



Plan Nacional de Reducción de Pérdidas y Desperdicio de Alimentos

# **Desperdicios de alimentos en supermercados y autoservicios de Argentina: avances y mejoras en la gestión**

# Plan Nacional de Reducción de Pérdidas y Desperdicio de Alimentos

## Informe 2023

### Información Operativa 2022



## Índice

Introducción .....	04
Objetivos .....	06
Metodología .....	08
Recolección, armonización y homologación de los datos de mermas .....	09
Elaboración y definición de los indicadores .....	10
Aperturas y cruces .....	11
Resultados .....	13
Indicadores de la Merma de Alimentos y Bebidas del año 2022 .....	14
Indicadores de Mermas de Alimentos y Bebidas comparativas años 2021 y 2022 .....	24
Conclusiones .....	28
Glosario .....	30

## Acceso al Tablero de Mermas de Alimentos y Bebidas



## Hacia la Sostenibilidad Alimentaria: El informe del Tablero de Mermas y su Llamado a la Acción

Este informe es el resultado de un esfuerzo continuo y colaborativo en la búsqueda de soluciones efectivas para una problemática que trasciende las fronteras: el desperdicio de alimentos y bebidas. La sostenibilidad se ha convertido en un pilar fundamental en el panorama de las empresas agroalimentarias y las cadenas de autoservicio. En un mundo donde la inseguridad alimentaria afecta a millones de personas y los recursos naturales son cada vez más escasos, es imperativo abordar los retos del desperdicio de alimentos con una visión clara y acciones concretas. El "Tablero de Mermas de Alimentos y Bebidas" es una respuesta a este llamado, una herramienta que trasciende su función de medición para convertirse en un punto de guía para la gestión sostenible.

Este informe brinda datos y cifras, así como también nos invita a la reflexión y la acción. Ofrece una ventana hacia la comprensión de la dimensión del desperdicio de alimentos en toda la cadena de valor agroalimentaria y especialmente en el último eslabón comercial. Reconocemos que el beneficio adicional no reside sólo en el conocimiento cuantitativo de las toneladas y las cantidades monetarias, sino en las oportunidades de mejora que estos datos revelan. La implementación de prácticas más eficientes y la toma de decisiones informadas se vuelven posibles a través de la visión que este Tablero proporciona.

Este informe invita a las cadenas, empresas, organizaciones y personas comprometidas, a unirse en la causa de reducir globalmente el desperdicio de alimentos y bebidas, alineándose con los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Creemos en que la colaboración y la innovación impulsan el esfuerzo hacia un mundo en el que los alimentos lleguen a quienes más los necesitan y la sostenibilidad sea un imperativo compartido, forjando así un futuro más equitativo y próspero.



# Introducción

El presente documento proporciona información sobre la metodología y los resultados del **Tablero de Mermas de Alimentos y Bebidas en Argentina** para el año 2022.

La construcción del Tablero fue una iniciativa conjunta con GS1 Argentina en el marco del Grupo de Trabajo de Industrias y Retail dentro del Plan Nacional de Reducción de Pérdidas y Desperdicio de Alimentos perteneciente a la Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca (SAGyP).

Sus orígenes remiten al año 2019, a partir de la articulación entre diversos actores públicos y del tercer sector. El proyecto además contó con apoyo institucional por parte de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), el Consumer Goods Forum (CGF) y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID). Para la construcción inicial del Tablero, el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) financió el proyecto piloto de la Estrategia Nacional de Consumo y Producción Sostenible del Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible en el año 2021.

La creación del Tablero permitió dejar capacidad instalada sobre el desperdicio de alimentos en retail y autoservicios. Además, **proporciona información para la toma de decisiones de los actores de la cadena de valor agroalimentaria** ya que permite comprender la dimensión del problema del desperdicio de alimentos y otras cuestiones que influyen en la merma.

La sostenibilidad es uno de los temas más relevantes en las empresas agroalimentarias y del sector de self-cadenas. Los retos en esta materia son enormes y requieren de soluciones articuladas en la gestión de los desperdicios de alimentos debido a que representan un triple impacto negativo.

Es fundamental reconocer la importancia de medir y reportar datos del desperdicio de alimentos. El Tablero es una herramienta innovadora que ofrece datos transparentes y dinámicos para una mejora en la gestión de los desperdicios en el sector de self-cadenas. A la vez, permite la comprensión del impacto a través de la medición de una forma armonizada y comparable entre las cadenas y los períodos.

En la actualidad, las cadenas de supermercados tienen un protagonismo dentro del comercio minorista. Estos actores articulan la oferta de los distintos tipos de alimentos, la circulación de las empresas proveedoras y los procesos de formación de precios tanto de manera directa, a través de su participación de mercado, como a través de su expansión espacial en miles de sucursales<sup>1</sup>.



Los datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos reflejan la importancia que presenta el sector de self-cadena en el mercado argentino y las categorías de productos que representan más del 40% del gasto en supermercados son lácteos y huevos, productos de almacén y bebidas alcohólicas<sup>2</sup>.

A partir de la información disponible en el Tablero y los informes que lo acompañan, se espera seguir fortaleciendo el trabajo conjunto con el sector de retail y las empresas agroalimentarias para prevenir y reducir el desperdicio de alimentos en Argentina, en pos del cumplimiento de la meta 12.3 de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)<sup>3</sup>.

**Te compartimos el acceso a la Información Operativa 2021.** Desperdicio de Alimentos en supermercados y autoservicios de Argentina: Nueva herramienta para la gestión más eficiente de la cadena de valor.



1. Pérez Martín, J. Los supermercados en el centro de la escena. Realidad Económica. N° 350, Año 52. Pág. 9-38. 16 de agosto al 30 de septiembre de 2022. ISSN 0325-1926
2. Encuesta Nacional de Gastos de los Hogares 2017-2018 Informe de gastos Noviembre de 2019 Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC). Acceso el día 28 de marzo de 2023. Disponible en: [https://www.indec.gob.ar/ftp/cuadros/sociedad/engho\\_2017\\_2018\\_informe\\_gastos.pdf](https://www.indec.gob.ar/ftp/cuadros/sociedad/engho_2017_2018_informe_gastos.pdf)
3. FAO 2023. Objetivos de Desarrollo Sostenible. Acceso el día 28 de marzo de 2023. Disponible en: <https://www.fao.org/sustainable-development-goals/indicators/1231/es/>.



# Objetivos

**El objetivo general es cuantificar en cantidades y en costos las mermas de alimentos en el sector de self-cadenas de Argentina para el año 2022.**

Los objetivos específicos son:

- › Estimar el impacto de las mermas en las diferentes categorías y subcategorías de alimentos en el sector de self-cadenas.
- › Estimar el impacto de las mermas de alimentos según región geográfica y formato de tienda del sector de self-cadenas.
- › Identificar las causas del desperdicio de alimentos en el sector de self-cadenas.
- › Monitorear los cambios o tendencias en los indicadores de mermas de alimentos entre los años 2021 y 2022.



# Metodología

## Recolección, armonización y homologación de los datos de mermas



Para la construcción del Tablero de Mermas de Alimentos y Bebidas, se dispone de información correspondiente a comercios perteneciente al canal self-cadenas, motivo por el que se define como población objetivo a este segmento de consumo.

En nuestro país, el consumo masivo de alimentos se distribuye de la siguiente manera<sup>4</sup>:



Esto significa que los indicadores del Tablero proyectan la merma al total del consumo realizado a través del segmento de supermercados y autoservicios. La construcción de esta herramienta se logró gracias al compromiso de estas empresas por registrar las mermas como parte de su sistema de gestión y estandarizar el proceso de toma de datos. En primera instancia, las empresas envían la siguiente información a GS1 Argentina con una periodicidad mensual:

- › **Tabla maestro de artículos:** incluye los códigos y descripciones de todos los productos que participan en el estudio.
- › **Tabla maestro de locales:** incluye todos los locales o sucursales que participan en el estudio, considerados locales de venta.
- › **Tabla registro de mermas:** contabiliza, por cada artículo, la cantidad mermada, los motivos por la cual se produjo y el local de venta donde ocurrió.

4. Según datos de estructura de la demanda para el año 2020, provistos por Scentia Consulting.

Recibidos los datos por parte de la cadena, el primer paso es evaluar que se encuentren todos los campos completos. Finalizado esto, se procede a comenzar con la homologación que consiste en la validación de los campos solicitados en cada una de las tablas:

- › En la tabla maestro artículos, la homologación consiste en validar que los productos que se informan entre las diferentes empresas (en los diferentes maestros e informes de merma) pertenezcan a la misma categoría y tengan el mismo contenido neto homologado.
- › Para la tabla maestro de locales, es necesario que los datos estén diferenciados por regiones y nombre de cada empresa, los metros cuadrados de la superficie de cada local y los formatos de los mismos.
- › En la tabla registro de mermas se verifica que contenga la información del período de la merma, el local donde ocurrió, el motivo, y las cantidades. **El dato de las cantidades de merma debe ser reportado en kilogramos o litros.**

Asimismo, se debe validar que los artículos que informan merma estén en la tabla maestro de artículos. En caso que se encuentre algún artículo que no esté informado en dicha tabla, se debe validar con la empresa si es un nuevo producto o es un registro que no está alcanzado. De la misma manera, se debe verificar que los artículos que indican merma correspondan a locales informados como puntos de ventas en la tabla maestro de locales.

Finalizado el proceso de homologación, las tablas se suben a la Base de Datos SQL para realizar la validación y control de calidad de los datos. Luego, se realiza el update de datos a la Base SQL Productiva. Desde esta base, se corren los procesos de cálculo de mermas desarrollados por la Facultad de Ciencias Económicas y Estadística de la Universidad Nacional de Rosario para construir los indicadores que luego alimentan el Tablero Operativo.

