



estudio

DESPERDICIO ALIMENTARIO

La percepción sobre el desperdicio alimentario en España:
análisis de los desafíos y posibles soluciones



índice

1	ANTECEDENTES	04
	<ul style="list-style-type: none">• El objetivo de este estudio.• Metodología y muestra.	06 08
2	EL CIUDADANO Y EL DESPERDICIO ALIMENTARIO EN EL HOGAR: DILEMAS Y CAUSAS QUE LO ORIGINAN	10
	<ul style="list-style-type: none">• ¿Qué es el desperdicio alimentario para los ciudadanos?• ¿Cómo se auto perciben los ciudadanos respecto del desperdicio de alimentos en el hogar?• El impacto del desperdicio alimentario para los ciudadanos.• El desperdicio de alimentos en el hogar: los principales motivos.	12 14 16 20
3	REACCIONES DE CIUDADANOS, EMPRESAS Y EL TERCER SECTOR ANTE LA IDEA DE UNA LEY PARA LA “PREVENCIÓN Y REDUCCIÓN DEL DESPERDICIO ALIMENTARIO”: VALORACIÓN Y UTILIDAD DE BUENAS PRÁCTICAS	30
	<ul style="list-style-type: none">• La importancia de la regulación del desperdicio alimentario.• El potencial de unas buenas prácticas reconocidas en la ley.• ¿Qué opinan los ciudadanos de las empresas que actúan frente al desperdicio alimentario?	32 36 44
4	REFLEXIONES	46





ANTECEDENTES





ALLEGRIANO
9, PELLE
ALLEGRIANO S
9, PELLE

Allegrino
9, PELLE
ALLEGRIANO S
9, PELLE

Delicious and
your me post

the best way to
Lasky & her
A 2018
had really in
cheese or a
shew
I asked Steve
delicious, en
from the wine
Soul
supplies
GAAK
Delicious and
your me post

the best way to
Lasky & her
A 2018
had really in
cheese or a
shew
I asked Steve
delicious, en
from the wine
Soul
supplies
GAAK
Delicious and
your me post

EL objetivo DE ESTE ESTUDIO

Actualmente se desperdician 2.500 millones de toneladas de alimentos al año en todo el mundo, según datos de WWF. Esto representaría **el 40% de toda la producción de alimentos a nivel mundial**. En el caso de España, según datos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación apuntan a que son más de 7,7 millones de toneladas desperdiciadas anualmente en nuestro país, lo que vendría siendo el equivalente al peso de unos 190 barcos como el Titanic y casi unos 250 kgs de comida cada segundo. Cifras muy elevadas que muestran las dimensiones de este gran desafío al que nos enfrentamos como sociedad y, por las cuales, la ONU ha incluido en sus Objetivos de Desarrollo Sostenible la meta de reducir a la mitad el desperdicio de alimentos para 2030 (ODS 12.3).

Y es que el desperdicio de alimentos trae consecuencias que no se pueden ni deben pasar por alto. Cada vez que se desperdicia comida, se están desperdiciando también todos los recursos naturales empleados

para su producción. Esto ocasiona un gran impacto sobre el medio ambiente y nuestro planeta. **Por ejemplo, el desperdicio alimentario supone el malgasto del 24% del agua empleada para producir alimentos, a la vez que el 30% de la tierra cultivada se está destinando a productos que nunca se consumirán, es decir, que serán desperdiciados**. Además, el desperdicio de comida es responsable del 10% de las emisiones globales de gases de efecto invernadero en nuestro planeta, tres veces más que las producidas por el transporte aéreo. Es por ello que los expertos han señalado que reducir el desperdicio de alimentos es ya la solución más eficaz para poder frenar el cambio climático.

Pero el desperdicio de comida no es solamente una cuestión medioambiental, sino que también tiene repercusiones sociales y económicas. Parece inverosímil que mientras se está desperdiciando tanta comida, hay más de 828 millones de personas que se encuentran en situación de inseguridad alimentaria y que todo ese



desperdicio represente también una pérdida económica anual de **1,2 billones de dólares a nivel global**.

El desperdicio de alimentos supone, por tanto, un reto con impacto en múltiples ámbitos: economía, sociedad y medioambiente. De ahí, la importancia de empezar a adoptar soluciones que pongan freno a esta situación.

En su propósito de afrontar este complejo desafío, surge Too Good To Go, empresa de impacto social que lucha contra el desperdicio de alimentos. Lo hace a través de campañas de concienciación y con soluciones como la mayor app del mundo que conecta a usuarios con miles de establecimientos de alimentación que ofrecen packs sorpresa con su excedente diario de comida a precios más reducidos para que cualquier persona interesada pueda salvar esa comida y evitar su desperdicio al final del día. Actualmente, ya está presente en 17 países y cuenta con una comunidad de más de 81 millones de usuarios y más de 145.000 establecimientos gracias a los cua-

les se han salvado ya más de 250 millones de packs de comida.

Con el fin de abordar los retos que plantea el desperdicio alimentario, Too Good To Go, junto a la consultora social 21gramos, han llevado a cabo un estudio que tiene como objetivo evaluar y conocer cómo perciben los ciudadanos, empresas y organizaciones las conse-

cuencias del desperdicio alimentario para, asimismo, considerar las mejores soluciones a través de las que poder atajar este problema y, en su caso, analizar los impedimentos que se presentan para poder hacerlo.

