An abstract graphic of a chain link, composed of many small dots in shades of blue and green, set against a dark blue background. The link is oriented vertically, with the top part of the link at the top of the page.

MEMORIA CORPORATIVA 2021

LIDERANDO LA
TRANSFORMACIÓN
EN CADENA

Índice

0. Bienvenida y editorial	Pág. 5
1. Información corporativa	Pág. 9
· ¿Quiénes somos? Evolución	Pág. 10
· Plan estratégico 2020-2023	Pág. 14
· Órganos de gobierno	Pág. 17
2. Gestión del conocimiento	Pág. 19
· AECOC Shopperview	Pág. 20
· AECOC Benchmarking	Pág. 22
· AECOC Retail Knowledge y Foodservice	Pág. 24
· Formación	Pág. 29
· Puntos de encuentro	Pág. 30
· Comunicación, marketing y publicaciones	Pág. 34
3. Áreas de actividad	Pág. 39
· Estándares de identificación y comercio electrónico	Pág. 40
· Transformación digital	Pág. 42
· Innovación y nuevas tendencias	Pág. 44
· Estrategia comercial y marketing	Pág. 48
· Logística y transporte	Pág. 52
· Smart Distribution	Pág. 55
· Prevención de la pérdida	Pág. 56
· Prevención del desperdicio alimentario	Pág. 57
· Seguridad alimentaria y calidad	Pág. 60
· Sostenibilidad	Pág. 62
· Gestión del talento, diversidad y empleabilidad	Pág. 65
4. Sectores de trabajo	Pág. 69
· Productos frescos	Pág. 70
· HORECA	Pág. 76
· Ferretería y bricolaje	Pág. 78
· Salud	Pág. 80
· Bienes Tecnológicos de consumo	Pág. 82
5. Estructura y comités AECOC	Pág. 85

AECOC

00

—

Bienvenida y editorial

Responder al consumidor en un contexto de máxima incertidumbre



Ignacio González
Presidente

Cuando pensábamos que la evolución de la pandemia nos iba a deparar un inicio de año tranquilo, el conflicto en el este de Europa ha tensionado más si cabe una cadena de suministro que ya llevaba meses tratando de soportar los envites de un escenario marcadamente inflacionista y de gran dificultad.

Las crisis, especialmente las de la intensidad de la que estamos viviendo, dejan siempre aprendizajes. En este caso, uno de ellos, es que la dependencia extrema de otros mercados, tanto para el suministro energético como para el de materias primas y otros productos esenciales para nuestro sector, entraña claros riesgos. Lo vimos en el caso de los microchips, de los envases y embalajes y lo hemos sufrido de nuevo, más recientemente, con los cereales y vegetales que empleamos para alimentar a la ganadería o para fabricar todo tipo de productos de alimentación.

Pero esta crisis global no sólo deja al descubierto nuestras debilidades sino que nos regala una imagen reforzada de una cadena de valor que, en los últimos años, ha mostrado como nunca su eficiencia, resiliencia y compromiso con la economía y el conjunto de la sociedad.

La primera prueba de fuego para el sector fue la del confinamiento -que superó con nota garantizando el abastecimiento hasta en los momentos más difíciles- pero después hemos asistido también al estallido de un conflicto bélico y de un paro del transporte que nuestras empresas han gestionado con la profesionalidad y el sentido de la responsabilidad que tanto las caracterizan.

Y es que pocos sectores han hecho gala como los nuestros de madurez, seriedad, solidaridad y amplitud de miras en estos momentos de gran complejidad.

Con esos principios fundamentales como brújula, nuestras más de 32.000 empresas afrontan un escenario marcado por la incertidumbre. La guerra en Ucrania, junto con las sanciones adoptadas, tendrá un impacto indudable sobre el futuro de la economía española y también sobre el de nuestras empresas. Según los expertos, este conflicto restará en torno a un punto al crecimiento del PIB español -cerrando ligeramente por encima del 4% en lugar del 5,6% inicialmente previsto-, la inflación seguirá golpeando con fuerza nuestra economía y la creación de empleo se ralentizará, con el impacto que esto supone en términos de consumo.

En este contexto, la cadena de valor seguirá trabajando para responder a las demandas de un consumidor que debe hacer frente al generalizado incremento de costes, pero que conserva su interés y exigencia en materia de consumo saludable, responsable y sostenible.

Esos ejes de cambio se mantienen inalterables en un escenario convulso, en el que será necesario combinar acciones tácticas de carácter inmediato con estrategias a más largo plazo basadas en el impulso de proyectos de digitalización, sostenibilidad e información al consumidor que, sin duda, los fondos Next Generation contribuirán a impulsar.

Desde AECOC seguiremos ayudando a nuestras empresas a afrontar con éxito ambos desafíos y a trasladar al conjunto de la sociedad la gran aportación de valor del gran consumo. Un sector moderno, eficiente y altamente competitivo que genera más del 20% del PIB nacional y cerca de 4,5 millones de empleos al conjunto de la sociedad de nuestro país.

Además de un año de máxima incertidumbre, el 2021 ha sido para AECOC un año de crecimiento, tanto en número de socios como en proyectos destinados a ayudar a nuestras empresas a afrontar mejor el actual contexto de cambio.

Más de 1.000 nuevas compañías se han incorporado a nuestra organización, dando clara muestra de la utilidad que presenta formar parte de una organización como la nuestra. Además, coincidiendo con la relajación de los protocolos anti COVID, hemos recuperado la mayoría de los eventos presenciales; favoreciendo de nuevo el punto de encuentro y el intercambio de opiniones tan necesario en la actual coyuntura. Más de 12.400 profesionales han acudido a los programas de formación de AECOC y nuestros servicios de apoyo a la digitalización han alcanzado a más de 12.500 compañías.

Sin perder de vista un escenario tan incierto como complejo hemos arrancado ya un nuevo ejercicio en el que la prioridad de AECOC va a seguir siendo la de ayudar a sus más de 32.000 empresas asociadas, en especial a las pymes, a hacer frente a los principales desafíos que nos aguardan. Para ello, hemos actualizado nuestro plan estratégico 2020-2023, reforzando algunos ejes que ya habíamos identificado pero que están llamados a cobrar mayor fuerza en el nuevo escenario. Es el caso de la transformación digital, que se amplía bajo el concepto de "ecosistema digital" para ayudar a las empresas a optimizar el uso de las nuevas tecnologías, aprovechar todo el potencial de la omnicanalidad o reforzarse en materia de ciberseguridad.

También la sostenibilidad se amplía con una visión 360 grados para responder a las demandas de un consumidor y de un marco regulatorio cada vez más enfocado a la protección del medio ambiente y del entorno en el que opera. Y, el pilar de gestión del talento y empleabilidad, incorpora también un eje de diversidad destinado a promover modelos empresariales más inclusivos, basados en la apuesta por un talento plural en el que tengan cabida la colaboración intergeneracional, la multiculturalidad, las capacidades diferentes y la diversidad de género.

Con ese plan estratégico como guía y bajo la dirección de su Consejo Directivo, AECOC va a seguir trabajando para ayudar a sus empresas a competir con éxito en el actual escenario económico. Un contexto marcadamente global en el que la Asociación, gracias a su pertenencia a la organización internacional GSI, puede aportar a sus asociados estándares, soluciones y buenas prácticas reconocidas y de eficiencia mundialmente probada.

Justamente en este marco global, la Asociación ha puesto en marcha una oficina técnica de proyectos para ayudar a las empresas a acceder a los Fondos Next Generation. Sin duda, una oportunidad única para poner en marcha esas iniciativas que, en materia de transformación digital, intercambio de información y sostenibilidad, pueden ayudarnos a dar el salto hacia un nuevo modelo de crecimiento más moderno y eficiente, pero también más justo y respetuoso con el entorno en el que opera.

Si hay algo que hemos aprendido estos últimos años es que las viejas reglas ya no nos sirven para avanzar en un entorno de cambio en el que nuestro sector ha dado claras muestras de resiliencia y capacidad de adaptación.

En AECOC somos conscientes de lo que nuestras más de 32.000 compañías asociadas aportan al conjunto de la economía y sociedad y, por ello, seguiremos trabajando mano a mano con ellas para ofrecerles las mejores soluciones y un clima adecuado para el desarrollo de todos sus proyectos porque nuestro compromiso es estar, estar y estar, junto a nuestras empresas.

**Estar, Estar y estar,
siempre
junto a nuestras
empresas**



José Mª Bonmatí
Director General

AECOC

01

—

Información Corporativa



AECOC

Es una de las mayores asociaciones empresariales del país y la única que representa a fabricantes y distribuidores del gran consumo y de otros sectores.

AECOC reúne a más de 32.000 compañías de toda la cadena de valor para impulsar conjuntamente buenas prácticas y estándares tecnológicos que les permitan ser más eficientes y competitivas, y aportar valor al consumidor



Nuestra misión:

La misión de AECOC es la mejora de la competitividad de toda la cadena de valor, compartiendo soluciones, estándares y conocimiento que la hagan más eficiente y sostenible, aportando mayor valor al consumidor.

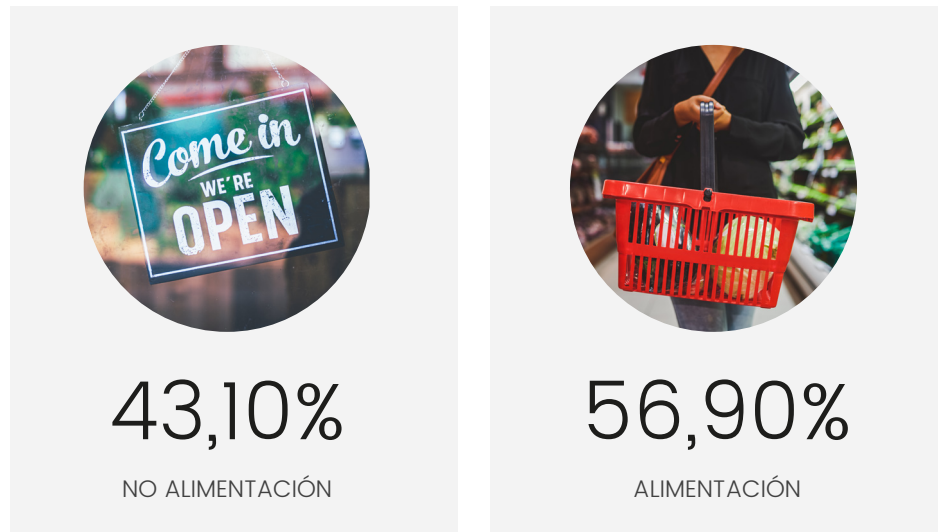
GS1 España

Bajo el nombre GS1 Spain, AECOC es el representante en España de GS1; la organización líder mundial en el desarrollo y promoción de los principales estándares tecnológicos para negocios.

La Asociación participa activamente en los órganos de gestión y desarrollo de estándares en el marco de GS1; un proceso global abierto a la participación de las empresas en un esfuerzo común para proporcionar soluciones que se adapten a sus necesidades.

AECOC traslada las necesidades de las empresas españolas al proceso de desarrollo de estándares y realiza las guías de implantación necesarias, tanto en el ámbito nacional como europeo, para garantizar una implantación coordinada y sin divergencias.

Reparto de asociados por sectores



Sectores representados



ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS



FERRETERÍA Y BRICOLAJE



DROGUERÍA Y PERFUMERÍA



BIENES TECNOLÓGICOS DE CONSUMO



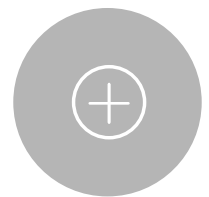
HOSTELERÍA



TEXTIL



SALUD



OTROS
BANCA, DEPORTES, JUGUETES
LIBROS, DISCOS

Evolución AECOC 2019-2021



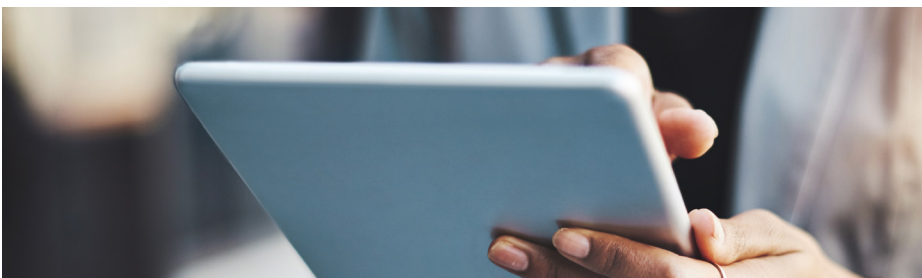
EMPRESAS ASOCIADAS

2019	2020	2021
30.628	31.305	32.410



PROFESIONALES FORMADOS

2019	2020	2021
8.476	20.589*	12.484



EMPRESAS CON SERVICIOS DE DIGITALIZACIÓN

2019	2020	2021
11.462	11.923	12.584

*crecimiento extraordinario provocado por los servicios de formación online gratuitos durante estado de alarma por la crisis del COVID-19

Plan estratégico 2020-2023

AECOC aprobó en 2020 un plan estratégico que debía desarrollarse entre 2020 y 2022, pero que a raíz de la crisis del COVID-19 se ha revisado y ampliado hasta 2023.

El plan cuenta con seis ejes de trabajo y dos proyectos transversales:



En cada uno de los ejes trabaja con los siguientes objetivos principales:

Ecosistema digital:

- Apoyar el desarrollo de las capacidades digitales de las empresas: nuevas tecnologías, omnicanalidad y ciberseguridad
- Ayudar a las pymes en el proceso de transformación digital

Sostenibilidad:

- Apoyar a las pymes en su evolución hacia modelos más sostenibles
- Promover alianzas entre empresas
- Fomentar el desarrollo de iniciativas vinculadas a la sostenibilidad social y buen gobierno
- Impulsar el equilibrio territorial

Transparencia de la cadena de valor

- Fomentar la transparencia y trazabilidad de la cadena de valor
- Utilizar las nuevas tecnologías para mejorar la trazabilidad de productos
- Facilitar información de calidad de los productos a los consumidores
- Impulsar medidas vinculadas a la prevención del fraude
- Seguridad del producto

Eficiencia y excelencia operacional

- Fomentar la resiliencia de las cadenas de suministro de las empresas para garantizar los circuitos de abastecimiento end-to-end
- Apoyar y visibilizar la implantación de iniciativas vinculadas a la logística e industria 4.0
- Digitalización de los diferentes procesos de la cadena de suministro

Anticipación al marco regulatorio

- Avanzarse a las regulaciones de mayor impacto para las empresas asociadas a fin de mantenerlas informadas de las novedades y ayudarlas a prepararse para los nuevos marcos regulatorios
- Asesorar a las empresas sobre la utilización de los Fondos Europeos Next Generation EU como oportunidad para transformar el sector

Gestión del talento, diversidad y empleabilidad

- Estimular la diversidad del sector
- Fomentar el alineamiento entre la comunidad educativa y el mundo empresarial
- Fomentar iniciativas vinculadas a la atracción, desarrollo y retención de talento

Acelerando hacia un modelo sostenible

En el marco de los ODS, AECOC centra sus líneas de actividad principalmente en estos 10 objetivos:



La Asociación trabaja para apoyar las iniciativas de las empresas destinadas a:

- Salvaguardar la igualdad, la diversidad e inclusión en los diferentes eslabones de la cadena de valor
- Utilizar de forma responsable, eficiente y sostenible los recursos naturales
- Contribuir a la eficiencia energética y fomentar el uso de energías renovables
- Reducir las emisiones de CO2
- Fomentar el rediseño, la reducción, reutilización, recuperación y reciclaje de los materiales de envase y embalaje
- Prevenir y reducir el desperdicio alimentario
- Impulsar una cadena de valor eficiente, sostenible y transparente que garantice el acceso de la población a productos seguros
- Fomentar la innovación para optimizar los procesos
- Fomentar la colaboración público-privada para impulsar un modelo de desarrollo sostenible

Órganos de gobierno

AECOC se rige por un Consejo Directivo que tiene a su cargo la dirección, gobierno, administración y representación de la Asociación y por su Asamblea General. Además, AECOC cuenta con un comité de trabajo para cada una de las áreas y sectores en los que opera. En total, más de 650 profesionales de destacadas empresas del país participan activamente en los distintos comités de trabajo de AECOC.

