consistió en difundir un mensaje común para sensibilizar sobre la importancia de reducir el desperdicio de alimentos.

## **Nestlé**

Para Nestlé la sustentabilidad es parte central de su estrategia. En ese sentido, buscan promover sistemas alimentarios regenerativos a gran escala y, en línea con esto, asumieron dos compromisos a nivel global:

- Alcanzar cero emisiones netas de gases de efecto invernadero para 2050.
- Lograr que más del 95% de sus envases plásticos estén diseñados para ser reciclados para fines de 2025, con el objetivo de llegar al 100% en el futuro.

### **Donación de Alimentos**

Desde 2016, mantienen su compromiso con el Banco de Alimentos de Buenos Aires, trabajando en alianza para hacer frente a la inseguridad alimentaria y el desperdicio de alimentos. Tienen un volumen aproximado de donación anual de 20 toneladas.

A nivel mundial, se asociaron con la Red Global de Bancos de Alimentos, Feeding America® y la Federación Europea de Bancos de Alimentos.

En Argentina, a través de un procedimiento denominado “pre-salvage” detectan el riesgo de vencimiento en el que se genera una alerta en función del “stock-vencimiento” versus “la demanda planificada”.

Esta alerta permite a las distintas categorías de negocios gestionar acciones diferentes para cada caso. Si luego de las acciones mencionadas llega a quedar algún remanente próximo a vencer, se dona directamente al Banco de Alimentos, evitando de esta manera la destrucción del producto. En 2024, donaron \$620 millones en productos y colaboraron con más de 2500 horas de voluntariado.

### **Acuerdos comerciales de no devolución**

La empresa cuenta con acuerdos con varias cadenas de supermercados: Cencosud, Carrefour, Grupo de Narvárez (GDN), La Anónima, Cooperativa Obrera, Día %, Diarco, Maxiconsumo, Maycar, Nini y Yaguar.

### **Capacitación interna sobre PDA**

Integrada en los planes de entrenamiento y estrategias de comunicación interna de la compañía.

### **Concientización a los consumidores sobre el DA**

En el 2024, participaron de la campaña del 29S junto al Grupo de Industria y Retail en diferentes redes: LinkedIn, [Instagram](#), Facebook y en la página web de la empresa. La campaña consistió en difundir un mensaje común para sensibilizar sobre la importancia de reducir el desperdicio de alimentos. Realizaron una colaboración con RECETAS NESTLÉ (Instagram) en el que compartieron diferentes tips para conservar mejor los alimentos y evitar el desperdicio de alimentos.

# Acciones para la reducción de las PDA en supermercados minoristas y mayoristas

## Carrefour

Tanto a nivel global como a nivel local, tienen el compromiso de concientizar y fomentar acciones concretas que eviten el desperdicio de alimentos y favorezcan su aprovechamiento.

La reducción del desperdicio de alimentos es uno de los ejes de trabajo que guía tanto las acciones internas como externas con los equipos, clientes, proveedores y junto a toda la comunidad. En este sentido, impulsan prácticas de consumo responsable en toda la cadena de valor en términos de producción y consumo pero también con eje en la disminución de las PDA.

### Donación de Alimentos

Carrefour cuenta con el programa “Rescate de Alimentos” mediante el cual aquellos productos que están en perfectas condiciones de consumo o uso, y que se encuentran entre los 5 días anteriores al vencimiento, son identificados y trasladados a un circuito de autorización y validación interna; para luego ser donados a organizaciones no gubernamentales (ONG) que son parte de una Red de Rescates de Alimentos.

Para incorporarse a su red, las organizaciones de la sociedad civil deben contar con personería jurídica y ser aprobadas luego de un proceso interno de evaluación. Su principal aliado a nivel nacional son los Bancos de Alimentos de cada plaza que permiten su recupero y aprovechamiento a tiempo y en perfectas condiciones de consumo. Dichos aliados, destinan de inmediato los productos rescatados a las comunidades donde trabajan, permitiendo el aprovechamiento de los alimentos por quienes más lo necesitan. Gracias a la coordinación entre organizaciones y el trabajo de todos los equipos de más de 500 sucursales, lograron rescatar 170 tn de alimentos en el 2021, 255 tn en 2022 y 563 tn en 2023.

