



— 2023 —

# INFORME DE IMPACTO



328.554 toneladas de CO<sub>2</sub>eq evitadas  
al salvar comida que  
se habría desperdiciado



121.686.720 comidas salvadas  
gracias a las soluciones  
de Too Good To Go

# ÍNDICE

## INTRODUCCIÓN

- 04 Palabras de héroes cotidianos
- 06 Mensaje de nuestra CEO
- 08 Sobre el desperdicio de alimentos
- 10 Soluciones de Too Good To Go

## NUESTRO IMPACTO

- 18 Cálculo de la huella ambiental
- 20 2023 en cifras

## NUESTRA COMUNIDAD

- 24 Grandes cadenas
- 30 Pequeños negocios
- 32 Socios de Parcels

## NUESTRAS INICIATIVAS

- 36 Fechas con sentido: Mira, Huele, Prueba
- 40 La próxima generación
- 42 Política y Asuntos Públicos
- 44 Un día dedicado a la concienciación

## NUESTRA EMPRESA

- 48 Certificación B Corp
- 50 Huella de carbono
- 52 Valores
- 54 Diversidad, igualdad e inclusión
- 56 Grupos de recursos para empleados
- 58 Iniciativa Shareback

## NUESTRO FUTURO

- 62 Reconocimiento
- 64 Un 2024 prometedor

## FUENTES

- 66 Fuentes



# PALABRAS DE HÉROES cotidianos

Es hora de hacer balance del 2023.

¿Empezamos?

Creemos que no hay mejor manera de hacerlo que dando protagonismo a las personas que forman parte de nuestro fantástico equipo.

Les hemos hecho una sencilla pregunta sobre el día a día en **Too Good To Go**:

¿Cuál ha sido el momento más memorable del 2023?



"Estamos observando un incremento de la expectativa y la emoción por parte de los equipos de las tiendas asociadas en los EE. UU. sobre el lanzamiento de **Too Good To Go** en los establecimientos. Durante una llamada de formación con 30 tiendas, el 25% ya eran usuarias de **Too Good To Go**, mientras que otras buscaban la aprobación de los equipos corporativos o tenían clientes preguntando sobre los planes de lanzamiento. Esto subraya todo el trabajo hecho en los EE. UU. en 2023 y la evolución en el mercado, allanando el camino para emocionantes alianzas con cuentas clave en 2024."

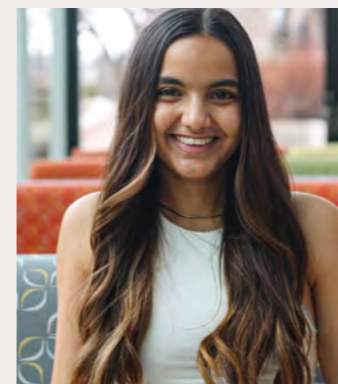
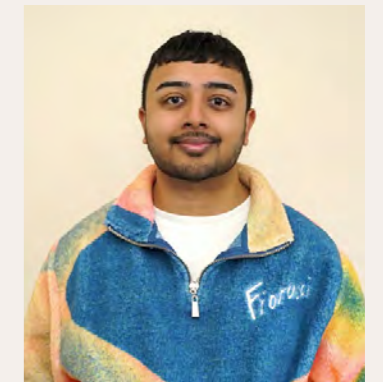
**Calvin Ruth**

Key Partner Growth Manager, US

"La reunión global del equipo creativo fue reveladora para mí. Estuvo marcada por la colaboración, los momentos compartidos, los debates abiertos y el esfuerzo colectivo. Me recordó por qué aprecio tanto mi labor en **Too Good To Go** y lo agradecido que estoy por las personas con las que trabajo."

**Abdul Hye**

Área de marketing (equipo creativo), Reino Unido



"Estaba en una tienda hablando sobre una posible colaboración cuando una cliente oyó por casualidad nuestra conversación e intervino enseguida para elogiar **Too Good To Go** y contar cómo habíamos salvado su crepería. Estos momentos ponen de manifiesto el profundo impacto que ejerce nuestra organización."

**Akanksha Yeola**

Área comercial, Canadá

"Entrar en un comercio, ver largas colas de personas a la espera de recibir sus **Packs Sorpresa** y escuchar decir a cada una cuánto le gusta cuidar del planeta mientras ahorra dinero; esto hizo que me sintiera muy orgullosa de mi papel en la creación de esta maravillosa comunidad."

**Silvia Magán**

Área de marketing (equipo de RRPP), España



El pasado 2023 ha sido otro año impredecible para el planeta Tierra con cambios y desafíos enormes a escala global. Sin embargo, en **Too Good To Go** seguimos creyendo firmemente que el progreso positivo siempre es posible y que las pequeñas acciones pueden tener un gran impacto.

Como sociedad, es vital que limitemos el aumento de la temperatura global tal como se estipuló en el Acuerdo de París. Por este motivo, en **Too Good To Go** nos centramos en combatir el desperdicio de alimentos, una de las principales causas del cambio climático.

## PALABRAS DE NUESTRA CEO



De todos los desafíos medioambientales que debemos afrontar, el desperdicio de alimentos está al alcance de todos y todas. Aún así se necesitan más soluciones. Por ello, en 2023 pasamos a la acción:

**Continuamos** aumentando nuestro impacto junto a los miles de establecimientos que se han unido a nuestra iniciativa al salvar comida en buen estado a través de nuestros **Packs Sorpresa** evitando así su desperdicio.

**Ampliamos** nuestra nueva línea de producto, **Too Good To Go Parcels**, en toda Europa y ayudar a productores y fabricantes a salvar del desperdicio casi 700.000 Parcels.

**Pusimos a prueba** nuestra solución integral, **Too Good To Go Platform**, que permite a los negocios de alimentación automatizar la gestión y control del etiquetado de fecha (fecha de caducidad y consumo preferente). Su plena implementación está prevista para 2024.

**Ganamos** el prestigioso ‘Cultural Impact Award’ de los AppStore Awards que Apple concede anualmente, en reconocimiento al profundo impacto que nuestra app ejerce en la sociedad.

**Lanzamos** emocionantes programas nuevos y establecimos coaliciones con gobiernos, universidades y otras autoridades competentes para mejorar la legislación y la educación en materia de desperdicio de alimentos.

Pero, por encima de todo, nuestro punto de referencia siempre será el número de packs de comida salvados y cuyo desperdicio estamos evitando.

En 2023, salvamos **121.686.720 packs de comida** entre nuestros Packs Sorpresa y Parcels, lo que supone un **46 %** más que en 2022. Salvar tanta comida ha supuesto evitar el desperdicio de alrededor de **100 millones de litros de agua** y evitar la emisión a la atmósfera terrestre de **328.554 toneladas de CO2eq**, el equivalente a las emisiones producidas por más de **57.000** personas dando la vuelta al mundo en avión.

Ninguno de estos esfuerzos por reducir el desperdicio de alimentos sería posible sin la contribución de establecimientos, usuarios y usuarias, y las personas que forman parte de nuestro equipo. Quiero dar las gracias a todos y todas por su trabajo, pasión y compromiso; estos atributos justifican mi inquebrantable confianza en nuestra capacidad de subir el listón una vez más en 2024.

*Mette*

Mette Lykke,  
CEO, Too Good To Go

# SOBRE EL desperdicio de alimentos

Antes de detallar el plan de Too Good To Go para combatir el desperdicio de alimentos, es necesario definir el problema:



**EN TODO EL MUNDO, HASTA EL 40 %  
DE LA COMIDA PRODUCIDA SE DESPERDICIA**

(WWF, 2021)

**EL COSTE GLOBAL DEL DESPERDICIO DE  
ALIMENTOS ASCIENDE APROXIMADAMENTE  
A MÁS DE 1 BILLÓN DE DÓLARES CADA AÑO**

(FAO, 2014)

**EL DESPERDICIO DE ALIMENTOS ES RESPONSABLE  
DEL 10 % DE LAS EMISIONES MUNDIALES  
DE GASES DE EFECTO INVERNADERO  
DERIVADAS DE LA ACTIVIDAD HUMANA**

(WWF, 2021)

Tirar comida innecesariamente provoca el desperdicio masivo de recursos como el suelo, el agua, los fertilizantes y el combustible.

El Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (UNEP) estima que, a escala global, se destina el 30 % de la tierra agrícola y el 21 % del agua dulce a producir alimentos que luego se desperdician (UNEP, 2021), lo cual es –a falta de términos científicos– un sinsentido y muy negativo.

## AHORA BIEN, ¿QUÉ PODEMOS HACER AL RESPECTO?

Con el objetivo de limitar el aumento de la temperatura global, debemos abordar las causas del cambio climático. Por ello nos centramos en una de las causas principales: el desperdicio de alimentos.

Aunque esto parezca complicado y las estadísticas suenen alarmantes, también existen buenas razones para la esperanza. Resolver el problema del desperdicio de alimentos no es imposible, sino una mera cuestión de gestión y asignación de recursos acompañada de un cambio de conducta.

Por supuesto, los desafíos son enormes y complejos, pero se pueden minimizar con ideas inteligentes e innovadoras.

Así pues, en **Too Good To Go** tenemos la misión de inspirar y empoderar a todo el mundo para luchar juntos frente al desperdicio de alimentos en el ámbito doméstico pero también en las empresas y negocios de alimentación..

*Sigue leyendo y descubrirás las herramientas que usamos para hacer realidad este propósito.*





# soluciones

## DE TOO GOOD TO GO

¿Te gustaría saber exactamente qué hacemos en **Too Good To Go**, qué soluciones ofrecemos y qué beneficios clave aporta cada una? ¡Vamos allá!

