

La sostenibilidad se consolida como pilar clave de la industria alimentaria en Auténtica 2025

Directivos de Alcampo, Grupo Uvesco o Too Good To Go, y chefs de la talla de Toño Pérez, Marcos Granda o Carlos Casillas, destacaron que la sostenibilidad se construye tanto desde la alta gastronomía como desde la gran distribución, con prácticas que van del kilómetro cero a la concienciación del consumidor

Madrid, 25 de septiembre de 2025 – Coordinar y sensibilizar a los equipos, aprovechar las nuevas tecnologías para ganar eficiencia, reducir el desperdicio en los hogares o apostar por productos de kilómetro cero son algunas de las tendencias que está adoptando la industria alimentaria para responder al cambio climático y a los objetivos ESG. En este marco, la sostenibilidad volvió a ocupar un lugar central en [Auténtica 2025](#), la gran feria dedicada al producto gourmet con valores, de origen y sostenible, que reunió recientemente en Sevilla a **10.437 profesionales, 317 firmas expositoras y 256 expertos**. Empresas, distribuidores y chefs de prestigio, de la mano de otros actores clave de la cadena de valor, coincidieron en que la sostenibilidad, apoyada en la innovación, es hoy un requisito indispensable para la evolución de toda la industria alimentaria.

Cuidar el trabajo diario para cuidar el planeta

En las cocinas, la sostenibilidad se construye desde dentro del restaurante y desde lo cotidiano, comenzando por las personas. Cuidar a los equipos, educarlos en hábitos responsables y prevenir el desperdicio de alimentos son pilares esenciales que incorporar en los negocios actuales. De acuerdo con esto, **Carlos Casillas**, chef de Barro, restaurante premiado con 1 Estrella Michelin y 1 Estrella Verde Michelin, señaló que *“el desperdicio de comida es uno de los mayores retos que enfrenta la industria, y el equipo debe ser cómplice en los pequeños gestos diarios que hagan sostenible el trabajo, donde no sirve ponerse la etiqueta verde si luego no existe una coherencia”*.

En relación con el papel de los equipos en materia de sostenibilidad, **Marcos Granda**, empresario detrás de Skina**, expresó que *“se pone al cliente en el centro de la experiencia, pero es el grupo humano de cada restaurante el que define realmente su identidad”*. Mientras que, por su parte **Xanty Elías**, CEO y chef de Grupo Xanty Elías, añadió que *“en los restaurantes se trabaja cada vez más en la prevención del desperdicio, elaborando platos adaptados a las necesidades del consumidor para evitar el desperdicio de comida, y para ello, la consciencia no sólo del cliente, sino del personal, resulta fundamental”*.

En este sentido, las nuevas tecnologías son una herramienta que ha demostrado su utilidad para mejorar la eficiencia operativa en la gestión de cada restaurante, tal y como explicó **Antonio Díaz**, responsable de Grandes Cuentas en Phenix, quien señaló que *“contar con datos precisos permite a los equipos tomar mejores decisiones y conocer el excedente de forma segmentada, minimizando las mermas de manera estratégica”*.

La concienciación social como pilar clave

Otro de los actores fundamentales para alcanzar los objetivos de sostenibilidad de la manera más eficiente posible, es el propio consumidor, ya que gran parte del desperdicio alimentario se produce en los propios hogares. Así, trabajar por el consumo consciente es una de las líneas que impulsan los profesionales del retail en sus negocios actualmente. Ante ello, **Esther García**, directora de Comunicación de Bioalverde, subrayó la importancia de *“sensibilizar al consumidor final para integrar hábitos como no comprar lo que no se usará y apostar por canales de distribución que respeten el ciclo natural del producto”*.

De igual manera, **María José Aduriz**, directora de Proyectos Estratégicos de Grupo Uvesco (BM Supermercados), recalcó que *“en el campo y en la industria se avanza rápido, pero en los hogares también debe haber conciencia. Planificar las compras y consumir lo necesario es clave para evitar que la comida acabe en la basura”*.

El papel del país para alcanzar los objetivos sostenibles

España cuenta con una gastronomía y productos locales con identidad propia y reconocimiento internacional, que se han convertido en la señal distintiva de numerosos restaurantes del país. En tal contexto, **Toño Pérez**, chef de Atrio***, afirmó que *“vivimos en un territorio humilde pero profundamente comprometido, donde la gente depende de la dehesa y de la España vaciada, por lo que crear una forma de vida en esos territorios es la auténtica sostenibilidad”*.

Sin embargo, un cambio profundo en la sostenibilidad del sector no solo depende de las reivindicaciones de los profesionales, sino también de las políticas públicas. *“Son un pilar fundamental. La nueva Ley de Prevención es un gran paso porque impulsa la acción, ofrece flexibilidad y permite a cada negocio adaptarse a la realidad en la gestión del desperdicio”*, destacó **Marie Lindström**, directora general de Too Good To Go.

Con la vista puesta en el futuro del sector, **Yolanda Fernández**, directora de RSC, Comunicación y Relaciones Externas de Alcampo, expresó que *“con el impacto del cambio climático sobre la agricultura, los alimentos serán más escasos, por lo que alcanzar el desperdicio cero será un imperativo económico y moral, tomando el ejemplo de anteriores generaciones”*.

Auténtica Premium Food (evento de NEBEXT - Next Business Exhibitions en colaboración con la Junta de Andalucía) cuenta con financiación de la Unión Europea a través de los Fondos Europeos FEDER y el apoyo del Ayuntamiento de Sevilla, Landaluz, Cooperativas Agroalimentarias de Andalucía, así como de las principales patronales del sector.

Sobre Auténtica (15-16 de septiembre 2025): Auténtica Premium Food es un evento organizado por [NEBEXT](#), empresa especializada en eventos profesionales centrados en la innovación y en la transferencia tecnológica como [HIP – Horeca Profesional Expo](#) y [Food 4 Future – Expo Foodtech](#), en colaboración con la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural de la Junta de Andalucía y de Fondos Europeos. Auténtica es una Expo y un Congreso anual para los principales actores de la cadena de valor de la industria de la alimentación y la gastronomía que buscan productos premium que mantengan un diálogo y conciencia social.