Durante 2024, alcanzaron rescatar y evitar el desperdicio de 1.437 toneladas de alimentos en 600 sucursales, 21 provincias, 87 municipios, beneficiando a 92 ONG.



Fuente: Reporte de Sustentabilidad 2024.

### Acuerdos comerciales de no devolución

La empresa Danone tiene acuerdo con Carrefour para donar productos directamente desde las tiendas. Con estas acciones, permiten que las devoluciones se donen directamente sin requerir logística inversa. Los beneficiarios de este programa son Banco de Alimentos, Cáritas y Manos en Acción.

### Capacitación interna sobre PDA

Carrefour lleva adelante reuniones semanales de seguimiento del desperdicio de alimentos para todas sus tiendas y realiza seguimientos mensuales de la performance de todas las tiendas. Asimismo, implementa entrenamientos y workshops específicos una vez al año con las tiendas sobre temas puntuales.

A lo largo del año, realizan capacitaciones periódicas a los equipos de tiendas para recordar, profundizar, resolver consultas e identificar oportunidades de mejora sobre el procedimiento interno del Programa de Rescates de Alimentos.

Además, mantiene comunicación constante con los equipos en tiendas para implementar las herramientas disponibles y evitar el desperdicio de alimentos.

### Concientización a los consumidores sobre el DA

La empresa realiza las siguientes acciones:

- Cartelería en tienda física:

Cuentan con cartelería en las tiendas para informar a clientes sobre productos de consumo inmediato y los descuentos mencionados sobre productos frescos seleccionados al finalizar el día.

- Recetas Cero Desperdicio

A través de las redes sociales, comparten con sus clientes en distintos momentos del año recetas que permiten, a partir de las sobras, realizar nuevos platos y aprovechar todos los nutrientes de cada alimento.

- Guía Cero Desperdicio

En 2019 relanzaron, junto al Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca, FAO Argentina y Unilever, la guía para reducir el desperdicio de alimentos en los hogares. La guía se encuentra disponible a través de un QR en todas sus sucursales.

Durante 2024, lanzaron nuevamente la guía adaptada en Linkedin en el marco del 29S - Día Internacional de Concienciación sobre la Pérdida y el Desperdicio de Alimentos-. Además, participaron con posteos en redes sociales junto al Grupo de Industria y Retail.

### Alianzas con proveedores de soluciones

Hasta el momento, han desarrollado sistemas internos para detectar y anticipar los productos próximos a vencer y de esta manera aplicar descuentos automáticos.

Asimismo, tienen un mejor control y seguimiento de volúmenes adecuados para cada sucursal, generando góndolas de consumo inmediato y potenciando etiquetas que permiten acceder a descuentos importantes en productos de expiración corta, con un control exhaustivo de fechas e ingresando en el Circuito de Rescates de Alimentos, cuando ya se realizaron todos los esfuerzos de venta y aun así queda remanente de productos.



## Reducción de precio en productos próximo consumo

A partir de los 90 días previos al vencimiento del producto, las tiendas o el equipo especializado en mermas buscan impulsar la venta de los alimentos a través de estrategias de baja de precio.

A partir de los 30 días previos al vencimiento, se aplican herramientas de gestión de venta. Entre ellos, se pueden encontrar:

- Etiquetas de consumo inmediato: descuentos para adquirir productos en fechas próximas a su vencimiento, tanto para productos de gran consumo como frescos, y destinan un espacio fijo dentro de la tienda para su comercialización.

- Oportunísima: descuento automático sobre el final del día en productos frescos cuya vida útil es menor de 1 día, como por ejemplo: pollo al spiedo, panificados y algunas verduras.