Por último, los indicadores se muestran en un Tablero de Power BI que permite acceder a los resultados generales de las mermas y resultados específicos a través de los filtros previstos (período, región, provincia, categoría, subcategoría y formato de tienda).

## Elaboración y definición de los indicadores



Los indicadores del Tablero de Mermas de Alimentos y Bebidas fueron definidos para responder al objetivo de estimar la merma total de alimentos en toneladas, su equivalente en millones de pesos argentinos y su impacto en términos del porcentaje que representan los alimentos mermados sobre las ventas.

La estimación de la merma de alimentos en el sector de self-cadenas se contabiliza en toneladas y en pesos argentinos. Para la determinación del valor económico, la consultora Scentia Consulting reporta el precio de venta de los artículos que registren merma.

Asimismo, se realiza el cálculo del peso que tienen las unidades reportadas como merma, para poder así dimensionar en cada una de las aperturas, la equivalencia de la merma operativa. Para ello, se implementa un estimador de razón que utiliza factores de proyección basados en la participación porcentual de cada cadena en el total de unidades vendidas, ajustado por las variables de desagregación (región geográfica, formato de tienda y subcategoría de producto), cuya información es provista por Scentia Consulting.

A partir del registro de esta información se calcula la merma operativa sobre las ventas, cuyo valor es expresado en porcentaje. Este indicador permite dimensionar la merma en términos económicos y calcular sobre el total de ventas del retail y autoservicios, a cuánto equivale el fenómeno en términos monetarios. Es decir, que representa cuántos pesos se dejan de recibir por causa de la merma por cada 100 pesos vendidos.

Asimismo, se generaron dos indicadores específicos de merma, uno es el porcentaje de representatividad o magnitud del segmento en el mercado que muestra la importancia que tiene esa categoría de producto de esa región, en el total del mercado objetivo. El otro indicador, es el índice de participación en el mercado, que refleja la importancia en términos de participación del sector de self-cadenas respecto del total del mercado para el que se realiza la estimación. Este indicador varía según el filtro aplicado en la plataforma de Power BI, reflejando el grado de representatividad que tiene la información disponible en ese segmento filtrado<sup>5</sup>.

5. Tablero de Merma de Alimentos y Bebidas. 04 de agosto de 2023. Disponible en:  
<https://app.powerbi.com/view?r=eyJrIjoizmZiN2FhYTAtMDk1Yi00MjVmLWE0MDgtYjg5ZWUzMjM1ZTdjliwidCI6ImEyMmNjNzFjLTU5MjQ4YS1hOTJhLTRiNjNlYjZkOWE3NiIsImMiOjR9>

## Aperturas y cruces



Las mermas estimada y operativa se pueden desagregar y cruzar por región, formato de tienda, categoría y subcategoría de alimentos y motivos o causas de la merma.

A continuación se describen cada uno de los estratificadores:

### → **Región geográfica:**

Se definieron las siguientes regiones:

Región geográfica:  
**ANDINA NOA**  
Tucumán  
Catamarca  
Jujuy  
La Rioja  
Salta  
Santiago del Estero

Región geográfica:  
**ANDINA CUYO**  
Mendoza  
San Juan  
San Luis

Región geográfica:  
**AUSTRAL**  
Chubut  
Santa Cruz  
Tierra del Fuego



Región geográfica:  
**LITORAL NORTE**  
Corrientes  
Chaco  
Formosa  
Misiones

Región geográfica:  
**LITORAL SUR**  
Santa Fe  
Entre Ríos

Región geográfica:  
**CÓRDOBA**

Región geográfica:  
**BUENOS AIRES**

Región geográfica:  
**SUR**  
La Pampa  
Neuquén  
Río Negro

### → Formato de tienda:

Definido en función de la superficie del local de ventas, de acuerdo a la distribución a continuación:



### → Categoría y subcategoría de productos:

Se establecieron las categorías:

Almacén (secos)	Bebidas	Frutas y Verduras	Carnes	Congelados	Frescos	Panificados	Rotisería
Galletitas, golosinas, mermeladas	Bebidas con alcohol	Frutas frescas	Carne vacuna	Congelados	Lácteos	Productos panificados	Rotisería
Productos envasados	Bebidas sin alcohol	Verduras frescas	Carne blanca		Productos refrigerados		
Productos secos					Fiambrería		

### → Motivos o causas:

Se clasificaron de la siguiente manera: causas desconocidas y causas conocidas.

Desconocido	Conocido																
 Causa desconocida	<table border="0"> <tr> <td></td> <td>Desperdicios</td> <td></td> <td>Rotura o avería</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Vencimiento</td> <td></td> <td>Donación</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Devoluciones</td> <td></td> <td>Robo</td> </tr> <tr> <td></td> <td colspan="3" style="text-align: center;">Otras causas conocidas</td> </tr> </table>		Desperdicios		Rotura o avería		Vencimiento		Donación		Devoluciones		Robo		Otras causas conocidas		
	Desperdicios		Rotura o avería														
	Vencimiento		Donación														
	Devoluciones		Robo														
	Otras causas conocidas																



# Resultados

El Tablero es una herramienta innovadora que ofrece datos de merma de alimentos y bebidas para una mejora en la gestión de los desperdicios en el sector de self-cadenas en Argentina.

A partir de la información recibida por parte de las 6 cadenas de supermercados y autoservicios principales del país, se recolectaron y procesaron los datos correspondientes al año 2022.

El índice de participación en el mercado en el cálculo de la merma de alimentos y bebidas para el año 2022 representó el 83,7% del segmento de self-cadenas, lo que lleva a una estimación del mercado del 33,7% a nivel nacional, logrando un mayor alcance con respecto al año 2021 cuya estimación fue del 24,4%.

## Principales resultados año 2022



## Indicadores de la Merma de Alimentos y Bebidas del año 2022

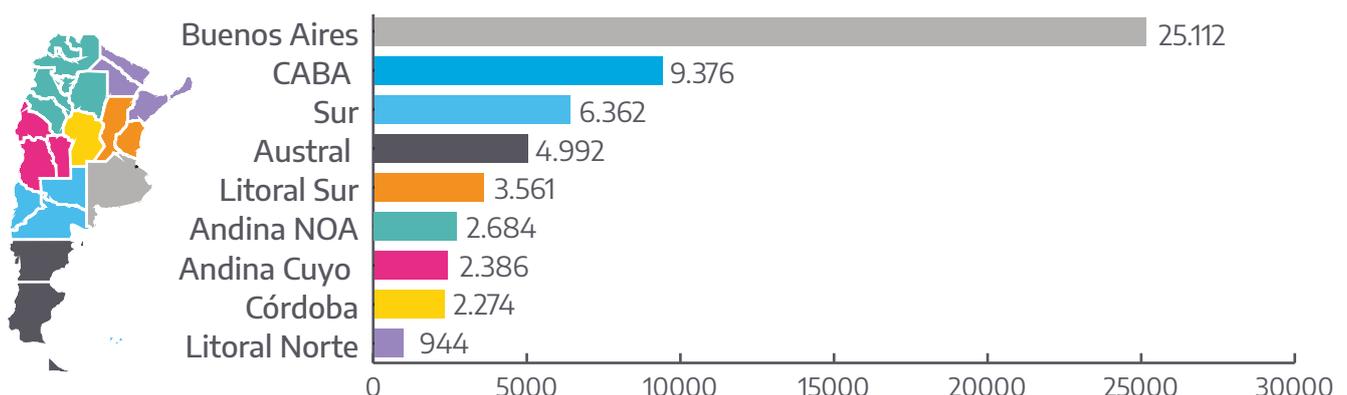
### → Estimación de mermas

A continuación se presentan los resultados de las mermas estimada y operativa para cada una de las variables de desagregación:

### › Merma estimada por región geográfica

Se observa que la región de Buenos Aires representó la zona con mayor volumen de alimentos y bebidas mermados con un valor de 25.112 Tn (43,5%), seguido por CABA con 9.376 Tn (16,3%) y región Sur con 6.362 Tn (11%). El resto de las regiones presentaron menos del 9% del volumen total mermado (Gráfico 1 y Tabla 1).

Gráfico 1. Cantidad de merma de alimentos y bebidas según región geográfica (Tn)



Al medir la merma estimada en pesos argentinos, se encontró que la región de Buenos Aires alcanzó un valor de 10.892 millones de pesos (42,8%) y la CABA un valor de 4.723 millones (18,6%). A continuación, se presenta en la Tabla 1 la proporción de merma de cada región.

**Tabla 1. Proporción de la merma de alimentos y bebidas y merma operativa según región geográfica (%)**

Región	Proporción de merma medida en toneladas (%)	Proporción de merma medida en pesos (%)	Merma operativa (%)
Buenos Aires	43,5	42,8	1,8
CABA	16,3	18,6	1,4
Sur	11,0	9,5	1,8
Austral	8,7	8,5	2
Litoral sur	6,2	6,3	1,6
Andina NOA	4,7	4,6	1,3
Córdoba	4,1	4,2	1,4
Andina Cuyo	3,9	4,1	1,3
Litoral norte	1,6	1,4	1

En cuanto a la merma operativa, las regiones por encima del valor promedio (1,6%) fueron la zona Austral (2%), Buenos Aires (1,8%) y Sur (1,8%). La merma operativa de la región del Litoral Sur fue similar al promedio, mientras que las zonas por debajo fueron CABA (1,4%), Córdoba (1,4%), Andina Cuyo (1,3%), NOA (1,3%) y Litoral Norte (1%) (Tabla 1).