Consejo Directivo

Presidente:

Ignacio González

Consejero Delegado/CEO
Grupo Nueva Pescanova

Vicepresidente:

Francisco Javier Campo

Consejero Caixabank

Director General:

José María Bonmatí

AECOC

Consejeros

Alexandre de Palmas

Director Ejecutivo Carrefour España

Juan Manuel Morales

Director General IFA Retail

Juan Manuel González Serna

Presidente Cerealto Siro Foods

Alberto Rodríguez Toquero

Director General Mahou-San Miguel

Francesc Cosano

Director General Coca-Cola
Europacific Partners Iberia

José Miguel Fernández

Director General de Compras
Transformados Alimenticios
Mercadona

Jorge Villavecchia

Director General Damm

Jacques Reber

Director General Nestlé España

Ricardo Álvarez

CEO Dia España

Tomás Pascual

Presidente Pascual

Víctor del Pozo

Consejero Delegado El Corte Inglés

Vanessa Prats

Directora General Procter & Gamble
España

José M^a Rodríguez

Consejero Delegado Euromadi

Presidente de Honor:

Juan Roig

Presidente Mercadona

Jordi Gallés

Presidente Ejecutivo Europastry

Fuencisla Clemares

Directora General Google España y
Portugal

Agustín Markaide

Presidente Grupo Eroski

AECOC

02

—

Gestión del Conocimiento

AECOC Shopperview

AECOC Shopperview ayuda a las empresas a definir sus estrategias en base al conocimiento del comportamiento del consumidor

En su área de Estrategia Comercial y Marketing, AECOC dispone de la plataforma de análisis continuo del consumidor (AECOC Shopperview), que desarrolla análisis sobre:

- Evolución de los hábitos de consumo y compra dentro y fuera del hogar o en determinados sectores y categorías
- Detección y análisis de las tendencias del mercado



AECOC Shopperview tiene la misión de ayudar a las empresas a definir o redirigir sus estrategias en base al conocimiento del comportamiento del consumidor.

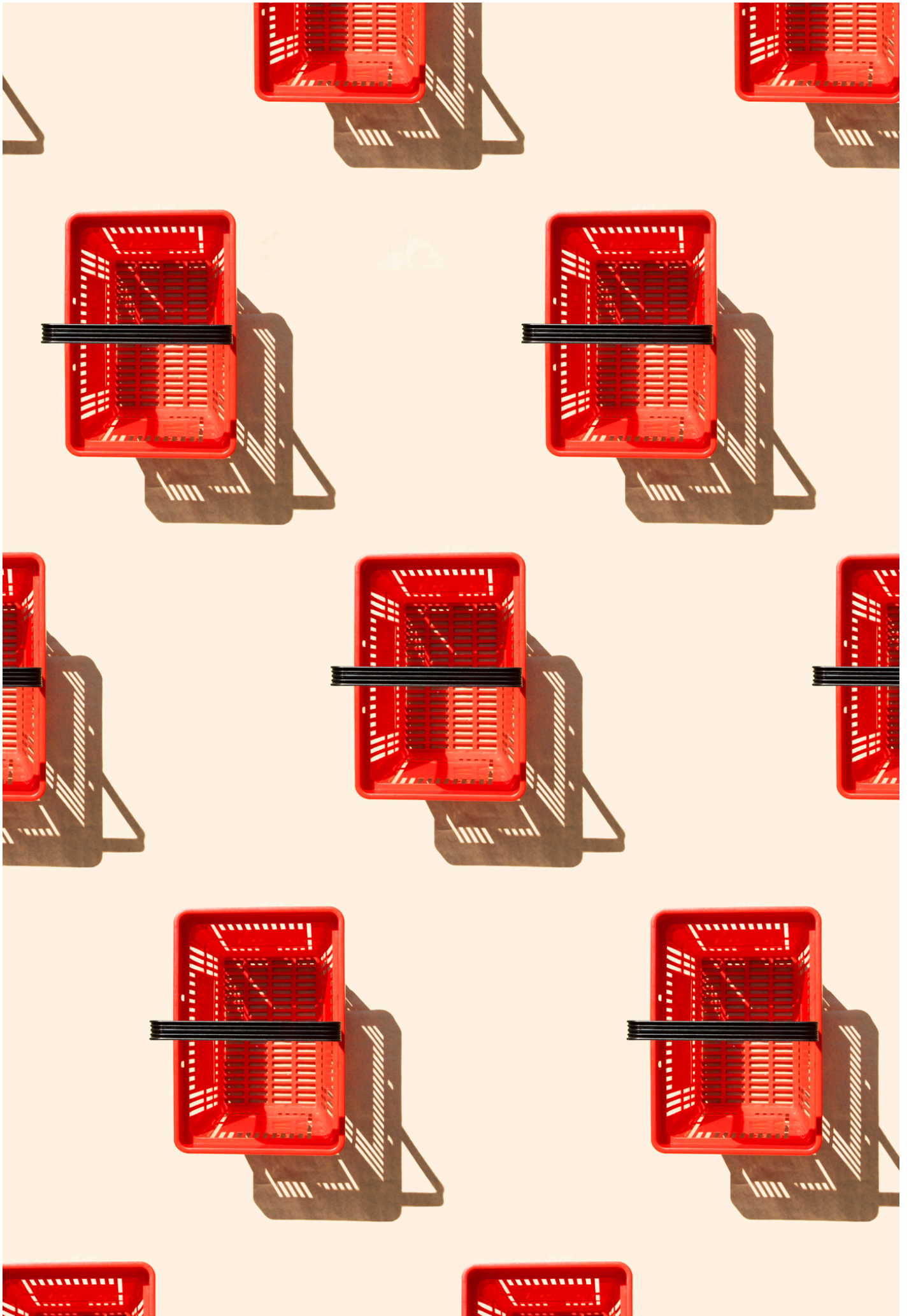
Estudios realizados en 2021

- Barómetros de hábitos de compra y consumo dentro y fuera del hogar:
 - Tres ediciones del Barómetro "Consumo y compra dentro y fuera del hogar después del COVID-19"
 - Tracking e-commerce en Gran Consumo (4ª edición)
 - Lanzamiento de dos ediciones del nuevo Barómetro "Los momentos de consumo dentro y fuera del hogar"
- Oportunidades de crecimiento en el momento snacking (2ª edición)
- Impacto de los precios y promociones en la cesta de la compra
- Oportunidades del e-commerce en gran consumo
- El consumidor de alternativas vegetales a los lácteos (2ª edición)
- El consumidor de frutas y hortalizas ante un nuevo escenario
- El consumidor español de tintorera y pez espada
- Productos de proximidad en la Comunidad de Madrid
- Indicadores de compra y consumo de productos cárnicos (4ª edición)
- El usuario de máquinas de vending (5ª edición)
- Barómetro del comprador de ferretería y bricolaje (6ª edición)
- El comprador profesional de pintura

Además de la publicación de los informes se realizaron talleres *in-company* de activación de shopper insights para detectar oportunidades de negocio en las empresas y ayudarlas a aplicar este conocimiento en sus organizaciones.

Las sesiones de difusión de las cerca de 20 investigaciones realizadas en 2021 han reunido a más de 3.500 profesionales.

En 2021 se realizaron cerca de 20 investigaciones que se presentaron ante más de 3.500 profesionales



AECOC Benchmarking

Desde su puesta en marcha en 2009, los proyectos de Benchmarking de AECOC ofrecen estudios comparativos que miden el desempeño de las empresas. Los informes permiten a las compañías identificar sus puntos de mejora en cada etapa de la relación entre proveedor y cliente.

Los estudios de Benchmark permiten a las compañías identificar sus puntos de mejora en cada etapa de la relación entre proveedor y cliente.



Áreas de estudio

Cadena de Suministro:

Análisis de las diferentes fases del proceso *order to cash*, desde el nivel de servicio; eficiencia del *Customer service*; gestión administrativa; uso de estándares; y procesos de planificación y colaboración.

Relación comercial:

Desarrollo del mercado; interlocución con clientes; acciones promocionales y de trade marketing; innovación y gestión del surtido.

Estudio 360°:

Interrelación de la relación comercial y de la cadena de suministro.

En 2021 se pusieron en marcha los estudios de *benchmarking* en formato *tracking*, con el objetivo de monitorizar la evolución de los distintos sectores y medir el impacto de la pandemia con mayor frecuencia.

En total se realizaron 250 informes para fabricantes y distribuidores centrados en diferentes sectores y áreas

Sectores en los que se realizan estudios Benchmarking

- Gran Consumo – Supply Chain
- Gran Consumo – Supply Chain Productos Congelados
- Gran Consumo – Comercial y Punto de Venta
- Salud Pharma
- Consumer Healthcare
- Bienes Tecnológicos de Consumo
- Tracking Horeca Organizada
- Tracking Frutas
- Tracking Carnes
- Tracking Pesca

En 2021 se pusieron en marcha los estudios de benchmarking en formato tracking, con el objetivo de monitorizar la evolución de los distintos sectores



GRAN CONSUMO



CONGELADOS



ELECTRO



PRODUCTOS CÁRNICOS



HORECA



PRODUCTOS DEL MAR



SALUD



FRUTAS Y HORTALIZAS

Barómetro OSA

El Barómetro OSA analiza la información diaria de más de 36.000 referencias de 1.800 tiendas de ocho *retailers* nacionales. Con estos datos, AECOC publica un informe mensual con información detallada sobre niveles de roturas de stock, disponibilidad de productos en los lineales y oportunidades de venta perdidas.

TASA OSA

95,7%

OPORTUNIDAD PERDIDA DEBIDO A ROTURAS DE STOCK

8,1 M€

DURACIÓN MEDIA DEL FUERA DE STOCK

2,6 DÍAS



Retail y Foodservice Knowledge

El área ahonda en la información de los operadores más relevantes del mercado nacional e internacional y analiza las principales tendencias

AECOC Retail y Foodservice Knowledge se propone ser la fuente de conocimiento de referencia del *retail* de gran consumo y del *foodservice*. El área agrupa los servicios de la asociación destinados a conocer en profundidad:

- La distribución alimentaria nacional e internacional
- Operadores y fabricantes del canal Horeca
- Tendencias actuales y futuras de ambos sectores
- Herramientas y servicios que contribuyan a la competitividad y eficiencia de las empresas para afrontar los retos de un escenario incierto y cambiante.

El servicio AECOC Retail y Foodservice Knowledge desarrolla dos ejes diferenciados:



UNA MIRADA INTERNACIONAL

En 2021, el área de AECOC Retail Knowledge amplió su apuesta por el análisis del mercado internacional con el lanzamiento de la Plataforma Internacional Retail Knowledge. El servicio ofrece a los suscriptores el acceso exclusivo a publicaciones e informes mensuales sobre la actualidad del retail en los mercados internacionales, así como estudios de tendencias.

Además, tras el parón causado por la pandemia, se recuperaron las visitas a mercados internacionales para ofrecer a fabricantes y distribuidores la posibilidad de conocerlos de primera mano.



Eje nacional

Concentra los *inputs* más relevantes del mercado de gran consumo, así como las políticas comerciales de los principales distribuidores nacionales y regionales



Eje internacional

Ahonda en el conocimiento de los mercados de referencia a nivel global y proporciona información relevante sobre los principales players de cada mercado, sus estrategias y mejores prácticas a través de informes y análisis de tendencias.

Líneas de trabajo 2021

Formación y divulgación:

Publicación de informes especializados sobre la evolución del mercado y de las tendencias de los sectores, tanto nacionales como internacionales.

- Actualización y ampliación de los informes de los distribuidores nacionales más relevantes
- Desarrollo de los cursos 'Conoce al distribuidor', con participación de Lidl, Carrefour y Consum, entre otros
- Realización del curso 'Quién es quién en la gran distribución' en el sector de frescos para proporcionar una visión completa y actualizada del mercado
- Celebración de jornadas online sobre 'Quick-commerce', 'Salud y Sostenibilidad' y 'Smart y Happy Discount', con la participación de las empresas protagonistas de estas tendencias



Análisis internacional:

Lanzamiento y consolidación de la plataforma AECOC Retail Knowledge Internacional, con informes de 17 mercados de gran consumo relevantes e información sobre sus actores principales, las tendencias que marcan estos mercados y los conceptos de éxito más vanguardistas

International Trainings:

Recuperación de los viajes internacionales para profundizar en la realidad de los mercados analizados. En 2021 se organizaron International Trainings en Portugal, para conocer las estrategias de los operadores lusos en la gestión de productos frescos, y en Londres, para visitar los conceptos más innovadores y diferenciales que existen en el Reino Unido

Conocimiento de la hostelería:

Desarrollo de un informe periódico que recoge las iniciativas y tendencias globales del sector hostelero. Difusión de los contenidos generados a través de *webinars*, jornadas y ponencias en eventos del sector.

Sapiens del delivery:

Puesta en marcha del proyecto de investigación sobre el *delivery*, realizado en colaboración con Bulli Foundation y con metodología Sapiens para analizar el impacto de la temática de mayor actualidad para la hostelería.



En 2021, la plataforma AECOC Retail Knowledge Internacional lanzó informes con el análisis de 17 mercados relevantes para el gran consumo

Prioridades 2022 Retail y Foodservice Knowledge

En 2022
Aecoc Retail
Knowledge
publicará sobre



Omnicanalidad



Quick-commerce



Digitalización

Publicación de nuevos informes sobre mercados internacionales y tracking de las principales tendencias clave como la omnicanalidad, el quick-commerce y la digitalización. En 2022 se elaborarán nuevos estudios para analizar en profundidad ejes estratégicos de las empresas, como la actividad promocional como palanca de dinamismo comercial.

Impulso de los International Trainings como fórmula de conocimiento y aprendizaje de valor. Los viajes internacionales previstos para 2022 son:



Italia

los frescos, protagonistas de la cultura gastronómica italiana



Foodvalley (Países Bajos)

Epicentro europeo del futuro de la alimentación



Irlanda

la perfecta fusión del *retail* y la restauración



Nueva York

Experiencia wow, conveniencia y frescos



Nueva York

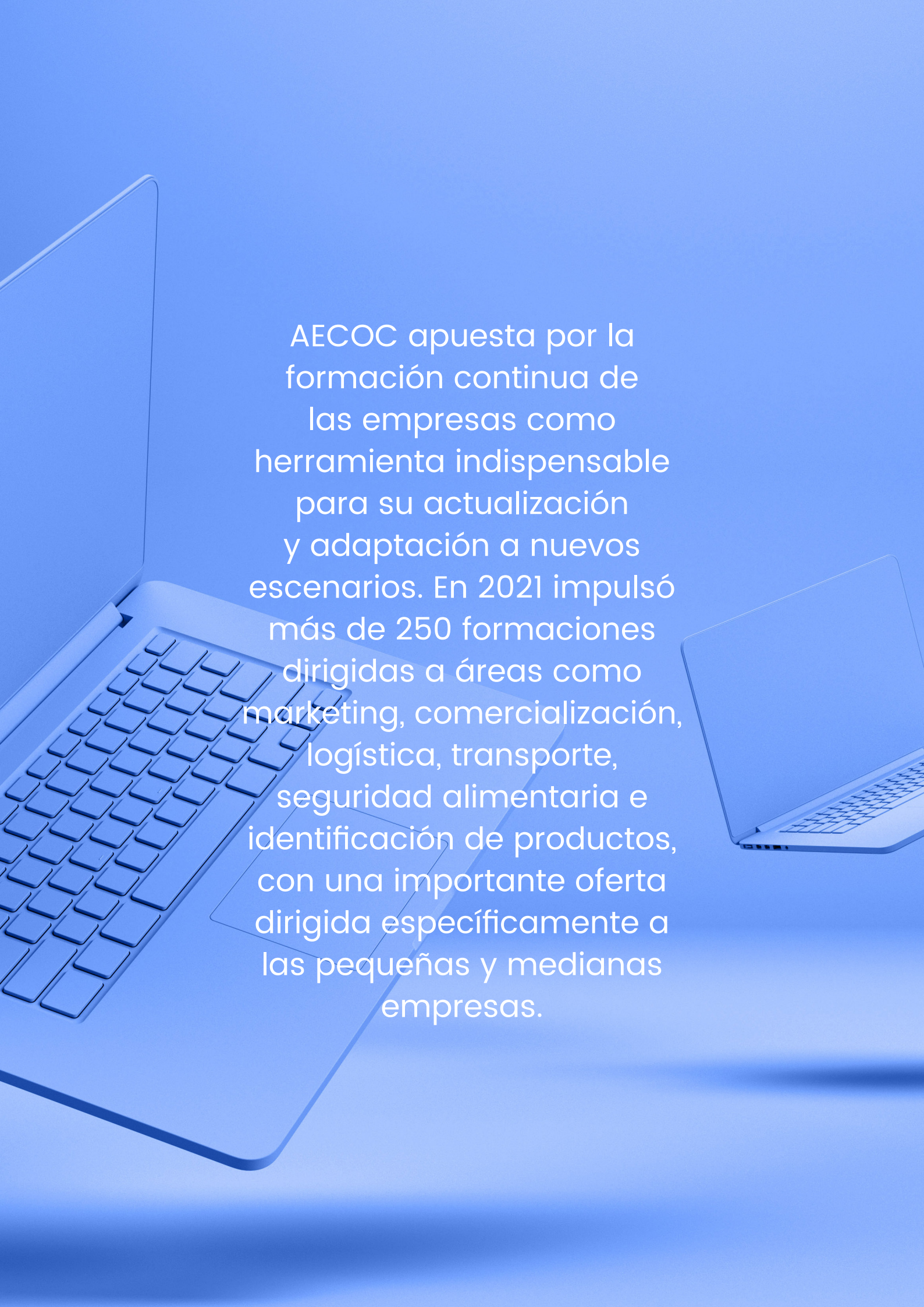
Innovación, dinamismo y eficiencia en Foodservice





Reforzar el posicionamiento del área de Foodservice como líder en análisis de tendencias e innovación. El área se propone monitorizar y anticipar tendencias y cambios en los hábitos de consumo para ser la plataforma de conocimiento de referencia para la cadena de valor del sector.