### EN RESUMEN:

**AYUDAMOS A SALVAR COMIDA DEL DESPERDICIO**

Quienes usan nuestra app tienen acceso a **Packs Sorpresa** y **Parcels de Too Good To Go** llenos de comida en perfecto estado que, en otras circunstancias, se habría desperdiciado. Además, hemos lanzado **Too Good To Go Platform**, que ayuda al comercio minorista a evitar más fácilmente el desperdicio de alimentos en sus tiendas.

### EN OTRAS PALABRAS:

**SOMOS AMANTES DE LA COMIDA CON UNA MISIÓN**



Soluciones de Too Good To Go

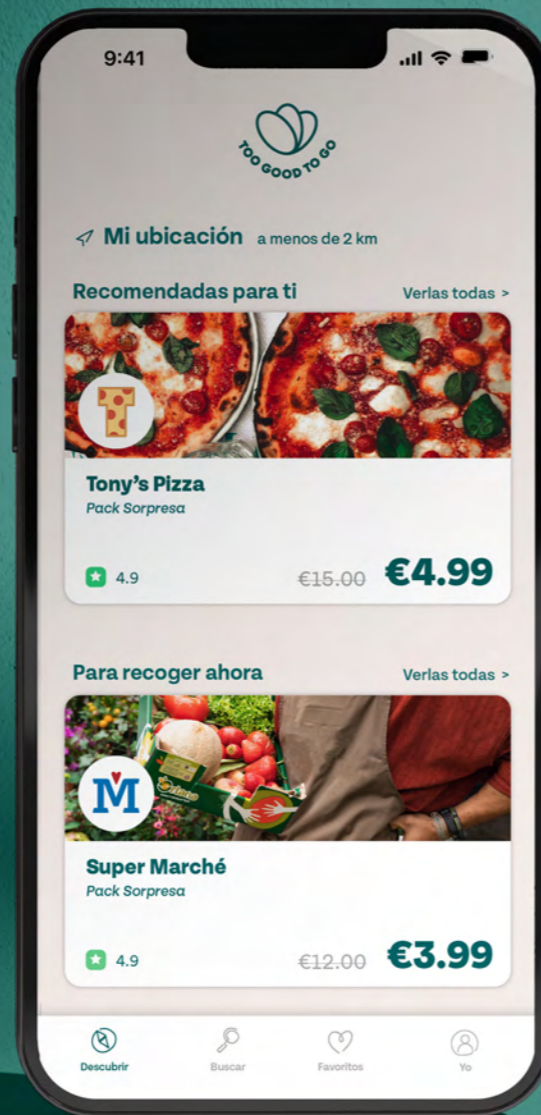
# APP

La app de **Too Good To Go** es la mayor del mundo para salvar el excedente de comida y está disponible en 17 países de Europa y Norteamérica.

Nuestra app cuenta con más de 85 millones de usuarias y usuarios registrados que tienen acceso a comida sin vender de pequeñas y grandes empresas del sector de la alimentación.

A través de nuestros populares **Packs Sorpresa de Too Good To Go** y **Too Good To Go Parcels**, usuarios, usuarias y establecimientos salvan comida en buen estado que, de lo contrario, habría sido desperdiciada.

Se trata de una herramienta importante para combatir el desperdicio de alimentos que, además, es fácil de usar. Si quieres comprobarlo, ¿por qué no descargas la app y le echas un vistazo?



## PACKS SORPRESA DE TOO GOOD TO GO

Los supermercados, restaurantes, panaderías y otros negocios participantes reúnen la sabrosa comida sin vender durante la jornada y la incluyen en **Packs Sorpresa de Too Good To Go**.

Quienes usan nuestra app pueden reservar estos packs y adquirirlos luego a precios reducidos.

¿A quién no le gusta una sorpresa deliciosa?

## TOO GOOD TO GO PARCELS

Uno de los mayores desafíos que afrontan productores y fabricantes es el excedente de comida. A menudo, productos en perfecto estado con largas fechas de caducidad y consumo preferente se acaban tirando incluso antes de que lleguen a los puntos de venta.

En cambio, gracias a **Too Good To Go Parcels**, se evita semejante desperdicio de comida sin vender al empaquetarla, agruparla y entregarla directamente a la gente a muy buen precio.

En 2023, ampliamos el servicio de Parcels, que pasó a estar disponible en cinco países: Francia, Dinamarca, Países Bajos, Bélgica e Italia.

Se trata de algo positivo para los productores y fabricantes, para los compradores y para el planeta.

Por eso lo consideramos triplemente positivo.



Soluciones de Too Good To Go

# TOO GOOD TO GO PLATFORM

Los procesos relacionados con la comprobación de las fechas de caducidad y consumo preferente y con los descuentos en tienda pueden llevar largo tiempo, requerir muchos recursos y ser propensos a errores, sobre todo a gran escala.

Según el European Grocery Retailing Institute, los costes asociados con el desperdicio de alimentos ascienden de media a casi el 2 % de las ventas netas de los minoristas, lo que prácticamente equivale al promedio de sus márgenes de beneficio.

En 2023, pusimos a prueba **Too Good To Go Platform** para facilitar la gestión del inventario en las tiendas de grandes y pequeños distribuidores de alimentación y ayudarlos a marcar la diferencia, tanto en su rentabilidad como en la reducción del desperdicio de alimentos.

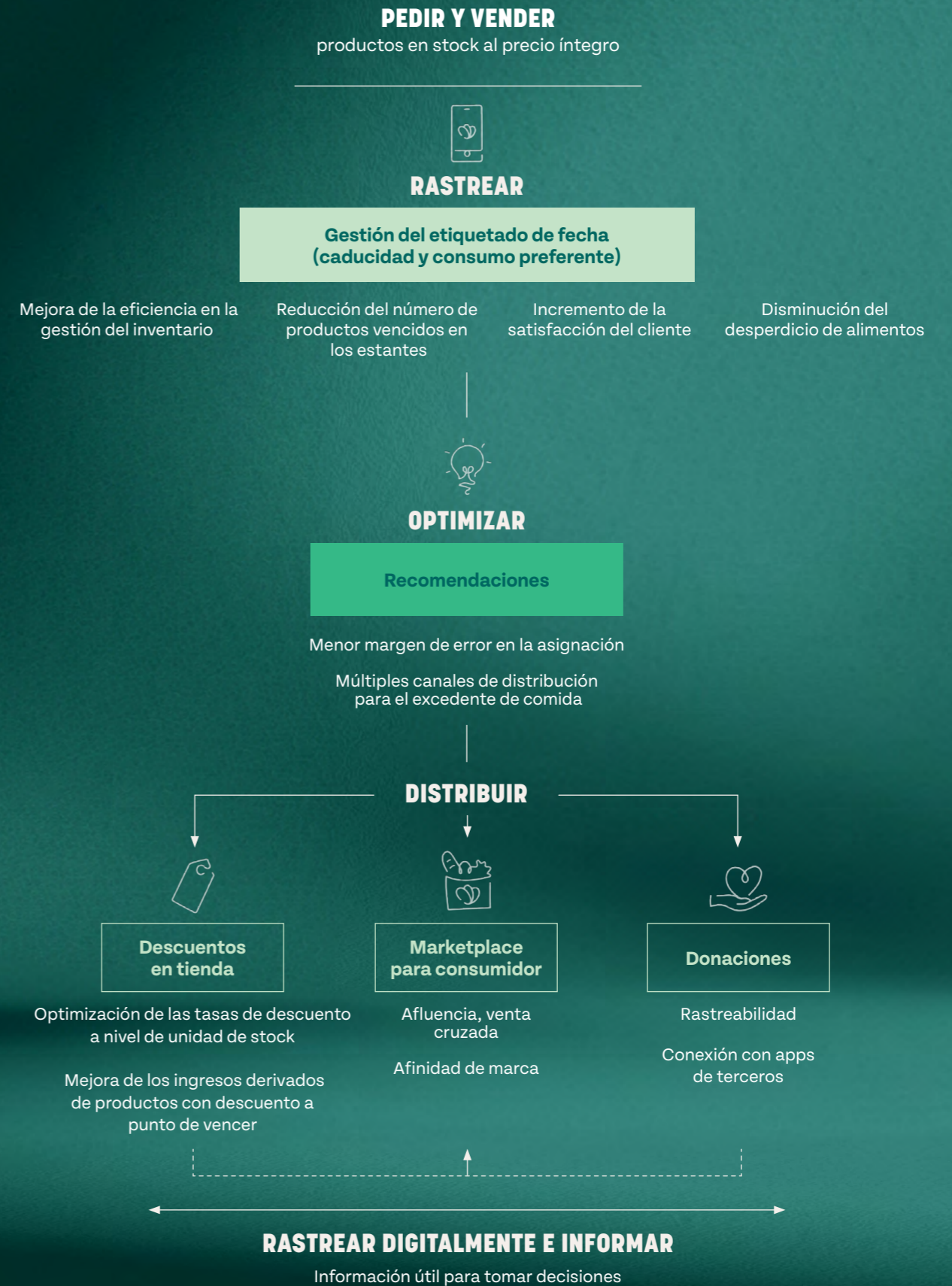
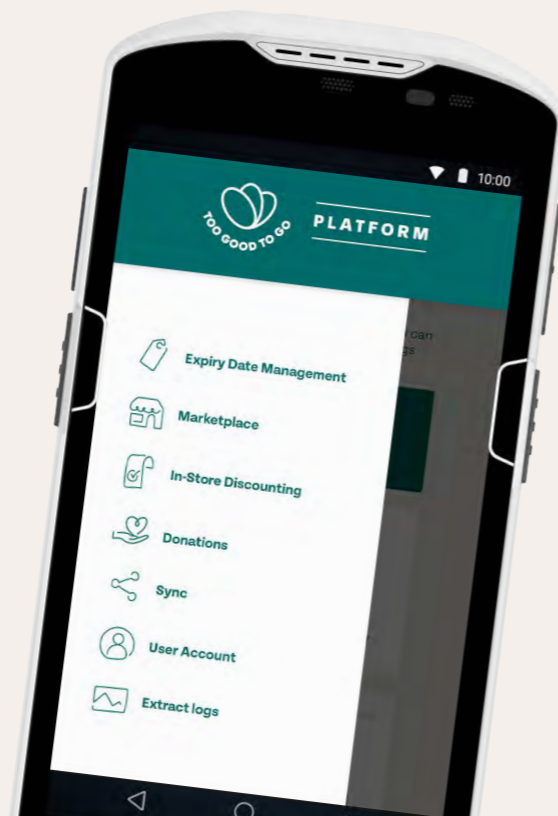
**Too Good To Go Platform** integra actualmente cinco módulos en una sola interfaz que permite a los socios elegir una solución adaptada a su estrategia para gestionar el excedente de comida. Dichos módulos son los siguientes:

- Gestión del etiquetado de fecha (fecha de caducidad y consumo preferente)
- Recomendaciones
- Descuentos inteligentes en tienda
- Marketplace
- Donaciones

\*Según el beneficio medio obtenido por cada Pack Sorpresa por país, extrapolado al total de unidades vendidas mundialmente en 2023.

Ahora que sabemos cómo **Too Good To Go Platform** puede ayudar a los minoristas en la gestión del excedente de comida, veamos algunos de los resultados iniciales.

- **Too Good To Go** ha ayudado a los establecimientos a recuperar 980 millones de dólares\* en forma de ingresos al reducir drásticamente el exceso de inventario.
- Con la lista de productos a punto de caducar generada automáticamente, las comprobaciones manuales se limitan al 1-7 % de todos los productos.
- De media, **Too Good To Go Platform** contribuye a ahorrar hasta 1 hora de trabajo al día por empleado.





# NUESTRO IMPACTO

Cálculo de la huella ambiental  
2023 en cifras



# CÁLCULO DE LA huella ambiental

Dado que nos esforzamos continuamente para mejorar la manera de medir nuestro impacto medioambiental, en 2023 aplicamos una serie de cambios a nuestros cálculos sobre el CO2eq bajo la dirección de algunas de las mentes más brillantes de la industria.

En primer lugar, ya no hablamos de CO2eq **ahorrado**, sino de CO2eq **evitado**, de acuerdo con la terminología propia de la contabilidad del carbono.

Asimismo, recurrimos a Mérieux NutriSciences | Blonk, destacados expertos en sostenibilidad alimentaria, para calcular la huella ambiental de cada Pack Sorpresa de comida salvado a través de **Too Good To Go**.

Antes basábamos nuestro cálculo de CO2eq en una amplia investigación global de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO, 2013). Aunque esta proporcionaba información vital y fiable, queríamos ahondar en lo específico. De este modo, Mérieux NutriSciences | Blonk ajustó el recálculo incluyendo únicamente los elementos relacionados con la comida que salvamos.

Mediante este proceso, nuestro socio no solo ha calculado cuánto CO2eq evitamos al salvar comida, sino también cuánta agua y tierra usamos, lo cual nos ayuda a comprender mejor nuestro impacto en el entorno.



## CÁLCULO

La huella ambiental de **Too Good To Go** equivale a la diferencia neta entre el impacto de dos escenarios:

### Escenario 1

El excedente de comida acaba en la basura y se somete al tratamiento de residuos; por ejemplo, se incinera o se desecha en vertederos.

### Escenario 2

**Too Good To Go** logra salvar el excedente de comida del desperdicio y, por lo tanto, evita la nueva producción de alimentos.



Después encargamos a expertos de la Universidad de Oxford y de WRAP que revisaran (y volvieran a revisar) la metodología y los cálculos para obtener la evaluación más precisa hasta la fecha.

"Este informe supone un paso importante para entender el impacto medioambiental de la actividad para salvar comida de **Too Good To Go** y, por extensión, de la reducción del desperdicio de alimentos. El enfoque técnico es sólido y aplaudo en particular a los autores por su relación constructiva con las personas encargadas de la revisión a lo largo del proyecto."

**Hamish Forbes,**  
WRAP

"Se trata de un estudio interesante que ofrece una evaluación seria de una importante iniciativa para reducir el desperdicio de alimentos. Revela los beneficios para el medio ambiente que está obteniendo **Too Good To Go** y el impacto positivo que ejerce en el planeta dicha organización."

**Dr. Joseph Poore,**  
Universidad de Oxford

## AHORA SABEMOS QUE, AL SALVAR UN PACK SORPRESA DE COMIDA (1KG), EVITAMOS LO SIGUIENTE:



**2,7 KG**

de CO2eq



**2,8 M<sup>2</sup>**

de suelo usado al año



**810**

litros de agua consumidos

Para obtener más detalles, puedes leer el informe completo en la web de **Too Good To Go**.

# 2023 EN CIFRAS

Desde 2016, con la ayuda de nuestra entregada comunidad, **Too Good To Go** ha cosechado un éxito tras otro uniendo fuerzas con establecimientos asociados para salvar más de **300 millones de Packs Sorpresa** de comida.

Esto bastaría para dar alimentos para un día a todas las personas que viven en Japón, Alemania y Turquía (y sobraría suficiente para todos los habitantes de Países Bajos).

- Escala global -

## DESGLOSE DE LAS CIFRAS DE 2023

Se registraron más de

**21** MILLONES DE USUARIAS Y USUARIOS NUEVOS

Nos asociamos con más de

**72** MIL TIENDAS NUEVAS

Y salvamos nada más y nada menos que

**121.686.720** PACKS SORPRESA DE COMIDA



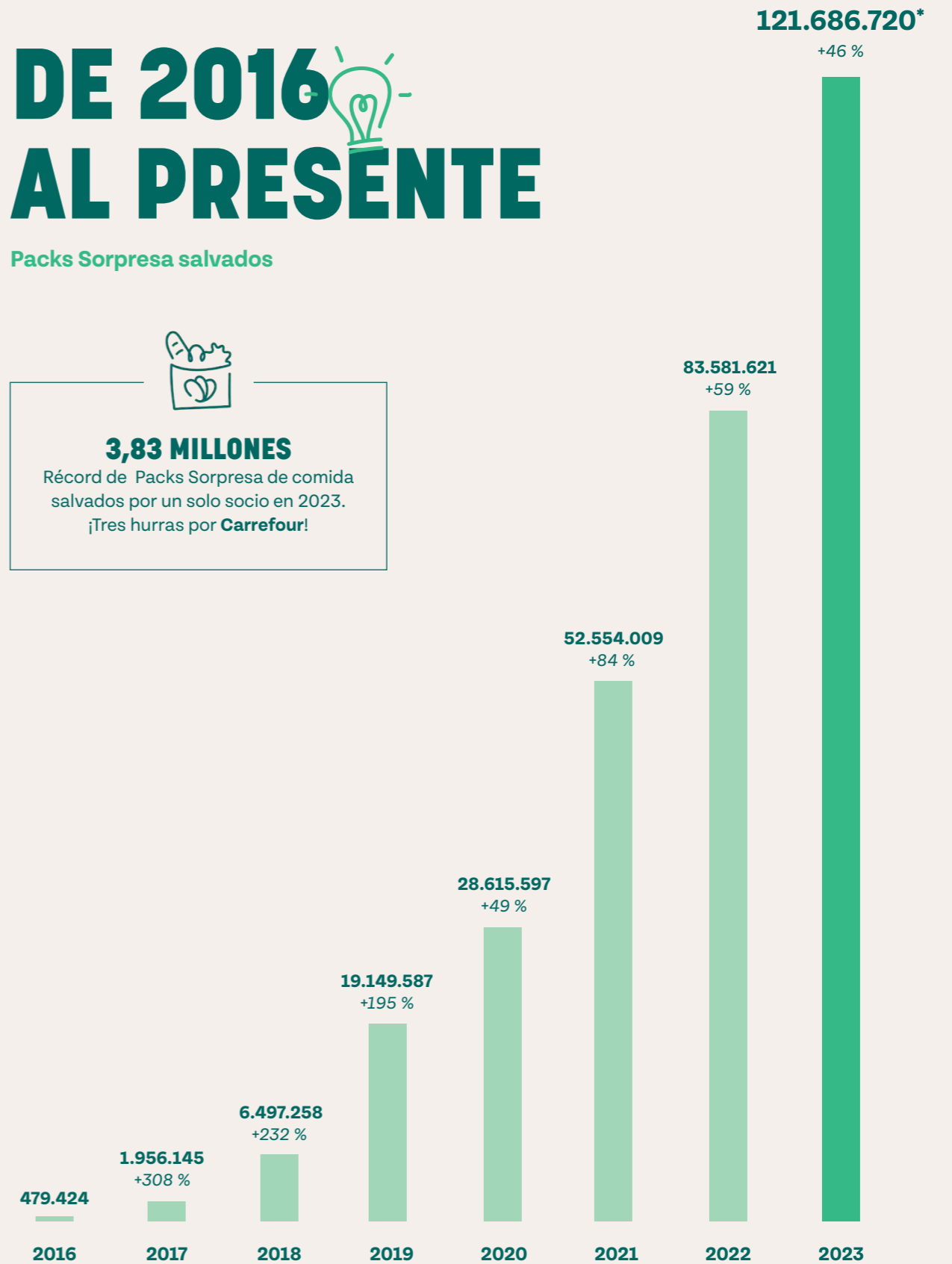
# DE 2016 AL PRESENTE

Packs Sorpresa salvados



**3,83 MILLONES**

Récord de Packs Sorpresa de comida salvados por un solo socio en 2023. ¡Tres hurras por **Carrefour!**



\*1kg = 1 Pack Sorpresa - 1 Parcel = 5,8 Packs Sorpresa - 1 Producto = 0,35 Packs Sorpresa

# NUESTRA COMUNIDAD

Grandes cadenas  
Pequeños negocios  
Socios de Parcelas



# GRANDES cadenas

En la app de **Too Good To Go** se distinguen tres tipos de socios: grandes cadenas, pequeños negocios y socios de Parcels. Vamos a analizarlos uno por uno, empezando por el primero.