- Última milla: máximo descuento 72 hs previas al vencimiento de productos de gran consumo.



## Cooperativa Obrera LTDA

### Donación de Alimentos

Con más de un siglo de compromiso social, la Cooperativa Obrera se ha caracterizado por su labor en apoyo a instituciones sociales y escolares dedicadas a ayudar a los sectores más vulnerables de la población. En enero de 2020, a través de la Fundación Cooperativa Obrera nació el Programa Alimentos Solidarios (PAS), una iniciativa que busca lograr el máximo aprovechamiento de alimentos y otros artículos que, aunque no tengan valor comercial, son perfectamente aptos para su uso y consumo. Este programa se alinea con los valores y principios promovidos por el movimiento cooperativo internacional a través de la Alianza Cooperativa Internacional.

Durante el Ejercicio 114, a través del Programa Alimentos Solidarios, La Cooperativa y un grupo de sus proveedores realizaron donaciones a 80 instituciones que atienden las necesidades de niños de hasta 16 años, madres adolescentes, personas con discapacidad y adultos mayores en situación de vulnerabilidad económica, social y cultural. Estas instituciones desarrollan sus actividades en diversas localidades, como Bahía Blanca y su zona rural, Cabildo, Tornquist, Ingeniero White, Punta Alta, Mar del Plata, Neuquén, Cipolletti y Comodoro Rivadavia.

Participan del Programa 30 voluntarios de la Fundación Cooperativa Obrera quienes, además de organizar las donaciones, mantienen estrecha comunicación con las instituciones beneficiarias conociendo las necesidades específicas de cada comunidad, y así lograr un mayor aprovechamiento de los artículos disponibles.

Considerando que cada kilo/unidad proporciona, aproximadamente, tres raciones de comida, los 691.634 kilos/unidades recuperados y donados por La Cooperativa Obrera y sus proveedores representaron una donación de 2.074.902 platos de comida.

### **Acuerdos comerciales de no devolución**

La Cooperativa Obrera y la empresa Danone tienen un acuerdo para donar productos directamente desde las Sucursales N° 28 y N°42 de Bahía Blanca. Esta acción permite que las devoluciones se donen directamente sin requerir logística inversa. La institución beneficiaria es el “Pequeño Cottolengo Monseñor Nascimbeni” que forma parte del Programa Alimentos Solidarios.

### **Capacitación interna sobre PDA**

En el 2024, la Cooperativa junto con GSI Argentina implementó un taller sobre la gestión de mermas destinado a los colaboradores: Equipos de Conducción de las Sucursales, Depósitos y Centros de Producción.

### **Concientización a los consumidores sobre el DA**

La Cooperativa participó de la campaña coordinada por el Grupo de Trabajo de Industria y Retail del año 2024 en el marco del 29S, que consistió en concientizar a los consumidores sobre el desperdicio de alimentos a través de sensibilización en Sucursales y en redes sociales, como Instagram.

### **Alianzas con proveedores de soluciones**

Cuenta con la reciente incorporación de códigos QR GSI en productos de peso variable. En agosto de 2025 comenzaron las pruebas piloto en algunas sucursales que incorporaron tecnología de impresión de QR GSI en sus balanzas de atención personalizada (modelo Kretz Report NX), aplicando el estándar GSI Digital Link.

Esta implementación permite enriquecer la información codificada —incluyendo artículo, peso, precio y fecha de vencimiento— y, al mismo tiempo, acceder a información adicional del producto de forma más rápida y eficiente. Como resultado, se favorece un accionar ágil en la gestión operativa, optimizando la cadena de valor y facilitando la ejecución de acciones comerciales o de sostenibilidad vinculadas al producto.

Para que esta implementación sea posible se realizaron las adecuaciones de software a las captadoras y puntos de venta. Actualmente se avanza en una implementación gradual con la idea de tener todos sus 152 locales de atención cubiertas antes de fin de año con esta nueva funcionalidad. Además, se está analizando incorporar esta tecnología en los centros de producción/fraccionamiento.