Además, en este cometido ha sido imprescindible analizar la percepción que tanto ciudada-

nos como diferentes agentes del sector tienen de lo que habría sido la *Ley de Prevención de las Pérdidas y el Desperdicio alimentario*, la cual estuvo a las puertas de convertirse en realidad en Junio de 2023. El texto, habría sido un hito en nuestro país en la lucha contra el desperdicio alimentario.

Actualmente se desperdician 2.500 millones de toneladas de alimentos al año en todo el mundo

A partir de este estudio se ha observado el alto grado de concienciación y compromiso de los consumidores y de las empresas ante el desperdicio de alimentos y los desafíos que plantea. Pero sobre todo se concluye la importancia de la colaboración de todos los agentes de la cadena de valor, las organizaciones sociales y las administraciones públicas para abordar de forma eficaz este reto y poder avanzar hacia el objetivo de un planeta sin desperdicio alimentario.

metodología Y MUESTRA

Para la realización de este estudio, Too Good To Go ha contado con la consultora **21gramos** que diseñó una investigación de acuerdo a su metodología *Next Practice Inteligencia Social Marcas Con Valores®*. De este modo propuso un diseño de investigación social basado en un proceso de escucha profunda a través de distintas herramientas: análisis de fuentes secundarias, investigación cualitativa que permite analizar el discurso de ciudadanos y otros agentes; y, finalmente, una escucha a través de una encuesta que nos permitiera visualizar la distribución de las opiniones y percepciones sobre la problemática del desperdicio de alimentos.

Tras una fase inicial en la que se llevó a cabo una investigación de fuentes secundarias, se procedió a la investigación en dos fases:

1. FASE CUALITATIVA

En esta fase se llevaron a cabo entrevistas a hogares y ciudadanos consistentes en un minigrupo, dos entrevistas dobles y cuatro entrevistas individuales.

También se entrevistó a empresas del sector de la distribución, servicios de alimentación y del canal Horeca a través de seis entrevistas en profundidad (una a cada uno de los actores).

Finalmente, se recogió la opinión de organizaciones del tercer sector, por su implicación en cuestiones referentes a la seguridad alimentaria a través de dos entrevistas en profundidad.

2. FASE CUANTITATIVA

En esta fase se ha recogido la opinión de 599 encuestados online tomando en cuenta una población mayor de 18 años, distribuyéndose las encuestas de manera proporcional a la población por sexo, edad y zona geográfica (ver Anexo 1 para mayor detalle).



2

EL CIUDADANO Y EL DESPERDICIO ALIMENTARIO EN EL HOGAR:

dilemas y causas que lo originan





¿qué es EL DESPERDICIO ALIMENTARIO PARA LOS ciudadanos?



A la hora de explicar qué es el desperdicio de alimentos son muchas las definiciones que nos podemos encontrar. Una de las que vemos más acertadas es la que define el desperdicio alimentario como cualquier alimento y partes no comestibles de los alimentos que se extraen de la cadena de suministros para ser recuperados o eliminados.

Pero si preguntamos a la ciudadanía, ¿qué es para ella el desperdicio de alimentos? De acuerdo con las conclusiones extraídas de este estudio, los ciudadanos asocian el desperdicio alimentario con la comida que termina en el cubo de basura sin ningún uso posible, ya sea porque no fue elaborada o bien porque se cocinó y no fue consumida, convirtiéndose en un residuo orgánico.

A lo largo de la investigación, el desperdicio de alimentos aparece como una preocupación continua entre los ciudadanos que provoca una autocrítica hacia sí mismos. Esto es por distintas razones: el no saber planificar bien las comidas, comprar de más, caer en tentaciones, comprar por capricho o simplemente por no elaborar los alimentos para su consumo y optar por pedir comida a domicilio o comer fuera del hogar.

La percepción del consumidor

¿QUÉ ES EL DESPERDICIO ALIMENTARIO?	LAS IMÁGENES ASOCIADAS	EMOCIONES QUE ACOMPAÑAN AL REFLEXIONAR SOBRE EL DESPERDICIO
<p>“Comida que hacemos, no consumimos y se estropea.”</p> <p>“Comprar más de lo que necesita y que acaba tirándose por no consumirlo.”</p> <p>“Se compra por capricho, comprar por los ojos, pero no por necesidad.”</p> <p>“Comida en buen estado que podría ser utilizada, pero que termina en el cubo de la basura.”</p> <p>“Alimentos que compramos y no utilizamos.”</p> <p>“La parte de los alimentos que cuando compramos no utilizamos o que los utilizamos para cocinar, pero después se quedan en la nevera sin consumir.”</p> <p>“Es comida que termina en la basura porque no le damos ningún uso, ya sea porque se ha puesto malo o porque se pasó de fecha.”</p> <p>“Consumimos por gula y luego tiramos mucho.”</p> <p>“Según veamos que algo se ha pasado de fecha o está feo, lo tiramos.”</p> <p>“Servirte más comida de la que te ibas a comer.”</p>	<p>“Yo la imagen con la que relaciono el desperdicio es con el cubo de la basura orgánica.”</p> <p>“A mí la imagen que me viene a la cabeza es en los buffet de los hoteles la gente que se llena el plato y luego los camareros tirando esa comida de los platos” directamente a la basura.”</p> <p>“El paquete de cuatro panes de hamburguesas y siempre te queda una, que al final la tiras.”</p> <p>“Un plátano ya pasado.”</p> <p>“Los contenedores de basura de los supermercados.”</p>	<ul style="list-style-type: none"> • CULPA • REMORDIMIENTO • ENFADO • IMPOTENCIA • RABIA • INDIGNACIÓN <p>“Me parece que es indignante que en el primer mundo tiremos tanta comida y exista tanta gente pasando hambre...” (perfil sensibilizado).</p> <p>“A mí me da mucha pena, yo intento hacer batidos con los plátanos feos o pan de plátano.”</p> <p>“Me produce rabia, frustración, desde pequeña en casa me han dicho que la comida no se tira. Por mi trabajo he visto mucho la falta de comida, la falta de recursos, me he rodeado de personas que han pasado hambre, entonces resulta irritante el tirar comida.”</p> <p>“Cuando me veo tirando algo de comida, me da puñaladita en el corazón: sé que no lo debería hacer.”</p>

¿CÓMO SE **auto** **perciben** LOS CIUDADANOS RESPECTO DEL DESPERDICIO DE ALIMENTOS EN EL HOGAR?