Trabajamos con casi **85.000** establecimientos que forman parte de grandes cadenas.

Pero, ¿qué se entiende exactamente por "grandes cadenas"? Dicho de forma sencilla, suelen ser marcas que tienen cientos de tiendas.

Dicho de forma más compleja, son centros de consumo a gran escala que generan un impacto significativo mediante economías de escala beneficiosas.

Pero quedémonos con la descripción simple.

Colaborar con estos pesos pesados nos ayuda a ejercer un impacto enorme: junto con nuestros socios de las grandes cadenas, hemos salvado la asombrosa cantidad de **58.298.598 packs de comida** de ser desperdiciados en 2023.

Veamos algunos ejemplos con opiniones de primera mano.



**metro**

"**Too Good To Go** ha demostrado ser un recurso fundamental en nuestro empeño para reducir un 50 % el desperdicio de alimentos en METRO Inc. La app encaja a la perfección con nuestro compromiso al proporcionar una solución eficiente que no solo está en línea con nuestros objetivos medioambientales, sino que también aporta un considerable valor añadido a nuestra empresa y comunidad. Su interfaz intuitiva ha simplificado el enfoque de la reducción de desperdicios contribuyendo así tanto a nuestra rentabilidad como a nuestra misión general.

**Too Good To Go** no es una mera app, sino un socio estratégico que refuerza nuestro compromiso de ejercer un impacto positivo."

**Myène Champagne**

Directora de Medio Ambiente y Riesgos  
Técnicos en METRO Inc.



**MÓDULO IMPLEMENTADO**

Marketplace/  
App para consumidor



**SOCIO DESDE**

2022



**MERCADOS ACTIVOS**

Canadá



**PACKS SORPRESA SALVADOS EN 2023**

**227.562**

Equivalente al total anual de emisiones de CO<sub>2</sub>eq de **47 ciudadanos canadienses**



"Nuestra alianza con **Too Good To Go** nos está ayudando a abordar un problema tan crítico como el del desperdicio de alimentos, al tiempo que permite a los compradores acceder a nuestros productos a precios muy asequibles. Esperamos ver resultados aún más sorprendentes a medida que la relación se consolide."

**Liz Fox**  
National Corporate  
Responsibility Director, ALDI



**MÓDULO IMPLEMENTADO**

Marketplace/  
App para consumidor



**SOCIO DESDE**

2020



**MERCADOS ACTIVOS**

Alemania, Austria, Bélgica, Dinamarca, España, Francia, Italia, Irlanda, Noruega, Países Bajos, Polonia, Portugal, Reino Unido, Suiza



**PACKS SORPRESA SALVADOS EN 2023**

**2.118.358**

Esta gran cifra equivale a evitar las emisiones de CO<sub>2</sub>eq anuales de **880 ciudadanas y ciudadanos suecos.**

**Packs de comida salvados hasta la fecha: 5 millones**



**MÓDULO IMPLEMENTADO**

Marketplace/  
App para consumidor



**SOCIO DESDE**

2022



**MERCADOS ACTIVOS**

UK y otros



**PACKS SORPRESA SALVADOS EN 2023**

**367.297**

Esto es el equivalente a evitar las emisiones producidas por **748 personas viajando en avión de Londres a Nueva York.**



"La colaboración internacional entre SPAR y **Too Good To Go** empezó en diciembre de 2020 y se ha ido ampliando sin cesar hasta estar disponible actualmente para clientes de SPAR en 14 mercados europeos. Esta asociación subraya nuestro enfoque múltiple para reducir los desperdicios en la cadena de suministro, así como nuestro compromiso de ofrecer soluciones digitales innovadoras a las consumidoras y los consumidores para ayudarles a comprar de forma sostenible. Damos las gracias a nuestros minoristas y clientes por utilizar esta novedosa plataforma que marca la diferencia en el impacto de la producción alimentaria en el medio ambiente."

**Tobias Wasmuht**  
Director ejecutivo EN SPAR International





"Es nuestra responsabilidad colectiva garantizar que los alimentos no se desperdicien. Al colaborar con **Too Good To Go**, no solo reducimos el desperdicio de alimentos, sino que también ofrecemos a nuestros clientes una opción más asequible y sostenible, al tiempo que aportamos nuestro granito de arena al medio ambiente. Todos salimos ganando, y estamos orgullosos de formar parte de este movimiento hacia un futuro más sostenible."

**Marc Goodman**  
Vice President and General Manager,  
7-Eleven Canada



**MÓDULO IMPLEMENTADO**

Marketplace/  
App para consumidor



**SOCIO DESDE**

2022



**MERCADOS ACTIVOS**

Estados Unidos



**PACKS SORPRESA SALVADOS EN 2023**

**63.429**

Equivalente a evitar las emisiones de CO<sub>2</sub>eq producidas por **30 personas dando la vuelta al mundo en avión.**  
Frankfurt > Nueva York > San Francisco > Tokio > Dubái > Frankfurt



**MÓDULO IMPLEMENTADO**

Marketplace/  
App para consumidor



**SOCIO DESDE**

2023



**MERCADOS ACTIVOS**

Canadá y otros



**PACKS SORPRESA SALVADOS EN 2023**

**130.909**

Esto supone haber evitado el equivalente a las emisiones anuales de CO<sub>2</sub>eq producidas por **27 canadienses.**



"Al simplificar tanto cada paso, **Too Good To Go** ha hallado la forma de eliminar la complejidad de reducir el desperdicio de alimentos en nuestras cafeterías. **Too Good To Go** nos ha ayudado a mejorar."

**Nannette Richardson**  
Responsable de Retail y CPG Marketing



# pequeños NEGOCIOS

Los pequeños negocios son el alma de nuestra actividad comercial. Se trata de tiendas locales únicas que demuestran su pasión por la comunidad, el medioambiente y la buena comida.

En 2023, los **119.206** pequeños negocios con los que colaboramos nos ayudaron a salvar **43.391.162 Packs Sorpresa de comida.**

Todos estos héroes tan increíbles merecen una ovación.

Pero si estás leyendo esto en el bus, quizá sea mejor que los aplaudas mentalmente...

**demasié.**

"**Too Good To Go** nos ha ayudado a gestionar de manera más efectiva las pérdidas generadas en nuestros diferentes locales. Además de contribuir a atraer nuevos clientes, nos parece muy importante el impacto social de combatir el desperdicio de alimentos y formar parte de ello."

**Marc Escursell**  
Cofundador de Demasié



**CIUDADES ACTIVAS**

Barcelona



**SOCIO DESDE**

2021

**PACKS SORPRESA  
SALVADOS EN 2023**

**7.495**

Equivalente a evitar las emisiones de CO<sub>2</sub>eq producidas al **ducharse con agua caliente 71 días.**



Nuestros socios de Parcels producen, fabrican o distribuyen muchos productos alimentarios populares, pero, a diferencia de nuestros otros colaboradores clave, rara vez interactúan con los clientes porque tratan directamente con empresas.

Dado que en Europa el 21 % del desperdicio de alimentos tiene lugar en la fase de producción y fabricación (Eurostat, 2023), sabemos que trabajando juntos podemos contribuir a limitar la pérdida de comida desde un nivel superior de la cadena de suministro.

# SOCIOS DE parcels

Por esta razón hemos creado **Too Good To Go Parcels**, consistentes en paquetes de comida de mayor tamaño procedentes directamente de productores y fabricantes.

Mediante esta colaboración, entregamos **casi 700.000 Parcels** solo en 2023. Y como dichos Parcels pesan de media lo mismo que 5,8 Packs Sorpresa estándares, la cantidad mencionada equivale a **casi 4 millones de packs de comida salvados**. Gracias a eso, hemos evitado la emisión de 10.755 toneladas de CO<sub>2</sub>eq, el equivalente al total capturado por 268.870 árboles como la píceas europeas.



“En Good Food Group reconocemos la importancia del consumo responsable y comprendemos que los recursos de nuestro planeta son limitados.