### **Reducción de precio en productos próximo consumo**

Cuenta con una política de reducción de precios y promociones en productos próximos a vencer. Estos productos denominados “Pronto Consumo” se presentan en las góndolas con cartelera identificatoria para concientizar y promover la compra.

## **Día Argentina**

En el 2020, la empresa generó un plan de prevención y gestión para reducir un 30% el desperdicio de alimentos para el 2030. Para ello, han implementado mejoras de procesos internos en toda la cadena de valor, campañas de concientización y alianzas estratégicas.

### **Donación de Alimentos**

Día Argentina realiza donaciones desde sus almacenes (Buenos Aires/Paraná/Salta) a organizaciones sin fines de lucro, entre ellas a los Bancos de Alimentos.

Además, participó del proyecto piloto que consistió en donaciones desde tiendas con la App Banco de Alimentos de Buenos Aires.

### **Capacitación interna sobre PDA**

En el 2024, implementaron una campaña de concientización que consistió en capacitación interna hacia los colaboradores de tiendas, almacenes y sede.

### **Concientización a los consumidores sobre el DA**

En el 2024, implementaron una campaña de concientización a consumidores a través de redes sociales, página web y en tiendas físicas.

Participaron de la campaña del 29S junto al Grupo de Industria y Retail en Instagram, en la página web de la empresa y en tiendas físicas. La campaña consistió en difundir un mensaje común para sensibilizar sobre la importancia de reducir el desperdicio de alimentos. Además, desarrollaron parte de la campaña con videos de una reconocida cocinera con ideas culinarias para reutilizar las comidas en el hogar.

### **Alianzas con proveedores de soluciones**

Hasta el 2024, formaron alianza con la start up argentina Kigüi, cuyo principal objetivo fue generar conciencia sobre el consumo responsable evitando el desperdicio de alimentos.

### **Reducción de precio en productos próximo consumo**

Día Argentina tienen una política de reducción de precios y promociones en productos próximos al consumo. Estos productos presentan cartelera identificatoria para concientizar y promover la compra.

## GDN Argentina

### Donación de Alimentos

Durante la víspera de Navidad y la celebración de las fiestas de fin de año del año 2024, producto del trabajo conjunto de áreas operativas, comerciales y logísticas, las 93 tiendas fueron protagonistas de una iniciativa solidaria que significó la donación en simultáneo de más de 9.200 pan dulces elaborados en su panadería. Los productos fueron destinados a organizaciones comunitarias y de la sociedad civil con las cuales cada una de nuestras sucursales se relaciona a lo largo de todo el año. Además, los productos de merma se destinan a las diócesis de Cáritas Argentina y Bancos de Alimentos Argentina.

### Acuerdos comerciales de no devolución

La empresa mantiene acuerdos de no devolución de productos alimenticios de temporada, especialmente vinculados a festividades y fechas especiales. A partir del trabajo específico con cada proveedor, logran insertar alimentos que no han sido vendidos en un tiempo prudencial dentro de los circuitos de donación a los aliados del tercer sector con los que articulan, impactando en merenderos y comedores comunitarios de las localidades en las que tienen presencia.

### Capacitación interna sobre PDA

Cuentan con instancias de capacitación permanente hacia los equipos de tienda en torno a la separación de los productos aptos para ser tratados como merma a manos de especialistas en calidad e inocuidad alimentaria, a los fines de evaluar y separar correctamente la mercadería en condiciones de ser destinada a donaciones. Asimismo, tienen un programa de vigilancia y monitoreo de alimentos en los que los colaboradores de piso de venta participan activamente, para lo cual son formados periódicamente. De esta manera, ejecutan el retiro anticipado de góndola con mayor efectividad, dotando de información a los involucrados en el proceso de control.