Difusión del contenido del estudio 'Sapiens del delivery', que culminará con la edición de un libro que formará parte de la Bullipedia. La investigación proporcionará conocimiento y herramientas para conocer al detalle el canal, su funcionamiento y su rentabilidad, dependiendo de cada casuística.

The image features a solid blue background. On the left side, there is a large, semi-transparent laptop shown from a three-quarter perspective, with its keyboard and trackpad visible. On the right side, there is a smaller, semi-transparent laptop shown from a similar perspective. The text is centered in the middle of the image, overlaid on the blue background.

AECOC apuesta por la formación continua de las empresas como herramienta indispensable para su actualización y adaptación a nuevos escenarios. En 2021 impulsó más de 250 formaciones dirigidas a áreas como marketing, comercialización, logística, transporte, seguridad alimentaria e identificación de productos, con una importante oferta dirigida específicamente a las pequeñas y medianas empresas.

Formación

La incertidumbre y los cambios provocados por la crisis sanitaria han evidenciado la necesidad de las empresas de contar con profesionales con capacidad de adaptación a nuevos e inesperados escenarios. Desde el inicio de la pandemia, AECOC apostó por impulsar su área formativa con el objetivo de apoyar a las empresas en la formación de profesionales altamente cualificados y el impulso de una cadena de valor competitiva y capaz de responder a contextos de incertidumbre como los actuales.

En 2021, 7.500 profesionales de más de 2.700 empresas participaron en las 250 formaciones gratuitas, *webinars* y en los programas avanzados on y *offline* organizados por AECOC.

AECOC mantiene su apuesta por ofrecer a las empresas programas de formación continua certificados y orientados a la implantación en áreas como las de marketing, comercialización, logística y transporte, seguridad alimentaria o identificación de productos.

En paralelo, la Asociación ha puesto el foco en el impulso de la formación continua de pequeñas y medianas empresas, con la organización de 110 cursos y jornadas dirigidas específicamente a las pymes.

AECOC ha apostado por impulsar su área formativa con el objetivo de apoyar a las empresas en la formación de profesionales

Logros 2021

7.500

Profesionales formados de un total de 2700 empresas

26

Programas de formación In Company, con la participación de 560 profesionales

2.800

Asistentes a las 37 Jornadas Temáticas organizadas on y *offline*

2.500

Profesionales de 1.000 pymes participantes en las actividades formativas

30

Profesionales certificados en los programas avanzados de las áreas de Shopper&Category Management, Lean Logistics Management y EDI

98,5%

De los asistentes valora positivamente las actividades formativas de AECOC

110

Sesiones online diseñadas especialmente para pymes

33

Asistentes a los seminarios internacionales

Puntos de encuentro

AECOC organiza una veintena de Puntos de Encuentro que se han consolidado como el espacio de análisis de las tendencias de los distintos sectores

A lo largo del año, AECOC organiza una veintena de Puntos de Encuentro que se han consolidado como el espacio de análisis de las tendencias de los distintos sectores que forman parte de la Asociación y de reunión para los profesionales de las diferentes áreas de trabajo dentro de las empresas.

En 2021 se recuperó la presencialidad de buena parte de los congresos, mientras que se mantuvo el formato virtual para los encuentros que mejor se adaptan a esta modalidad y para los momentos en que la situación sanitaria desaconsejaba las reuniones presenciales.

Los Puntos de Encuentro de AECOC en 2021, en datos:


20

congresos celebrados

 **6.800** profesionales inscritos de  **1.850** empresas

12

congresos presenciales

 que reunieron a **3.400** profesionales

8

congresos online

 con la participación de **3.400** profesionales



Eventos sectoriales

En 2021, la Asociación celebró los siguientes encuentros:

Sectoriales:

Congreso de Productos Cárnicos y Elaborados
 Congreso del Sector Salud (Online)
 Congreso Horeca
 Congreso de Frutas y Hortalizas
 Congreso de Productos de Mar
 Congreso de Ferretería y Bricolaje
 Congreso de Bienes Tecnológicos de Consumo
 Congreso de Gran Consumo

Temáticos:

Congreso de Seguridad Alimentaria y Calidad (Online)
 Congreso de Desarrollo Sostenible (Online)
 Congreso de Distribución Urbana (Online)
 Congreso de Estrategia Comercial y Marketing (Online)
 Punto de Encuentro contra el Desperdicio Alimentario
 Trend Builders (Online)
 Congreso de Prevención de la Pérdida
 Congreso de Supply Chain (Online)
 Congreso de Administración Comercial (Online)
 Foro Nacional del Transporte

Asamblea General

En 2021, AECOC recuperó la presencialidad para la celebración de la Asamblea General de asociados. El encuentro, en el que anualmente se rinde cuentas de los resultados alcanzados en el pasado ejercicio y se presentan los principales proyectos del año en curso, reunió a 120 directivos de destacadas empresas del sector.

La Asamblea General de 2021 ratificó el relevo en la presidencia de AECOC. Tras 10 años al frente de la organización, Francisco Javier Campo pasó el relevo al CEO del Grupo Nueva Pescanova, Ignacio González. Javier Campo mantiene su vinculación con AECOC, ahora como vicepresidente de la Asociación.

En su primer discurso como presidente de AECOC, Ignacio González agradeció la confianza mostrada por los asociados y por Javier Campo, y marcó como objetivo de su presidencia “mantener a AECOC como referente mundial dentro de las asociaciones empresariales y seguir trabajando por la unidad de acción para poner al Gran Consumo en el lugar que se merece”.



Congreso AECOC

En 2021, AECOC recuperó el formato habitual de su principal Punto de Encuentro anual: **el Congreso AECOC de Gran Consumo**.

Tras un 2020 en el que el evento se tuvo que celebrar con un programa de una sola mañana y con un aforo reducido, la 36ª edición del Congreso AECOC volvió a su formato de doble jornada y reunió en el Auditorio Fòrum CCIB de Barcelona a 950 asistentes.

El congreso convocó a empresarios y altos directivos de las principales compañías de la industria y la distribución en un encuentro en el que expertos y dirigentes de empresas líderes aportaron su visión sobre las tendencias que están marcando el sector, como la sostenibilidad, la digitalización o los cambios en los hábitos de consumo provocados por la crisis sanitaria.

El principal Punto de Encuentro de los directivos del Gran Consumo.

El mejor escenario para el análisis, la reflexión y el intercambio de opiniones sobre la actualidad y los retos del sector.

La mejor visión nacional e internacional de la actualidad y las tendencias del sector.



El 36º Congreso AECOC de Gran Consumo

Reivindicó su papel de principal punto de encuentro del sector y fue el evento que permitió el reencuentro de directivos y empresas después de un 2020 marcado por las restricciones sanitarias.

Más de 950 altos directivos del gran consumo se reunieron en el congreso para analizar el nuevo escenario creado por la pandemia y los retos de futuro que tiene que encarar un sector que aporta más del 20% del PIB nacional.

ESTAR. ESTAR. Y ESTAR.



Comunicación, marketing y publicaciones

Las áreas de comunicación, marketing y publicaciones de AECOC coordinan las acciones de la Asociación destinadas a ganar visibilidad ante los medios de comunicación, empresas asociadas y la sociedad, con el objetivo de reforzar su reputación corporativa.

Con este objetivo, el área de comunicación dirige las actividades del gabinete de prensa, y las áreas de marketing y de publicaciones lideran la información dirigida a las empresas asociadas a través de comunicación online y una amplia línea editorial:

En 2021



7.577

**Apariciones en
prensa**



12

Revistas

1

Libro publicado



**Newsletters
sectoriales**

a las más de

31.000

empresas
asociadas, en
función de sus
áreas de interés

Aecoc en los medios

En 2021, AECOC sumó más de 7.500 apariciones en medios de comunicación. Con estas acciones, la Asociación ha puesto en valor el trabajo realizado por el gran consumo durante la crisis sanitaria, ha mostrado los retos y tendencias a los que se enfrenta el sector y ha destacado el camino que está siguiendo toda la cadena de valor en cuestiones como la diversidad, la sostenibilidad y la innovación.

TALENTO FEMENINO PARA INNOVAR EN ALIMENTACIÓN

Las mujeres de las carreras de Ciencias cobran cada vez más protagonismo en el gran consumo. Aecoc ha firmado un acuerdo con el Ministerio de Educación para fomentar que las niñas y jóvenes apuesten por ello de cara a su futuro.



- 1 ¿Cómo se puede incentivar a las niñas y a las jóvenes para que apuesten por la ciencia?
- 2 ¿Qué dificultades hay todavía para desarrollar una carrera profesional de este tipo?
- 3 ¿Qué consejo les darían a las futuras investigadoras?



1 Desde mi experiencia en el sector de la alimentación, creo que es importante que las niñas y jóvenes tengan un modelo de mujer científica que les inspire y les muestre que es posible seguir esta carrera profesional. Además, creo que es importante que se les enseñe a pensar de forma crítica y a resolver problemas de forma creativa.



2 Creo que lo más difícil es encontrar un buen modelo de mujer científica que les inspire y les muestre que es posible seguir esta carrera profesional. Además, creo que es importante que se les enseñe a pensar de forma crítica y a resolver problemas de forma creativa.



1 Creo que lo más importante es que las niñas y jóvenes tengan un modelo de mujer científica que les inspire y les muestre que es posible seguir esta carrera profesional. Además, creo que es importante que se les enseñe a pensar de forma crítica y a resolver problemas de forma creativa.



2 Creo que lo más importante es que las niñas y jóvenes tengan un modelo de mujer científica que les inspire y les muestre que es posible seguir esta carrera profesional. Además, creo que es importante que se les enseñe a pensar de forma crítica y a resolver problemas de forma creativa.



3 Creo que lo más importante es que las niñas y jóvenes tengan un modelo de mujer científica que les inspire y les muestre que es posible seguir esta carrera profesional. Además, creo que es importante que se les enseñe a pensar de forma crítica y a resolver problemas de forma creativa.



1 Creo que lo más importante es que las niñas y jóvenes tengan un modelo de mujer científica que les inspire y les muestre que es posible seguir esta carrera profesional. Además, creo que es importante que se les enseñe a pensar de forma crítica y a resolver problemas de forma creativa.



2 Creo que lo más importante es que las niñas y jóvenes tengan un modelo de mujer científica que les inspire y les muestre que es posible seguir esta carrera profesional. Además, creo que es importante que se les enseñe a pensar de forma crítica y a resolver problemas de forma creativa.

Reivindicamos el papel del gran consumo en la recuperación

Ignacio González "Reivindicamos el papel del gran consumo en la recuperación"



Coronavirus: La gran distribución pide que se vacine a sus 2,3 millones de empleados



Recuperar la confianza y dinamizar la economía



Premios de Periodismo AECOC por la Competitividad Empresarial

En 2021, AECOC organizó la 10ª edición de sus Premios de Periodismo por la Competitividad Empresarial, que reconocen la labor de los medios de comunicación a la hora de impulsar un modelo económico, social y empresarial basado en la transparencia, eficiencia y competitividad.

El periodista de Expansión, **Víctor Martín Osorio**, fue el ganador de la edición de 2021 de los Premios de Periodismo AECOC por su artículo **'Las empresas que apuestan por los pueblos de España'**.

El jurado del X Premio de Periodismo AECOC por la Competitividad Empresarial destacó el enfoque de un reportaje que pone en valor la labor de las empresas del sector agroalimentario en la creación de empleo y su arraigo en las zonas más despobladas del país.



Publicaciones

AECOC pone al alcance de todos sus asociados información de valor sobre tendencias nacionales e internacionales, actualidad y evolución de sus sectores y líneas de actividad a través de sus publicaciones, que aportan herramientas a las empresas para ser más competitivas.



Código 84:

Publicación de referencia entre los profesionales de gran consumo que trata los temas que marcan la actualidad y tendencias del sector y entrevista a sus principales figuras

TDN Tendencias de Negocio:

Con foco internacional, ofrece una visión estratégica y de vanguardia sobre el mundo de los negocios

AECOC

03

—

Áreas de actividad

Estándares de identificación y comercio electrónico

La transparencia, la eficiencia y la digitalización son pilares en la misión de AECOC. Las herramientas de la Asociación ponen a disposición de las empresas plataformas que se apoyan en el uso de los estándares AECOC/GSI para el intercambio de datos, documentos e imágenes y para ofrecer información sobre sus productos a los consumidores.

AECOC ACTIVATE

Gestión de los códigos de barras

- Registro de códigos GTIN (EAN) de producto asignado
- Creación de los códigos de barras, acorde con los estándares internacionales de GSI
- Descarga de las imágenes de los códigos
- Entrada en el Registro Global de GSI para la protección de la marca y reducir la posibilidad de falsificación

AECOC EDI

Pedido, factura y albarán en un click

- Solución para pymes para uso de la factura electrónica y generación de códigos de barras
- Sin coste ni impacto en los procesos de las empresas

AECOC MEDIA

Intercambio de información para el punto de venta y el comercio electrónico

- Intercambio de información para el punto de venta y *e-commerce*
- Espacio único para disponer de toda la información sobre sus productos y compartirla para la venta a través de todos los canales

AECOC DATA

El catálogo centralizado de datos de producto

- Sincronización de datos de productos
- Facilita a proveedores y clientes compartir toda la información necesaria de una forma estandarizada, segura y garantizando unos altos niveles en calidad de datos.
- Más de 4.000 empresas usuarias

AECOC TRADE

Un escaparate comercial para descubrir empresas y productos

- Plataforma digital para mostrar información clave de empresas y productos de alimentación, bebidas y productos frescos
 - Comunicación ágil de los fabricantes con distribuidores y consumidores
-

AECOC CALIDAD

Información técnica de producto de una forma segura y fiable

- Plataforma para compartir información técnica de producto a lo largo de toda la cadena de valor
 - Intercambio seguro de la información relacionada con seguridad y calidad de los productos entre fabricantes, distribuidores y operadores del sector alimentación y restauración
-

AECOC TRANSP

Intercambio documental para el transporte de mercancías

- Plataforma *online* para que cargadores, transportistas y operadores logísticos compartan información sobre el cumplimiento de los requerimientos documentales para el transporte de mercancías (licencias de transporte, seguro de mercancías, certificados de Seguridad Social, ITVs,...)
 - 2500 empresas de transporte
-

FTRACE

Información directa sobre el fabricante

- Plataforma en la que productores y comerciantes suministran información sobre los orígenes, el procesamiento y la calidad de sus productos de marca.
 - Acceso de la información al consumidor y capacidad de seguimiento de los productos
-

ESCAN

El canal de comunicación entre las marcas y el consumidor

- Servicio al consumidor para el acceso a la información detallada de un producto escaneando el código de barras

Transformación Digital

AECOC apuesta por la formación y el asesoramiento a las empresas para ayudarlas a afrontar su transformación digital, con una oferta especialmente dirigida a responder a las necesidades de las pymes y evitar que se produzca una brecha digital.