Garantizar el consumo sostenible de los alimentos que producimos es una gran parte de nuestra responsabilidad. En consecuencia, nuestra dedicación a reducir el desperdicio de alimentos no es sólo un compromiso; es una misión que se alinea con nuestra política ESG. Junto con nuestro valioso socio, **Too Good To Go**, trabajamos activamente por un futuro en el que prosperemos produciendo de forma respetuosa con el medio ambiente y capacitando a los consumidores para que tomen decisiones sostenibles. Por eso es un momento de orgullo para nosotros estar incluidos en el Informe de Impacto 2023, ya que muestra nuestros esfuerzos colectivos para construir un mundo más responsable y sostenible en colaboración con **Too Good To Go**.”

**Mads Tornvig Andersen**  
Sales Director



## MERCADOS ACTIVOS

Dinamarca



## SOCIO DESDE

2022

## PACKS SORPRESA SALVADOS EN 2023

# 28.582

El equivalente a evitar las emisiones de CO<sub>2</sub>eq producidas al ducharse **270 días con agua caliente**.

# NUESTRAS INICIATIVAS

Fechas con sentido: 'Mira, huele, prueba'  
La próxima generación  
Política y Asuntos Públicos  
Un día dedicado a la concienciación





# CONFÍA EN TUS SENTIDOS Y SALVA EL PLANETA

Iniciativa "mira - huele - prueba" en el etiquetado de fecha

En la Unión Europea, el desperdicio de alimentos total en 2021 ascendió a casi 59 millones de toneladas (el peso aproximado de la Gran Muralla China), con un elevadísimo 54 % generado en los hogares (Eurostat, 2023). Asimismo, en Canadá cada año se desperdicia en torno al 58 % de la comida producida; sorprendentemente, un 21 % de este desperdicio de alimentos evitable se produce en el ámbito doméstico (Goosh, 2019).

Una de las principales causas del desperdicio de alimentos en casa es la confusión debida al etiquetado de fechas. En concreto, la incertidumbre sobre el significado de los dos términos más habituales ("fecha de caducidad" y "fecha de consumo preferente") es responsable de aproximadamente el 10 % de dicho desperdicio (Comisión Europea, 2018).

En 2019, creamos las etiquetas "mira - huele - prueba" para animar a la gente a confiar en sus sentidos antes de tirar comida evaluando su aspecto, olor y sabor en vez de basarse en la fecha de consumo preferente.

Ahora, más de 500 marcas comprometidas reservan un espacio en los envases de sus productos para incluir el distintivo "Mira, huele, prueba" de **Too Good To Go**. Gracias a los incansables esfuerzos de esta poderosa alianza, estamos ejerciendo juntos un impacto directo para combatir el desperdicio de alimentos en hogares de todo el mundo.



He aquí tres aspectos a tener en cuenta antes de tirar cualquier producto basándose en la fecha de consumo preferente.

## ASPECTO

Míralo. ¿Hay rastros de moho o decoloración?

## OLOR

Huélelo. ¿Percibes un olor fuerte o inusual?

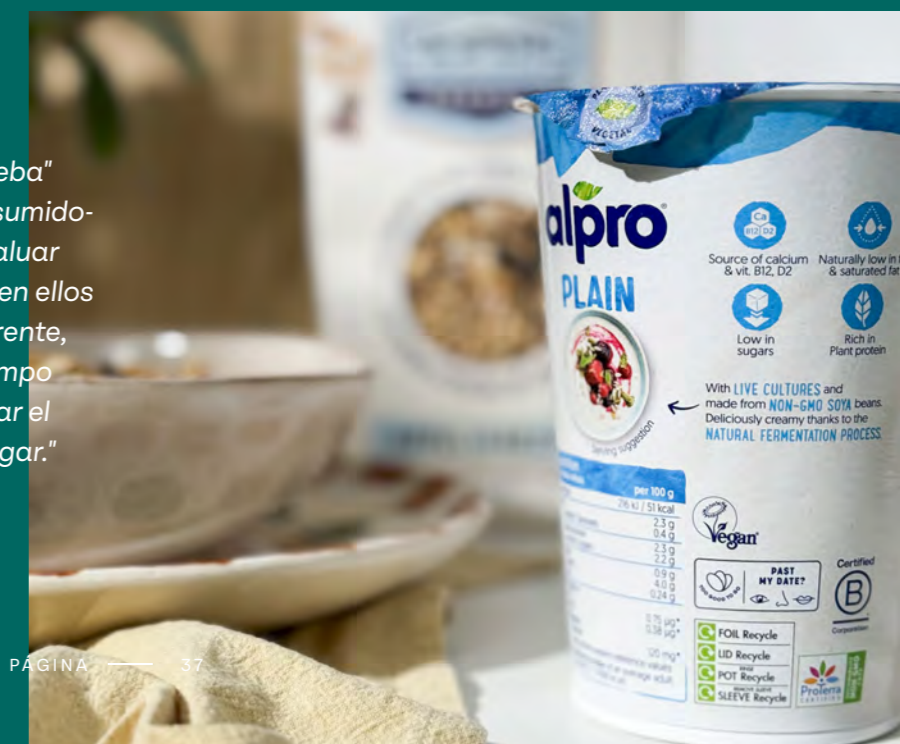
## SABOR

Pruébalo. ¿Sabe agrio, rancio o pasado?

Si tus sentidos te dan luz verde, ¡disfruta de la comida!

"El pictograma "mira - huele - prueba" anima a los consumidores y las consumidoras a utilizar los sentidos para evaluar nuestros productos y a confiar más en ellos que en la fecha de consumo preferente, lo que permite conservar más tiempo la comida y, potencialmente, evitar el desperdicio de alimentos en el hogar."

**Alpro (Reino Unido)**



# CIFRAS

**13** Países donde se encuentran nuestras etiquetas

**537** Marcas que usan nuestras etiquetas

**5420** Gamas de productos que incluyen nuestras etiquetas

**+6000M** Envases de productos que presentan nuestras etiquetas (estimación anual)

En 2024, seguiremos promoviendo la campaña "mira - huele - prueba" a través de la comunicación y la colaboración continuas. Y no solo ampliaremos la implementación de las etiquetas (incluido su lanzamiento en Canadá), sino que también investigaremos más acerca de su efectividad. De hecho, hemos unido fuerzas con la Universidad de Wageningen, Unilever y Food Waste Free United para medir mejor el impacto del distintivo en el comportamiento de los consumidores en el ámbito doméstico.



Los productores y fabricantes interesados en usar las etiquetas "mira - huele - prueba" pueden enviar un correo electrónico a: [look-smell-taste@toogoodtogo.com](mailto:look-smell-taste@toogoodtogo.com)



**24%** de las personas encuestadas admiten haber visto la etiqueta

**62%** de los anteriores han reflexionado sobre el desperdicio de alimentos

**66%** de estos han decidido usar más sus sentidos antes de tirar un producto

(Epinion, 2022; Kantar Insights, 2023)



# LA próxima GENERACIÓN

Forjar un futuro positivo solamente es posible con la ayuda de los héroes y heroínas del mañana. Por este motivo, colaboramos con escuelas y universidades para que la protección de nuestro planeta se convierta en uno de los objetivos principales del sistema educativo.

## ESCUELA DE NEGOCIOS DE COPENHAGUE

También queremos inspirar a los futuros líderes de la industria, motivo por el que colaboramos con los reputados profesores de la Escuela de Negocios de Copenhague para cocrear un estudio de viabilidad detallado sobre el modelo de **Too Good To Go**.

Dicho estudio, titulado "Salvar la distancia entre los objetivos de sostenibilidad y los fines empresariales en el comercio internacional", se utilizará para inspirar a estudiantes de todo el mundo a tomar decisiones acertadas conciliando las oportunidades de negocio con las políticas de sostenibilidad.



Nuestro programa **Mon École Anti Gaspi**, que se continúa implantando con éxito en escuelas de primaria de Francia, enseña a los niños y niñas a proteger el planeta valorando sus recursos. Más del 20 % de las escuelas francesas descargaron los recursos educativos propuestos en 2023. Eso implica que más de 7000 centros escolares explican las consecuencias del desperdicio de alimentos en sus aulas.

Actualmente, estamos trabajando para implementar estos materiales educativos en todos los países donde está presente **Too Good To Go** en 2024.

# POLÍTICA Y ASUNTOS públicos

Una de las formas más efectivas de combatir el desperdicio de alimentos es la acción legislativa. Para ello, hay que convencer a quienes establecen las normas y velan por su cumplimiento que es preciso hacer algo.

En 2023, compartimos nuestro conocimiento y entusiasmo sobre el tema con autoridades gubernamentales del mundo entero. Al alentar y respaldar a los legisladores, demostramos nuestro compromiso de ayudar a los gobiernos a crear un sistema alimentario más sostenible.

Nos comprometemos a enfatizar las oportunidades tangibles de impulsar un cambio positivo en todos los niveles de gobierno a lo largo y ancho del globo.

**COMPROMETERSE**  
con objetivos ambiciosos de reducción del desperdicio de alimentos (y jurídicamente vinculantes)

**EXIGIR**  
que las empresas del sector informen públicamente sobre la cantidad de alimentos desperdiciados

**PRIORIZAR**  
la prevención para frenar de raíz el desperdicio de alimentos

**ACLARAR**  
qué significan las fechas de caducidad y consumo preferente para evitar malentendidos

**ELIMINAR**  
las prácticas que provocan el desperdicio en la cadena de suministro

## UE

Interactuamos regularmente con el Parlamento Europeo abogando por el establecimiento de objetivos de reducción del desperdicio de alimentos jurídicamente vinculantes y contribuyendo a la Plataforma de la UE sobre la pérdida y el desperdicio de alimentos.