### Concientización a los consumidores sobre el DA

El 29 de septiembre, en conmemoración del Día Internacional de Concientización sobre la Pérdida y el Desperdicio de Alimentos, se unieron a la campaña de sensibilización organizada por la Secretaría de Agricultura de la Nación y FAO Argentina, en el marco del Plan Nacional de Reducción de Pérdidas y Desperdicio de Alimentos (PNRPDA).

### **Alianzas con proveedores de soluciones**

Presentan un acuerdo de cooperación con Danone Argentina, empresa líder en la producción de alimentos y bebidas, para recuperar y donar aquellos alimentos que fueron retirados de forma anticipada de la góndola (próximos a su fecha de vencimiento) para que puedan entregarse a instituciones y rescatar, así, su valor social promoviendo el #DesperdicioCero en toda la cadena de valor. Gracias a esta iniciativa, seis tiendas de la cadena lograron rescatar 25.950 unidades de productos.

### **Reducción de precio en productos próximo consumo**

La iniciativa #AprovechaloHoy se encuentra disponible en las tiendas, buscando generar mayor nivel de conciencia sobre el desperdicio alimentario. Se trata de un programa que representa una opción de compra a alimentos frescos a precios más bajos dado que –de otra forma- se desperdiciarían en pocos días por tener un sistema de retiro anticipado de la góndola, aun cuando están aptos para su consumo. De esta forma, a través de la identificación con un sello en su packaging, el cliente accede a productos de calidad a precios de conveniencia (hasta 50% de descuento).

## **Makro**

### **Donación de Alimentos**

En Makro Argentina impulsan el Programa de Rescate de Alimentos con el propósito de reducir el desperdicio y contribuir a la seguridad alimentaria.

Donan aquellos productos que han salido del circuito comercial y siguen siendo aptos para el consumo. Estas donaciones se canalizan a través de Bancos de Alimentos, quienes distribuyen la mercadería a comedores y organizaciones sociales ubicadas en las zonas de influencia de sus tiendas. En 2024, entregaron más de 39,1 toneladas de alimentos, equivalentes a 117.393 platos de comida.

### **Capacitación interna sobre PDA**

La empresa lleva a cabo capacitaciones sobre Gestión Integral e Inclusiva de Residuos Sólidos Urbanos, especialmente enfocado a gerentes de Tienda y equipos de Logística, Mantenimiento y Reposición.

En 2024 y 2025 realizaron workshops presenciales al personal de tienda donde se reforzaron buenas prácticas de transporte, manipulación, almacenamiento y reposición con el objetivo de disminuir pérdidas. Esto fue realizado en el marco del Programa de Desperdicio Cero liderado por Tetra Pak.

Asimismo, refuerzan las pautas de donaciones del Programa de Rescate de Alimentos y organizan jornadas de voluntariado con los Bancos de Alimentos, con el objetivo de impulsar el programa y sensibilizar sobre el impacto de esta iniciativa. Durante 2024 realizaron jornadas de voluntariado en las sucursales de Neuquén, Rosario y Río Cuarto.

### **Concientización a los consumidores sobre el DA**

A través de sus redes sociales institucionales LinkedIn e Instagram difunden contenidos para sensibilizar a los consumidores sobre la correcta gestión de residuos y acciones llevadas a cabo para reducir el desperdicio de alimentos.

### **Alianzas con proveedores de soluciones**

En 2022 firmaron un acuerdo con Savetic SAS para incorporar los puntos de venta de los supermercados en la plataforma Kigüi, por un período de seis meses. De manera complementaria, asignaron un espacio en las tiendas para la instalación de material POP, con el objetivo de potenciar la visibilidad de la iniciativa.

Actualmente, se están estudiando mejoras en el sistema de control interno orientadas al seguimiento de los plazos de vencimiento de la mercadería dispuesta en los pallets.