El desperdicio de alimentos cuenta con un alto factor emocional. Expresiones como *'la comida no se tira'* han ido pasando de generación en generación y raro es que haya alguien que no haya escuchado cómo una abuela o abuelo, un padre o una madre le haya repetido esa frase más de una vez cuando quedaba comida en el plato. Quizás sea cosa de generaciones pero lo cierto es que desperdiciar comida genera de manera innata sentimientos de preocupación, de sentir que hay algo que no se está haciendo bien.

Cuando se ha preguntado a los ciudadanos si desperdician mucho en sus hogares, un 73% asegura que tiran poco o nada. Sin embargo, cuando se les hace la pregunta de quiénes creen que son los principales responsables del desperdicio de comida, un 72% señala que son ellos mismos, los propios ciudadanos, los

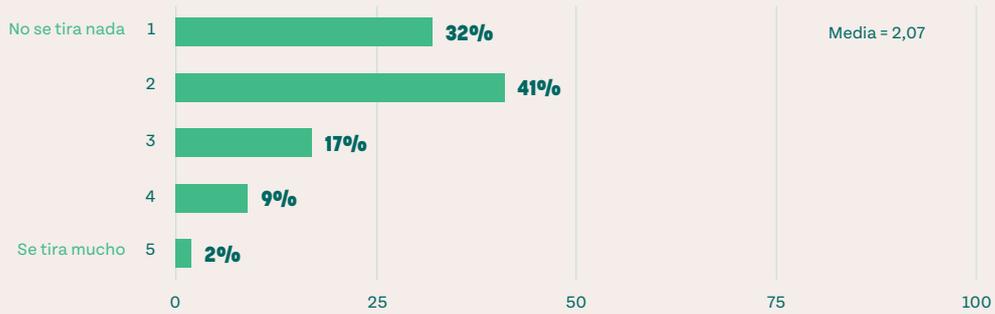
principales generadores de esos residuos, seguido del sector HORECA y los supermercados. Parece que de manera individual, al consumidor le cuesta reconocer que en su hogar se tira comida y esto puede estar influenciado por ese sentimiento de culpabilidad, pero cuando se habla del grupo sí se reconocen como responsables del desperdicio.

Además, un **56%** señala también a las **Administraciones Públicas** como responsables a la hora de poner freno a estas cifras de desperdicio alimentario. Es más, aquí son los más jóvenes, 6 de cada 10, los que coinciden en que las administraciones tienen la responsabilidad de poner en marcha las medidas que sean necesarias para poner freno a las cifras de desperdicio alimentario.





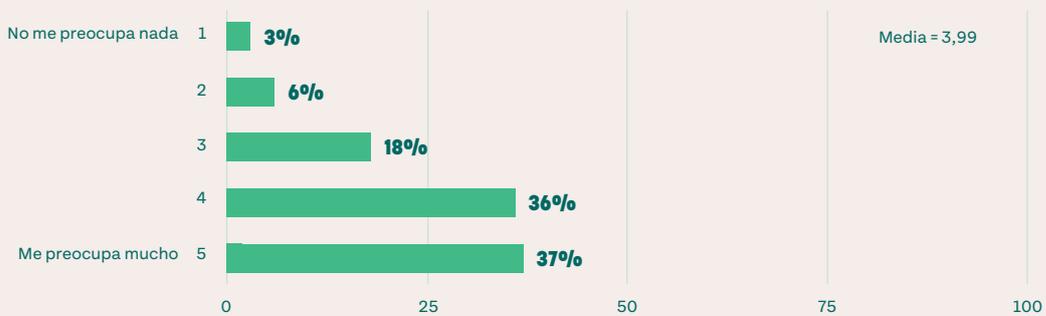
**Si midiéramos cuánta comida se tira en su casa, de acuerdo a una escala de 1 a 5, donde 1 es “no se tira nada” y 5 “se tira mucho”:
¿En qué en qué lugar de esa escala se situaría usted su hogar?**



En cualquier caso, la preocupación sobre esta problemática que supone el desperdicio de comida es elevada entre la ciudadanía. **Un 73% de los ciudadanos asegura que es un tema que les preocupa y mucho**, y esto tiene que ver en gran medida con el impacto que supone a nivel económico, social y medioambiental.



**Pensando en el desperdicio alimentario, de acuerdo con una escala de 1 a 5, donde 1 es “no me preocupa nada” y 5 “me preocupa mucho”:
¿Dónde situaría usted su nivel de preocupación?**



EL **impacto** DEL DESPERDICIO ALIMENTARIO PARA LOS CIUDADANOS

El desperdicio de alimentos, más allá de lo que representa la imagen de tirar comida, tiene detrás una serie de consecuencias que afectan al conjunto de la sociedad de diferente forma. Estas están muy presentes en el pensamiento de los consumidores y son las que están determinando su grado de preocupación por la problemática que supone desperdiciar comida y cómo impacta en sus vidas y en la de los demás. De esta manera, ¿en qué piensan los consumidores cuando se habla del desperdicio alimentario?

