



The conference held in Madrid had as starting point the knowledge generated in the previous encounters, in which several companies and organizations that include some of the IAR principles in their operative system shared their experience. The shared experiences are classified in the frame of the IAR Principles:

Principle 2: Contribute to sustainable and inclusive economic development and the eradication of poverty

With the title of *Sustainability of the Food chain*, the experience of the Mercadona model is shared because is an interesting model that can be replicated

Principle 6: Conserve and sustainably manage natural resources, increase resilience

In the encounter entitled *Environmental sustainability in the food sector* five companies shared their experience on the investments that face the challenge of sustainably managing natural resources and increasing resilience.

Principles 9 and 10: Incorporate inclusive and transparent governance structures and promote accountability

Reflections on *Towards a responsible governance in the organizations* were in charge of the former General Secretariat of FIAB (Federation of Food and Drinks Industries) who occupied the position for 30 years and coordinated a debate with professionals from different organizations aimed to provide light about how to achieve transparent governance dtructures.

Sustainability of the Food chain

El Modelo MERCADONA como ejemplo de modelo de cadena alimentaria sostenible

En el año 2010 Mercadona empezó a prestar especial atención al sector primario viendo que podía construir un modelo basado en la relación directa con el sector, estableciendo el objetivo de construir relaciones estables y planificadas para el 2020.

✚ Verdifresh, filial de Grupo Alimentario Citrus (GAC), es interproveedor de Mercadona de productos de IV gama (ensaladas y verduras listas para consumir o cocinar). Trabaja con más de 50 proveedores agrícolas de forma estable, todos ellos certificados por el estándar internacional Global GAP de buenas prácticas agrícolas. El “Modelo de Proveedores”, que se incluye en el modelo de Calidad Total del Grupo, contribuye a una mayor eficiencia y agilidad a la hora de innovar, trabajando conjuntamente con toda la cadena de valor, desde la casa de semillas al propio agricultor, pasando por el proveedor de maquinaria. Para ello establece:

- Programas bianuales de compra en los que acuerda con el agricultor el volumen de materia prima a proveer para cada campaña (invierno y verano), lo que permite al agricultor una mejor programación de las cosechas y mayor planificación de su negocio, y a GAC asegurar la estabilidad del servicio.
- Garantía de beneficio, a través de un modelo basado en el coste de producción, y no en el coste de mercado (que sufre mayores variaciones, especialmente en determinadas épocas del año o debido a la climatología).

✚ El Grupo de Empresas Martínez es interproveedor de Mercadona, en carne fresca, preparados de carne y platos preparados. En el plazo de 22 años se ha pasado de tener muchos proveedores a tener pocos y buenos con una estrecha relación con ellos. Ha sido una empresa pionera en el establecimiento de un plan de Sostenibilidad Integral, conforme al reglamento y requisitos de la estrategia de sostenibilidad en el periodo 2015 y que va más allá de la huella de carbono al implicar también valores de Responsabilidad Social Corporativa. El modelo de cadena alimentaria sostenible intenta satisfacer:

- 1) Al consumidor: Mercadona llega a cinco millones de hogares y sus demandas han cambiado mucho en los últimos años e incluyen temas de ética del proveedor, bienestar animal, aporte de la carne a la salud, etc.
- 2) Al trabajador: se prefiere la fidelidad a la formación porque la formación la proporciona la empresa
- 3) Al proveedor: a los proveedores cero se les abre un abanico de posibilidades para crecer, para innovar, para mejorar en seguridad alimentaria, para invertir y para emprender iniciativas que jamás hubieran sospechado y que les da la posibilidad de mejorar económica y socialmente.
- 4) A la sociedad: colaborando con Bancos de Alimentos y comprometiéndose en medidas de Responsabilidad Social Corporativa