### **Reducción de precio en productos próximo consumo**

Con el fin de minimizar el desperdicio alimentario y optimizar la rotación de inventario, implementan un esquema de reducción progresiva de precios en los productos próximos a vencer. La estrategia se activa a partir de los 30 días previos a la fecha de vencimiento, aplicando descuentos escalonados que buscan incentivar su compra por parte de los clientes. Para ello, trabajan desde la planificación de compras y la gestión de stock hasta las buenas prácticas de transporte, manipulación y exhibición en tienda. A su vez, coordinan acciones con las áreas comerciales.

En paralelo, están evaluando la creación de una zona de “Pronto Consumo” dentro de las tiendas. Este espacio tendría como propósito concentrar y visibilizar estos productos. Esto permitiría facilitar su identificación para el consumidor, y aumentar la efectividad de la acción de descuentos que ya se implementa en los productos cercanos a su fecha de vencimiento

## **SAEP- La Anónima**

### **Donación de Alimentos**

Con la Base de Transferencia de Ituzaingó, en provincia de Buenos Aires, trabajan en sinergia con Bancos de Alimentos para activar el procedimiento de rescate de alimentos y donaciones, identificando aquellos aptos para consumo que perdieron valor comercial. En ese periodo, duplicaron la cantidad de mercadería destinada a donación. Banco de Alimentos retira la mercadería diariamente, lo cual no sólo agiliza el proceso, sino que garantiza que la misma llegue en tiempo y forma a los comedores.

En el periodo 2023-2024 presentaron una merma de frutas y verduras de 7,45% sobre el total de kilos vendidos. Para el transporte de esta mercadería rescatada y donada se utilizan cajones IFCO, los cuales se devuelven en el mismo momento por el Banco de Alimentos, facilitando la logística.



Asimismo, desde 2021 implementaron la gestión Retiro Anticipado de Góndolas (RAG) con el objetivo de evitar que los productos lleguen a su vencimiento en las góndolas. Este sistema, permite identificar tempranamente los productos próximos a vencer para una próxima venta con una acción comercial rápida, o su rescate y posterior donación. Desde su creación, aumentaron el porcentaje de RAG, llegando a 0,61% del total de unidades vendidas.

Retiro Anticipado de Góndola (RAG) / Total de Unidades Vendidas			
Período	Venta Unidades RAG	Venta Total Unidades	Porcentaje
2023-2024	5.337.684	868.533.164	0,61%
2022-2023	4.298.974	881.969.500	0,49%
2021-2022	4.332.036	869.749.675	0,50%

Fuente: Reporte de Sustentabilidad 2023/2024.

Concientización a los consumidores sobre el DA

La empresa ha generado campañas de concientización y la internalización de buenas prácticas que eviten el desperdicio de alimentos. También diseñaron campañas de comunicación en pos de fomentar prácticas de consumo responsable. A través de estas iniciativas, buscan educar sobre el impacto de las decisiones de compra y promover elecciones más sostenibles. Además, como parte de la Estrategia de comunicación de Sustentabilidad, implementan anualmente “Campañas de Comunicación y Concientización” sobre los siguientes temas: proveedores locales y pymes, consumo responsable, desperdicio de alimentos e impacto comunitario.

Estrategia de comunicación de Sustentabilidad: enfoque de gestión



**Proveedores locales y Pymes**

Destacamos productos regionales y locales en nuestras góndolas, así como en nuestras campañas de comunicación. Esta estrategia no sólo apoya a los productores locales, sino que también promueve el desarrollo económico en las comunidades donde operamos.\*

\* Puesta Piloto: Sucursales de Bariloche y El Bolsón.





**Impacto Comunitario**

Realizamos numerosas acciones en las comunidades donde están ubicadas nuestras sucursales, enfocándonos en mejorar la calidad de vida local. Estas iniciativas forman parte de nuestro compromiso continuo de contribuir positivamente en cada comunidad en la que estamos presentes.





**Desperdicio de alimentos**

Promovemos la concientización y la internalización de buenas prácticas que eviten el desperdicio de alimentos. Un ejemplo de ello es nuestro programa **Consumo Próximo**, el cual ofrece productos cercanos a su fecha de vencimiento a precios reducidos, incentivando su consumo antes que se desperdicien.