Las formaciones y programas de asesoramiento dotan a las empresas de herramientas para:



Vender
en marketplaces



Mejorar
su presencia digital



Ganar
visibilidad en redes sociales



Líneas de trabajo 2021

Formación:

En 2021 se realizaron 35 actividades formativas relacionadas con la transformación digital de las empresas, con 1.216 asistentes de 682 compañías. Entre las formaciones realizadas destacan:

- Jornada sobre la implementación de la nueva Directiva de Pagos Digitales, con 49 participantes
- Taller *online* para la implementación de Whatsapp Business desde cero, enfocado para las pymes, con 51 participantes

Marketplaces:

Colaboración con los principales actores online para mejorar las competencias digitales de las empresas:

- Formaciones paquetizadas ofrecidas por AECOC en colaboración con Google
- Formaciones para mejorar los resultados de ventas en Amazon, Aliexpress, ManoMano y Whatsapp

Alianzas:

Colaboración con la escuela de formación de Amazon, Amazon Despega.

Pymes:

Apoyo a las pequeñas y medianas empresas en su trabajo por ganar visibilidad ante la distribución tradicional y online.

En 2021 se realizaron 35 formaciones relacionadas con la transformación digital, con 1.216 asistentes

-



Innovación abierta y colaborativa

La misión del área de Innovación de AECOC es identificar nuevas tendencias y actuar como facilitador de la innovación en las empresas, abordando grandes retos sectoriales en colaboración con todo el ecosistema de innovación. En 2021, AECOC lanzó su Plataforma de Innovación Abierta y Colaborativa (PIA), que facilita la colaboración entre empresas y ecosistemas de innovación – *startups*, aceleradoras, centros tecnológicos y otros facilitadores de la innovación– para encontrar soluciones innovadoras, eficientes y sostenibles a los retos del gran consumo y del sector Horeca.

La propuesta de valor se completa con el AECOC Innovation Hub, un observatorio para facilitar a las empresas información actualizada sobre las tendencias y tecnologías que están marcando el gran consumo.



Líneas de trabajo 2021

Plataforma de Innovación Abierta y Colaborativa (PIA):

El proyecto PIA nace con la ambición de ser el referente de la innovación abierta y de la colaboración entre empresas de gran consumo y Horeca. La iniciativa ofrece un punto de encuentro y colaboración entre las empresas asociadas y el ecosistema emprendedor.

Trend Builders:

En 2021 se celebró la sexta edición de Trend Builders, el punto de encuentro entre profesionales del gran consumo, Horeca y *retail* con *startups* y ecosistemas de innovación. El evento se celebró en formato digital y fue el escaparate de cerca de 40 startups nacionales e internacionales.

Oficina de Proyectos para el fomento de la innovación:

Los Fondos Next Generation ofrecen nuevas oportunidades para avanzar hacia un modelo productivo innovador y sostenible, y AECOC quiere jugar un rol clave en este nuevo contexto. La Oficina de Proyectos para el Fomento de la Innovación se marca como objetivo facilitar que las ayudas lleguen a las empresas, especialmente a las pymes.

El equipo de la Oficina de Proyectos de AECOC da soporte a las empresas en los siguientes procesos:

- Información sobre convocatorias relacionadas con los Fondos Next Generation
- Asesoramiento a las empresas
- Identificación de proyectos y encaje con las ayudas disponibles
- Asistencia documental
- Seguimiento de los proyectos presentados

La Oficina de Proyectos para el Fomento de la Innovación tiene como objetivo facilitar el acceso de las pymes a los Fondos Next Generation

Respuestas innovadoras a los retos del sector

El programa PIA AECOC lanzará retos periódicos con el objetivo de descubrir a la *startups* más disruptivas del momento, con proyectos capaces de dar respuesta a los desafíos del gran consumo y del sector Horeca

El modelo colaborativo del PIA trata de aportar soluciones rápidas, eficientes y con un nivel de riesgo controlado a los retos planteados por las empresas participantes en el proyecto.

El proyecto cuenta con un Steering Commite formado por 13 empresas líderes en el ámbito de la innovación abierta:



Fondos Next Generation: hacia una economía más innovadora y sostenible

Además de la creación de la Oficina de Proyectos para el Fomento de la Innovación, en 2021 AECOC presentó a las administraciones Manifestaciones de Interés en las que identificó los proyectos y estrategias innovadoras y sostenibles en los ámbitos de desperdicio alimentario y descarbonización de la logística y el transporte.

Programa integral para una logística sostenible y conectada: el proyecto propone la puesta en marcha de un conjunto de inversiones que contribuyen a la descarbonización de la logística, como la renovación del parque de vehículos, la digitalización de los procesos logísticos, la renovación de los elementos de almacenaje y la implantación de sistemas de eficiencia energética.

Proyecto de digitalización de la cadena de valor para la reducción del desperdicio alimentario: la iniciativa plantea la aplicación de soluciones digitales e innovadoras para la prevención y gestión del desperdicio alimentario.

Prioridades 2022 Innovación abierta y colaborativa



Acercar

A las empresas las tendencias de mayor impacto en sus negocios a través de puntos de encuentro en los que descubrir casos de éxito e intercambiar impresiones con profesionales del sector.



Canalizar

Las ayudas destinadas a proyectos innovadores, especialmente de pymes, en el marco de los Fondos Next Generation. Las principales líneas de trabajo serán:

- Digitalización
- Transición ecológica / Sostenibilidad
- Internacionalización
- I+D



Consolidar

La Plataforma de Innovación Abierta de AECOC como espacio de referencia en la colaboración entre empresas asociadas y el ecosistema emprendedor. El proyecto abordará estos grandes retos sectoriales:

- Innovación en sostenibilidad: economía circular, ecodiseño, nuevos materiales, reutilización de envases, etc.
- Digitalización de la cadena de valor
- Transformación del consumidor y experiencia de compra
- El *retail* y la restauración del futuro



AECOC INNOVATION HUB

El área de innovación de AECOC ofrece el AECOC Innovation Hub como observatorio de tendencias, tecnologías de acceso gratuito para todos los socios a través de la web de AECOC y de las *newsletters* mensuales.

AECOC también apuesta por la difusión y alcance de los contenidos sobre tendencias e innovación a través de las sesiones Innoshot, la publicación de informes temáticos, el congreso Trend Builders y los International Trainings, que permiten conocer las estrategias más innovadoras puestas en marcha en mercados internacionales.

Estrategia Comercial y Marketing

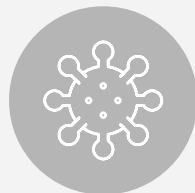
El área de Estrategia Comercial y Marketing, en coordinación con el comité sectorial, lidera proyectos que ponen a disposición de las empresas conocimiento, metodologías y herramientas para vender más y mejor, satisfaciendo las necesidades del consumidor de forma eficiente y sostenible.

Líneas de trabajo 2021

En 2021, el Comité de Estrategia Comercial y Marketing impulsó nueve líneas de trabajo para ayudar a las empresas a crear valor en el contexto de incertidumbre provocado por la pandemia a través de la difusión de conocimiento, buenas prácticas, metodología y puntos de encuentro:

Tendencias de mercado, consumo y compra:

Desde el inicio de la pandemia, la plataforma de análisis del consumidor, AECOC Shopperview ha puesto a disposición de las empresas casi **20 investigaciones** centradas en la evolución del comportamiento del consumidor en diferentes sectores. Las sesiones organizadas para dar a conocer los resultados de estos informes han reunido a **más de 3.500 asistentes**.



BARÓMETRO Consumo y compra dentro y fuera del hogar durante el COVID-19:

En 2021 se presentaron tres nuevas ediciones del informe que analiza los cambios producidos durante la pandemia en el consumidor y su repercusión en el comportamiento de compra y las implicaciones en la demanda en el actual contexto de incertidumbre y volatilidad.



BARÓMETRO Los momentos de consumo dentro y fuera del hogar:

Las dos ediciones publicadas en 2021 del informe analizan las nuevas formas de alimentarse del consumidor, el impacto que los cambios de hábito tienen en la cesta de la compra y la naturaleza del gasto de los hogares.



El pulso del sector:

Con el objetivo de adelantar los movimientos y tendencias del mercado, el Comité de Estrategia Comercial y Marketing ha lanzado varios sondeos que anticipan las previsiones, expectativas, retos y apuestas de las empresas. Los sondeos han contado con la participación de más de un centenar de compañías.

Innovación:

Puesta en marcha de un Grupo de Trabajo para crear una guía para el impulso de la innovación entre fabricantes y distribuidores. El proyecto busca la generación de innovación eficiente con conocimiento, metodología y mejoras para ayudar al conjunto del sector a incrementar la ratio de éxito de sus lanzamientos al mercado de nuevos productos y servicios.

Gestión por categorías omnicanal:

Creación de la metodología 'Recomendaciones AECOC' para el desarrollo eficiente de las categorías en el entorno omnicanal con el objetivo de hacer crecer las ventas. El proyecto se basa en la difusión de casos de éxito nacionales e internacionales y ha impulsado una línea formativa que ya ha ayudado a más de 400 profesionales de 125 empresas a adoptar esta metodología de trabajo para la integración de los canales *online* y *offline*.

Data Analytics:

Desarrollo de formaciones en Data Analytics para iniciar a las empresas en la explotación de datos de *sell-out* para conseguir vender más conjuntamente con la distribución. Los programas formativos en análisis de datos han llegado a 500 profesionales de más de 200 empresas.

Visión 360:

Lanzamiento de puntos de encuentro dirigidos a profesionales de las áreas de comercial y logística para desarrollar estrategias conjuntas que permitan a las empresas ser más competitivas y eficientes en sus operaciones. En 2021, más 170 profesionales de 45 empresas participaron en estos puntos de encuentro.

Sostenibilidad:

Monitorización desde el Comité de Estrategia Comercial y Marketing de los avances en temas de sostenibilidad y su impacto en las decisiones comerciales para activar líneas de trabajo.

El área ayuda a las empresas a crear valor a través de la difusión de estudios, buenas prácticas, metodología y puntos de encuentro

—



Punto de encuentro Estrategia Comercial y Marketing:

Celebración del 26° Congreso de Estrategia Comercial y Marketing, por segundo año en formato *online* y con un alcance de más de 400 asistentes. El punto de encuentro virtual facilitó a fabricantes y distribuidores compartir y debatir sobre las prioridades del sector y las principales líneas de trabajo en un momento tan excepcional como el de la pandemia.

El congreso puso a disposición de los participantes los 'Encuentros con la Distribución', salas virtuales en la que directivos comerciales, de compras y marketing de las empresas líderes de la distribución nacional respondieron a las preguntas de los proveedores.



El 26° Congreso de Estrategia Comercial y Marketing se celebró en formato *online* y tuvo más de 400 asistentes.

Capacitación:

La oferta formativa impulsada en 2021 desde el área de Estrategia Comercial y Marketing ha llegado a más de 1.700 profesionales. AECOC lidera programas de capacitación en Gestión de Clientes, Activación Comercial y Desarrollo por Categorías. En paralelo, cuenta con la colaboración de ponentes de excepción para sus programas sobre Shopper & Category Management.

En 2021 también se celebraron diez jornadas temáticas online adaptadas a la coyuntura creada por la pandemia. Entre ellas, destacan:


- 7º Encuentro de dirección comercial y supply chain
- 2º Punto de encuentro de Data Analytics
- 5º Encuentro de Perspectivas en Perfumería y Cosmética
- 11ª Jornada de Shopper Marketing
- Jornada de Perspectivas en Gran Consumo 2021

Facilitar la implementación:

Realización del Benchmarking 'Comercial y Punto de Venta' y generación de conocimiento a través del Barómetro OSA

Prioridades 2022 Estrategia Comercial y marketing

Monitorizar el mercado y ayudar a las empresas a **anticipar escenarios**



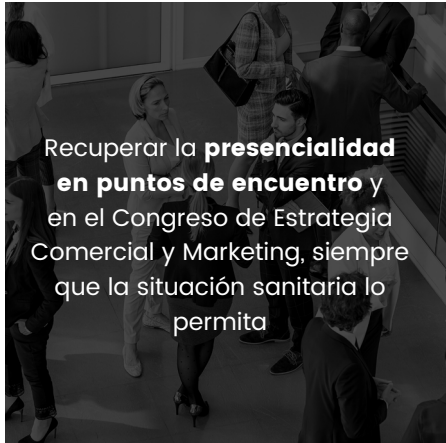
Detectar, anticipar e interpretar los **cambios en el comportamiento del shopper**

Poner en valor **la innovación como palanca de crecimiento** en el sector



Generar **documentos de recomendación y difundir casos de éxito** en Data Analytics, Gestión por categorías omnicanal y Visión 360°, para el trabajo conjunto entre las áreas de comercial y supply chain

Monitorizar **la evolución** de los temas relacionados con la **sostenibilidad** para medir su impacto en el consumidor y en las áreas comerciales



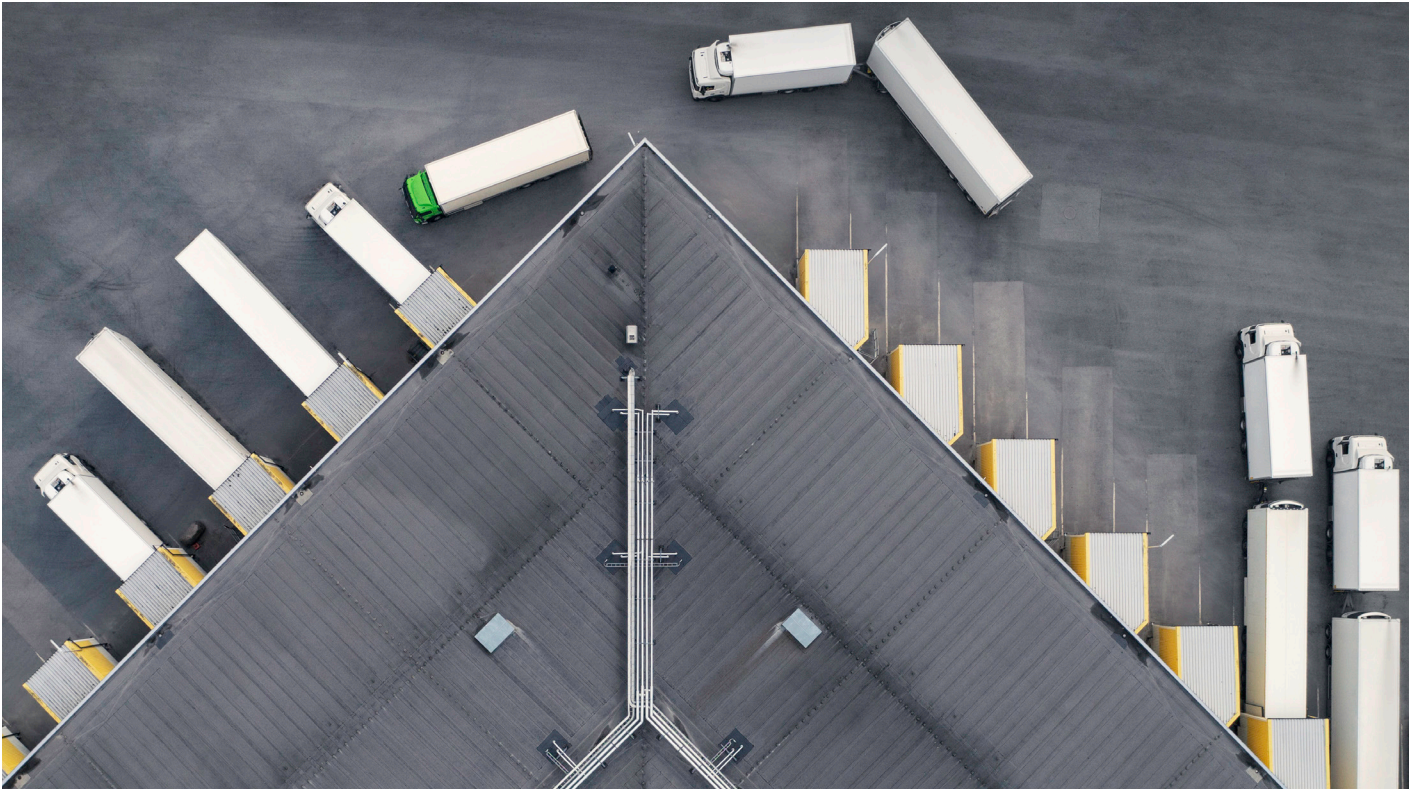
Recuperar la **presencialidad en puntos de encuentro** y en el Congreso de Estrategia Comercial y Marketing, siempre que la situación sanitaria lo permita

Dotar de herramientas, metodologías y servicios a las empresas para que puedan **adaptarse a la situación actual** a través de formaciones online, foros de reflexión y conocimiento, y desarrollo de los proyectos de análisis del sector, como el Benchmarking y Barómetro OSA

Incrementar el alcance de las acciones del área entre los socios, especialmente entre las pymes

Logística y transporte

AECOC lleva más de 25 años trabajando para ayudar a impulsar una cadena de suministro más eficiente, competitiva y sostenible. Para ello, impulsa recomendaciones logísticas y difunde entre las empresas buenas prácticas basadas en la colaboración de todos los agentes de la cadena de valor.