### › Merma por formato de tienda

En los locales cuyo formato de tienda es menor a 500 m<sup>2</sup>, la merma estimada fue de 11.000 Tn que representa el 19% de la merma total y en los formatos de 500 a 2.000 m<sup>2</sup> ocurrió el mayor volumen de merma con 23.704 Tn (41%). En los locales de 2.001 a 5.000 m<sup>2</sup> la merma fue de 13.125 Tn (23%) y en los de más de 5.000 m<sup>2</sup> la merma fue de 9.863 Tn (17%).

En cuanto a la merma estimada en pesos, el formato con mayor valor fue el de 500 a 2.000 m<sup>2</sup> con 10 mil millones de pesos, mientras que en el resto de los formatos el valor ronda los 5 mil millones.

Los resultados de la merma operativa mostraron que el valor descende a medida que aumenta la dimensión del local y además, los locales de mayor superficie se encuentran por debajo del valor promedio de 1,6% (Tabla 2).

Asimismo, se vio que el grado de participación por formato de tienda es representativo en todos los formatos, y en menor medida en los formatos de menos de 500 m<sup>2</sup>.

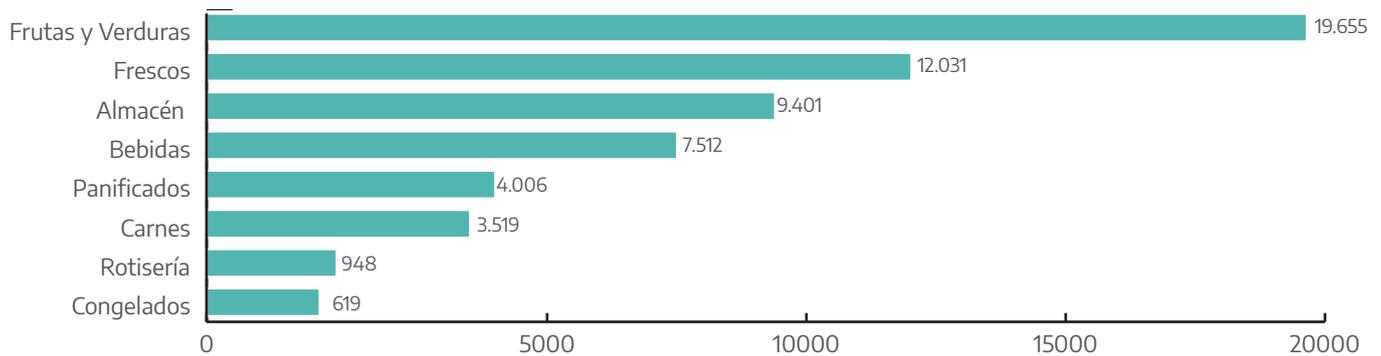
**Tabla 2. Merma estimada y operativa de alimentos y bebidas según formato de tienda (Tn, \$ en millones y %)**

Formato de tienda (grado de participación)	Merma estimada (Tn)	Merma estimada (\$, en millones)	Merma Operativa (%)
Menos de 500 m <sup>2</sup> (37,6%)	11.000	5.095	1,9
500 a 2.000 m <sup>2</sup> (90,5%)	23.704	10.155	1,7
2.001 a 5.000 m <sup>2</sup> (98%)	13.125	5.632	1,5
Más de 5.000 m <sup>2</sup> (92,3%)	9.863	4.546	1,3

### › Merma por categoría y subcategoría de productos

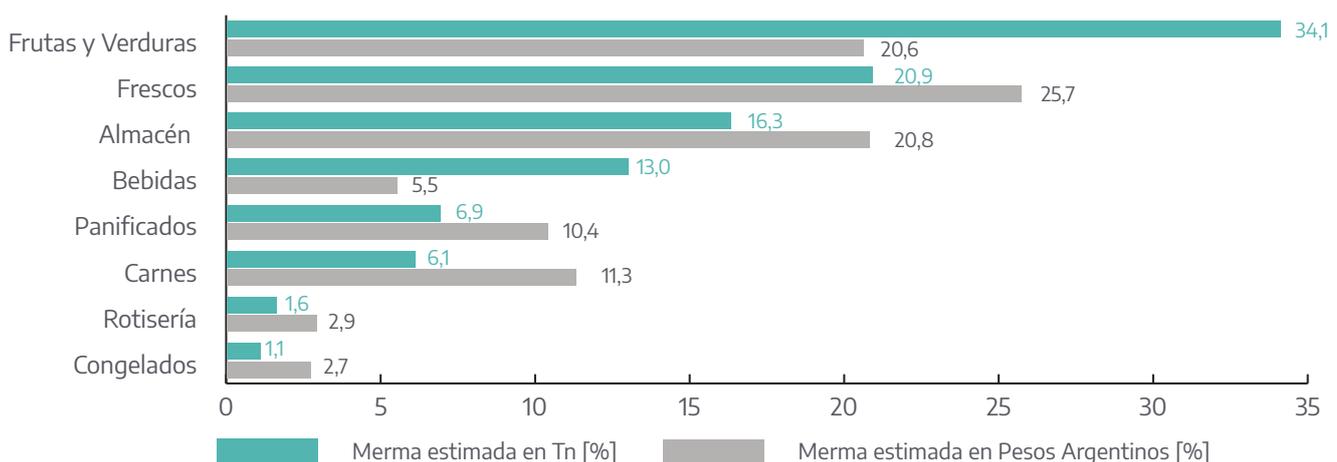
Al evaluar la merma estimada en toneladas por categoría de producto, se observó que las frutas y verduras presentaron el mayor volumen de merma con 19.655 Tn (34%), seguido por el grupo de frescos con 12.031 Tn (20,8%), almacén con 9.401 Tn (16%) y bebidas con 7.512 Tn (13%). Estas 4 categorías abarcan el 84% de las mermas estimadas. Las categorías con menor volumen de mermas fueron los panificados, carnes, rotisería y congelados (Gráfico 2 y 3).

**Gráfico 2. Merma estimada de alimentos y bebidas según categoría de productos (Tn)**



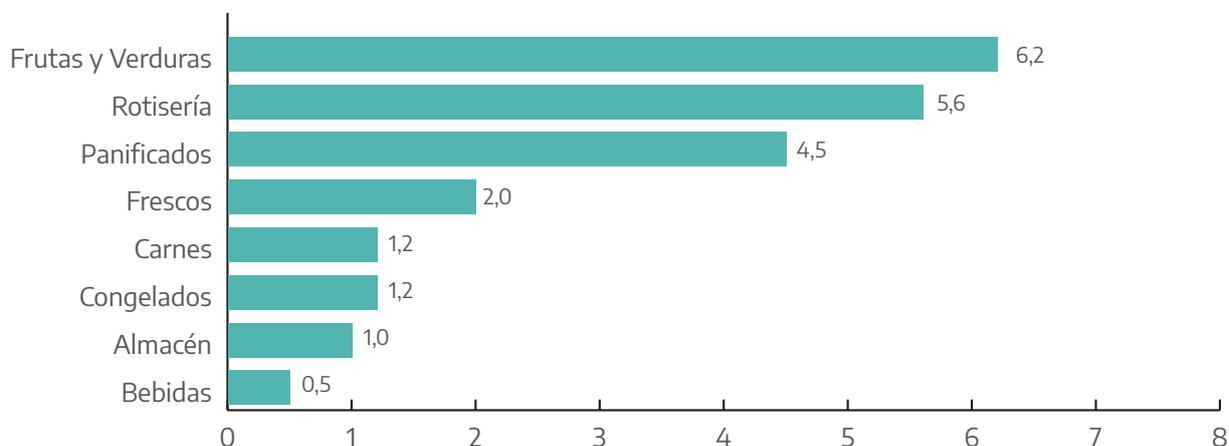
Si se evalúa la merma estimada calculada en pesos argentinos, las categorías con mayor valor económico fueron los productos frescos (25,7%), de almacén (20,8%) y las frutas y verduras (20,6%) (Gráfico 3).

**Gráfico 3. Proporción de la merma estimada en Tn y pesos de alimentos y bebidas según categoría de productos (%)**



En cuanto a la merma operativa, la categoría con mayor impacto económico fue frutas y verduras con un valor del 6,8%, es decir que, por cada 100 pesos vendidos se dejaron de recibir 6,8 pesos a causa de la merma. Le siguen rotisería (5,6%) y panificados (4,5%). Mientras que el resto de las categorías, presentaron una merma operativa por debajo del 2% (Gráfico 4).

**Gráfico 4. Merma operativa por categoría de productos (%).**



Si se analizan las subcategorías, se observa que más de la mitad del volumen de merma estimada provinieron de 5 subcategorías: verduras frescas (22,4%), lácteos (13,9%), frutas frescas (11,6%), bebidas sin alcohol (8,7%) y productos secos (8,1%) (Tabla 3).

Considerando la merma estimada medida en pesos argentinos, las subcategorías con mayor proporción fueron lácteos (14,4%) y verduras frescas (13,5%), le siguen los productos panificados (10,4%) y carnes (10,4%) y en quinto lugar los productos secos (7,4%) (Tabla 4).