FRASES	RANKING		
	Alto impacto	Medio impacto	Bajo impacto
Impacto ambiental al pensar en la pérdida de recursos naturales que se han empleado para su fabricación, las emisiones del transporte para su distribución, etc.	29%	32%	39%
Inmoralidad, desde la perspectiva ética-social , que resulta tirar comida pensando que hay personas sin acceso a alimentos básicos	34%	34%	32%
Pérdida económica , alimentos que acaban en la basura sin ningún uso, así como de costear procesos de gestión de residuos que podrían haberse evitado	37%	34%	29%



CURIOSIDAD

Por segmento / ocupación de los consumidores, para los estudiantes el impacto económico es el menos relevante (**17%**), siendo el impacto ambiental el que tiene mayor peso cuando piensan en desperdicio de alimentos (**50%**).

Para los ciudadanos mayores de 65 años y jubilados, el impacto social es el más relevante (**43%**) y el impacto ambiental se sitúa en el último lugar de relevancia (**19%**) cuando piensan en las consecuencias de desperdiciar comida.

A. IMPACTO ECONÓMICO

Cada vez que se tira comida a la basura se está tirando también todo el dinero que ha costado su producción o la compra de esos alimentos. Según datos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, cada español tira al año unos 250 euros en comida no consumida. Esto supondría unos 1.000 euros en un hogar de cuatro personas.

Esto, unido a la coyuntura social actual en la que los precios de los alimentos siguen al alza y el consiguiente encarecimiento de la cesta de la compra, hace comprensible que el impacto económico ocupe el primer lugar del ranking provocando una mayor preocupación para evitar el desperdicio. De hecho, **más de 8 de cada 10 consumidores** (85%) son conscientes de que tirar comida tiene un impacto negativo en su economía.

85%

de los ciudadanos asegura que con la subida de los precios de los alimentos intentan aún más que antes reducir el desperdicio de comida.

8/10

ciudadanos señala que cada vez que tira comida se siente como si estuviera tirando el dinero a la basura.



CURIOSIDAD

De los diferentes grupos de edad, los jóvenes de entre 18 y 24 años son los que más reconocen que la subida de precios no les ha llevado a modificar sus hábitos para evitar el desperdicio de alimentos, frente a los mayores de 55 años que aseguran que los precios al alza sí les ha llevado a intentar reducir el desperdicio.

B. IMPACTO ÉTICO - SOCIAL

El impacto social del desperdicio de alimentos se observa en los ciudadanos a través de un gran sentimiento de culpa que se manifiesta a la hora de tirar los alimentos y que encuentra su explicación en motivos de diferente orden:

- Por un lado, la culpa que responde a una vivencia más individual, que en muchos casos es producto de recordar momentos de la historia familiar como, por ejemplo, cuando existía una carencia de alimentos en momentos del pasado como la posguerra y que hace sentir que en la actualidad se vive en una época privilegiada de exceso de consumo de productos. Desperdiciar comida en un momento actual habiendo vivido tiempos complicados acaba provocando esa culpa. Esta situación impide desplegar estrategias constantes de reducción del desperdicio alimentario, generando un círculo vicioso: desperdicio, culpa, olvido...
- Por otro lado, nos encontramos la culpa cuando es una vivencia más colectiva, es decir, que emerge de empatizar con personas que más lo necesitan, se intenta poseer estrategias constantes de reducción del desperdicio motivado por un sentimiento de justicia social.

83%

de los consumidores asegura que se esfuerza en planificar las comidas para tirar lo menos posible por un sentimiento de justicia social.

78%

de los consumidores dice que cuando tira un alimento a la basura suele pensar en otras personas que podrían haber necesitado ese alimento.



FACTOR EDAD

A mayor edad de los ciudadanos, la planificación de las comidas se convierte en la estrategia principal llevada a cabo para reducir el desperdicio de comida y evitar así que surja ese sentimiento de culpa de “desperdiciar cuando otros no tienen acceso a alimentos”.

C. IMPACTO AMBIENTAL

El desperdicio de alimentos tiene un impacto directo sobre el medioambiente. Y es que cuando se tira comida a la basura se están desperdiciando los recursos que se han empleado para la producción de esos alimentos y para hacer que lleguen desde el campo hasta la mesa. También tiene un efecto directo en el cambio climático a través de las emisiones provocadas a lo largo de toda la cadena de valor y hasta que ese alimento llega al vertedero, donde también produce emisiones. Si el desperdicio de comida fuera un país, sería el tercero más contaminante del mundo solo por detrás de Estados Unidos y China.

Aunque el impacto ambiental quede situado en tercera posición, no por ello, no está presente en la reflexión de los ciudadanos.

- El **75% de los consumidores** asegura que es consciente de la cadena de valor y todo lo que ha sucedido (siembra, producción transporte, etc.) para que un alimento llegue hasta su plato y por ello intenta reducir el desperdicio lo máximo posible.
- Un **39% tiene en cuenta** lo ambiental solamente cuando observa el cubo de la basura orgánica o ve los envases de los alimentos.
- Un **65% piensa** en el impacto ambiental cuando tira un alimento a la basura.
- Aunque el impacto ambiental quede situado en tercera posición, no por ello, no está presente en la reflexión de los ciudadanos.