## ALEMANIA

Nos llamaron a testificar en una audiencia de expertos del Parlamento para compartir nuestras recomendaciones sobre cómo reducir el desperdicio de alimentos con influyentes legisladores alemanes.

## REINO UNIDO

Nuestra presión e interacción con miembros del Parlamento contribuyó a retomar la propuesta del Gobierno sobre informes obligatorios acerca del desperdicio de alimentos.

## ESTADOS UNIDOS

Presentamos la "No Time To Waste Act" en el Congreso a través de la Zero Food Waste Coalition con el compromiso de reducir un 50 % el desperdicio de alimentos antes de 2030.

## PAÍSES BAJOS

Contribuímos a la "agenda de aceleración para reducir el desperdicio de alimentos 2022-2025", un informe crucial enviado al Ministerio de Agricultura, Naturaleza y Calidad Alimentaria.

## ESPAÑA

Durante las elecciones generales de 2023, llevamos a cabo una exitosa campaña para obtener el firme compromiso del nuevo Gobierno de priorizar la promulgación de leyes contra el desperdicio de alimentos.

## AUSTRIA

Debido a nuestra insistencia en la transparencia de los datos relativos al desperdicio de alimentos, el Gobierno introdujo la obligación para minoristas y mayoristas de elaborar informes al respecto. Además, gracias a nuestro trabajo con el Ministerio Federal de Acción Climática, Medio Ambiente, Energía, Movilidad, Innovación y Tecnología, se incluyó el desperdicio de alimentos en el plan de estudios escolar.

## FRANCIA

El Día Internacional de la Concienciación sobre la Pérdida y el Desperdicio de Alimentos, acogimos en nuestra oficina de París al ministro de Consumo, quien avaló públicamente **Too Good To Go** como una solución viable para reducir el desperdicio de alimentos y dar acceso a comida de calidad y asequible.





Evitar el desperdicio de alimentos es

# UN **paso** HACIA UN PLANETA MÁS **limpio** Y MÁS **verde**



## UN DÍA DEDICADO A LA CONCIENCIACIÓN

Cada 29 de septiembre, los mayores expertos mundiales en sostenibilidad alimentaria se reúnen para celebrar el Día Internacional de la Concienciación sobre la Pérdida y el Desperdicio de Alimentos (#FLWDay).

Impulsado por la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) y el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (UNEP), este día promueve el Objetivo de Desarrollo Sostenible de la ONU 12.3: **reducir a la mitad el desperdicio de alimentos mundial de aquí a 2030.**

Con motivo del FLWDay 2023, queríamos dar visibilidad a las personas que marcan la diferencia, así que creamos una campaña de vídeo para destacar algunos de sus increíbles logros. El vídeo se compartió masivamente a través de canales propios y de nuestros socios junto con este mensaje:

*Cada pequeño acto cotidiano importa; cada pasito puede tener un gran impacto. ¿Sabías que, con cada Pack Sorpresa salvado por nuestra fantástica comunidad de usuarios y socios, evitamos la emisión de 2,7 kg de CO2e? Quizá no parezca mucho, pero es como decir que cada segundo nuestros usuarios salvaron más de tres Packs. 🙌🍴*

*Así pues, a todas las personas que salvan comida del desperdicio: gracias por ayudar a crear un planeta más verde y más limpio. 🌍💚*

Con centenares de menciones más en la prensa, nuestro mensaje se difundió ampliamente contribuyendo a que la cuestión del desperdicio de alimentos recibiera una atención positiva. Este año actuaremos de nuevo para insistir en lo mismo. ¡Hasta septiembre!

# NUESTRA EMPRESA

Certificación B Corp

Huella de carbono

Valores

Diversidad, igualdad e  
inclusión

Grupos de recursos para  
empleados

Iniciativa Shareback







# CERTIFICACIÓN B CORP

La certificación B Corp se otorga a las empresas que equilibran el beneficio económico con el propósito social y cumplen elevados estándares de responsabilidad social y medioambiental.

A principios de 2023, obtuvimos de nuevo esta certificación. Esperaremos un poquito más para desvelar la puntuación final, pero presta atención el próximo marzo, durante el "Mes B Corp", celebración anual de todo lo relacionado con la certificación.

Tenemos muchas ganas de compartir más detalles sobre la nueva puntuación alcanzada, aunque, en realidad, lo importante de la certificación B Corp es formar parte de una comunidad de empresas inspiradoras que se esfuerzan en hacer las cosas bien. Formar parte de esta red vital nos llena de orgullo.

## DETALLES SOBRE NUESTRA CERTIFICACIÓN B CORP HASTA LA FECHA

**2019** 

Too Good To Go consigue por primera vez la certificación B Corp ¡olé! con una puntuación de **81,8**.

 **2021**

Mejoramos las vacaciones y los permisos de maternidad y paternidad, lanzamos la **iniciativa de voluntariado para empleados y empleadas** Shareback e incrementamos el número de establecimientos asociados hasta 134.999 demostrando nuestro compromiso de ayudar a otras empresas a hacer el bien, uno de los pilares de nuestra estrategia B Corp.

**2022** 

Publicamos nuestro código ético, introducimos los **grupos de recursos para empleados**, nos comprometimos a pagar un **sueldo digno** y llevamos a cabo una auditoría sobre la **brecha salarial de género**.

 **2023**

Empezamos a trabajar con **Plan A** en la **reducción de la huella de carbono**, establecimos un **marketplace para acciones de empleados** y –como resultado de todos estos esfuerzos– estamos a la espera de la puntuación de esta nueva recertificación.

Ya nos estamos preparando para la próxima revisión dentro de tres años puesto que la certificación B Corp consiste en la mejora continua. Hemos hecho grandes progresos, pero no queremos quedarnos con los brazos cruzados.



# HUELLA de carbono

En 2023, tomamos una decisión importante: dejar atrás la compensación de carbono a corto plazo y adoptar una visión más amplia de cara a la reducción de carbono.



Establecimos una colaboración con Plan A, que también posee la certificación B Corp, con tal de calcular nuestra huella de carbono y diseñar estrategias para reducirla drásticamente. En primer lugar, recalcularon nuestras emisiones de 2020 a 2022 para darnos una idea más clara de nuestro impacto.

**2020: 4.875,7 toneladas de CO<sub>2</sub>eq**

**2021: 11.335,1 toneladas de CO<sub>2</sub>eq**

**2022: 6.664,6 toneladas de CO<sub>2</sub>eq**

Acto seguido, se centraron en 2023, dividiendo nuestra huella de carbono en tres categorías distintas:

### **CATEGORÍA 1 • 105,2 TONELADAS DE CO<sub>2</sub>eq**

Emisiones directas. Por ejemplo, derivadas del funcionamiento de nuestras oficinas o la entrega de **Too Good To Go Parcels**.

### **CATEGORÍA 2 • 1.100,3 TONELADAS DE CO<sub>2</sub>eq**

Emisiones indirectas. Por ejemplo, derivadas de la electricidad y la calefacción necesarias para que los portátiles no se apaguen (y nuestra gente no pase frío).

### **CATEGORÍA 3 • 12.005,4 TONELADAS DE CO<sub>2</sub>eq**

Emisiones ajenas a nuestras operaciones, pero de las que somos responsables. Por ejemplo, derivadas de nuevos productos que compramos, cartón que usamos para los Parcels, etc.

Luego, solo tuvimos que realizar un cálculo sencillo sumando las tres categorías.

O, en términos matemáticos:

**105,2 toneladas de CO<sub>2</sub>eq + 1.100,3 toneladas de CO<sub>2</sub>eq + 12.005,5 toneladas de CO<sub>2</sub>eq = 13.211 toneladas de CO<sub>2</sub>eq**

Seguiremos trabajando para reducir nuestras emisiones de CO<sub>2</sub>eq y lograr cambios a corto, medio, largo y eterno plazo. Sabemos que "a eterno plazo" no se dice, pero transmite bien la idea.

# valores

Los valores oficiales de nuestra empresa nos definen no solo como negocio, sino también como personas. Todos los detalles figuran en nuestro código ético, pero incluimos aquí un brevísimo desglose de los cinco (sin un orden particular).



## CONSTRUIMOS UN LEGADO

Somos **innovadores** y **humildes**, pues admitimos que no podemos lograrlo solos. Y jamás olvidamos lo que siempre hemos sido: **amantes de la comida** (vaya, ¿es que no podemos dejar de pensar en ella?).



## GANAMOS JUNTOS

Trabajamos **en equipo**, **entablamos relaciones** y siempre asumimos una **responsabilidad colectiva** por nuestras acciones.



## SUBIMOS EL LISTÓN

Somos **valientes**, **ambiciosos** y **capaces de crecer**, pues nos esforzamos continuamente para ser mejores y hacer las cosas mejor.



## SIMPLICAMOS

Somos **reflexivos**, **centrados** y **transparentes**, hacemos el trabajo difícil para simplificar las cosas y compartir un mensaje claro y directo.



## CUIDAMOS

**Respetamos** a los nuestros, **respaldamos** a socios y usuarios y **nos divertimos** en todo momento.

# DIVERSIDAD, IGUALDAD E INCLUSIÓN



Diversidad, igualdad e inclusión: nuestra actividad gira en torno a estos tres pilares.

A comienzos de 2023, nos marcamos una serie de objetivos ambiciosos de cara a 2026.

## DE AQUÍ A 2026, NOS COMPROMETEMOS A:

Contar con que al menos un 40% de los miembros del consejo procedan **de colectivos subrepresentados**.