**Tabla 3. Volúmen y proporción de la merma estimada de las categorías y subcategorías de alimentos y bebidas (Tn y %)**

	Categorías	Merma estimada (Tn)	Proporción de merma estimada (%)
	<b>Frutas y Verduras</b>	<b>19.655</b>	<b>34,1</b>
	Verduras frescas	12.950	22,4
	Frutas frescas	6.705	11,6
	<b>Frescos</b>	<b>12.030</b>	<b>20,9</b>
	Lácteos	8.012	13,9
	Productos refrigerados	2.154	3,7
	Fiambrería	1.864	3,2
	<b>Almacén</b>	<b>9.401</b>	<b>16,3</b>
	Productos secos	4.701	8,1
	Productos envasados	3.461	6,0
	Galletitas, golosinas, mermeladas	1.239	2,1
	<b>Bebidas</b>	<b>7.512</b>	<b>13,0</b>
	Bebidas sin alcohol	4.994	8,7
	Bebidas con alcohol	2.518	4,4

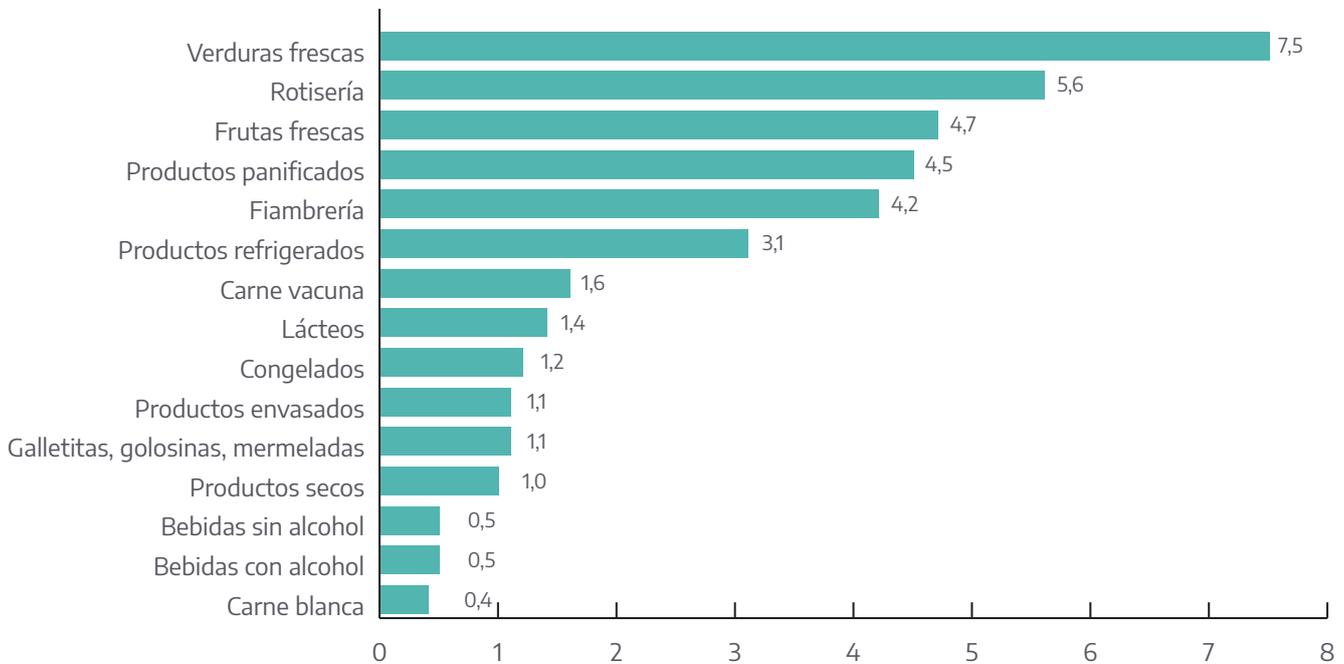
	<b>Panificados</b>	<b>4.006</b>	<b>6,9</b>
	<b>Carnes</b> Carne vacuna Carne blanca	<b>3.519</b> 3.282 237	<b>6,1</b> 5,7 0,4
	<b>Rotisería</b>	<b>948</b>	<b>1,6</b>
	<b>Congelados</b>	<b>619</b>	<b>1,1</b>

**Tabla 4. Valor económico y proporción de la merma estimada de las subcategorías de alimentos y bebidas** (\$, en millones y %)

	<b>Categorías</b>	<b>Merma estimada (\$, en millones)</b>	<b>Proporción de merma estimada (%)</b>
	<b>Frescos</b>	<b>6.544</b>	<b>25,7</b>
	Lácteos	3.663	14,4
	Productos refrigerados	1.875	7,4
	Fiambrería	1.006	4,0
	<b>Almacén</b>	<b>5.293</b>	<b>20,8</b>
	Productos secos	1.871	7,4
	Productos envasados Galletitas, golosinas, mermeladas	1.806 1.616	7,1 6,4
	<b>Frutas y Verduras</b>	<b>5.240</b>	<b>20,6</b>
	Verduras frescas Frutas frescas	3.442 1.798	13,5 7,1
	<b>Carnes</b>	<b>2.865</b>	<b>11,3</b>
	Carne vacuna Carne blanca	2.635 230	10,4 0,9
	<b>Panificados</b>	<b>2.646</b>	<b>10,4</b>
	<b>Bebidas</b>	<b>1.403</b>	<b>5,5</b>
	Bebidas sin alcohol Bebidas con alcohol	794 609	3,1 2,4
	<b>Rotisería</b>	<b>747</b>	<b>2,9</b>
	<b>Congelados</b>	<b>690</b>	<b>2,7</b>

En cuanto a la merma operativa de las subcategorías, aquellas con mayor impacto económico fueron las verduras frescas con un valor del 7,5%. En segundo lugar se ubicaron los productos de rotisería con el 5,6% de merma operativa y tercero, las frutas frescas con el 4,7%. Además, los productos panificados y de fiambrería tuvieron un valor de merma del 4,5% y 4,2% respectivamente. Mientras que las de menor impacto fueron las bebidas con y sin alcohol (0,5%) y la carne blanca (0,4%) (Gráfico 5).

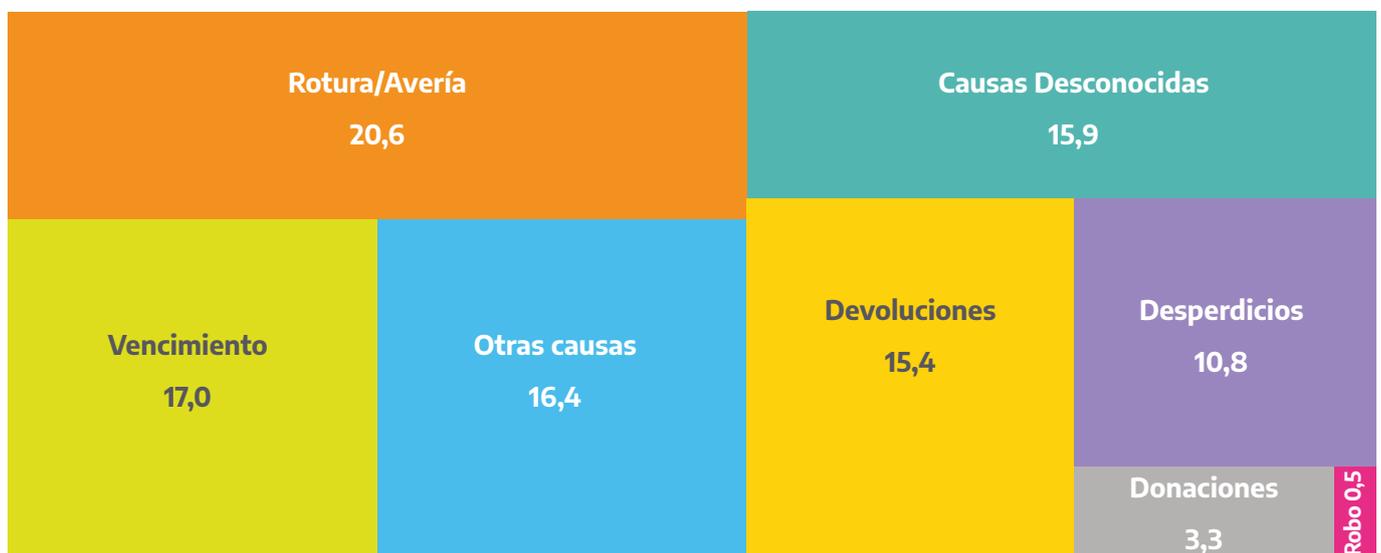
**Gráfico 5. Merma operativa por subcategoría de productos (%)**



### › Merma por causas

En lo que respecta a los motivos, calculada a partir del volúmen, la merma conocida fue del 84,1% y la merma desconocida del 15,9% (Tabla 5). Como parte de la merma conocida, se observa que la principal causa fue la rotura o avería de los productos (20,6%), seguido por el vencimiento de los productos (17%) y otras causas (16,4%). En un bajo porcentaje se encontraron las donaciones y los robos (Gráfico 6).

**Gráfico 6. Motivos de mermas conocidas de alimentos y bebidas en relación al volúmen (%)**



En relación a la facturación, se obtuvo que la merma conocida fue del 88,9% y la merma no conocida del 11,1% (Tabla 5).

**Tabla 5. Cálculo del impacto y peso de la merma conocida y desconocida**

Merma conocida	Merma desconocida
84,1% en relación al volúmen	15,9% en relación al volúmen
88,9% en relación a la facturación	11,1% en relación a la facturación
Valor monetario: 22.606\$ millones	Valor monetario: 28.23\$ millones

## → Cruce de las mermas

### › Merma estimada por región geográfica y causas

En la tabla 6 se pueden observar las diferencias por región que ocurren en relación a los motivos de mermas. La región de CABA y Litoral Sur presentaron un valor de merma conocida del 98,5% y 89,5% respectivamente, mientras que la región con la proporción más baja fue Litoral NOA con el 52,9%. En cuanto al motivo de rotura/avería, se encontró que la región de Córdoba (50,2%), Andina Cuyo (44,3%) y Andina NOA (38,6%) tuvieron un valor por encima del valor general (20,6%). En cuanto al vencimiento, dicha causa se encontró alrededor del 20% en todas las regiones, a excepción de Córdoba y Sur cuyos valores fueron inferiores. Es de destacar que CABA y Litoral Sur mostraron un volumen de desperdicio del 24,8% y 23,1% cuya proporción fue superior al resto de las regiones estudiadas. El porcentaje de donaciones fue menor al 5% en todas las regiones, a excepción de la región Sur (7,7%) y Austral (5,4%). Por su parte, la región Sur tuvo una proporción elevada de otras causas con una proporción del 40,5%.