CURIOSIDAD

Los más jóvenes (18-24 años) son los que menos conocimientos tienen sobre la cadena de valor de los alimentos y todo lo que hay detrás de ella. Sin embargo, el 53% se identifica bastante o mucho con la idea de que piensa en el impacto ambiental al tirar un alimento a la basura.

EL DESPERDICIO DE ALIMENTOS EN EL HOGAR: LOS PRINCIPALES motivos

Según datos de la Comisión Europea donde más desperdicio se genera a lo largo de toda la cadena de valor es en los hogares. De hecho, algo más de la mitad del desperdicio total de alimentos se estaría produciendo en el ámbito doméstico. Por ello es importante investigar cuáles son los causantes para así solventar estos problemas y obtener resultados claros de reducción de desperdicio alimentario dentro del hogar.

Entre las principales conclusiones extraídas de los focus group realizados durante la investigación destaca una percepción generalizada de que *“en la actualidad se tira más comida que en el pasado.”*

A lo largo de la investigación se detectaron cuatro causas como las principales responsables del desperdicio de alimentos en el hogar. **Tres de ellas** hacen referencia a distintos momentos o fases, relacionadas con los productos alimentarios en casa:



Proceso de compra



El almacenamiento de los productos



La elaboración de los alimentos: el cocinado

FASES	FRASES CUESTIONARIO	1º LUGAR	2º LUGAR	3º LUGAR
		Alta incidencia	Media Incidencia	Baja incidencia
Proceso de compra	Mi forma de planificar y comprar es lo que más me incide en la generación de desperdicio alimentario	34,6%	34,2%	31,2%
Almacenamiento	Mi forma de almacenar los productos en mi hogar es lo que más incide en la generación de desperdicio alimentario	34,7%	32,1%	33,2%
Elaboración	Mi forma de elaborar las comidas es lo que más incide en la generación el desperdicio alimentario	30,7%	33,7%	35,6%

Y a estas **se añade la causa relativa al etiquetado de fecha de los productos**: la fecha de caducidad y de consumo preferente de los alimentos, que es un rasgo relevante que está presente en el momento de la compra, almacenaje y consumo de los productos.



CURIOSIDAD

No se observa una opinión homogénea de los ciudadanos respecto a la influencia de la estacionalidad del desperdicio de alimentos. Algunos consideran que en invierno se compran más alimentos que pueden desperdiciarse. Otros consideran que es en verano por el tipo de alimentos “más delicados” (como las frutas) y por la influencia del cambio de hábitos pues se hacen más planes fuera de casa y esto significa comer fuera y no cocinar en el hogar, siendo generador de desperdicio de alimentos al no ser elaborados para su consumo.



De acuerdo con una escala de 1 a 3, donde 1 es “Alta incidencia”, 2 es “Incidencia media” y 3 es “Incidencia baja”, pensando en las distintas fases en las que puede producirse desperdicio alimentario en el hogar, ordene las siguientes frases de mayor a menor incidencia.

ALTA INCIDENCIA EN LA GENERACIÓN DEL DESPERDICIO ALIMENTARIO



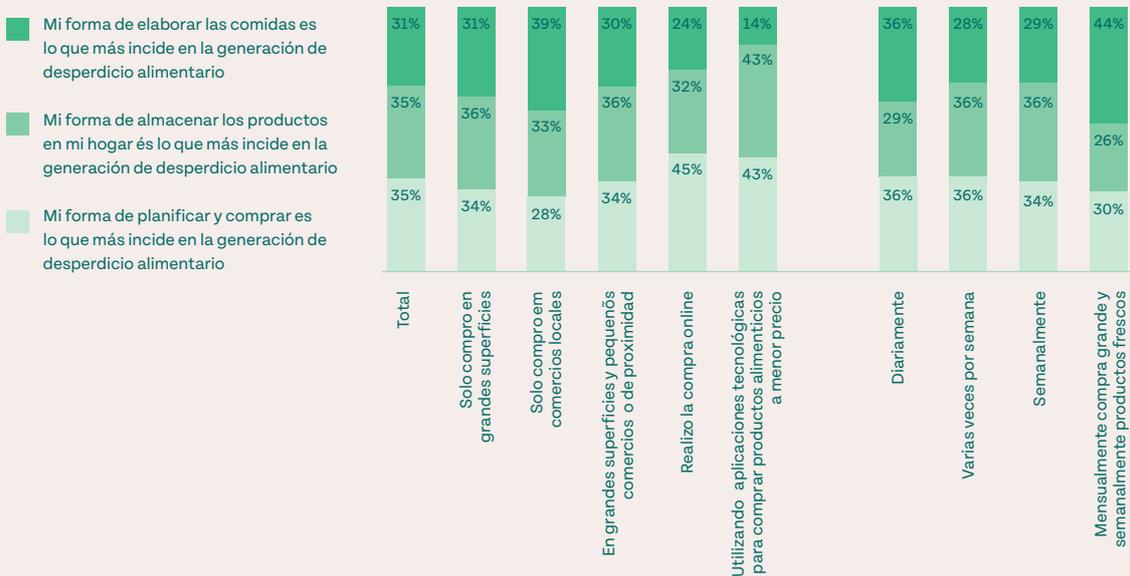
Si observamos los resultados en función del sexo y la edad vemos que hay dos datos destacables sobre los factores que más inciden en el desperdicio alimentario en el hogar.

Para las mujeres, el **momento de la compra y su planificación** se sitúa como más relevante, seguida del almacenaje y en tercer lugar la elaboración. Por edades, el dato destacable se sitúa en las personas mayores de 65 años, donde la elaboración se sitúa como el factor más relevante, seguida de la compra y el almacenaje.