Líneas de trabajo 2021

Eficiencia y competitividad de la cadena de suministro:

- Seguimiento y posicionamiento en las negociaciones del Real Decreto del Transporte.
- Impulso de los Grupos de Trabajo para la digitalización del sector y para el transporte de temperatura controlada.
- Desarrollo de la Nota Técnica CAE en el Transporte.

Gestión del conocimiento

- Lanzamiento de cinco *webinars* especializados en digitalización, sostenibilidad y mejora continua en el transporte con la participación de 225 profesionales de empresas cargadoras, transportistas y operadores logísticos.
- Lanzamiento de cuatro cursos *online* y un programa avanzado con la participación de 43 profesionales del sector.
- Celebración de seis jornadas profesionales sobre *supply chain*, movilidad eléctrica, transporte de temperatura controlada, mejora continua y sostenibilidad con cerca de 900 asistentes.
- Celebración del Congreso Smart Distribution en formato *online*, con 230 asistentes.
- Celebración del 11º Congreso de Supply Chain en formato presencial, con 280 asistentes.
- Celebración del 20º Foro Nacional de Transporte en formato presencial, con 260 asistentes.
- Publicación de los estudios 'Previsión de la demanda en tiempos de incertidumbre desde el punto de vista comercial y supply chain', 'Perspectivas para la Logística y el Transporte en el sector del Gran Consumo', 'Barómetro Lean & Green' y 'Barómetro OSA'.
- Publicación y presentación de 'El Libro Blanco de la Logística', con análisis de 29 directivos del sector .

El Libro Blanco
de la Logística



Lean&Green: hacia la descarbonización de la logística



AECOC lidera en España Lean&Green, la mayor plataforma europea de colaboración destinada a reducir las emisiones de gases de efecto invernadero en los procesos logísticos.

Las empresas que se adhieren al proyecto se comprometen a reducir las emisiones de CO2 en un 20% en un plazo máximo de 5 años.

El proyecto cerró 2021 con 85 miembros y se consolida como el tercer país de Europa que más empresas aporta al proyecto, tras Holanda y Bélgica.

Desde su puesta en marcha en 2012, el proyecto ha alcanzado hitos relevantes como:

- Reducción media del 20% de las emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI).
- Ahorro en la emisión de 7 millones de toneladas de CO2.



Smart Distribution

El área de Smart Distribution de AECOC lidera el diálogo con administraciones públicas y empresas para acometer la transformación en la distribución urbana de mercancías desde una visión sostenible, eficiente y enfocada a resolver las necesidades del consumidor.

Líneas de trabajo 2021

Gestión del conocimiento:

- Celebración en formato online del Congreso AECOC de Smart Distribution, con 238 asistentes
- Publicación de los estudios 'La energía eléctrica en el transporte de mercancías' y 'Zonas de bajas emisiones'
- Celebración de las jornadas 'Energía Eléctrica en la DUM' y 'Movilidad de Transporte Sostenible', con 260 empresas inscritas, 30 ayuntamientos y 780 asistentes
- Participación en jornadas y congresos organizadas por administraciones públicas y organizaciones representantes del transporte urbano de mercancías
- Colaboración con la Federación Española de Municipios (FEMP) en la publicación de la 'Guía de Implantación Zonas de Bajas Emisiones'
- Colaboración con la DGT en la publicación de la 'Guía de recomendaciones para una DUM sostenible' y 'Flota segura y digital'

Colaboración público-privada:

- Presentación a 19 ayuntamientos del proyecto DUM Smart Distribution de AECOC
- Realización de tres *workshops* de trabajo con los ayuntamientos de Madrid, Zaragoza y Bilbao
- Firma del convenio de colaboración con el ayuntamiento de Ciudad Real para el impulso de nuevos modelos de distribución urbana de mercancías en el municipio
- Acción institucional con el Ministerio de Transporte y los ayuntamientos de Madrid, Barcelona y A Coruña para el diseño de diversas iniciativas legislativas

El área acompaña a empresas y administraciones en el diseño de estrategias de distribución urbana sostenibles y eficientes

-

Prevención de la pérdida

Desde el área de Prevención de la Pérdida Desconocida, AECOC trabaja para ayudar a las empresas a reducir el impacto en sus negocios de los hurtos comerciales y los errores administrativos; problemas que suponen importantes costes económicos y de recursos y que restan competitividad a las compañías.

Anticipación y adecuación

Al marco regulatorio que afecte al hurto comercial.

Consolidación del protocolo

De denuncias *in situ* del Ministerio de Interior, en estrecha colaboración con la Policía Nacional y la Guardia Civil.

Puesta en marcha

Del proyecto de denuncias *in situ* de la Ertzaintza en el País Vasco

Seguimiento del reglamento

De seguridad privada e implicaciones para el sector

Celebración de la jornada

Online 'Denuncias In Situ', con 80 asistentes

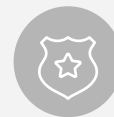
Celebración del Congreso

De Prevención de la Pérdida 2021, con 82 asistentes, con una presencia del 82% de los miembros del Comité AECOC de Prevención de la Pérdida Desconocida.

Prioridades 2022



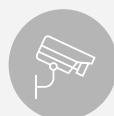
Anticipación y adecuación al marco regulatorio que afecte al hurto comercial.



Consolidación del **protocolo de denuncias *in situ*** del Ministerio de Interior, en estrecha colaboración con la Policía Nacional y la Guardia Civil.



Elaboración de dos estudios: **Pérdida en la Gran Distribución 2022 y Pérdida relacionada con las cajas de autopago.**



Tres jornadas para un total de 105 asistentes. sobre **videovigilancia y reconocimiento facial, ciberseguridad y fraude online.**



Seguimiento de ECR Retail Loss, la comunidad profesional de prevención de la pérdida más importante de Europa.



Celebración del **Congreso de Prevención de la Pérdida 2022**, con 120 asistentes.

Prevención del desperdicio alimentario

A través del proyecto 'La Alimentación No Tiene Desperdicio', AECOC coordina a empresas, organizaciones y administraciones públicas para impulsar iniciativas y buenas prácticas que permitan reducir el desperdicio alimentario a lo largo de la cadena de valor y valorizar los excedentes alimentarios mediante la donación a entidades benéficas, la elaboración de co-productos, alimentación animal o la valoración energética, entre otras estrategias.

Desde su puesta en marcha en 2012, el proyecto de AECOC ha sumado a más de 715 empresas en la lucha contra el desperdicio alimentario.

Líneas de trabajo 2021

Indicadores de evolución:

Elaboración del cuestionario anual 'Evolución del desperdicio alimentario en la gran distribución en España'

Colaboración con bancos de alimentos y otras entidades benéficas:

Formación en seguridad alimentaria y manipulación de alimentos a los voluntarios de los bancos de alimentos de todo el país y otras ONG's

Divulgación y gestión del conocimiento a través de cuatro iniciativas:

- Celebración de la 4ª Semana contra el Desperdicio Alimentario
- Organización del IX Punto de Encuentro AECOC contra el Desperdicio Alimentario, con más de 150 asistentes
- Publicación de dos ediciones del libro 'Estrellas contra el desperdicio', con la participación de 30 chefs de estrella Michelin que invitan a reflexionar sobre el valor de los alimentos a través de recetas de aprovechamiento
- Difusión de 23 casos de éxito en la gestión del desperdicio alimentario a través de la web www.alimentacionsindesperdicio.com

Colaboración institucional y seguimiento legislativo

- Colaboración con la estrategia 'Más alimento, menos desperdicio', del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación
- Colaboración con más de 40 Ayuntamientos en el marco de la 4ª Semana contra el Desperdicio Alimentario
- Seguimiento y participación en las consultas de las iniciativas legislativas impulsadas tanto en el ámbito autonómico como nacional



Objetivos 2022 Prevención del Desperdicio Alimentario

Indicadores de evolución

Seguir midiendo el porcentaje de alimento que no es aprovechado

Colaboración con bancos de alimentos y otras entidades benéficas

Manteniendo el programa de formación de los voluntarios de los bancos de alimentos de todo el país y otras ONG's

Divulgación y gestión del conocimiento a través de tres acciones principales:



Celebración de la 5ª Semana contra el Desperdicio Alimentario



Organización del X Punto de Encuentro AECOC contra el Desperdicio Alimentario



Difusión de las buenas prácticas llevadas a cabo por las empresas del sector en la gestión del desperdicio alimentario en la web www.alimentaciónsindesperdicio.com

Colaboración institucional y seguimiento legislativo:

- Colaboración con la Estrategia del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, "Más alimento menos desperdicio".
- Seguimiento y participación en las consultas de las iniciativas legislativas impulsadas tanto en el ámbito autonómico como nacional.

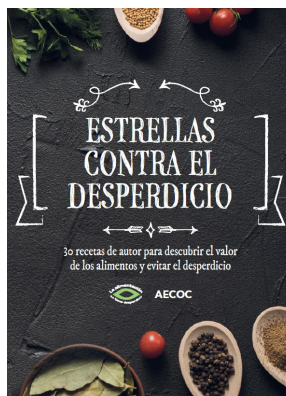
Evolución del desperdicio alimentario

Desde el proyecto 'La alimentación no tiene desperdicio', AECOC analiza anualmente la evolución del desperdicio alimentario del producto puesto a la venta por la gran distribución. Los indicadores, elaborados con la participación de los distribuidores líderes del país, confirman que las medidas adoptadas por las empresas están dando como resultado una reducción muy significativa del desperdicio en los puntos de venta.

Estrellas contra el desperdicio

En 2021, AECOC reunió a 30 chefs con Estrella Michelin para la publicación de 'Estrellas contra el desperdicio', un libro solidario en el que los principales referentes de la restauración en España comparten recetas que invitan a la reflexión sobre el valor de los alimentos y la importancia de no desperdiciarlos.

El libro es una llamada a la colaboración, ya que los beneficios obtenidos con su venta se donarán a la Federación Española de Bancos de Alimentos (FESBAL) para la compra de alimentos. En 2021 se agotaron los primeros 500 ejemplares del libro y, actualmente, está a la venta la segunda edición.



*Libro Estrellas
Contra el Desperdicio*

4ª Semana contra el Desperdicio Alimentario

Desde hace cuatro años, AECOC lidera la campaña 'La Semana Contra el Desperdicio Alimentario', que tiene como objetivo el impulso de actividades dirigidas a la sensibilización de la sociedad en la lucha contra el desperdicio alimentario.

Además de las campañas de cartelería en tiendas, difusión de mensajes a través de las redes sociales de las empresas y actividades en empresas y escuelas, una de las iniciativas de más impacto fue la celebración de 'La Marea Verde Contra el Desperdicio', que tiñó de este color los edificios y fuentes más emblemáticas de más de 40 ayuntamientos de toda España.

Seguridad Alimentaria y Calidad

El congreso convocó a 300 empresarios y altos directivos de las principales compañías de la industria y la distribución

Desde este área, AECOC trabaja para optimizar todas las actividades y relaciones entre los agentes de la cadena alimentaria, así como el resto de agentes de interés para abordar de forma coordinada y eficiente problemáticas transversales que pueden afectar tanto a la salud de los consumidores como a la percepción que éstos tienen sobre los alimentos que consumen y sus niveles de confianza.

Líneas de trabajo 2021:

Punto de Encuentro:

Celebración de la 18ª edición del Congreso de Seguridad Alimentaria y Calidad de AECOC. A causa de la situación sanitaria, el evento se celebró en modalidad *online* y reunió a 300 profesionales, consolidando así su posición como punto de encuentro de referencia en la materia.

Gestión del Conocimiento:

Organización de programas formativos en materia de información al consumidor y gestión de alertas y crisis alimentarias. Avance en la adaptación de las formaciones y actividades *In-Company* al canal *online* para llegar al máximo de profesionales del sector. A través de estos cursos, en 2021 se formó a cerca de 1.000 profesionales de empresas alimentarias.

Gestión de alertas:

Difusión y seguimiento de los protocolos de actuación marcados en la 'Guía Nacional de Gestión de Alertas', elaborada en 2020 en colaboración con el Órgano Permanente para la Seguridad Alimentaria (OPSA). En 2021 se realizaron las siguientes acciones:

- Difusión en coordinación con el OPSA de la guía
- Formación a más de 300 empresas a través de un webinar
- Seguimiento cualitativo del uso de la guía por parte de las empresas y de las autoridades competentes.

Nuevos etiquetados:

Seguimiento de la implantación del etiquetado Nutriscore en España. En 2021, el comité ha analizado los aspectos técnicos del etiquetado para llegar a un diagnóstico de consenso sobre su uso en el sector alimentario. En paralelo se ha seguido el posicionamiento de la administración española en relación a la regulación de los etiquetados frontales (FOP) para poder acompañar a las empresas en el momento de su implantación.

Regulación:

participación en el proceso de consulta pública sobre la modificación del Reglamento 1169/2011 sobre información al consumidor. Análisis de los distintos escenarios propuestos por la CE.

Prioridades 2022

Coordinación con las autoridades competentes en relación a la **implantación de un de un etiquetado frontal nutricional (FOP) en España**

Análisis de impacto de la propuesta definitiva de la CE para la Modificación del **Reg. 1169/2011** información al consumidor:

- Análisis de las implicaciones legales y operativas
- Difusión del conocimiento entre los socios de AECOC

Actualización del '**Libro Blanco de Atributos Diferenciados de Producto**' y definición de nuevas actividades o colaboraciones con *stakeholders*.

Desarrollo del proyecto '**Cultura en Seguridad Alimentaria**' dirigido a todos los socios AECOC. El programa consta de la recopilación de buenas prácticas y casos de éxito para su difusión, así como el desarrollo de actividades de formación y acompañamiento a empresas.

Actualización de la '**Guía de Gestión de Crisis AECOC**'

- Actualización de contenidos al nuevo escenario (crisis reales y crisis de percepción).
- Incorporación del papel de las redes sociales y anticipación de escenarios de riesgo



Sostenibilidad

Los sectores integrados en AECOC tienen un rol fundamental en el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) que marca la agenda de las Naciones Unidas, así como en el impulso de un modelo de crecimiento más respetuoso con el entorno social y medioambiental. Por ello, el área de sostenibilidad de AECOC, liderada por un comité multisectorial, trabaja para impulsar proyectos de colaboración, tanto entre empresas como con la administración.



Líneas de trabajo 2021

El Comité de Sostenibilidad de AECOC elaboró en 2021 un plan para el impulso de iniciativas de colaboración destinadas a avanzar en los siguientes ejes de trabajo:

Seguimiento legislativo y plan de relaciones institucionales en el marco de un modelo de colaboración público-privada para contribuir al cumplimiento de los ODS e impulsar un modelo de desarrollo sostenible.

En esta línea, destacan los proyectos relacionados con el Proyecto de Ley de Residuos y Suelos Contaminados y el Proyecto de Real Decreto de Envases y Residuos de Envases. AECOC ha impulsado iniciativas para analizar el impacto de estas normas sobre las empresas y ha propuesto a la administración alternativas para mitigar al máximo sus afectaciones sin alterar los objetivos marcados.

Asimismo, la Asociación ha difundido entre sus socios su análisis sobre el detalle de las regulaciones, su impacto y las implicaciones sobre la actividad de los asociados.

Publicación del informe 'Estrategias de sostenibilidad del Gran Consumo y sectores afines' que aporta información sobre la situación actual de las empresas en materia de sostenibilidad, identifica las mejores prácticas impulsadas por las empresas y analiza los logros conseguidos en las áreas de trabajo claves.