Aumentar el porcentaje de **dirigentes femininas** al menos hasta el 50 %.

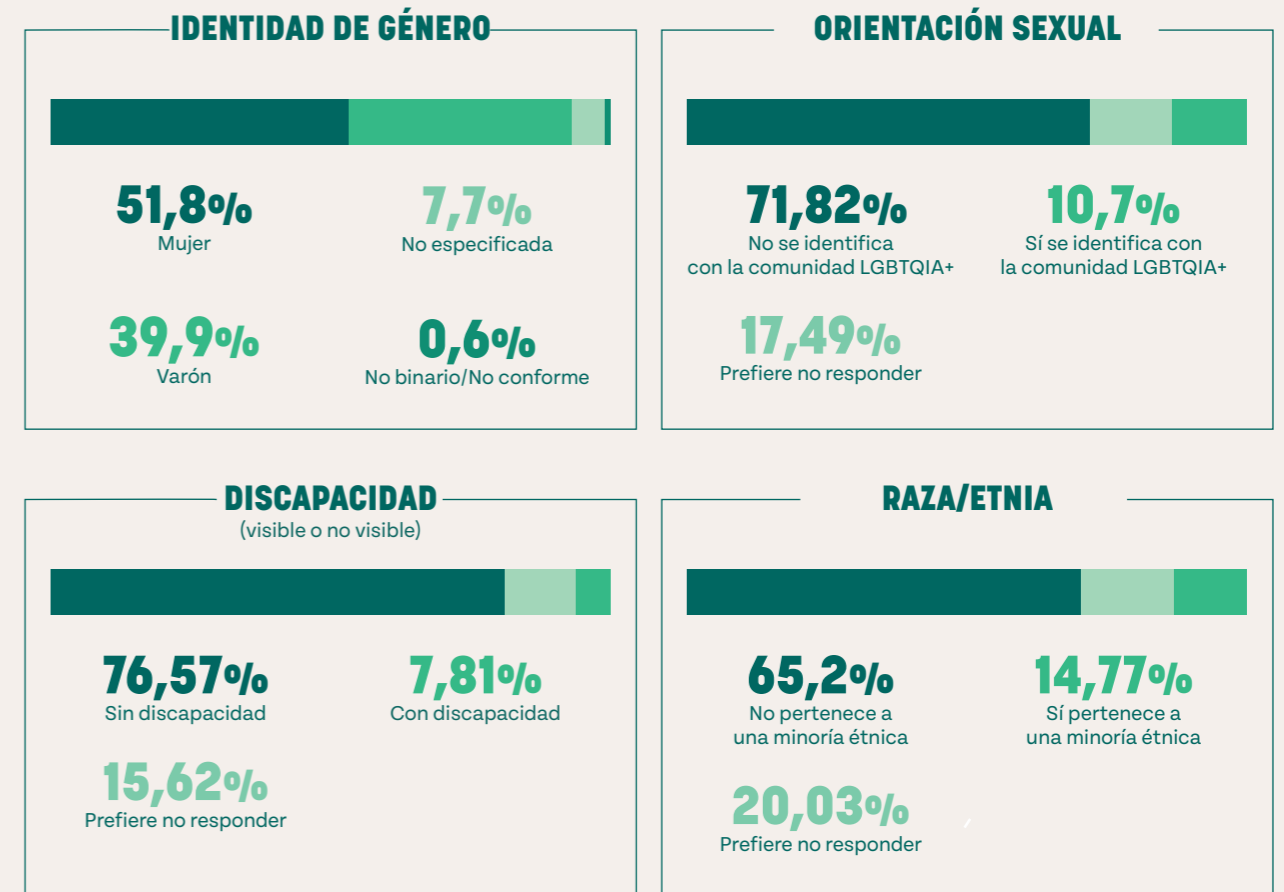
Aumentar el porcentaje de **dirigentes pertenecientes a grupos étnicos y raciales diversos** al menos hasta el 10 %.

Aumentar el porcentaje de **empleados y empleadas pertenecientes a grupos étnicos y raciales diversos** al menos hasta el 15 %.

Aumentar el porcentaje de **empleados y empleadas sin formación universitaria** al menos hasta el 15 %.

## CÓMO SE IDENTIFICA NUESTRO EQUIPO

(resultados extraídos de nuestra última encuesta anual al personal)



## DE AHORA EN ADELANTE...

**Recopilaremos** datos sobre la diversidad de las personas contratadas.  
**Introduciremos** medidas para mejorar la diversidad en la contratación.  
**Respaldaremos** la confianza de nuestros líderes en la promoción de la inclusión.

## PUNTUACIÓN DE INCLUSIÓN

Cada año pedimos a nuestro personal que nos dé una "puntuación de inclusión" para evaluar los esfuerzos de **Too Good To Go** en materia de diversidad, igualdad e inclusión. Según la última encuesta anual, nuestra puntuación fue 78/100.

Prometemos seguir trabajando hasta alcanzar 100/100 y mantener los estándares de la máxima puntuación. Al fin y al cabo, mejorar en diversidad, igualdad e inclusión no es solo un objetivo, sino un imperativo.

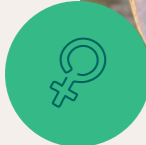
# GRUPOS DE **recursos** PARA EMPLEADOS



En 2022 formamos nuestros cuatro grupos de recursos para empleados (ERG), los cuales prosperaron mucho a lo largo de 2023.

¿Quién mejor para hablar de los ERG que sus propios miembros?

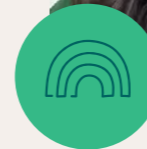
¡Adelante!



## WOMEN IN THE WORKPLACE (MUJERES EN EL LUGAR DE TRABAJO)

"Somos una red segura e inclusiva que empodera a las mujeres para que alcancen sus metas profesionales, sean las que sean. Este año, nos hemos centrado en superar el síndrome del impostor, lograr un equilibrio entre la vida laboral y personal, y celebrar el Día Internacional de la Mujer."

**Bronwyn Johnson**  
Global Account Manager



## P.R.I.D.E. (O.R.G.U.L.L.O.)

"P.R.I.D.E se dedica a respaldar y homenajear a empleados y empleadas que se identifican con la comunidad LGBTQIA+. En 2023 propusimos actividades a escala global con motivo del Mes del Orgullo, establecimos directrices para un "espacio valiente" y organizamos una charla inspiradora el Día Internacional de la Visibilidad Trans."

**Mónica Vieira**  
Sales Team Lead



## GLOBAL MAJORITY VOICES (VOCES DE LA MAYORÍA GLOBAL)

"Nuestra misión es crear un espacio seguro y una cultura inclusiva para que las personas racializadas se sientan empoderadas y puedan fomentar la concienciación, la responsabilidad y el cambio positivo. Hemos estado ocupados todo el año, pero uno de los momentos más destacados fue cuando el exdirector ejecutivo de LEGO nos contó cómo habían instaurado su propia cultura de inclusión."

**Danish Ahmad**  
Senior Digital Acquisition Manager



## FUNCTIONALLY DIVERSE (DIVERSIDAD FUNCIONAL)

"Abordamos las experiencias y necesidades únicas de nuestro equipo e informamos a nuestros aliados acerca de la discapacidad y la salud mental. Hemos lanzado varias iniciativas, como el grupo de debate "Sharing is Caring", y hemos combatido sin descanso los estereotipos y las falsas creencias."

**Rocío Abella Ruiz**  
Global Trade Marketing Manager



# SHAREBACK

A través de la iniciativa Shareback, los empleados y las empleadas de **Too Good To Go** pueden dedicar tiempo al voluntariado para ayudar a personas de todo el mundo que viven en situación de inseguridad alimentaria.

*Todo el equipo* tiene un día al año reservado por la empresa para participar en proyectos de voluntariado, pero se pueden solicitar hasta tres días laborables más para realizar tareas de voluntariado personales.

En 2023, 417 empleados y empleadas tomaron parte en Shareback dedicando al voluntariado nada menos que **2800 horas**, lo que equivale a ver 'Frozen' **1176 veces** (lo que para muchas personas es "un fin de semana normal").

Nos asombra tanto la generosidad de nuestros equipos como el empeño de las organizaciones con las que colaboraron. Echemos un vistazo a algunos de los proyectos que recibieron nuestro apoyo en 2023.

**¡Gracias de corazón a las fantásticas personas que se han ofrecido como voluntarias!**



En **Canadá (CA)**, algunos miembros de nuestro equipo desempeñaron labores de voluntariado en Daily Bread Food Bank, Moisson Montréal, Food Stash Foundation y FoodShare: cosecharon rábanos y acelgas, cavaron cientos de hoyos para plantar ajos y ayudaron a preparar paquetes de comida para personas en situación de vulnerabilidad.



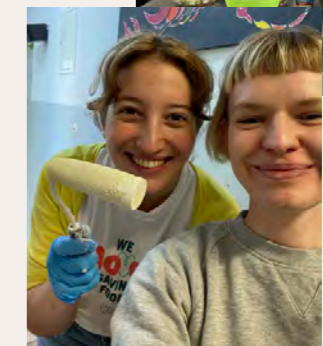
Nuestro equipo de **Estados Unidos (EE. UU.)** respaldó múltiples causas justas echando una mano a Keep Austin Fed, Greater Chicago Food Depository, Hunger Free America, SF-Marin Food Bank y God's Love We Deliver.



En **Alemania (DE)**, trabajamos como voluntarios con el banco de alimentos Die Tafel, que salva la friolera de 265.000 toneladas de comida al año. También colaboramos con los supermercados EDEKA animando a los clientes a comprar alimentos extra y donarlos a Die Tafel.