De acuerdo con una escala de 1 a 3, donde 1 es “Alta incidencia”, 2 es “Incidencia media” y 3 es “Incidencia baja”, pensando en las distintas fases en las que puede producirse desperdicio alimentario en el hogar, ordene las siguientes frases de mayor a menor incidencia.

FACTOR DE ALTA INCIDENCIA EN LA GENERACIÓN DEL DESPERDICIO ALIMENTARIO



Si observamos los resultados en función del lugar y frecuencia de la compra, los datos destacables son:

- Aquellos ciudadanos que compran online y/o que utilizan Apps para comprar productos alimenticios a menor precio, opinan que los motivos más relevantes son la planificación de la compra y el almacenamiento, situando la elaboración en un claro tercer lugar.
- Los ciudadanos que realizan una compra mensual y semanal de productos frescos opinan que la fase que más desperdicio alimentario provoca es la elaboración o el momento de cocinado.

A. COMPRA DE ALIMENTOS

Los ciudadanos destacan la compra de alimentos como uno de los factores que más incide en la generación de desperdicio alimentario dentro del hogar. Reconocen en sus comportamientos de compra algunas de las causas que les lleva a desperdiciar comida de más.

Por ejemplo, **casi un 50% de los ciudadanos asegura que se deja llevar por las míticas ofertas del 3x2 o el formato ahorro** en el punto de venta. **Otro 30% reconoce que se deja llevar y compra por impulso, y un 21% reconoce que adopta la fórmula de compra “por si acaso”** (‘por si acaso no quedan yogures’, ‘por si acaso no hay huevos suficientes’, etc) y todo ello se acaba transformando luego en desperdicio.



Grado de acuerdo: Suma “Me identifico mucho” + Me identifico bastante”



Además, se detectaron otros dos aspectos que afectan al desperdicio alimentario en el hogar en la fase de compra: **la planificación previa y de menús, y el formato de envasado de productos.**

Por un lado los consumidores reconocen que carecer de una planificación de los menús provoca un cierto desorden a la hora de hacer la compra pues en muchas ocasiones se acaban comprando cosas que no se necesitan.

Por otra parte, el **formato de envasado de productos** adquiere una mayor relevancia en los casos de hogares unifamiliares, donde los formatos de envasado no se adecúan a sus necesidades. No obstante, este factor también es un aspecto mencionado por ciudadanos pertenecientes a distintos tamaños de unidad familiar. Tanto es así que un **36%** de los ciudadanos se identifica con que esos formatos de envase de productos, como los packs ahorro o familiar, son una de las causas más relevantes que lleva a desperdiciar comida al no llegar a tiempo para su consumo total antes de su vencimiento.



Grado de acuerdo: Suma “Me identifico mucho” + Me identifico bastante”

36%

Los packs de los productos dificultan que realice el consumo total (ej.: bolsa de zanahorias, pan de hamburguesa, etc)

Al indagar sobre el proceso de compra, como factor causante del desperdicio se diseñó una batería de frases donde los participantes en la encuesta debían señalar el grado en que se identificaban con ellas. Los resultados son los siguientes:

- Un **81%**, reconoce que el aspecto de los productos- en especial los frescos o las conocidas como frutas y verduras feas o imperfectas- determina su elección, aunque posea similar calidad. De todos ellos, un 46% se identifica con este estilo de consumo de forma intensa, reconociendo que el aspecto es fundamental para su compra. Además se detecta que este factor es muy relevante entre aquellos ciudadanos que realizan la compra de forma diaria (59%).
- **Ocho de cada diez (80%)** ciudadanos se identifica con realizar la compra de acuerdo a una lista previamente definida, es decir poseer un patrón racional - consciente de compra de productos de alimentación.
- El **38%** manifiesta que no compra alimentos en función de un menú semanal previamente planificado.
- Un **32%**, es decir, tres de cada diez ciudadanos, reconoce que compra por los ojos, dejándose llevar por las ofertas o por caprichos, provocando que se realicen elecciones de productos no necesarios y que por tanto aumente el riesgo de desperdicio.



CURIOSIDAD

En la planificación de los menús y las compras, los más jóvenes de 18 a 24 años son los que menos se identifican con la planificación de la compra. Esto es, **cinco de cada diez ciudadanos de esa edad no planifican la compra en función de menús.**

Los ciudadanos de mayor edad - a partir de 55 años- son los que se identifican más intensamente con la idea de hacer la compra con una lista y ser conscientes de lo que necesitan. En sentido contrario, los más jóvenes son los que menos se identifican con este tipo de estrategia de compra.

También **los ciudadanos de mayor edad son los que menos influidos se ven por las ofertas a la hora de comprar.** Sin embargo, casi el 50% de los jóvenes de 18 a 24 años reconoce comprar productos que no necesita siendo influenciados por la oferta o simplemente por un capricho.

B. ALMACENAMIENTO

El almacenamiento de los productos y la forma de conservarlos para alargar su vida útil se detecta como otro de los factores más relevantes por parte de los consumidores para lidiar con el desperdicio alimentario en el hogar. Sin embargo, hay factores como la falta de información o la falta de tiempo que pueden convertirse en impedimentos a la hora de llevar a cabo un sistema de almacenaje o de conservación que ayude a reducir el desperdicio alimentario en casa.

