

# ACES

**Asociación de Cadenas  
Españolas de Supermercados**

“La certificación y control en la comercialización de  
productos alimentarios”  
IV CONGRESO NACIONAL DE CALIDAD ALIMENTARIA

SANTANDER OCTUBRE 09  
M<sup>a</sup> Teresa Segura

## ¿Qué es ACES?

Es una asociación patronal integrada por cadenas de supermercados de ámbito nacional:

- Supercor
- Carrefour Express
- Día
- Supermercados del grupo Eroski
- Sabeco
- LIDL

Las empresas asociadas a ACES suponen aproximadamente un 30% de la superficie total de venta en la distribución alimentaria organizada. En muchos casos esta presencia se realiza a través de franquicias, que permiten una colaboración estrecha con los empresarios de la zona.

## Fines de ACES

Entre los fines de ACES se encuentran los de:

**“estudiar, patrocinar, promover y actuar en todo cuanto pueda ser útil o interesante ...en el campo de la investigación, la tecnología, la comercialización, el intercambio de experiencias que fomenten el perfeccionamiento de los procesos de negocio, la mejora de la formación profesional, la mejora de la calidad...”**

# Antecedentes de los esquemas de certificación de higiene y seguridad alimentaria

- A partir de las crisis alimentarias acontecidas en Europa en los años 90, el consumidor pierde la confianza en los productos alimenticios ( vacas locas, dioxinas etc.)
- En este contexto, se publica por la UE en enero de 2000, el Libro Blanco de Seguridad Alimentaria, proponiendo un planteamiento nuevo:
  - “El principio que rige el Libro Blanco es la transparencia a todos los niveles de la política en materia de Seguridad Alimentaria, lo que contribuirá sin duda alguna a aumentar la confianza de los consumidores”

# Antecedentes de los esquemas de certificación de higiene y seguridad alimentaria

- **Año 2000:** *Codex alimentarius* informa que se han recibido denuncias por entidades de acreditación de países europeos que cuestionan que la certificación de los sistemas de calidad ISO 9000 tenga alcance para todos los aspectos de seguridad alimentaria.
  - Por ello, Codex reacciona proponiendo una guía para la utilización y promoción de los sistemas de gestión de la calidad que cumplan los criterios de seguridad alimentaria.
- **TANTO EL LIBRO BLANCO COMO LA COMISION DEL CODEX PROPONEN PARA TODA LA CADENA ALIMENTARIA SISTEMAS DE CALIDAD QUE INTEGREN ESTOS 3 CONCEPTOS:**



## Antecedentes de los esquemas de certificación de higiene y seguridad alimentaria

- **Hasta 2003 aprox.**

- Algunas empresas homologan a sus proveedores simplemente por disponer éstos de un Sistema de Gestión (SG) certificado basado en ISO 9001.
- Muchas de estas empresas son conscientes de que éste es un criterio que no garantiza un producto seguro.

- **Desde 2003 aprox.**

- El sector de la distribución ha sido pionero solicitando a sus proveedores de producto con “marca distribuidor” la certificación de sus SG conforme a normas de seguridad alimentaria.
- Esta exigencia está empezando a ser transferida a su vez de estos fabricantes a sus proveedores de ingredientes.
- El sector fabricante necesita orientaciones claras respecto de qué norma tomar como referencia para diseñar su SG.

## Antecedentes de los esquemas de certificación de higiene y seguridad alimentaria

- Creación del “Global Food Business Forum” (2000) con 40 empresas de distribución de Europa, Norte América y Australia. Dicho evento originó la “Global Food Safety Initiative” (GFSI)
- La **GFSI** estableció los criterios básicos de medición, auditoría, transparencia e independencia exigibles a los estándares agroalimentarios, a los proveedores y a los distribuidores de alimentos.