**Consumo responsable**

Diseñamos campañas de comunicación en pos de fomentar prácticas de consumo responsable entre nuestros clientes. A través de estas iniciativas, buscamos educar sobre el impacto de las decisiones de compra y promover elecciones más sostenibles.



Fuente: Reporte de Sustentabilidad 2023/2024.

### Reducción de precio en productos próximo consumo

La empresa cuenta con la acción comercial "Consumo Próximo", aplicando descuentos significativos en productos cercanos a su vencimiento para incentivar su consumo y evitar el desperdicio. Los productos están identificados con una etiqueta verde con el logo #ValoremosLosAlimentos para una visualización rápida por parte de los clientes.

Los productos próximos a vencer se distribuyen a las sucursales con la acción comercial previamente cargada para asegurar una venta rápida y reducir el desperdicio.

La empresa estableció un procedimiento uniforme para gestionar productos con corto vencimiento en los Centros de Distribución Regionales (CDR), mejorando la eficiencia y reduciendo mermas.



## Vital

En Vital están integrando la sustentabilidad a su modelo de negocio. Su objetivo es promover prácticas más responsables en la relación con el entorno y las comunidades donde están presentes. Continúan consolidando el camino de mejora continua, basado en la transparencia, la innovación y la colaboración con los distintos actores del sector para avanzar en estrategias de prevención de mermas y aprovechamiento de los alimentos.

### Donación de Alimentos

La empresa implementa un protocolo diario de donaciones: los productos retirados de la góndola cercanos a su vencimiento son donados a organizaciones sociales. Las donaciones de pequeños y medianos volúmenes se canalizan a través de la app del Banco de Alimentos de Buenos Aires, una plataforma digital que facilita la gestión de las donaciones a organizaciones cercanas a las tiendas. Por otro lado, las donaciones de grandes volúmenes se donan habitualmente a través de la Fundación Sonrisas y Potenciar Solidario. De esta manera, fortalecen la colaboración con distintas organizaciones, se involucran con la comunidad y evitan el desperdicio de alimentos.

**2024** 571 toneladas donadas

**2025** 13.278 toneladas donadas



Fuente: Vital.

### Reducción de precio en productos próximo consumo

Dentro de la Gestión de Ofertas, trabajan para hacer más eficientes e inteligentes las promociones de productos próximos a vencer para así reducir el desperdicio de alimentos.

## Conclusión

Las acciones que vienen llevando adelante las empresas productoras y de retail en Argentina muestran un cambio real en el sector, de cara a una gestión eficiente de los alimentos en pos de la reducción de las pérdidas y desperdicios. Ya no se trata sólo de evitarlas o cumplir con una normativa, sino de repensar los procesos, aprovechar mejor los recursos y generar valor a lo largo de toda la cadena.

Cada acción que se incluye en este documento, desde los programas de donación y rescate, hasta la implementación de tecnologías con códigos QR GSI o las políticas de pronto consumo, representan un paso concreto hacia un sistema alimentario que reduce las PDA, mejora la trazabilidad y promueve un uso más inteligente de los recursos.

Poner en evidencia estos procesos demuestra que en el país hay empresas que ya están actuando y generando impacto positivo; no solo para reconocer lo que se logró, sino también para inspirar nuevas iniciativas y fortalecer la articulación entre el sector público y privado.

De cara al futuro, este trabajo compartido nos deja una base sólida sobre la cual seguir desarrollando soluciones y estándares comunes. Lo que hoy aprendemos y medimos nos sirve, no solo para mejorar el presente, sino para proyectar un futuro donde la trazabilidad, la digitalización y la eficiencia productiva sean un aspecto indispensable de cómo producimos, distribuimos y consumimos alimentos en el país.



**Ministerio  
de Economía**  
República Argentina

**Secretaría de Agricultura,  
Ganadería y Pesca**