A partir de esta investigación se observa que **un 63% de los ciudadanos se identifica totalmente o de alguna manera con poseer un sistema de almacenaje** que considera la caducidad de los alimentos, como ordenar los productos dejando siempre a la vista aquellos que estén a punto de vencer para darles salida antes. Pero sigue habiendo un **37%** que no sigue un criterio similar a la hora de almacenar la comida en su cocina.

Por otro lado, casi **un 50% de los ciudadanos reconoce que no cuenta con información para conservar mejor los alimentos**. En este sentido son los más jóvenes (de 18 a 24 años) los que mayor acuerdo manifiestan con sentir que **no disponen de información que les permita conservar de forma óptima los alimentos** frente a los mayores de 65 años que serían los que no se identifican para nada con esta acción y que por tanto tienen buenos conocimientos para realizar una correcta conservación de la comida.

Otro factor analizado es la atención y tiempo dedicados al proceso de almacenamiento tras la compra. Aquí **el 43% reconoce que no invierte tiempo en el almacenamiento ni presta atención a la forma en que lo hace**.



CURIOSIDAD

Aquellos ciudadanos que realizan la compra de forma diaria son quienes más se identifican con el almacenar de forma rápida y sin prestar la atención adecuada (52%). En sentido contrario encontramos a los que realizan una compra grande mensual y semanal de productos frescos, pues solo un **22%** se identifica con ese comportamiento en el almacenamiento y probablemente guarde relación con que poseen una pauta de mayor planificación en relación con la adquisición de productos alimenticios.

C. ELABORACIÓN DE ALIMENTOS

La forma de elaborar y cocinar los alimentos es otro de los grandes factores en la producción de desperdicio en los hogares. En este sentido, cada vez son más las personas que están buscando maneras de poder sacar todo el partido de la comida que tienen por casa. Prueba de ello es que **el 58% de los ciudadanos manifiesta que planifica los menús semanales y buscan recetas para tratar de aprovechar al máximo los alimentos** y así reducir su desperdicio.

Sin embargo, **uno de cada tres** ciudadanos manifiesta dilemas en su relación con la fase de elaboración y cocina, y esto acaba ocasionando que tengan que desperdiciar comida:

- Un **36%** reconoce que a menudo suele salir a comer fuera o pide comida a domicilio, aún teniendo opciones para elaborar en casa. Esto provoca que no utilice los alimentos que tiene en la despensa, aumentando el riesgo de que se estropeen y acaben siendo desperdiciados.
- Un **31%** también admite que tiene pocas habilidades en la cocina y conocimientos que les permita un mejor aprovechamiento de los alimentos.
- Casi un **30%** reconoce que no sabe calcular eficientemente las cantidades de comida que elaboran. Esto les lleva a cocinar comida de más provocando un desperdicio constante de alimentos.
- El **26%** se identifica con la frase de no contar con el tiempo necesario para cocinar y que por lo tanto se les estropeen muchos productos que tienen en la cocina y que tienen que acabar tirando.



CURIOSIDAD

Los menores de 35 años y los estudiantes son quienes menos se identifican con la idea de planificar los menús o buscar recetas de aprovechamiento.

Igualmente, los ciudadanos en edad laboral son los que cuentan con menos tiempo para dedicarse a la elaboración de las comidas y, por tanto, es un factor generador de desperdicio alimentario.

A su vez, los jóvenes menores de 24 años son los que más intensamente se identifican con pedir comida a domicilio o comer fuera de casa, aun cuando se cuenta en casa con productos para ser consumidos.

También son los más jóvenes (18-34 años) quienes manifiestan tener mayores dificultades para calcular las cantidades de comida, provocando “sobras” que terminan en desperdicio.

Todo lo anterior, en contraposición a **los ciudadanos de mayor edad, quienes además reconocen tener buenas habilidades en la cocina a la hora de aprovechar al máximo los alimentos.**

D. FECHAS DE CADUCIDAD Y CONSUMO PREFERENTE DE LOS ALIMENTOS

Según datos de la Comisión Europea, el etiquetado de fecha de los alimentos es responsable de hasta el 10% del desperdicio de alimentos en Europa. Esto vendrían a ser casi 9 millones de toneladas de comida. Una de las causas está relacionada con la confusión que aún hoy existe entre los consumidores a la hora de diferenciar e interpretar correctamente el significado de ambas fechas. Y es que ambas fechas no significan lo mismo y tienen diferentes implicaciones.

De acuerdo con la AESAN¹, la fecha de caducidad es un indicador de seguridad e indica el momento hasta el cual un alimento puede consumirse de forma segura. Sin embargo la fecha de consumo preferente es un indicador de calidad e indica el momento hasta el cual un alimento conserva la calidad organoléptica prevista, es decir, que a partir de esa fecha puede variar ligeramente su aspecto, sabor u olor pero si no se ha abierto y se han seguido las recomendaciones de conservación, el alimento seguiría siendo seguro para el consumidor.