**Tabla 6. Motivos de mermas de alimentos en relación al volúmen según región (%)**

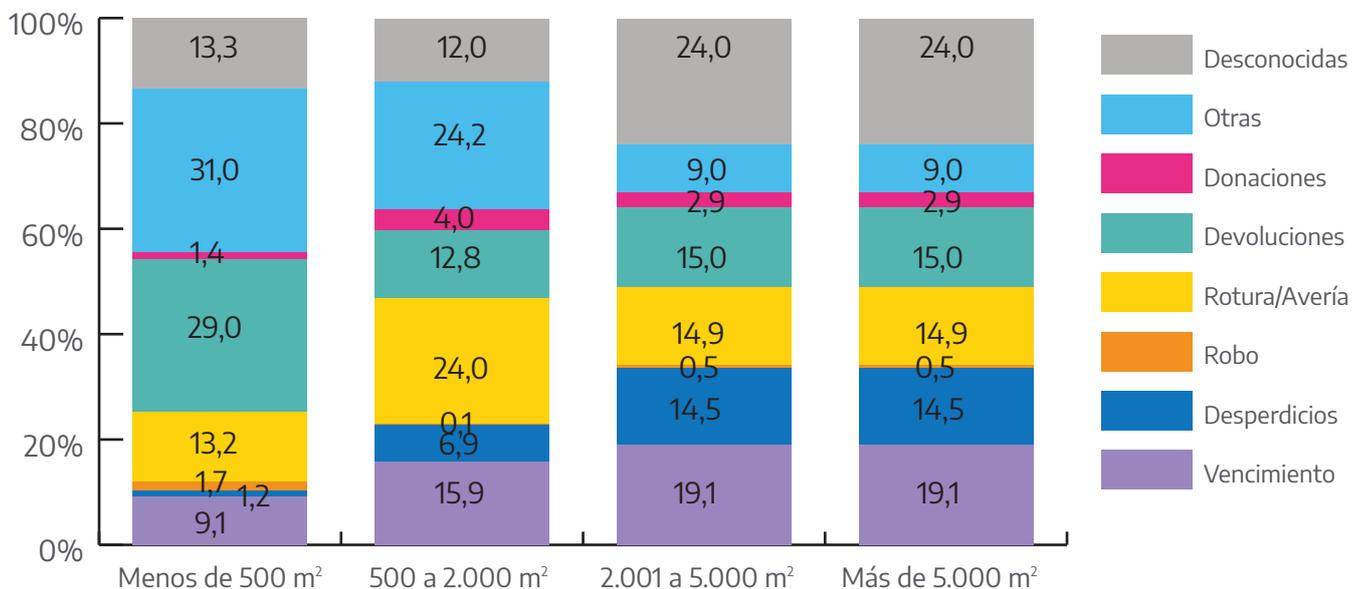
	CABA	Litoral Sur	Buenos Aires	Córdoba	Andina Cuyo	Austral	Andina NOA	Sur	Litoral Norte
<b>Conocidas</b>	98,5	89,5	86,3	84,6	82,8	76,7	74,0	72,4	52,9
Rotura/Avería	24,8	13,3	18,9	50,2	44,3	9,8	38,6	7,3	26,5
Desperdicios	24,8	23,1	11,7	1,7	5,7	0,9	2,9	3,4	6,8
Devoluciones	24,7	19,2	15,6	14,0	8,4	14,5	5,7	11,1	16,1
Vencimiento	19,5	24,9	18,5	13,8	19,1	16,1	18,2	7,1	22,3
Donaciones	2,2	3,8	2,9	2,1	4,6	5,4	7,7	2,7	3,6
Otras causas	1,7	4,9	18,3	2,4	0,2	29,7	0,2	40,5	4,0
Robo	0,8	0,2	0,5	0,5	0,5	0,3	0,7	0,3	0,8
<b>Desconocidas</b>	1,5	10,5	13,7	15,4	17,2	23,3	26,0	27,6	47,1

### › Merma estimada por formato de tienda y causas

El siguiente gráfico muestra que los locales de menor tamaño tuvieron un valor más bajo de merma desconocida en comparación al valor general, logrando una mejor identificación de las causas. No obstante, tienen una proporción más elevada de otras causas.

Es llamativo, que en las tiendas de menos de 500 m<sup>2</sup> uno de los principales motivos de merma fueran las devoluciones, observándose en 3 de cada 10 productos; mientras que en los locales de 500 a 2.000 m<sup>2</sup> fue por rotura o avería de los productos y otras causas. En el caso de los locales de mayor tamaño, la causa más relevante, luego de las causas desconocidas, fue por vencimiento, encontrándose en 2 de cada 10 productos. Le siguen en orden de importancia devoluciones, rotura/avería y desperdicios en proporciones similares.

**Gráfico 7. Motivos de mermas de alimentos y bebidas en relación al volúmen según tamaño de tienda (%)**



### › Merma estimada por categoría de productos y causas

Las categorías de panificados, rotisería y frescos presentaron una proporción más elevada de merma conocida en contraposición con las categorías de bebidas y productos de almacén.

En cuanto a los motivos de las causas, el vencimiento de los productos se identificó en mayor proporción en las categorías de congelados (25,9%), carnes (25%) y panificados (24,1%) y el desperdicio en la categoría de rotisería (44%). Las devoluciones se observaron principalmente en la categoría de frescos (43,3%) y en menor proporción en panificados (27%). La rotura/avería se dio en una proporción similar en todas las categorías (2 de cada 10 productos), excepto en frescos (1 de cada 10 productos). Como se mencionó anteriormente, las donaciones representaron un porcentaje muy bajo a nivel general (3,3%) y las categorías con una proporción más elevada a este valor fueron almacén (12,6%) y bebidas (5,3%). Por último, otras causas se observaron en una mayor proporción en la categoría de frutas y verduras (2 de cada 10 productos) (Tabla 7).

**Tabla 7. Motivos de mermas de alimentos y bebidas en relación al volúmen según categoría de productos (%)**

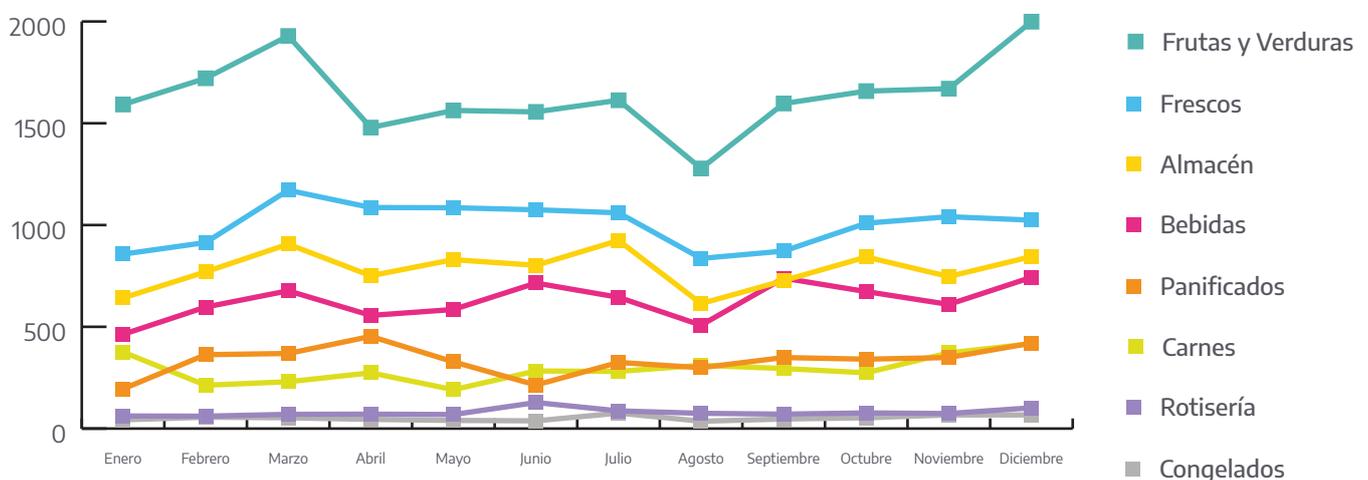
	Panificados	Rotisería	Frescos	Carnes	Frutas y Verduras	Congelados	Bebidas	Almacén
<b>Conocidas</b>	94,5	87,8	87,8	84,0	80,0	78,9	76,2	71,9
Vencimiento	24,1	13,3	14,0	25,0	18,2	25,9	12,8	12,1
Desperdicios	12,7	44,3	8,5	19,8	11,0	5,2	2,1	8,5
Robo	0,1	0,1	0,4	0,2	0,1	1,1	2,1	0,7
Rotura/Avería	18,5	23,3	10,9	23,5	20,8	24,8	21,3	26,7
Devoluciones	27,0	0,1	43,3	0,3	0,4	14,1	22,5	5,0
Donaciones	1,5	2,3	1,3	0,1	0,7	0,4	5,3	12,6
Otras	10,7	4,4	9,3	15,0	28,8	7,4	10,2	6,4
<b>Desconocidas</b>	5,5	12,2	12,2	16,0	20,0	21,1	23,8	28,1

### › Merma estimada por categoría de productos y meses del año

En el Gráfico 8 se puede ver que las categorías de productos con menor volúmen de merma, como panificados, carne, rotisería y congelados, presentaron valores más estables a lo largo del año, mientras que las categorías con mayores mermas (frutas y verduras, frescos, almacén, bebidas) tuvieron picos de aumento y descenso en relación al valor promedio.