Coordinación con el grupo de trabajo multidisciplinar, con representantes del Comité AECOC de Sostenibilidad y del Comité AECOC de Carnes, con el objetivo de abordar el reto de la sostenibilidad en el cultivo de la soja destinada a la alimentación animal. El grupo analizó la dimensión actual de esta práctica para aportar transparencia sobre su origen

Difusión de la newsletter de sostenibilidad con el objetivo de dar a conocer las mejores prácticas de las empresas en esta materia.

Reducción de las emisiones de CO2 en el conjunto de la cadena de valor, tomando como referencia la iniciativa europea Lean & Green, que AECOC coordina en España.

Prevención y reducción del desperdicio alimentario a lo largo de toda la cadena de valor y, en estrecha colaboración con el Comité AECOC contra el Desperdicio Alimentario, que trabaja con ese objetivo principal desde 2012.

Prioridades 2022

A lo largo de 2022 se dará continuidad a las líneas de trabajo activadas los años anteriores, con especial foco en:



Seguimiento legislativo del Proyecto de Ley de Residuos y Suelos Contaminados y del Proyecto de Real Decreto de Envases y Residuos de Envases. Elaboración de un plan de relaciones institucionales y puesta en marcha de las iniciativas de formación y difusión destinadas a sensibilizar a los equipos de las propias compañías y a la opinión pública.



Realización del 'II Informe de Sostenibilidad del Gran Consumo y sectores afines' para medir la evolución de los aspectos prioritarios en sostenibilidad para las empresas.



Impulso de medidas destinadas a aportar transparencia sobre el origen de las materias primas empleadas, especialmente de la soja destinada a la alimentación animal, en colaboración con el Comité de Carnes.



Fomentar la innovación responsable y sostenible con foco en el ecodiseño, la economía circular y la reutilización de los envases.



Impulso de prácticas de impacto social positivo.



RESULTADOS DEL INFORME

'Estrategias de sostenibilidad del Gran Consumo y sectores afines'

El primer informe '**Estrategias de sostenibilidad del Gran Consumo y sectores afines**'

aporta datos para conocer el punto de partida de las empresas en materia de sostenibilidad, a la vez que establece indicadores que permitirán medir la evolución y proponer objetivos de mejora. Según el Informe:

81,4%

De las empresas cuenta con estrategias de sostenibilidad

25,8%

De reducción de emisiones de CO2 conseguida

58,2%

De la energía utilizada procede de fuentes renovables



III Congreso de Desarrollo Sostenible

En 2021, AECOC celebró, en colaboración con FIAB, la tercera edición del Congreso de Desarrollo Sostenible, un punto de encuentro especialmente creado para reflexionar sobre la necesidad de impulsar un modelo de desarrollo económico y social que atienda, al mismo tiempo, las necesidades de protección del medioambiente.

El encuentro constituye un foro anual de reflexión para que los principales agentes económicos y sociales del país puedan poner en común inquietudes y estrategias encaminadas a satisfacer las necesidades de nuestra generación sin comprometer las de generaciones futuras, alineando así su plan de acción con el de la Agenda 2030 aprobada por Naciones Unidas y sus Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Más de 300 profesionales de las principales empresas de gran consumo y sectores afines se reunieron de forma on-line, debido al COVID, en la tercera edición de este encuentro, dando clara muestra del interés y compromiso del sector con el impulso del desarrollo sostenible.

Gestión del talento, diversidad y empleabilidad

A través de los proyectos Universidad-Empresa y de Empleabilidad, AECOC conecta el talento juvenil con las empresas de gran consumo y otros sectores integrados en la Asociación. El área también trabaja por acercar la realidad empresarial al entorno académico y para mejorar la preparación y capacitación de los jóvenes.

Líneas de trabajo 2021

- Consolidación de la Comunidad Académica, formada por 69 centros universitarios, 83 empresas y 336 docentes.
- Ampliación del plan formativo ofrecido a la Comunidad Académica:
 - Más de 180 sesiones formativas realizadas, la mayoría en formato virtual
 - Desarrollo de iniciativas para el impulso de la Formación Profesional Dual dentro del marco de la Alianza por la FP Dual del Ministerio de Educación y FP
 - Diseño y difusión de material divulgativo sobre perfiles de FP demandados por el sector
 - Impulso del programa formativo de grado medio 'Técnico en comercialización de productos alimentarios' en modalidad dual
 - Celebración del Speed Job Dating, que conectó a 25 jóvenes con empresas del gran consumo para la realización de entrevistas rápidas e impulsar la empleabilidad juvenil. El proyecto recibió 268 candidaturas
- Celebración de la IX edición de los Premios Académicos, con 178 candidaturas recibidas. Un nuevo récord de participación en el proyecto
- Organización de la 4ª Jornada de Empleabilidad:
 - Presentación del 'Informe sobre el impacto del COVID-19 en el futuro del empleo y la gestión de RRHH'
 - Divulgación de las macro-tendencias que están impulsando el desarrollo de un nuevo panorama laboral
- Impulso de la captación del talento con la publicación de 90 ofertas de empleo disponibles para el pool de candidatos de AECOC
- Desarrollo de nuevas acciones para facilitar la captación de talento joven utilizando el big data en la detección de competencias y habilidades demandadas por las compañías.
- Lanzamiento del AECOC University Challenge, en el que las empresas lanzan desafíos a la comunidad académica para encontrar respuestas innovadoras



AECOC UNIVERSITY CHALLENGE

El lanzamiento en 2021 del programa **AECOC University Challenge** ha sido un hito en la relación universidad – empresa promovida por AECOC, pues es la **primera vez que se ofrece un programa de investigación y transferencia de conocimiento a nivel nacional, especializado en Gran Consumo y sectores afines**. La iniciativa alcanzó más del centenar de candidaturas que se pusieron a disposición de las empresas participantes, encargadas de elegir a su "solucionador", entre ellas. En la actualidad y hasta el cierre del programa en julio de 2022, cuenta con 8 equipos participantes. Cada uno de ellos está integrado por una empresa y una universidad que, conjuntamente, están resolviendo el desafío planteado por la compañía correspondiente. El programa es posible gracias al apoyo de 6 empresas mecenas:

Carrefour 



ifa

MAHOU
SANMIGUEL

GRUPO NUEVA
PESCANOVA



Prioridades 2022 Gestión del talento, diversidad y empleabilidad

Impulso de la diversidad (de género, intergeneracional, capacidades especiales, etc.) como elemento fundamental para la mejora competitiva de las empresas



Impulso a la alineación entre la investigación académica y la empresa, a través de proyectos conjuntos que faciliten el impulso a la competitividad desde la universidad



Impulso de la Formación Dual como clave para la mejora de la empleabilidad juvenil y de la mejora competitiva de las empresas



Colaboración con las administraciones y grupos de trabajo de otras entidades, como la Comisión de Educación y Formación de la CEOE, para seguir de cerca la regulación educativa y laboral y fomentar la empleabilidad juvenil



Mantener la colaboración con los Ministerios de Educación y Formación Profesional y de Universidades en el impulso y desarrollo de nuevas iniciativas de capacitación dirigidas a los futuros profesionales del sector del gran consumo

Refuerzo de la actividad formativa y de capacitación de calidad, dirigida a estudiantes y también a docentes en el marco de las actividades universidad-empresa



Promoción de puntos de encuentro entre el talento juvenil y las empresas para promover la empleabilidad, en el formato que las circunstancias permitan



Reconocimiento a la excelencia: Entrega de Premios Académicos 2021 y lanzamiento de la nueva convocatoria



Ampliar la participación en el Pacto del Gran Consumo por el Empleo Juvenil, que cuenta actualmente con 100 empresas adheridas



Difusión de las iniciativas del área a través de los medios de comunicación, de las redes sociales y de la *newsletter* para dar difusión a noticias del sector, bolsa de trabajo, eventos y actividades orientadas a las empresas asociadas y a la comunidad académica de AECOC

AECOC

04

—

Sectores de trabajo

Productos frescos

El área de Cadena Agroalimentaria de AECOC engloba los tres sectores de productos frescos:



Frutas y Hortalizas



Carnes



Productos del Mar

En este ámbito, trabaja para acercar soluciones, estándares y conocimiento a las industrias primarias con el objetivo de impulsar la eficiencia, la sostenibilidad y la competitividad de todos los eslabones de la cadena de valor.

Productos Frescos: Frutas y Hortalizas

Líneas de trabajo 2021

Conocimiento del consumidor y del mercado:

Publicación de la 2ª edición del estudio "Indicadores de Compra y Consumo de Frutas y Hortalizas" junto a AFCA (Asociación de Fabricantes de Cartón Ondulado)

Punto de encuentro:

Celebración del **23 Congreso AECOC de Frutas y Hortalizas**, que reunió en Valencia a casi 400 profesionales y directivos del sector para analizar los retos y oportunidades del sector en el escenario post-pandemia.



Formación:

A lo largo de 2021 se organizaron formaciones y jornadas dirigidas al sector:



Jornadas online:

- Claves del éxito de los Frescos en la Navidad 2020
- Encuentro con los *retailers* internacionales líderes en frescos



Jornadas Presenciales:

- Ametller Origen: el referente en productos frescos
- Perspectivas 2022 para los sectores de frescos



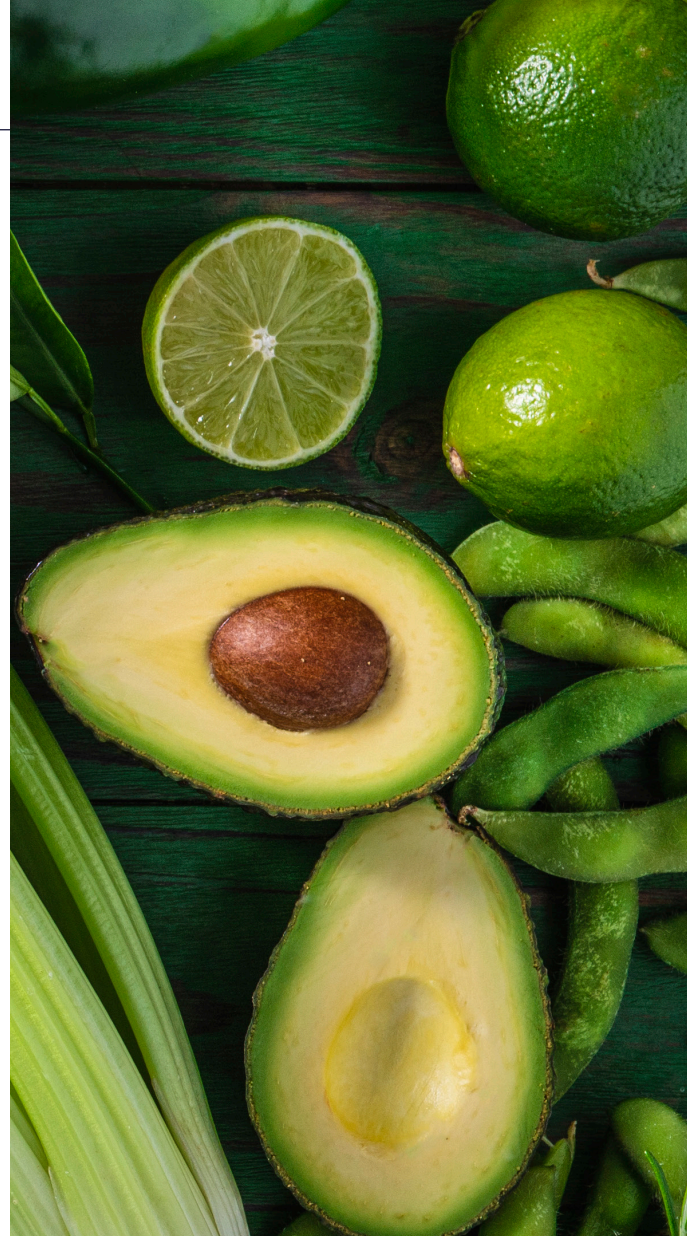
Cursos de capacitación de los profesionales del sector:

- Plan de activación comercial en productos frescos
- Key Account Manager en frescos
- Quién es Quién' en la distribución de productos frescos



International Training:

- En Portugal con empresas nacionales para conocer el mercado de frescos portugués.



Competitividad y buenas prácticas:

Realización del 'Benchmarking Tracking de Frutas y Hortalizas' para ayudar a fabricantes y distribuidores a mejorar en su nivel de servicio y relaciones comerciales.

Prioridades 2022

- Fomentar la colaboración y el intercambio de buenas prácticas entre los distintos eslabones de la cadena.
- Generar y difundir entre las empresas del sector informes sobre conocimiento del consumidor y dinámicas de mercado.
- Difundir los análisis sobre tendencias de consumo y mercado entre PYMEs y microempresas.
- Ayudar al posicionamiento y a la competitividad del sector.
- Impulsar buenas prácticas para mejorar la sostenibilidad del sector a través de la reducción del uso del plástico de un solo uso y de formatos de packaging sostenibles para frutas y hortalizas

El área de frescos acerca soluciones a las industrias primarias con el objetivo de impulsar su eficiencia

Productos Frescos: Carnes

Líneas de trabajo 2021

Conocimiento del consumidor y del mercado:

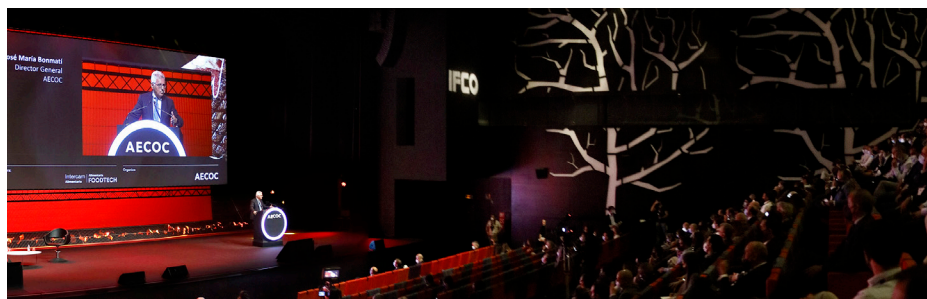
Publicación de la 3ª edición del estudio 'Indicadores de Compra y Consumo de Productos Cárnicos y Elaborados' en colaboración con FECIC (Federación Empresarial de Carnes e Industrias Cárnicas).

Puntos de encuentro:

Celebración del **21º Congreso AECOC de Productos Cárnicos y Elaborados**, que reunió en Lleida a más de 300 profesionales y directivos para analizar las tendencias, retos y oportunidades de futuro del sector.



21º Congreso AECOC de Productos Cárnicos y Elaborados



Formación:



Jornadas online:

- Claves del éxito de los Frescos en la Navidad 2020.
- Encuentro con los retailers internacionales líderes en frescos.



Jornadas Presenciales:

- Ametller Origen: el referente en productos frescos.
- Perspectivas 2022 para los sectores de frescos.



Cursos de capacitación de los profesionales del sector:

- Plan de activación comercial en productos frescos.
- Key Account Manager en frescos.
- Quién es Quién en la distribución de productos frescos.



International Training en Portugal:

- Con empresas nacionales para conocer el mercado de frescos portugués.

Competitividad y buenas prácticas:

Activación del proyecto 'Benchmarking Tracking de Productos Cárnicos y Elaborados' para ayudar a fabricantes y distribuidores a mejorar en su nivel de servicio y relaciones comerciales.

Sostenibilidad:

Creación del Grupo de Trabajo conjunto entre industria y distribución en el marco de los Comités de Carnes y de Sostenibilidad de AECOC para tratar el reto de la sostenibilidad de la soja para la alimentación animal.

Prioridades 2022



Fomentar la colaboración y el intercambio de buenas prácticas entre los distintos eslabones de la cadena.



Generar y difundir entre las empresas del sector conocimiento del consumidor y dinámicas de mercado.



Facilitar el acceso de PYMES y microempresas a los contenidos sobre tendencias de consumo y mercado.



Acompañar al sector a la hora de adoptar buenas prácticas en materia de sostenibilidad.



Impulsar un decálogo de buenas prácticas en comunicación y fomentar la difusión de datos fidedignos sobre el sector para dar a conocer las buenas prácticas impulsadas por la cadena de valor del sector cárnico y posicionarlo como motor de la economía y de empleo.

Productos Frescos: Productos del Mar

Líneas de trabajo 2021

Conocimiento del consumidor y del mercado:

Publicación del informe 'El consumidor de pescado y marisco en Catalunya' en colaboración con la Generalitat de Catalunya.



