



Oportunidades e barreiras à redução do desperdício alimentar

Sara Martins (sara.s.martins@inesctec.pt)



ECR Retail Loss | Objetivos e âmbito

Fundada em 2014 – 100+ retalhistas e 10+ Académicos

Grupos de trabalho:

- Desperdício Alimentar
- E-commerce
- Rigor do inventário
- Disponibilidade em prateleira
- Perdas no retalho, segurança alimentar e segurança física
- RFID no retalho
- Self-checkout
- Vídeo no retalho

Iniciativas:

- KPI e métricas de loja
- Inovação e boas práticas em reduções de preço, doações, etc.
- Análises aprofundadas: ovos, padaria, bananas, etc.
- Inovação e novas tecnologias
- Iniciativas para melhorar a visibilidade da idade do inventário



Exploring the true cost of unsold food in retail



Professor Lisa Jack
Professor Clark Simms
Professor PK Senyo
University of Portsmouth
May 2025



Food Surplus Management in Retailing: A Global Perspective



by
Professor Arzum Akkas
Isenberg School of Management,
University of Massachusetts Amherst

Scaling QR Codes with Embedded Date Codes

What are the ten conditions required to scale QR codes in grocery retailing by 2030?



by
Colin Peacock
Group Strategy Coordinator,
ECR Retail Loss

Entregáveis: Relatórios Académicos Publicados

- Explorar a Fronteira Eficiente (OSA e Desperdício Alimentar)
- O Verdadeiro Custo do Problema do Desperdício Alimentar
- O ADN da Colaboração
- Gestão de Excedentes Alimentares no Retalho
- Contratos Abertos e Desperdício Alimentar
- Escalar Códigos 2D com Validade Incorporada no Retalho
- ...

AGENDA 2026

Desperdício Alimentar

Qualquer retalhista, produtor ou académico pode participar gratuitamente nas reuniões da ECR Loss.

Todos os trabalhos de investigação podem ser descarregados gratuitamente

- 15 JAN Especial Ovos
- 22 JAN Mostra de Inovação
- 28 JAN Prioridades no Desperdício Alimentar em 2026
- 9 ABR Atualização sobre Códigos 2D em Implementação
- 25 JUN KPIs da Loja
- JUL RFID no Retalho Alimentar
- SET Conquistar Corações e Mentas
- OUT Inovações nas Políticas de Desconto
- OUT Boas Práticas de Doação e Alimentos
- 24 E 25 NOV Food Waste Innovation Summit, organizado pela REMA 1000

Políticas de descontos são estratégias populares para escoar produtos com prazo de validade curto



- Produtos perecíveis próximos da validade
- Aumenta o risco de desperdício alimentar

Desafio



- Aplicação de descontos
- Acelera (?) a venda desses produtos

Estratégia

Objetivos



Reduzir desperdício

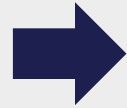


Recuperar valor

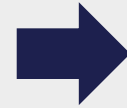
Os descontos influenciam a procura não só através do preço, mas também através do prazo de validade entre produtos



Desconto num SKU



Altera a procura de diferentes itens desse SKU (efeito intra-SKU)



Altera a procura de outros SKUs da categoria (efeito inter-SKU)



Impacta o lucro total e o desperdício



Os descontos podem criar substituição e canibalização entre produtos semelhantes



O efeito do prazo de validade também pode alterar a procura entre produtos semelhantes



Ignorar efeitos cruzados pode sobrestimar o benefício de uma estratégia pensada ao SKU



As estratégias devem equilibrar a melhoria da margem com a redução do desperdício

Existem diferentes estratégias de desconto que exigem diferentes níveis de dados e tecnologia