En el caso de las frutas y verduras el promedio de merma fue 1.638 Tn, los aumentos por encima de este valor se produjeron en marzo y diciembre y el pico de descenso en abril y agosto. Los frescos tuvieron un promedio anual de 1.003 Tn, con un leve aumento en marzo y un descenso en enero, agosto y septiembre.

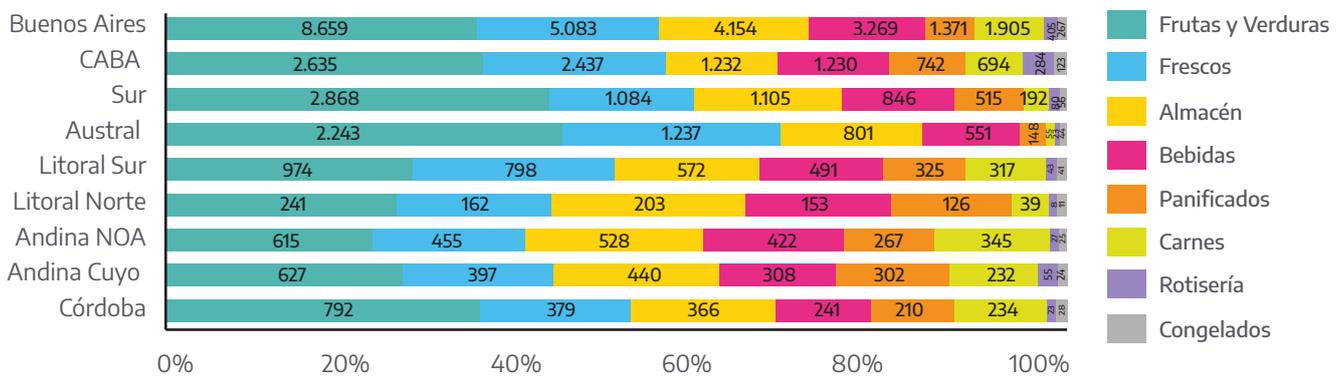
**Gráfico 8. Merma estimada en toneladas de alimentos por categorías de productos y meses del año 2022 (Tn)**



## › Merma estimada por región geográfica y categoría de productos

Las regiones Austral (44%), Sur (42,5%), Buenos Aires (34,5%) y Córdoba (34,8%) tuvieron un volumen de merma mayor a un tercio en la categoría de frutas y verduras, mientras que en el resto de las regiones fue menor a esta proporción. Los productos frescos presentaron una proporción similar, alrededor del 20%, en todas las regiones; al igual que los productos de almacén (17%). Las bebidas tuvieron una proporción entre el 11% y el 16% y el resto de las categorías se ubicaron en una proporción menor al 10% en todas las regiones (Gráfico 9).

**Gráfico 9. Merma estimada en toneladas de alimentos y bebidas por región y categorías de productos (Tn y %)**

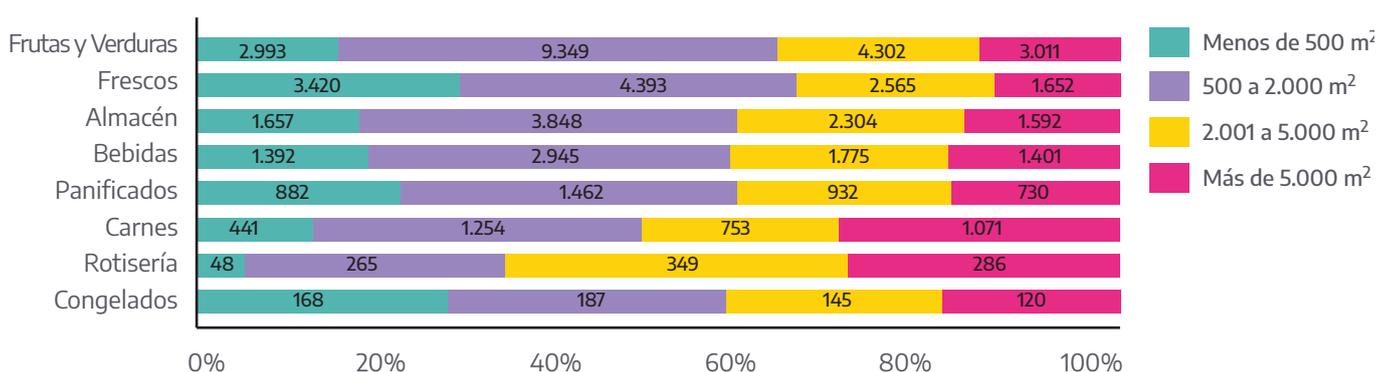


## › Merma estimada por categoría de productos y formato de tienda

Se encontró que en todas las categorías de alimentos, excepto rotisería, el mayor volumen de merma fue en los formatos de tienda de 500 a 2.000 m<sup>2</sup>. En la categoría rotisería se observó que el mayor volumen fue en locales de 2.001 a 5.000 m<sup>2</sup> y luego en los de más de 5.000 m<sup>2</sup>, es decir, que la merma de este tipo de producto predomina en los locales de gran dimensión. Esto puede deberse a la ausencia de esta categoría en locales de menor dimensión.

Para las categorías de frutas y verduras, almacén, bebidas y panificados, el segundo lugar de mayor merma fue en los locales de 2.001 a 5.000 m<sup>2</sup>, mientras que en las categorías de frescos y congelados se dió en los de menor a 500 m<sup>2</sup> y para la categoría carnes en locales de más de 5.000 m<sup>2</sup> (Gráfico 10).

**Gráfico 10. Volumen de merma estimada por categoría de producto y tamaño de tienda (%)**



## → Indicadores de Mermas de Alimentos y Bebidas comparativas años 2021 y 2022

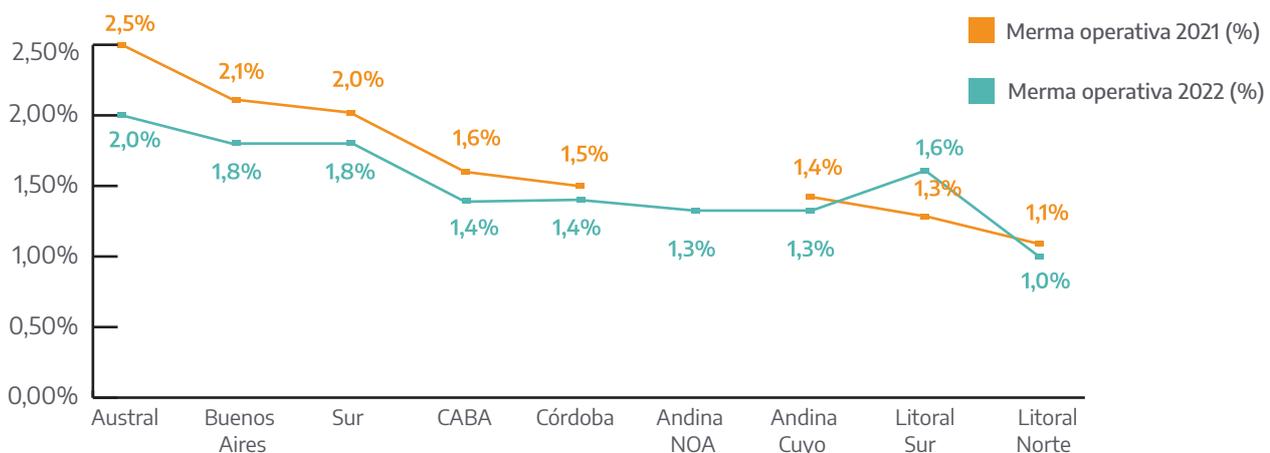
En la serie temporal se identificó que el mercado argentino tiene en promedio un 1,6% de merma operativa sobre las ventas dentro del segmento de self-cadenas en el 2022 y 1,8% en el 2021. Esta cifra indica que, por cada 100 pesos vendidos se dejan de recibir 1,6 y 1,8 pesos a causa de la merma. Al tomar en cuenta el mes del año en el que ocurren, se encontró que el valor más alto estuvo en el mes de enero del 2021 con 2% y marzo de 2022 con 1,9% (Gráfico 11).

**Gráfico 11. Merma operativa por mes en el año 2021 y 2022 (%)**



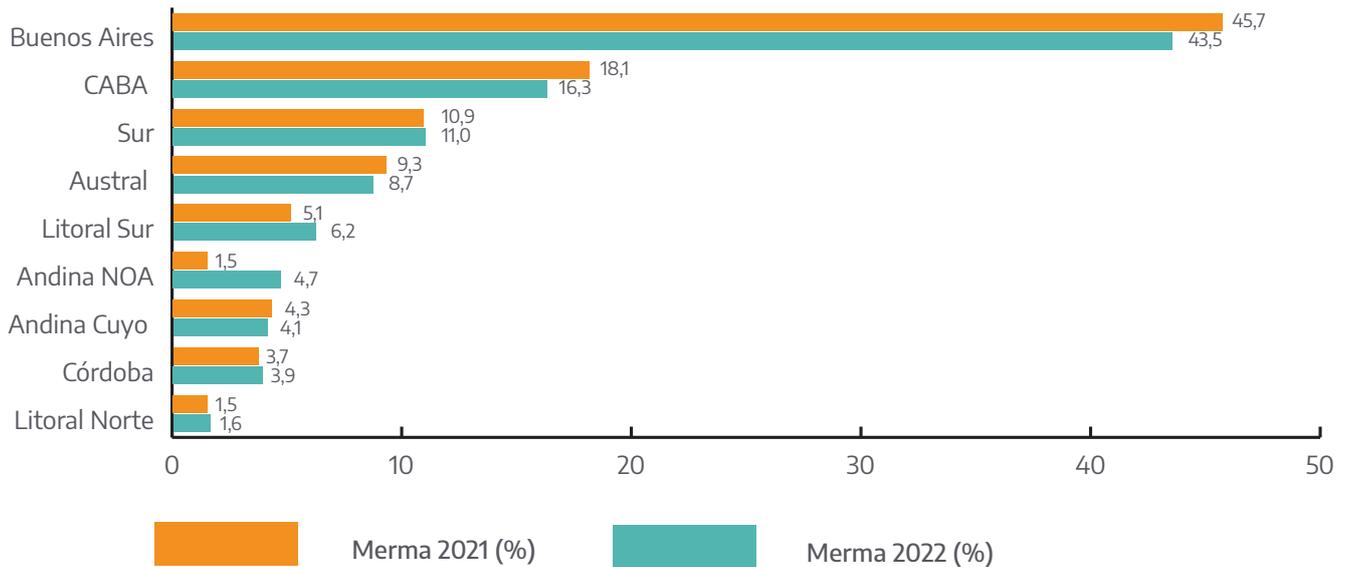
En lo que respecta a la merma operativa, la región Austral, Buenos Aires y Sur fueron las regiones que presentaron el mayor valor en ambos años. No obstante, en el Gráfico 12 se puede ver un descenso de este indicador en el año 2022 en todas las regiones, excepto en Litoral Sur que presentó un aumento del 23% y Andina NOA que no cuenta con datos en el 2021.