Nuestros "equipos alpinos" de **Austria (AT) y Suiza (CH)** prestaron ayuda a los centros para personas sin hogar de VinziWerke y al banco de alimentos Tischlein Deck Dich. Es un honor aportar nuestro granito de arena en la reducción de la inseguridad alimentaria en Austria, Suiza y otros países.



# NUESTRO FUTURO

Reconocimientos  
Un 2024 prometedor

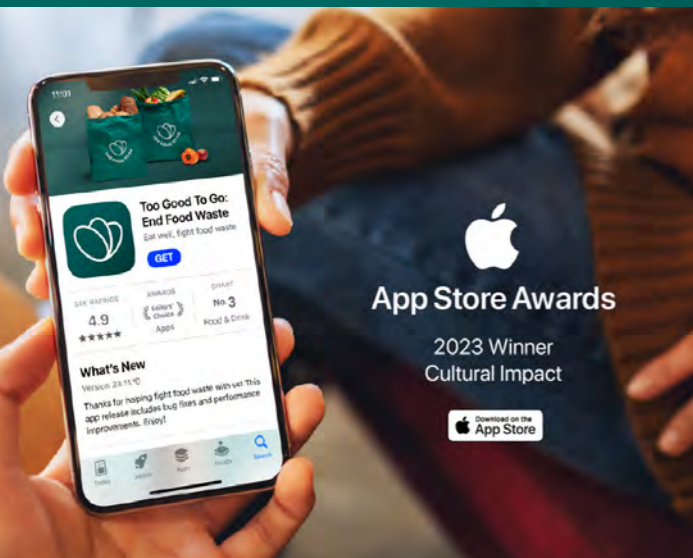




# RECONOCIMIENTOS

En 2023, nuestro equipo sentó sólidas bases para el éxito futuro al ganar prestigiosos galardones y recibir un amplio reconocimiento de la prensa por la causa que abanderamos.

Antes de revelar nuestros planes para 2024, nos gustaría destacar algunos ejemplos de dichos triunfos.



## GLOBALMENTE

Nos ha impresionado mucho el reconocimiento obtenido en el panorama internacional: Deloitte nos nombró una de las **empresas mejor dirigidas**, la revista 'Fortune' nos incluyó en la aclamada lista **"Change the World"** y Apple nos otorgó el codiciado **premio al impacto cultural**, uno de los App Store Awards que la empresa concede anualmente.

No habríamos conseguido nada de todo esto sin nuestro maravilloso equipo, que se esfuerza al máximo para difundir nuestro mensaje a lo largo y ancho del mundo.

## LOCALMENTE

Obviamente, no podemos celebrar estos logros globales sin destacar también los éxitos individuales de nuestros equipos repartidos por el planeta.

He aquí unos cuantos que hemos seleccionado:

### Italia

En los Forum Retail Awards, nuestros **Too Good To Go Parcels** ganaron el premio al mejor proyecto sostenible, reconocimiento merecido que el equipo italiano celebró por todo lo alto.

### Países Bajos

En la prestigiosa lista "The Inspiring 40" de Synergie, figuramos como la empresa más inspiradora de los Países Bajos por quinto año consecutivo.

### Polonia

La revista 'Newsweek Polska' entrevistó a nuestra Directora Ejecutiva, Mette Lykke, quien incluso apareció (muy favorecida) en la portada.

### Noruega

Fue un honor recibir el Møllerens Inspirasjonspris (para quien no hable noruego, "premio a la inspiración"), otorgado a excepcionales embajadores del sector alimentario.

### Austria

Salimos en un reportaje televisivo de ORF que superó el millón de espectadores; ¡el equipo austríaco sí que sabe hacer números!

### Alemania

Nos eligieron para participar en el pionero evento Restlos Genießen de WWF, en que ayudamos a educar (y entretener) a los asistentes con preguntas y juegos sobre el desperdicio de alimentos.

### Irlanda

Nos encantó recibir la invitación a colaborar en la serie televisiva 'Food Matters' de RTÉ One para tratar el tema que más nos importa.

### Reino Unido

El periódico 'Financial Times' nos proclamó "campeones tecnológicos" en la categoría de "servicios empresariales y profesionales". Lo mejor de este premio es que de las nominaciones se encargan los propios lectores...



# UN 2024 PROMETEDOR

Así cerramos 2023; ha sido un auténtico privilegio marcar la diferencia juntos.

Queremos dar las gracias a nuestros socios, usuarios, usuarias y a todo el equipo por hacer que cada comida salvada cuente.

En realidad, todos sabemos que el desafío del desperdicio de alimentos no se resolverá pronto. Con la ayuda de nuestra comunidad, en **Too Good To Go** salvamos actualmente cuatro packs de comida por segundo, pero aún se desperdician unas 40.000 por segundo. No queremos ser pesimistas, sino animar a ir un paso más allá.

¿Quieres saber qué hemos planeado para 2024? Ten en cuenta que no nos gusta quedarnos con los brazos cruzados...

En 2024, nos proponemos contribuir a salvar todavía más comida del desperdicio aumentando el impacto de nuestros tres servicios principales: **Packs Sorpresa de Too Good To Go, Too Good To Go Parcels** y **Too Good To Go Platform**. Si llegamos más a fondo en la cadena de suministro, podremos ayudar a nuestros socios a acercarse al objetivo de residuo cero.

También estamos ilusionados con llevar nuestros esfuerzos por salvar comida a más ciudades, países y continentes. ¡El mundo nos queda pequeño!

Hemos preparado el terreno para otro gran año de progreso. Las expectativas son altas y quisiéramos ver ya el impacto que realizaremos juntos.



**METTE LYKKE**  
Chief Executive Officer



**MARTIN KVIST**  
Chief Financial Officer



**KASPER HEINE**  
General Counsel



**SIMON LEESLEY**  
Chief Operations Officer



**KATRINE HUSUM JENSEN**  
Chief People and Culture Officer



**MATEO RANDO**  
Chief Product Officer



**JOOST RIETVELD**  
VP of Expansion



**IVO VAN DEN BRAND**  
Chief Marketing Officer



**MORTEN KELDEBÆK**  
Chief Technology Officer



**JULIE JOHANSEN**  
Chief Commercial Officer



# fuentes

**EPINION, 2022**

Por encargo de Too Good To Go. Impacto del etiquetado de fecha. Informe en todos los mercados. n=28.434 en 12 países de la UE.

**COMISIÓN EUROPEA, 2018**

Comisión Europea (2018). Informe final: Estudio de mercado sobre el etiquetado de fecha y otra información proporcionada en las etiquetas de los alimentos y en materia de prevención del desperdicio de alimentos.

**EUROSTAT, 2023**

Eurostat (2023). Estimaciones sobre el desperdicio de alimentos y su prevención. Consultado el 23 de septiembre en [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Food\\_waste\\_and\\_food\\_waste\\_prevention\\_-\\_estimates#Amounts\\_of\\_food\\_waste\\_at\\_EU\\_level](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Food_waste_and_food_waste_prevention_-_estimates#Amounts_of_food_waste_at_EU_level)

**FAO, 2013**

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (2013). Informe resumido: Huella del desperdicio de alimentos – Impactos en los recursos naturales. Roma, FAO. <https://www.fao.org/3/i3347e/i3347e.pdf>

**FAO, 2014**

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (2014). Informe final: Huella del desperdicio de alimentos – Contabilización del coste total. Roma, FAO. <https://www.fao.org/3/i3991e/i3991e.pdf>

**GOOCH, 2019**

Gooch, M. et al. (2019). Informe técnico: La crisis evitable del desperdicio de alimentos; Value Chain Management International y Second Harvest; Ontario, Canadá. <https://www.secondharvest.ca/getmedia/58c2527f-928a-4b6f-843a-c0a6b4d09692/The-Avoidable-Crisis-of-Food-Waste-Technical-Report.pdf>

**KANTAR INSIGHTS, 2023**

Por encargo de Too Good To Go. Rastreo de marca global Too Good To Go. n=13.611 en 17 países (266409827).

**UNEP, 2021**

Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (2021). Informe sobre el índice de desperdicio de alimentos 2021. Nairobi, UNEP. <https://www.unep.org/resources/report/unep-food-waste-index-report-2021>; <https://www.unep.org/es/resources/informe/indice-de-desperdicio-de-alimentos-2021>

**WWF, 2021**

Fondo Mundial para la Naturaleza en el Reino Unido y Tesco (2021). Directo al desperdicio: impacto global de la pérdida y el desperdicio de alimentos en las granjas. Woking, Fondo Mundial para la Naturaleza en el Reino Unido. [https://files.worldwildlife.org/wwf-cmsprod/files/Publication/file/6yoepbekgh\\_wwf\\_uk\\_\\_driven\\_to\\_waste\\_\\_the\\_global\\_impact\\_of\\_food\\_loss\\_and\\_waste\\_on\\_farms.pdf?\\_ga=2.237292164.568304246.1682929097-733660898.1682929096](https://files.worldwildlife.org/wwf-cmsprod/files/Publication/file/6yoepbekgh_wwf_uk__driven_to_waste__the_global_impact_of_food_loss_and_waste_on_farms.pdf?_ga=2.237292164.568304246.1682929097-733660898.1682929096)

**Gracias por ayudarnos a  
cumplir nuestra misión:**

Inspira y empodera a todo el mundo  
para luchar juntos frente al desperdicio de alimentos