## El papel de la legislación en la seguridad alimentaria

- **DIRECTIVA 93/43/CE** relativa a la higiene de los alimentos Art. 3

*"Los agentes económicos deben identificar cualquier etapa en sus actividades que sea crítica para asegurar que los alimentos son seguros y asegurar que se ha identificado, implantado, mantenido y revisado procedimientos adecuados para la seguridad del alimento en base a los siguientes principios usados para el desarrollo de un Plan APPCC."*

- Es obligatorio para los países miembros de la Unión Europea desde 1995.
- Se aplica a todas las Actividades relacionadas con la cadena alimentaria, a excepción de la producción primaria.

## El papel de la legislación en la seguridad alimentaria

- **Reglamento 178/2002** del Parlamento Europeo y del Consejo, de 28 de enero de 2002, por el que se establecen los principios y los requisitos generales de la legislación alimentaria, se crea la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria y se fijan procedimientos relativos a seguridad alimentaria. Art. 18.

*"En todas las etapas de la producción, la transformación y la distribución deberá asegurarse la trazabilidad de los alimentos, los piensos, los animales destinados a la producción de alimentos y de cualquier otra sustancia destinada a ser incorporada en un alimento o un pienso, o con probabilidad de serlo".*

- Es obligatorio para todos los países de la UE desde el 1 de enero de 2005.
- Se aplica a todas las etapas de producción, transformación y distribución.

## El papel de la legislación en la seguridad alimentaria

- REGLAMENTO (CE) N° 852/2004 DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO de 29 abril de 2004. De la Higiene de los productos alimenticios
  - Artículo 1. Alcance
    - El reglamento sienta las normas generales para los agentes económicos en lo relativo a la higiene de los alimentos.
  - Artículo 17. Anulación
    - La Directiva 93/43/ECC debe ser anulada a la fecha de aplicación de este Reglamento
  - Artículo 18. Entrada en Vigor
    - Aplicable 18 meses después de la fecha
    - Sin embargo, no se aplicará antes del 1 de enero de 2006

## ¿Qué normas tienen relación con la seguridad alimentaria?

- ISO 9001
- ISO 22000
- IFS
- BRC
- EFQM
- Otras

## La Marca Propia de la Distribución

1. La Marca de distribuidor como opción empresarial dentro de la libertad de las empresas para configurar su modelo de negocio
2. Las políticas empresariales en materia de MD responden a la dinámica de la intensa competencia en el sector entre:
  - Formatos comerciales
  - Entre enseñas dentro del mismo formato
  - En el lineal entre distintos productos
3. Las MD deben considerarse como una opción de compra adicional que amplía la capacidad de decisión del consumidor.
4. Las MD deben considerarse además como una opción de comercialización de las empresas fabricantes, especialmente las PYMES con voluntad de crecimiento.

## La Marca Propia de la Distribución

- Las MD han permitido en muchos casos poner marca a productos que antes no tenían (prod. frescos, panadería, etc..) generando estandarización de calidad y hábitos de compra que facilitan el desarrollo del sector.
- Las MD pueden servir como palanca de innovación para las Pymes industriales por la gran orientación al mercado que puede ofrecer la distribución organizada.
- Las MD suponen una opción para la internacionalización en aquellas empresas con potencial de distribución internacional.