**Gráfico 12. Proporción de la merma estimada en toneladas por región geográfica en el año 2021 y 2022 (%)**



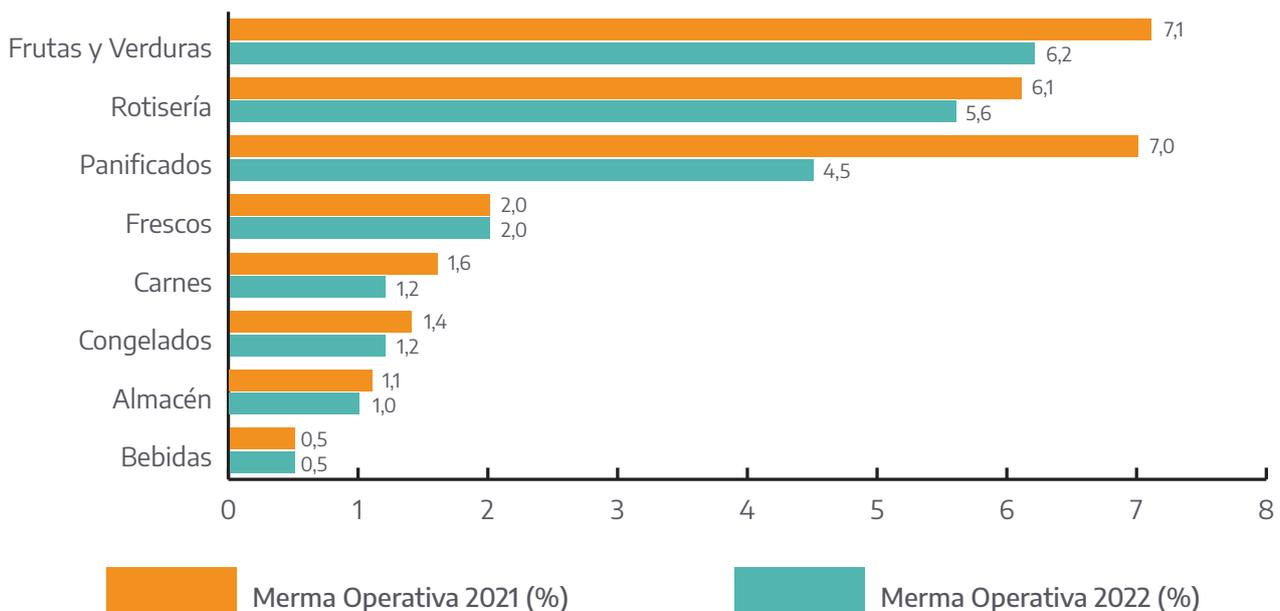
Al comparar la proporción de la merma estimada en toneladas por región geográfica se vio que se mantiene la tendencia del año previo, excepto para la región Andina NOA, cuyo valor aumentó en el año 2022 (Gráfico 13).

**Gráfico 13. Proporción de la merma estimada en toneladas por región geográfica en el año 2021 y 2022 (%)**



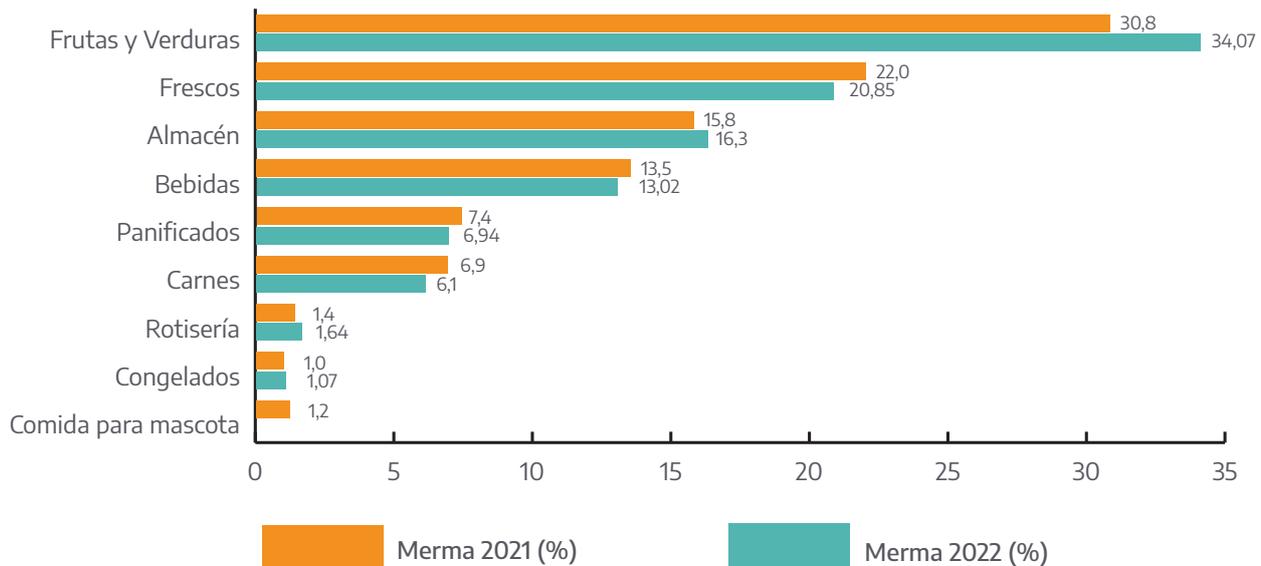
En cuanto a la merma operativa se visualizó una reducción del porcentaje en aquellas categorías de mayor impacto económico en el año 2022 con respecto al 2021. Particularmente los panificados tuvieron una disminución de 2,5 puntos porcentuales, las frutas y verduras de 0,9 y los productos de rotisería de 0,5. Además, las carnes y los congelados también presentaron una leve disminución de la merma operativa, mientras que el resto de las categorías se mantuvieron sin cambios (Gráficos 14).

**Gráfico 14. Merma operativa de las categorías de alimentos y bebidas en el año 2021 y 2022 (%)**



Por otro parte, se encontró que la proporción de merma estimada en toneladas por categorías de alimentos no tuvo grandes variaciones entre los años, manteniéndose en primer lugar las frutas y verduras, segundo los frescos y tercero almacén. Asimismo en el 2021 se contempló la comida para mascotas, aportando una proporción del 1,2%; mientras que para el período en estudio fue eliminada (Gráfico 15).

**Gráfico 15. Proporción de la merma estimada en tonelada por categoría de alimentos en el año 2021 y 2022 (%)**



En cuanto al formato de tienda, los datos del año 2022 mostraron un porcentaje superior en relación al grado de participación por tamaño de tienda comparado al 2021.

La proporción de la merma estimada medida en toneladas se mantuvo con la misma tendencia entre 2021 y 2022 y la merma operativa tuvo un descenso en los formatos de tienda de menor tamaño, con una variación porcentual del 27% en los locales de menos de 500 m<sup>2</sup> y del 15% en los de 500 a 2.000 m<sup>2</sup> (Tabla 8). *Por consiguiente, se puede inferir, principalmente, una reducción de la pérdida económica producida por la merma en los formatos de tienda de menor tamaño.*

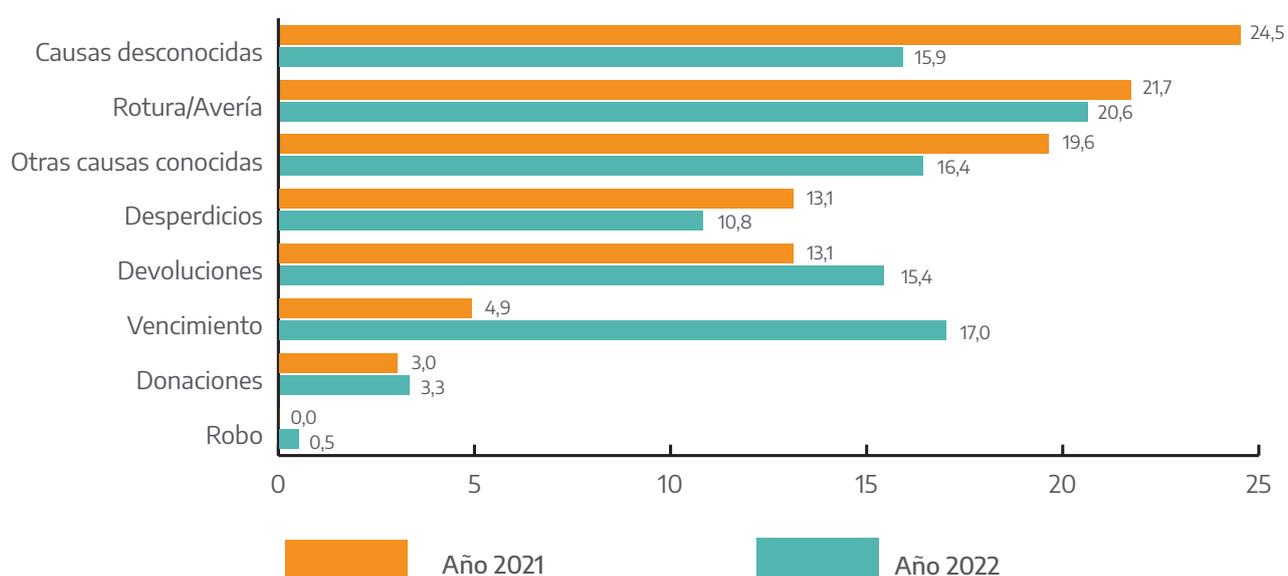
**Tabla 8. Participación y merma según formato de locales en el año 2021 y 2022 (%)**