Environmental sustainability in the food sector

Resumen de las características de las experiencias compartidas

Estudio de caso	Misión y principales contenidos	Relaciones con la sostenibilidad
ECOEMBES: <i>Modelo Triangular de Ecología colaborativa para el reciclaje de residuos</i>	Sociedad Anónima sin Ánimo de Lucro orientada al cuidado del medio ambiente a través del reciclaje y el eco-diseño de los envases en España. Su Misión es proporcionar a la sociedad una respuesta colectiva de los agentes económicos ante los temas medioambientales relacionados con el consumo de productos envasados domésticos.	Presenta un Modelo Triangular de Ecología colaborativa que crea valor social y ambiental en la sociedad, promoviendo la educación ambiental, la innovación, la eficiencia, la generación de empleo y tejido industrial. Forma parte de EXPRA (Extended Producer Responsibility Alliance)
AECOP: <i>Modelo de cooperación entre empresas para generar mayor valor al consumidor y sostenibilidad de la cadena</i>	Una de las mayores Asociaciones Empresariales de España y la única en que fabricantes y distribuidores trabajan conjuntamente. Con más de 26.000 asociados, que facturan más de 180.000 millones de euros anuales, lo que supone cerca del 20% del PIB nacional.	Modelo de cooperación entre empresas fabricantes y distribuidores de productos para aportar mayor valor al consumidor. Ofrece a la industria y la distribución un marco de colaboración en actividades y proyectos que afectan al conjunto de la cadena.
Heineken España. <i>El respeto por las personas y el entorno como valores esenciales de la sostenibilidad</i>	Compañía, fundada en Ámsterdam, dedicada a la fabricación de cerveza y presente en más de 170 países; actualmente ocupa la cuarta posición a nivel internacional. La visión de la empresa alude a querer ser una compañía de referencia, liderando la industria cervecera a nivel global en su compromiso con la excelencia de sus productos, marcas, servicios y resultados, la cercanía al mercado y el respeto y la transparencia en la relación con los empleados y con los consumidores..	La marca reconoce la sostenibilidad como una parte esencial en su estrategia y en su espíritu empresarial, aprovechando también las oportunidades en mercados emergentes. El Respeto por las personas y el entorno es uno de los valores principales de la empresa, estando firmemente comprometida y vinculada a aquellas comunidades locales en las que opera.
Calidad Pascual. <i>La calidad como parte esencial de la estrategia empresarial para la creación del valor y el liderazgo</i>	Calidad Pascual es una empresa familiar, de capital 100% español, fundada en 1969 desde una pequeña cooperativa láctea, con un conjunto de valores consolidado y diferenciador que hacen que sea un referente en el sector de la alimentación en España. Con 2.272 empleos directos, factura 729 millones de euros anuales, de los cuales 24 millones son a nivel internacional.	La gestión sostenible y responsable derivan de la misión de la compañía. En el Proyecto de Empresa queda patente el concepto de responsabilidad corporativa en su sentido económico, social y medioambiental. Su apuesta por la calidad han conseguido que sea la primera Empresa Española certificada por la CEE para comercializar en la UE la primera compañía española en conseguir la certificación para poder comercializar en EEUU.
Cátedra Banco de Alimentos –UPM-FESBAL <i>El consumo racional como parte esencial de la sostenibilidad alimentaria</i>	La cátedra Bancos de Alimentos desarrolla actividades de formación, generación de conocimiento, difusión y transferencia de tecnología en el área de la alimentación humana, con el propósito de evitar el despilfarro y fomentar el consumo racional.	La gestión sostenible se centra en una nueva forma para construir relaciones Universidad-Empresa-Sociedad de cara a la sensibilización sobre el consumo racional. La actividad se integra en el contexto de FESBAL con 55 Bancos de Alimentos como estructuras de la sociedad civil.

Towards a responsible governance in the organizations

The contributions of the organizations: *CESFAC* (Confederation of Spanish Balanced Feed Producers), *CCAE* (Confederation of Spanish Agrarian Cooperatives), *ASEPRHU* (Spanish Association of Egg Producers), *AFHSE* (Spanish Association of Flour Producers) and *Anprogapor* (National Association of Pork Cattle) that emerged during the conference enable to identify the measures that they are implementing to achieve the Principles 9 and 10.

Principle 9: Incorporate inclusive and transparent governance structures, processes and grievance mechanisms

- **Legislation**
 - In the shake of efficiency the respect and application of the rule and as well as being informed of the current legislation and the tendencies is required
 - The law of Solidary Economy can be a frame for the management of organizations.
 - **Transparency**
 - Good governance includes transparency regarding information, organization, decisión making and management, as well as the public visibility of the association
 - Democratic transparency within the organizations avoids that the bigger partners search their own objectives neglecting the small partners objectives.
 - Transparency is include among the stated values of coopeatives
 - **Free Involvement**
 - Representativeness does not come from the relevance of particular partners but from the group as a whole
 - The involvement of partners must be active, free, significant and well informed
 - Partnership is based on the will of the partners
 - **Equity**
 - Decision making search general above particular interests
 - Decision-making is based on consensus rather than on votes
-

Principle 10: Assess and address impacts and promote accountability

- **Independent Assessment**
 - Presence of external evaluators within the supervisor team of organizations
 - **Preventing measures**
 - Organizations can evolve changing course and putting into practice those actions that can lead the organization towards a situation of greater advantage in the future
-