## La Marca Propia de la Distribución

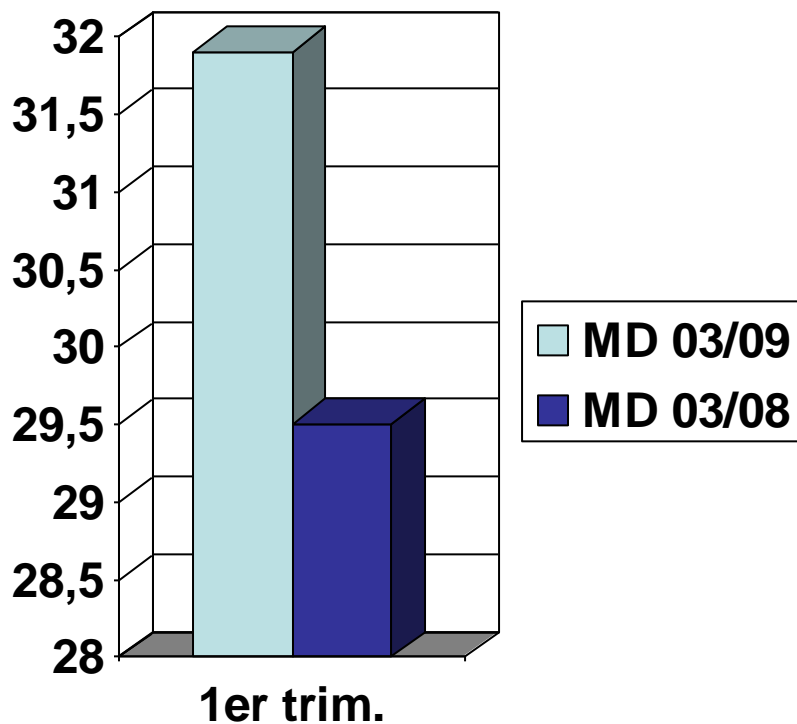
### REPARTO MD POR TIPO DE ESTABLECIMIENTO

	TAM P 03/08	TAM P 03/09
<b>Super</b>	<b>43,9</b>	<b>43,8</b>
<b>Hiper</b>	<b>22,4</b>	<b>22,0</b>
<b>Discount</b>	<b>16,4</b>	<b>17,2</b>
<b>Especialistas</b>	<b>9,9</b>	<b>9,9</b>
<b>Tienda Alimentación</b>	<b>2,4</b>	<b>2,4</b>
<b>Tienda congelados</b>	<b>2,3</b>	<b>2,3</b>
<b>Mercados y plazas</b>	<b>1,9</b>	<b>1,8</b>
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

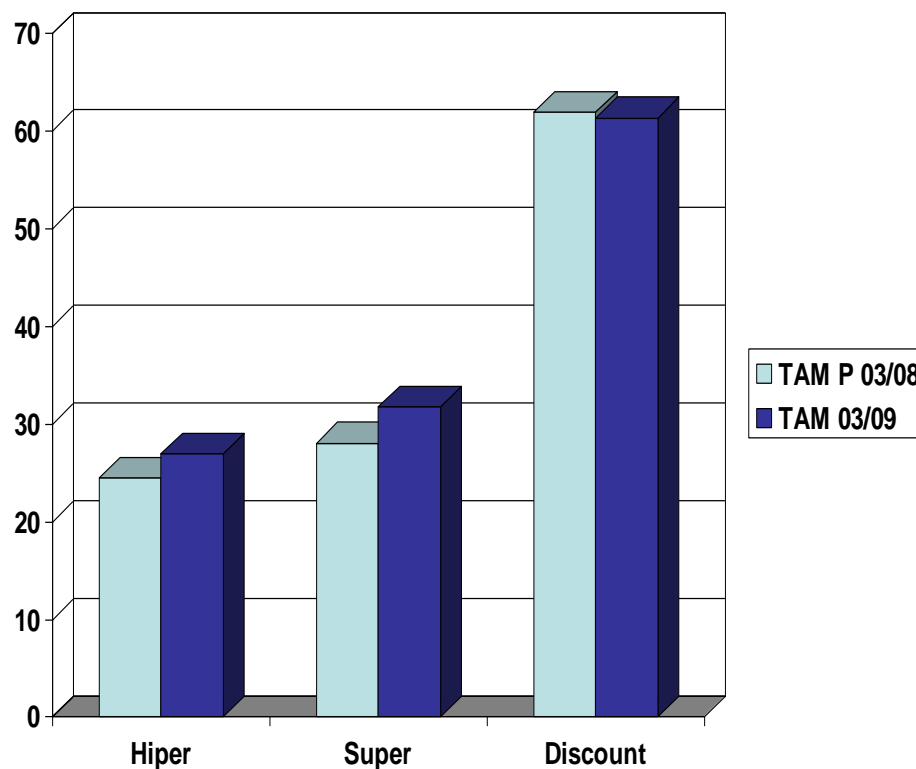
Fuente TNS Worldpanel para Distribución Actualidad