Formato de tienda	2021			2022		
	Grado de participación (%)	Proporción de merma estimada en Tn (%)	Merma operativa (%)	Grado de participación (%)	Proporción de merma estimada en Tn (%)	Merma operativa (%)
Menos de 500 m <sup>2</sup>	17,8	23,76	2,6	37,6	19,07	1,9
500 a 2.000 m <sup>2</sup>	75,9	40,01	2,0	90,5	41,09	1,7
2.001 a 5.000 m <sup>2</sup>	72,3	21,38	1,6	98	22,75	1,5
Más de 5.000 m <sup>2</sup>	58,3	14,85	1,3	92,3	17,10	1,3

Por último, al observar los motivos de causas se encontró un cambio en la distribución porcentual. Las self-cadenas lograron identificar mejor la merma conocida, pasando del 75% en 2021 al 84% en 2022, y reducir la proporción de otras causas. Esto demuestra una mejora en la identificación de los motivos por parte de las tiendas.

Además, se identificó un aumento en el vencimiento de los productos como causa de merma, pasando del 4,9% al 17%. Mientras que el resto de los motivos conocidos no presentaron cambios en la proporción entre los años evaluados (Gráfico 16).

**Gráfico 16. Proporción de la merma estimada en tonelada por motivos de mermas en el año 2021 y 2022 (%)**





# Conclusiones

La problemática del desperdicio de alimentos en el sector del comercio minorista afecta a todos los países en mayor o menor medida. La estimación del PNUMA sobre desperdicio de alimentos a nivel mundial en este sector indicó un valor promedio de 549 mil toneladas en el 2019<sup>6</sup>. Los resultados de esta estimación mostraron que los países con mayor volumen de desperdicio de alimentos en el sector minorista fueron Estados Unidos (5 millones Tn), Arabia Saudita (673 mil Tn), Alemania (498 mil Tn) y Reino Unido (283 mil Tn); mientras que Argentina presentó un valor de 57,6 mil Tn.

Dada las dificultades para recolectar datos del desperdicio en el comercio minorista por ser confidenciales desde el punto de vista comercial, sólo 23 países cuentan con estimaciones de alta/mediana confianza y el 87% provienen de países de ingresos altos.

En Argentina, gracias al compromiso de las empresas de retail con la sustentabilidad y el arduo trabajo de GS1 Argentina junto al Plan Nacional de Reducción de PDA, FAO, BID y el CGF, se logró contar con información de la merma de alimentos a nivel del sector de self-cadenas, aportando al índice de desperdicio de alimentos del subsector de comercio minorista para los años 2021 y 2022.

Uno de los desafíos del consorcio de trabajo era incrementar el grado de participación del segmento de self-cadenas. Frente al mismo, se avanzó en la construcción de nuevos vínculos para lograr este objetivo; logrando como resultado un índice de participación en el mercado del 83,7%, con un aumento del índice de 22,7 puntos porcentuales respecto al año 2021.

Los resultados del presente informe permitieron comprender la composición y las causas del desperdicio de alimentos a fin de contribuir a crear intervenciones más eficaces. **En línea con ello, los hallazgos mostraron que las cadenas que forman parte activa de este estudio lograron identificar y clasificar sus mermas logrando un resultado muy importante en la reducción de las mismas.** Esta mejora también se observó en todas las regiones geográficas, excepto en Litoral Sur y Andina NOA. Esta desagregación territorial permite identificar el trabajo que han realizado las cadenas en las regiones donde se ubican y seguir generando acciones focalizadas por región.

Otro resultado relevante fue que **las tiendas de menor tamaño tuvieron un descenso en la merma operativa y una mejora en la identificación de las causas.** Por consiguiente, se reconoce el esfuerzo que han realizado desde el sector de self-cadenas con las sucursales de menor tamaño para una mejora en el registro y gestión de las mermas. No obstante, será necesario lograr un mayor grado de participación de este tipo de tiendas, más allá de la mejora del 2022. Por otro lado, el desafío que presentan las sucursales de menor tamaño es reducir la merma de frescos y congelados.

Asimismo, el Tablero proporciona datos para generar acciones a nivel de los proveedores por lo que es necesario trabajar en el fortalecimiento de capacidades entre los actores de la cadena de valor para cumplir con los estándares de calidad en góndola..

Por último, se destaca que es creciente la demanda de políticas, regulaciones y acciones del sector público y privado a fin de lograr una reducción en el impacto que producen las PDA. Es por ello que el **Tablero de Mermas de Alimentos y Bebidas es una herramienta para la toma de decisiones basada en datos** que permitan estrategias puertas adentro de la empresa, así como normativas gubernamentales que den solución a esta problemática o las reduzca paulatinamente.

6. Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (2021). Informe sobre el Índice de Desperdicio de Alimentos 2021. Nairobi (Kenia). Citado el 5 de agosto de 2023. Disponible en: <https://www.unep.org/es/resources/informe/indice-de-desperdicio-de-alimentos-2021>



## Glosario

**Causas no identificadas:** es el porcentaje de merma que no se puede identificar, que por procesos internos no fue registrado bajo alguna otra causa, por lo cual, queda catalogada como merma conocida, pero sin causa identificada.

**Comercios pequeños o especializados:** entre los que se incluyen almacenes, despensas y los comercios especialistas como carnicerías, verdulerías, fábricas de pastas, dietéticas, granjas.

**Desperdicios:** merma que se origina de los alimentos destinados a la venta en el canal, pero que no termina en consumo humano, sin importar la causa que lo genera. Se calcula en términos de toneladas, midiendo sus contenidos sin tener en cuenta los empaques, o en valor económico.

**Devoluciones:** merma que se pudo identificar y se puede atribuir a devoluciones acordadas con los proveedores que incluye conceptos como rotura, vencimiento, vida útil insuficiente o defecto de calidad del producto.

**Donaciones:** alimento o bebida que se puede identificar como apta para consumo y la empresa de retail lo destina a donaciones a organizaciones sin fin de lucro. Es considerada merma para las empresas de retail ya que pierde valor comercial.

**Merma:** pérdida física de los alimentos y bebidas de tipo cuantitativa que se genera por diversas causas y no tiene valor de reventa.

**Merma Conocida:** porcentaje de la merma a la que se le puede atribuir una causa por la cual se generó.

**Merma Desconocida:** porcentaje de la merma que no puede ser identificada su causa. Sólo se sabe que existe un faltante en el inventario, pero no cómo se generó.

**Merma Operativa:** fenómeno generado por la operación comercial, incluyendo almacenamiento y distribución que se genera en la cotidianidad del negocio. Se identifica por la diferencia de los inventarios teóricos (los que deberían tener) versus los inventarios reales (los que realmente tienen).

**Objetivos de Desarrollo Sostenible:** constituyen un llamamiento universal a la acción para poner fin a la pobreza, proteger el planeta y mejorar las vidas y las perspectivas de las personas en todo el mundo. En 2015, todos los Estados Miembros de las Naciones Unidas aprobaron 17 Objetivos como parte de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, en la cual se establece un plan para alcanzarlos en 15 años.

**Self-Cadenas:** canal de consumo masivo correspondiente a cadenas de supermercados y autoservicios. Es uno de los cuatro canales de consumo masivo del país, el cual representa el 40% del total del país. Tablero Power-BI: plataforma unificada y escalable de inteligencia empresarial (BI) con funciones de autoservicio apta para grandes empresas.

**Robo:** porcentaje de merma que se pudo identificar y se puede atribuir a los productos alimenticios que fueron sustraídos sin pagar.

**Rotura:** porcentaje de merma que se pudo identificar y se puede atribuir a productos alimenticios que presentaron el envase deteriorado, aplastado, abollado o roto.

**Vencimiento:** porcentaje de merma que se pudo identificar y se puede atribuir a productos alimenticios que presentaron una fecha de caducidad o vencimiento no apta para la comercialización por lo que debe ser retirado.

**Supermercados cadenas y autoservicios:** incluyen bajo una misma marca, más de tres establecimientos o bocas de expendio y gestionan distintos tamaños de establecimientos y surtidos diferentes por tipo de tienda.

**Supermercados no cadena y autoservicios independientes:** poseen uno o dos establecimientos como máximo y poseen un tamaño y surtido más acotado.

**Secretaría de Agricultura,  
Ganadería y Pesca**



**Ministerio de Economía  
Argentina**

---

**Plan Nacional de Reducción de Pérdidas y Desperdicio de Alimentos**

**Dirección Nacional de Alimentos y Desarrollo Regional**

**Subsecretaría de Alimentos, Bioeconomía y Desarrollo Regional**

**Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca**

**Ministerio de Economía**

---