DECISÕES ESTÁTICAS

1 Regras Ad-hoc



Descontos simples, baseados na experiência e com dados mínimos

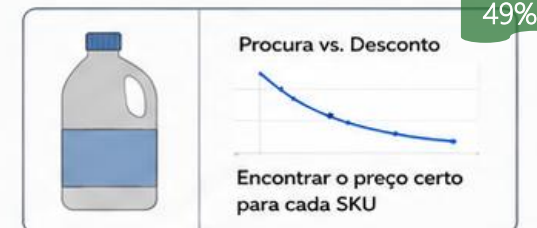
2 Regra otimizada



Uso de dados históricos para otimizar os descontos

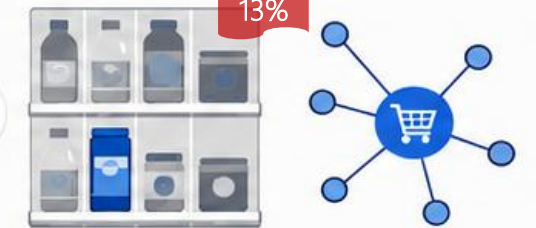
DECISÕES DINÂMICAS

3 Efeito intra-SKU



Compreender como os descontos impactam a procura dentro de cada SKU

4 Efeito inter-SKU



Capturar interações entre SKUs para maximizar o desempenho da categoria

Menor sofisticação/dados

Maior sofisticação/dados



Decisões mais informadas

Melhores insights levam a descontos mais inteligentes e melhores resultados para o cliente



Mais dados necessários

São necessários dados progressivamente mais ricos e granulares



Mais tecnologia necessária

São necessárias análises mais avançadas e sistemas escaláveis para gerar mais valor



Mais investimento necessário

Mais capacidades geram maiores retornos financeiros

A visibilidade sobre a idade real de um SKU permite reduzir o desperdício alimentar e aumentar a eficiência operacional



Sabemos o que temos em loja, mas nem sempre sabemos a idade exata do produto na prateleira (podemos ter uma estimativa)

Passado (Atualmente)
Ponto Cego Operacional


 Reposição e rotação

 Depreciação, doações e retiradas de produto



Atualmente (Futuro)
Maior visibilidade com código 2D

 Níveis de desperdício

 Confiança do consumidor

Com base no estudo realizado pela ECR, as 10 condições para a implementação em escala de códigos 2D são:

1



Os códigos 2D/QR serão um facilitador do cumprimento de futuras exigências regulatórias

Antecipar a regulamentação e transformar a obrigação em vantagem competitiva.

2



A redução do desperdício alimentar tem de ser uma prioridade estratégica para os retalhistas alimentares

Gerar impacto ambiental, económico e reputacional.

3



As normas e a adoção setorial dos códigos 2D/QR têm de estar alinhadas

Padrões comuns e interoperabilidade para garantir confiança e eficiência em toda a cadeia.

4



Deve ser nomeado um responsável interno (DRI) para liderar a iniciativa

Liderança clara, autoridade e responsabilidade para impulsionar resultados.

5



É essencial um caso de negócio comprovado e um ROI positivo

Resultados quantificados que justifiquem o investimento e acelerem a decisão.

6



O negócio tem de estar preparado do ponto de vista tecnológico

Sistemas, dados e integração fiáveis para uma leitura rápida, precisa e em tempo real.

7



As equipas internas têm de estar mobilizadas e a organização deve ter capacidade para escalar

Formação, processos claros e recursos para executar e crescer com consistência.

8



Os parceiros externos têm de estar envolvidos para apoiar a escalabilidade

Colaboração com fornecedores, tecnologia, logística e outras entidades-chave.

9



Os consumidores têm de compreender e confiar nos códigos 2D/QR

Comunicação clara, benefícios percebidos e proteção de dados para reforçar a confiança.

10



Nenhum stakeholder pode ficar para trás

Inclusão de todos os intervenientes para garantir adoção, alinhamento e sucesso sustentado.



Mensagem-chave: o sucesso do rollout depende do alinhamento entre regulamentação, estratégia, tecnologia, equipas, parceiros e confiança do consumidor.



Oportunidades e barreiras à redução do desperdício alimentar

RESUMO

O futuro da redução do desperdício alimentar passa por tornar visível aquilo que hoje é invisível: a idade real de cada produto, o impacto das decisões de desconto e outras decisões operacionais no lucro e no desperdício totais.



É imperativo colaborar, medir e escalar soluções que permitam vender mais, desperdiçar menos e tomar melhores decisões.

Sara Martins (sara.s.martins@inesctec.pt)



P.PORTO