## La Marca Propia de la Distribución

Marca Distribución  
MD + 2,4 Puntos



MD por establecimiento  
MD en Súper + 3,3 puntos



Fuente TNS Worldpanel para Distribución Actualidad

## La Marca Propia de la Distribución

**Crecimiento cuota en productos de MD**



**Externalización de auditorías**

**Estándar propio**

**Estándar internacional  
reconocido (IFS, BRC)**

## Estándares internacionales: IFS, BRC

- Responsabilidad con el consumidor para garantizar la **seguridad, salubridad y calidad** del surtido de productos de marca propia.
- Plan de control de seguimiento:
  - Campañas específicas **nutrientes**
  - Campañas de **control microbiológico**
  - Frutas y Hortalizas: **residuos fitosanitarios**
  - Cárnicos: **residuos de medicamentos** y promotores de engorde
  - Detección de **OGM's**
  - **Identificación de especies**
  - Presencia de **alérgenos** en alimentos
  - Actuación en caso de **alertas sanitarias**

## Estándares internacionales: IFS, BRC

- Alto nivel de exigencia
- Requisitos de seguridad alimentaria homogéneos en distintos sectores y distintos países.
- Contribuyen a disminuir el número de auditorias que ha de pasar un proveedor.

## Estándares internacionales: IFS, BRC

### Requisitos específicos, necesario complementarlos:

- Pliego de condiciones.
- Evaluación medioambiental de proveedores.
- Productos libres de OGM's: Certificado de Identidad Preservada Productos.
- Política de eliminación de grasas trans.
- Requisitos de etiquetado: Alérgenos y productos "Sin gluten".

## Lanzamiento de producto. Homologación inicial del proveedor

- Análisis de producto
  - *Verificación del cumplimiento de la legislación aplicable*
  - *Verificación ficha técnica y atributos de calidad del producto*
- Panel de consumidores
- Auditorías a proveedor

## Producto en el mercado. Homologación continua del proveedor

- Programa de control de producto
- Auditorías a proveedor

## Beneficios de Implantación del sistema de certificación

- Acceso a otros mercados, sobre todo externos.
- Garantía de calidad y seguridad alimentaria, mediante el sello de un sistema certificado reconocible.
- Constituye una prueba evidente del cumplimiento de la legislación en materia de seguridad alimentaria.
- Diferencia competitiva.
- Llegar al mercado con un producto obtenido bajo procesos controlados.
- Reducción del número de auditorias soportadas, la certificación evita auditorias de empresas de distribución, que reconocen la auditoria de certificación como auditoria propia.

## Beneficios de Implantación del sistema de certificación

- Aumento de la Satisfacción del cliente.
- Mejora en la gestión.
- Distinguirse ante la competencia.
- Aumento de beneficio.
- Motivación del trabajo en equipo.
- Facilita el acceso a nuevos mercados y competir con empresas más grandes.
- Disminución de fallos, reclamaciones, devoluciones.
- Prevención/ corrección.
- Mejora continua.
- Reducción de costes.
- Reconocimiento internacional a través de su certificación.
- Integración con otros sistemas de gestión (por ejemplo ISO 14001:2004).

## Reflexión final

- Las grandes cadenas se juegan su prestigio en los productos que etiquetan con sus marcas.
- Amplían la oferta y completan las políticas de garantías y calidad de los fabricantes con sus propios servicios de calidad.
- En cualquier caso son una opción más para el consumidor. Amplían y completan la oferta de los productos con marcas de fabricante.
- Cada cadena tiene su propia política al respecto.

MUCHAS GRACIAS