Puntos de encuentro y formación:

Celebración del 21er Congreso AECOC de Productos del Mar, el primer punto de encuentro presencial del sector desde el inicio de la pandemia. El congreso reunió a expertos para analizar las palancas de crecimiento en las ventas de productos del mar, estrategias de comunicación adecuadas para el sector y buenas prácticas en sostenibilidad.



Formación:**Jornadas online**

- Claves del éxito de los Frescos en la Navidad 2020.
- Encuentro con los retailers internacionales líderes en frescos.

**Jornadas presenciales**

- Ametller Origen: el referente en productos frescos.
- Perspectivas 2022 para los sectores de frescos.

**Cursos de capacitación de los profesionales del sector:**

- Plan de activación comercial en productos frescos.
- Key Account Manager en frescos.
- Quién es Quién en la distribución de productos frescos.

**International Training en Portugal:**

- Con empresas nacionales para conocer el mercado de frescos portugués.

Competitividad y buenas prácticas:

Puesta en marcha del 'Benchmarking Tracking de Productos del Mar' para ayudar a fabricantes y distribuidores a mejorar su nivel de servicio y sus relaciones comerciales.

Sostenibilidad:

Publicación de la 'Guía ENVAPES sobre envases en el sector pesquero', en colaboración con FEDEPESCA (Federación Nacional de Asociaciones Provinciales de Empresarios Detallistas de Pescados y Productos Congelados) y PTEPA (Plataforma Tecnológica de la Pesca y la Acuicultura).

Comunicación:

Creación de diferentes grupos de trabajo para la elaboración de un decálogo de comunicación del sector para coordinar estrategias ante posibles amenazas reputacionales.

Prioridades 2022:

- Fomentar la transparencia y la comunicación en positivo sobre los productos del mar a través de la creación de planes de comunicación coordinados que ayuden a contrarrestar alertas mediáticas.
- Fomentar la colaboración y el intercambio de conocimiento entre los distintos eslabones de la cadena.
- Avanzar en la difusión de las buenas prácticas en sostenibilidad
- Promover el conocimiento del consumidor y de las dinámicas de mercado.

El área se propone promover el conocimiento del consumidor y de las dinámicas de mercado



Horeca

El departamento de Horeca de AECOC ha multiplicado los esfuerzos dirigidos a defender los intereses del sector y analizar los cambios que ha provocado la pandemia en uno de los sectores más impactados por la crisis sanitaria.

El área acerca a las empresas de la hostelería y la restauración las principales tendencias en hábitos de consumo y del canal para impulsar la innovación, la eficiencia y la competitividad de toda la cadena de valor del sector.

Líneas de trabajo 2021

- Liderazgo, junto a FIAB y Hostelería de España, de la iniciativa '**Juntos con la hostelería**', desde donde se han impulsado estrategias y proyectos en beneficio y defensa del conjunto del sector durante la crisis del COVID-19
- Celebración del **Congreso Horeca**, que llegó a los 1.450 inscritos, con 900 asistentes online gracias a la apuesta por el formato híbrido

El área de Horeca de AECOC ha multiplicado los esfuerzos dirigidos a defender los intereses del sector durante la pandemia



- Puesta en marcha del "**Sapiens del Delivery**", el primer estudio que se realizará bajo la metodología Sapiens, ideada por Ferran Adrià. El informe analizará en profundidad el canal, pasará a formar parte de la Bullipedia y se entregará en el marco del Congreso Horeca 2022.
- **Análisis de tendencias e innovaciones del sector** a través de las iniciativas:
 - **R-Talks:** El programa 'R-Talks' reunió a siete directivos líderes del sector para conocer cómo las empresas se han transformado y reinventado a raíz de la pandemia. El proyecto convocó a más de 800 asistentes
 - **The New Food Service:** Los siete informes generados con este servicio, destinado a conocer las tendencias del sector de la restauración en 2021, sumaron 2.500 descargas y más de 300 inscritos en el webinar celebrado
 - **Innovación:** Celebración del tercer pitch de startups y elaboración del 'Informe de startups en Horeca', con 40 empresas participantes y 70 descargas.
 - **International Trainings:** Organización del IT Londres para conocer el impacto del COVID-19 en el consumidor británico dentro y fuera del hogar, así como las estrategias en innovación de las empresas del sector y las tendencias del mercado.

• **Mejora de la información y buenas prácticas del sector:**

- **Barómetros sectoriales:** Realización de dos oleadas del 'Barómetro del consumidor dentro y fuera del hogar', con 120 impactos en medios de comunicación y un alcance de 2.000 profesionales a través de formaciones y puntos de encuentro
- **Jornadas profesionales:** Celebración del 'Horeca Day', que reunió a más de 80 directivos para analizar el impacto del COVID-19 en el sector
- **Tracking Horeca:** Estudio de las relaciones entre los proveedores y los operadores del canal y las tendencias de la cadena de valor para analizar retos y oportunidades del sector

Prioridades 2022



Análisis de tendencias del sector



Análisis del comportamiento del consumidor



Representatividad y unidad de acción en el sector



Apoyo a las pymes



Impulso de la sostenibilidad del sector



Impulso de la innovación



Gestión eficiente de la última milla



Digitalización y posicionamiento en marketplaces



Conocimiento y difusión de estudios sobre el canal Delivery



Mejora de la trazabilidad a través de la implantación de estándares



Ferretería y Bricolaje

El área de Ferrería y Bricolaje de AECOC tiene la misión de trabajar por la mejora de la cadena de suministro del sector a través de la colaboración entre todos los agentes. La Asociación impulsa la eficiencia operativa con la aplicación de los estándares GS1 y el intercambio de información a lo largo de toda la cadena de valor sectorial.

Líneas de trabajo 2021

- **Formación:** Celebración de cuatro *webinars* para la capacitación de los profesionales del sector:
 - Gestión por categorías, con 71 asistentes
 - El consumidor: posicionamiento y conocimiento del consumidor, con 65 asistentes
 - Vender en Ferrería y Bricolaje, con 76 asistentes
 - Plan de cuentas, con 55 asistentes
- **Conocimiento:** Publicación de los estudios sobre el consumidor de ferrería y bricolaje 'Estudio consumidor final' y 'Estudio consumidor profesional de pintura'
- **Punto de encuentro:** celebración del 23er Congreso de Ferrería y Bricolaje, con 307 asistentes



- **Estándares:** impulso del uso de los servicios AECOC DATA y AECOC MEDIA entre las empresas del sector para el intercambio de la información sobre productos
- **Sostenibilidad:** impulso de la participación de las empresas de ferrería y bricolaje en la iniciativa Lean & Green
- **Empleabilidad:** impulso de la participación de las empresas del sector en el Pacto por la Empleabilidad de AECOC. Entrada de 13 empresas de ferrería y bricolaje en 2021

Prioridades 2022



Formación:

Ampliación del plan formativo de AECOC para las empresas de ferretería y bricolaje con *webinars* y jornadas temáticas para el impulso de la digitalización, de las estrategias comerciales y del conocimiento del consumidor.



Conocimiento:

Monitorización de la evolución del sector mediante del barómetro trimestral, con los datos de la ferretería y bricolaje en los diferentes canales. Realización de una nueva edición del informe 'Estudio del consumidor profesional' e impulso de nuevos estudios específicos por categorías



Punto de encuentro:

Celebración del 24º Congreso AECOC de Ferretería y Bricolaje con más de 300 profesionales asistentes



Estándares:

Consolidación de los servicios de AECOC MEDIA y AECOC DATA como plataforma referente para el intercambio de información de los productos del sector



Sostenibilidad:

Ampliación de la presencia de las empresas del sector en el proyecto Lean & Green y seguimiento de las reformas legislativas en materia de sostenibilidad con impacto en la actividad y en la competitividad del sector. Desarrollo de un nuevo informe sectorial para conocer el punto de partida del sector DIY en sostenibilidad y detectar oportunidades de mejora



Empleabilidad:

Difusión del Pacto de AECOC por la Empleabilidad entre las empresas del sector como herramienta para la captación de talento y la profesionalización del mismo

Salud

AECOC integra a más de 1.400 organizaciones del sector salud y cuenta con un comité en el que destacadas organizaciones (empresas y servicios autónomos de salud) trabajan para detectar oportunidades de mejora en materia de cadena de suministro y desarrollar prácticas de eficiencia que tienen como objetivo final contribuir a mejorar la seguridad del paciente e impulsar en nuestro país un sector más moderno, eficiente y competitivo.

Líneas de trabajo 2021

Seguimiento de la COVID-19:

- Seguimiento de la normativa referente al estado de alarma y análisis de la afectación para las organizaciones del sector.
- Soporte al socio en la resolución de dudas relacionadas con la aplicación de las nuevas Órdenes Ministeriales, así como las relacionadas con los requerimientos y certificados necesarios para la importación de material sanitario y de protección individual.

Gestión del conocimiento:

- Consolidación del formato online de toda la oferta formativa para el sector.
- Celebración del 22º Congreso del Sector Salud en formato virtual, con 270 asistentes de 91 organizaciones.

AECOC DATA:

- Mejora de la información de los productos farmacéuticos y sanitarios del catálogo AECOC DATA, que cuenta con productos de más de 350 proveedores del sector
- Conexión del catálogo AECOC DATA con los catálogos de la Agencia Española del Medicamento y Producto Sanitario (AEMPS) y del Consejo General de Colegios Farmacéuticos para mejorar la calidad de la información de los mayoristas farmacéuticos y contrastar la información técnica de los productos de los laboratorios

AECOC MEDIA:

- Creación del catálogo AECOC MEDIA para el sector salud.
- Creación de un grupo de trabajo con los principales mayoristas para confeccionar una ficha de producto común con información básica e imágenes para que los laboratorios se adhieran al catálogo
- Puesta en marca del servicio AECOC MEDIA como principal vía de integración de información e imágenes asociadas a los productos



Benchmarking:

- Publicación de la nueva edición del estudio de Benchmarking en el canal farma
- Lanzamiento del nuevo Benchmarking de CHC (Consumer Health), que incluye al segmento de laboratorios de autocuidado y con un apartado específico sobre la afectación de la pandemia a los niveles de servicio de la industria.

Marco regulatorio:

- Organización de dos jornadas informativas junto a la patronal de productos sanitarios FENIN y la AEMPS en relación a la entrada en vigor del Reglamento Europeo de Productos Sanitarios (MDR). Participación de 200 asistentes.

**Prioridades y nuevas líneas de trabajo 2022:**

Además de seguir avanzando en las líneas de trabajo del pasado año, el Comité AECOC para el Sector Salud avanzará en ejes estratégicos como:



Nuevos estudios de Benchmarking en los canales farma y hospitales



Mejora y automatización del proceso *order-to-cash* mediante el uso del estándar EDI en el sector. Adecuación al marco regulatorio europeo de UDI (productos sanitarios y de diagnóstico *in vitro*).



Implementación y seguimiento de las RAL Cuadro de Mando KPI del Sector Salud



Consolidación del repositorio de imágenes e información de productos de autocuidado.



Seguimiento de la implementación de la calidad de datos e información de producto: garantizar la calidad de toda la información de producto (conexión al BOT), códigos de barras, transacciones comerciales y documentación a lo largo de la cadena de suministro



Desarrollo del nuevo plan estratégico de AECOC en el Sector Salud focalizado en la transformación digital y en la sostenibilidad, con especial atención a las pymes.

Bienes tecnológicos de consumo

Desde el Comité AECOC de Bienes Tecnológicos de Consumo (BTC), la Asociación trabaja para mejorar la eficiencia de toda la cadena de valor del sector y contribuir al desarrollo y crecimiento del mercado mediante la identificación de fórmulas de colaboración entre los diferentes agentes.

Líneas de trabajo 2021:



Punto de Encuentro:

Celebración del 11º Congreso AECOC de BTC, con 110 asistentes



Digitalización y omnicanalidad:

Impulso de la presencia de las empresas de BTC en los servicios de intercambio de información de AECOC. 172 compañías presentes en AECOC MEDIA, con 32.741 productos y más de 2.000 etiquetas energéticas



Excelencia operacional:

Lanzamiento de los estudios de Benchmark entre las empresas del sector, con 10 compañías contratantes e información de 13 distribuidores



Sostenibilidad:

Impulso de la participación de las empresas de BTC en el proyecto Lean & Green y análisis del Índice de Reparabilidad



Empleabilidad:

Adhesión de 11 empresas del sector al Pacto AECOC por el Empleo Juvenil



Líneas de trabajo 2022:

Integración del sector:

Consolidación del Comité AECOC de BTC como referente en conocimiento e integración del sector.

Punto de encuentro:

Consolidación del Congreso AECOC de BTC como el principal punto de encuentro del sector. Diseño de un congreso sostenible y con atractivo para los actores clave: fabricantes, operadores regionales, verticales y centrales de compra.

Capacitación digital:

Acercamiento de las empresas de AECOC a los principales *pureplayers* sectoriales del *e-commerce* y promoción de los servicios de AECOC para el intercambio de contenidos digitales en entorno omnicanal.

Sostenibilidad:

Impulso del desarrollo de políticas de sostenibilidad en el sector y posicionamiento de AECOC como órgano facilitador, especialmente entre las pymes. Seguimiento de las iniciativas legislativas en sostenibilidad con impacto en las empresas del sector y ampliación de las compañías de BTC participantes en los proyectos de sostenibilidad de AECOC.

Relaciones institucionales:

Interlocución con el Ministerio de Consumo para el seguimiento y la negociación del impacto del Índice de Reparabilidad sobre las empresas del sector.

Empleabilidad:

Difusión del proyecto de Empleabilidad de AECOC entre las empresas del sector para facilitar la gestión y retención del talento juvenil.

**El área de BTC
acompaña a las
empresas del
sector en proyectos
para avanzar en
sostenibilidad
y atracción del
talento**

—



AECOC

05

—

Estructura y comités

AECOC se rige por un Consejo Directivo del que penden una veintena de Comités y Grupos de Trabajo en representación de los diferentes sectores a los que la Asociación integra y de sus distintas áreas de trabajo. Más de 650 profesionales de destacadas empresas forman parte de esos Comités que marcan las principales líneas de actuación, de acuerdo a las principales necesidades y retos a los que los sectores y áreas de trabajo deben hacer frente.

Los Comités se reúnen varias veces al año para hacer seguimiento de los principales proyectos en marcha, así como para coordinar los puntos de encuentro dependientes de su área o sector de actividad.

Estructura Comités AECOC

CONSEJO DIRECTIVO



Comités AECOC

Logística

Presidente: Alberto Madariaga – Eroski

José Manuel Faría – Adam Foods
 Severino Rodríguez – Alcampo
 Ismael Martínez – Acitores – Campofrío
 Roberto Rodríguez – Capsa
 Antonio Aguilar – Carrefour
 Gonzalo Madurga – Coca Cola EP
 Víctor Escanciano – Condis
 Lourdes Brugera – Consum
 Gabriel Catalano – Danone
 Matilde Torquemada – DHL Supply Chain
 Miguel Ángel Santamaría – Día
 Javier López de la Oliva – El Corte Inglés
 Adolfo Díaz – Gadisa
 Rafael Siles – Grupo Damm
 Corinne Guichard – Henkel Ibérica
 Dora Cristina Ruivo – Johnson & Johnson
 Rosa Aguado – Mercadona
 Eva Jiménez – Nestlé España
 Amaya Sarasa – P&G
 Raul Magalhaes – Sonae
 Antonio Uceda – Stef
 Eva Cilleros – Unilever
 Luz Pérez – Grupo Uvesco

Estrategia Comercial y Marketing

Presidenta: María García – Capsa

Otger Renom – Affinity Petcare
 Clara Duque – Alcampo
 Juan López de Sagredo – Campofrío
 Antonio Sellés – Carrefour
 Antonio Sánchez de Toro – Coca Cola EP
 Manolo García – Consum
 Cedric Pantaleon – Danone
 Juan Carlos Jimena – El Corte Inglés
 Beatriz Santos – Eroski
 Josep Martínez – Euromadri Ibérica
 Marta Cortés – Europastry
 Santiago Codesido – Gadisa
 Víctor Pérez – Grupo Ifa
 Segismundo Royo – Vilanova – Grupo Mahou San Miguel
 Antonio Janeiro – Grupo Nueva Pescanova
 Neus Sanz – Henkel
 Alexis Latorre – Lidl
 Guillaume Vialle – L'Oréal
 Carolina Roig – Mercadona
 Raimon Cararach – Nestlé
 Iñigo Rodríguez – P&G
 Antonio Garrido – Suntory
 Mónica Aler – Supermercados Pujol
 Marta González-Mesones – Unilever
 Miguel Ángel Zamorano – Uvesco

Seguridad Alimentaria y Calidad

Presidente: Eva Muñoz – El Corte Inglés

Adolfo Santiago Farré – Ahorramas
 Isabel Jiménez – Alcampo
 María José Linares – Alsea
 Javier Cañada – Angulas Aguinaga
 Susana Batres – Bimbo
 José Antonio Bernabé – Campofrío
 Ricardo Fernández – Carrefour
 Begoña Sánchez Quiles – Compass Group Spain
 Ricardo Fabregat – Consum
 Xavier Augé – Danone
 Mónica Cid – Eroski
 Cristina Puchades – GAC
 Dolores Mir – GM Food
 Beatriz Trinidad Rodríguez – Grupo IFA
 Pedro Olivares – Grupo Fuertes
 Daniel Sánchez – Patón – Grupo Leche Pascual
 José Manuel Avendaño – Grupo Nueva Pescanova
 Antonio Prada – Lidl
 Luís Pla – Mercadona
 Mario do Carmo Pinto – Nestlé España
 Enrica Insa – Noel Alimentaria
 Aitor Alaña – Pepsico Iberia
 Marta Vía – Unilever

RHH y Gestión del Talento

Presidente: Juan Luís Regaliza – El Corte Inglés

Isabel Gavilanes – Alcampo
 Roser Segarra – Aldi
 Lourdes Santos – Campofrío
 Andrés Vega – Capsa Food
 Julien Veyrier – Carrefour
 César Vázquez Rua – Día
 Ainara López – Diageo
 Ana Fossas – Euromadri
 Pablo Cegarra – Grupo IFA
 Alfonso Gordon – Grupo Nueva Pescanova
 Mónica Zai – Heineken
 Elisabeth Santos – Henkel
 Jordi Fayós – Idilia Foods
 Celia Cisneros – Leroy Merlin
 Arminda Abreu – Lidl
 Rosa Suárez – Mercadona
 Delia Martínez – Nestlé
 Mónica Vidal – Noel Alimentaria
 Palmira García – Pascual
 Carolina Pita – P&G
 Belén Moreu – Pepsico
 Helena Matabosch – Unilever

Prevención de la Pérdida**Presidente: Óscar Molins – Mango**

Juan Jerez – Ahorramas
 Dominik Schwarzbacher – Amazon
 Manuel Fernández – Bodegas Torres
 Albert Hernández – Bon Preu
 José Canales – Carrefour
 Susana Márquez – Chep
 Francesc Serra – Condis
 Javier Vilata – Consum
 Daniel García – Desigual
 Tadeo Colastra – DHL
 Julio Alcocer – Dia
 Diego Pílares – El Corte Inglés
 Carlos Cifuentes – Eroski
 Luis Prieto – Gadisa
 Arturo Huaman – Game
 Ferran Masip – GM Food Ibérica
 Miguel Ángel Recio – Grupo Recio
 Óscar Olmos – Leroy Merlin
 Jean Sánchez – Makro
 José Manuel Adalid – Media Markt
 Eduardo Sanchís – Mercadona
 Jorge Lagares – Primark
 Carlos González Muñoz – P&G

Administración Comercial Eficiente

Mariano Barroso – Ahorramás
 Fernando Peral – Campofrío
 Amelia Álvarez – Carrefour
 Mónica Fernández – Condis Supermercados
 M^a Isabel Moreno – Consum
 Jesús María Rodríguez – Danone
 Inés Martínez Algar – Dia
 Javier López Montoro – El Corte Inglés
 Silvia Miguel García – Eroski
 Carlos Fernández González – Gadisa
 Iolanda Calza – GM Food
 Yolanda Carnicer – Grupo Bimbo
 Luis Miguel Luna – Grupo Mahou-San Miguel
 Francisco Guerrero – Heineken
 Dolores Soriano – Henkel Ibérica
 Dora Cristina Ruivo – Johnson & Johnson
 Jordi Llenas – Lidl
 Carlos Solera Vives – L'Oréal
 M^a Jesús Iserte – Mercadona
 Núria Piñol – Nestlé
 M^a José Pages – Pepsico
 Arturo Latorre – Pikolin
 Alejandro Lyra – Puig
 Gustavo Pérez – P&G

Smart Distribution

Ignacio López Silva – Amazon
 Antonio Aguilar – Carrefour
 Aitor Arteaga – Coca Cola
 Rubén Orquín – Cofares
 Javier López de la Oliva – El Corte Inglés
 Abel López – Inditex
 Juan Ramón González – Grupo IFA
 Antonio Pey – Heineken
 Miguel Ángel García – Leroy Merlin
 Javier Guerrero – Mahou San Miguel
 Francisco Joaquín Fernández – Mango
 Iván Gonzalo – Mediamarkt
 José Ángel Llop – Mercadona
 Pedro Marín – Pascual
 Víctor del Pozo Triscon – Veepee

Lean & Green**Presidenta: Michaela Resichl – Lidl**

Yolanda Díaz Castro – Alfil Logistics
 Isidoro Vicente – Balearia
 Roberto Rodríguez – CAPSA
 Chep (pendiente de designar representante)
 José Manuel Blanco – Conway
 Diego García Abril – DHL Supply Chain
 Paulino Yunta – Dia
 Juan Luis Arambarri – Eroski
 Mikel Antuñano – Eroski
 Jacobo López Riobóo – IMCD
 Miguel Ángel García – Leroy Merlin
 María Morales – Leroy Merlin
 Juan Francisco Ciriza – Mahou San Miguel
 José Ramón Manjarrés – Mahou San Miguel
 Jordi Torras Port – Nestlé
 Pedro Marín – Pascual
 Gorka Bilbao – Saica
 Gonzalo Aguerri – Saica
 Julio de Pazo Rey – Taisa
 Belén Goñi – Unilever

Sostenibilidad**Presidente: Juan M. González Serna – Cerealto Siro Foods**

Mónica Galeote – Amazon
 Yolanda Fernández Jiménez – Alcampo
 María Quintín – Carrefour
 Carmen Gómez-Acebo – Coca Cola EP
 Carmen Picot – Consum
 Íñigo García – Decathlon
 Alma Román – Dia
 Bernardo Cruza – El Corte Inglés
 Alejandro Martínez Berriochoa – Grupo Eroski
 Ángel Matamoro – Grupo Nueva Pescanova
 M^a Antonia Ruiz Arteta – Grupo Puig
 Marta Colomer – Idilia Foods
 Michaela Reischl – Lidl
 Gabriel Mesas – LG Electronics
 Delia García – L'Oréal

Patricia Leiva – Mahou-San Miguel
 Margarita Muñoz – Mercadona
 Óscar Hernández – Pascual
 Ana Palencia – Unilever
 Jesús Velasco – Uvesco

Desperdicio Alimentario

Presidenta: Carmen Cobián – Cerealto Siro Foods

Roberto Ortuño – Ainia
 Alfred Vara – ARC
 Oriol Dolader – Banco de Alimentos de Barcelona
 Adrián Asensio – Calidad Pascual
 María Quintín – Carrefour
 Carmen Picot – Consum
 Sheila Villalobos – Coviran
 Charo Saavedra – Danone
 Carmen Nevado – Dia
 Ana Antequera – Ebro Foods
 Eva Muñoz – El Corte Inglés
 Cristina Rodríguez – Eroski / Caprabo
 María Sánchez – Fedecarne
 Miguel Fernández – FESBAL
 Paloma Lemonche – Grupo Calvo
 Ana Lorenzo – Grupo IFA
 Carmen Redondo – Hispacoop
 Nuria Manils – Idilia
 Michael Reischl – Lidl
 Marta Pérez – Makro
 Ana Díaz – MAPAMA
 Margarita Muñoz – Mercadona
 Carolina Muro – Nestlé
 Paloma Temiño – Pepsico
 Ana Palencia – Unilever

Salud

Presidente: Vicente Fernández – Servicio Murciano de Salud

Francisco Bernabéu – 3M
 Sofía Barceló – Alliance Healthcare
 Javier de la Viuda – Alliance Healthcare
 Jordi Ordaz – Almirall
 Pere Jordán – B.Braun
 José Luis García – Bidafarma
 Juan Sanz – Bidafarma
 José Carlos Wassmann – Biomerieux
 Carmelo Bula – Chiesi
 Rubén Orquín – Cofares
 Salvador Martínez – Consellería de Sanitat de la Generalitat Valencia
 Francesc Miret – Federació Farmacèutica
 Amaya Cobo – Hefame
 Albert Vilanueva – Institut Català de la Salut
 Virginia González – Johnson & Johnson
 Mikel Goñi – Laboratorios Cinfa
 Carlos Albajar – Logista Pharma
 Óscar Franco – Medtronic
 Rafael Prieto – Merck
 Encarna Montes – Movaco – Grupo Grifols
 Josep M^a Mor – Mútua de Terrassa

José Oliver – QADUX 360
 Óscar Maldonado – Palex
 Cristina Bassols – Roche Diagnostics
 María Ramírez – Servicio Andaluz de Salud
 Lara M^a Otero – Servizo Galego de Saúde
 Oihana Remondegui – Servicio Navarro de Salud (Osasunbidea)
 Aitor Gorostidi – Servicio Vasco de Salud (Osakidetza)
 Juan Antonio Nieto – Laboratorios Teva
 María Osaba – Unnefar
 Javier González – Werfen Life

Horeca

Presidente: Jordi Gallés – Europastry

Xavier Cornejo – Aguas Font Vella – Danone
 Luis Comas – Amrest
 Félix Gómez – Areas
 Sergio de Eusebio – Avanza Food
 Javier Peña – Calidad Pascual
 Alberto Ferreira – Campofrio Food Group
 Antonio Gasca – Coca-Cola Iberian Partners
 Manuel Robledo – Comess Group
 Marc González – Compas Groups
 Inmaculada Castillo – Conway
 Guillermo Arcenegui – El Corte Inglés
 Judith Viader – Frit Ravich
 Carlos García Gómez – GM Food Ibérica
 Susi Darnés – Grupo Disbesa Darnés
 Antonio Henares – Grupo Nueva Pescanova
 Manuel Román – Heineken
 Emilio Gallego – Hostelería de España
 Antonio Quintana – Lactalis
 Peio Arbeloa – Mahou San Miguel
 David Martínez – Makro
 José Antonio del Castillo – Manolo Bakes
 Paula Nevado – Marcas de Restauración
 Robert Vivó – Nestlé
 Igor Onandia – Serhs Distribució
 Albert Planas – Serunion
 Carlos Pérez – The Food Box
 Xavier Mon – Unilever Food Solutions

Ferretería y Bricolaje

Presidente: Jaime Mendoza – Coferdroza

Santiago Trullas – AC Marca Adhesives
 Darío Alonso – Aghasa Turis
 Antonio Buñuel – Akzo Nobel
 Eduardo Salazar – Aside
 Jon Goikoetxea – Assa Abloy
 Luis Guillermo Leal – ATB Bricolaje
 Bienvenido Calvo – Bellota Herramientas
 Jesús María Prieto – Bigmat
 Javier Sanz – Bricor
 César Navarro – Cintacor
 Alfredo Díaz – Comafe
 Ignacio Ehliis – Ehliis
 Ramón Puigoriol – Ferreteria.es
 Carlos del Piñal – Husqvarna Consumer

Juan Carlos Morata – Leroy Merlín
 Isabel Salazar – ManoMano
 Pau Naharro – QF+
 José Manuel González – Reunión Industrial
 Alberto Martínez – Robert Bosch
 Antonia Martínez – Servei Estació
 Isabel Mansergas – Simon Brico+
 Abraham Vieito – Unifersa

Bienes Tecnológicos de Consumo

Presidente: Óscar Parra – Philips Ibérica

Ruth Durán – Activa Hogar
 Alfonso Serrano – Amazon
 Vanesa Checa – Alcampo
 Ignacio Fernández – Carrefour
 José Campaña – El Corte Inglés
 Marc Rodríguez – Exertis
 Frederic Jombart – FNAC
 Antonio Tolrá – Groupe Seb Iberia
 Gabriel Mesas – LG
 Samuel González – Media Markt
 Ernesto García Mazón – P&G
 Elena Díaz-Alejo – Samsung
 José Escoda – Segesa
 José M^a Verdeguer – Sinersis
 Natalia Muñoz – Teka
 Enric Izquierdo – Vivanco Accesorios
 David Desongles – Whirlpool
 Gonzalo Carvalho – Worten

Productos del mar

Presidente: Eduardo Miguez – Puerto Celeiro

Juan Luís Manso – Alcampo
 Raquel Aizpuru – Angulas Aguinaga
 Eduardo Ortega – Carrefour
 Eduardo Freiro – Cabomar
 Sebastià Guillén Rodríguez – Consum Cooperativa
 J. Ignacio Monfort – Royal & Copesco – Sefrisa
 Ana Segovia – Dia
 Javier Vázquez Lloira – El Corte Inglés
 Gorka Azkona – Eroski
 Núria Gustems – Gran Blau
 Mónica Izquierdo – Grupo Linamar
 Ruy Andrade – Grupo Pereira
 José Juan Fernández Vázquez – Grupo Proinsa
 Daniel Lorente – La Sirena
 Claudia Van der Aa – Lidl
 Vicente Monrabal – Mercadona
 José Manuel Escariz – Grupo Nueva Pescanova
 Darío Rodríguez – Pescarmar – Gadisa
 Erin Valcárcel – Pescarmar – Gadisa
 Ángel García – Scanfisk Seafood
 José Ángel Mozos García – Serpeska
 Olga Valls – Stolt Sea Farm
 María José Adúriz – Uvesco

Frutas y hortalizas

Presidente: Joaquín Rey – Fruitgrowing Quality

Piedad Coscollá – Anecoop
 Ángel Rey – ARC Eurobanan
 José Vercher – Bollo International Fruits
 Eric Caruelle – Carrefour / Socomo
 Luis Miguel Fernández – Coexphal
 Jesús Antonio García – Consum
 Jorge Delclós – Dia
 Jacinto Fernández Sastre – El Corte Inglés
 Martín Fernández – Eroski
 Fermín Aldaz – Florette – Vegamayor
 Jesús Gómez – Foodiverse
 Enrique de los Ríos – Grupo AN / Unica Fresh
 Jesús Barranco – La Unión
 Daniel Pasquín – Lidl
 Miguel Ángel Heras – Makro
 Alfonso Bazán – Mercadona
 Francisco Sánchez – Onubafruit
 Rafael Soto – Pascual Marketing
 Cecilio Peregrín – Primaflor
 Carles Pueyo – Supermercats Pujol
 José María Naranjo – Tany Nature

Productos Cárnicos

Presidente: Joan Carles San José – Roler

Fernando Batuecas – Ahorramás
 Rubén González – Aldi
 Eduardo Latorre – Auchan Retail
 Ángel Suárez – Campofrío Frescos
 Carlos Serrano – Cárnicas Serrano
 Jorge Castelló – Carpisa
 Francisco Piqueras – Carrefour
 Ana Cano – Consum
 Esteban Gutiérrez – Covirán
 Álvaro Escribano – El Corte Inglés
 Juan Mayol – ElPozo
 Igor Acero – Eroski
 David Castro – Faccsa
 Esther García – Grupo AN
 Dino Grobas – Grupo Coren
 Isabel Miguel – Grupo Hermi
 Daniel Media – Grupo Medina
 Jesús López – Grupo Uvesa
 Iván Fernández – Imacsa
 José Miguel Cortés – Incarlopsa
 Víctor Zaccaría – Lidl
 Rubén Plano – Makro
 Joaquín Mir – Mercadona
 Félix Valdemoro – Oviaragón
 Josep Solé – Vall Companys

Los materiales contenidos en las páginas de este informe incluyendo el texto, diseño, presentación, logotipos, iconos, imágenes, fotografías y cualquier otro elemento gráfico son propiedad de la Asociación Española de Codificación Comercial ("AECOC"). AECOC se reserva el derecho de modificar alguno o todos los elementos del informe.

© [Enero, 2020] AECOC. Todos los derechos reservados. Esta obra no puede ser utilizada, reproducida, distribuida, comunicada públicamente o alterada, en su totalidad o en parte, sin el permiso escrito de AECOC.

Ronda General Mitre 10 · 08017 Barcelona

T. 93 252 39 00

www.aecoc.es



AECOC