Tener clara esa diferenciación ayudaría a reducir una

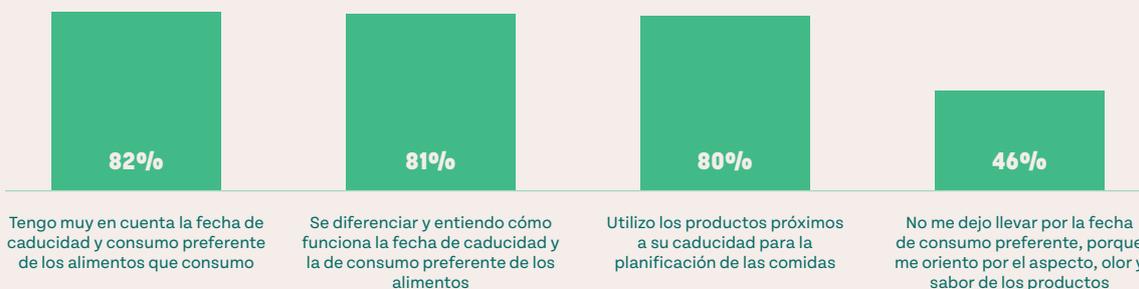
parte importante del desperdicio en el hogar. Si bien en la fase cualitativa de este estudio se observó cómo los entrevistados habían dejado la sensación de que no existía claridad respecto de la diferencia entre la fecha de caducidad y de consumo preferente, al indagarlo en el cuestionario online los resultados muestran que está habiendo un cambio en este sentido y el 81% de los consumidores aseguran saber y entender la diferencia entre ambas fechas.

En este sentido cabe destacar lo que se percibe como buenas prácticas que están empezando a despuntar dentro del ámbito doméstico y que están provocando un cierto cambio de tendencia. Y es que el **82% de los consumidores preguntados** tiene en cuenta dichas fechas al consumir los alimentos y el 80% consume los productos próximos a vencer su fecha a través de la planificación de las comidas.

Además, casi el **50% de los ciudadanos se guían por la organoléptica** para definir si consumen o no un producto, más que guiarse por la fecha de consumo preferente.



**¿Pensando en la fecha de caducidad y de consumo preferente: en qué medida se identifica usted con las siguientes frases?
Grado de acuerdo: Suma de “Me identifico mucho” y “Me identifico de alguna manera”**



¹ Las fechas de «consumo preferente» y de «caducidad» en los envases de alimentos, AESAN



3

REACCIONES DE CIUDADANOS, EMPRESAS Y EL TERCER SECTOR ANTE LA IDEA DE UNA LEY PARA LA PREVENCIÓN Y REDUCCIÓN DEL DESPERDICIO ALIMENTARIO:

valoración y utilidad de buenas prácticas.





Magnus Lülken

LA IMPORTANCIA DE LA regulación DEL DESPERDICIO ALIMENTARIO

La experiencia en otros países como Francia e Italia demuestra que la regulación puede jugar un papel relevante a la hora de combatir el desperdicio alimentario. Puede convertirse en un instrumento de coordinación y colaboración entre los distintos agentes que forman parte de la cadena de valor alimentaria, estableciendo una base común e incorporando medidas que puedan servir de referencia e inspiración para conseguir reducir el desperdicio de alimentos entre todos los eslabones.

En junio de 2023, España estuvo a unas semanas de convertirse en uno de los pocos países de la Unión Europea en contar con su propia ley nacional. Este proyecto de ley, conocido como el *Proyecto de ley de Prevención de las Pérdidas y el Desperdicio Alimentario* se quedó a las puertas de su aprobación definitiva en el Senado en junio de 2023. Con su aprobación, España se habría sumado a los pocos países de la Unión Europea que cuentan con una ley nacional que aborda la cuestión del desperdicio alimentario.

Esta ley incorporaba nuevas obligaciones para los actores de la cadena alimentaria, pero también un listado de lo que se considerarían “buenas prácticas” que podrían aplicar los agentes de la cadena alimentaria. De la investigación llevada a cabo se extrae que tanto los ciudadanos como las empresas reconocen la regulación como un instrumento relevante a la hora de combatir el desperdicio alimentario.

En primer lugar, los ciudadanos creen que una posible ley nacional sería una medida positiva que reconocería el desperdicio alimentario como un reto de toda la sociedad. Esto, según ellos, favorecería la implicación de todos los actores: los ciudadanos, los supermercados, los restaurantes y las Administraciones Públicas (AAPP). **En consecuencia, casi ocho de cada diez ciudadanos, valoran de forma positiva la posibilidad de una ley que regule la prevención de las pérdidas y el desperdicio alimentario a nivel nacional:**

¿QUÉ OPINAN LOS CIUDADANOS?

34%

de los ciudadanos opina que es una necesidad legislar sobre esta problemática porque genera un impacto ambiental, económico y social.

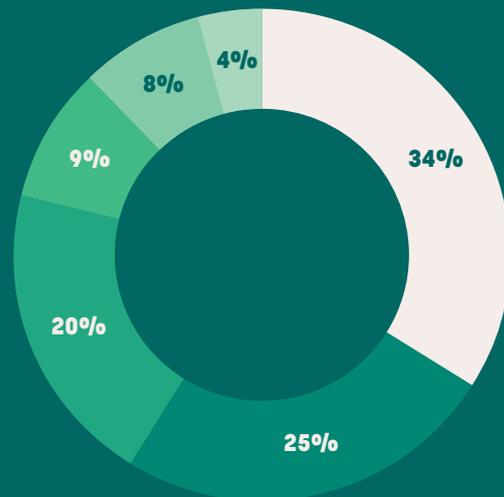
25%

de los ciudadanos opina que regular hace visible esta problemática y se asocia a un país del siglo XXI.

20%

de los ciudadanos considera que una ley de estas características favorecería la incorporación de buenas prácticas de reducción y prevención, en los distintos actores de la cadena alimentaria.

- Es una necesidad legislar sobre el desperdicio alimentario porque genera impactos ambientales, sociales y económicos
- Un país del siglo XXI necesita hacer visible el problema del desperdicio alimentario a través de una regulación
- Legislar sobre el desperdicio alimentario permite a los actores de la cadena alimentaria incorporar buenas prácticas para su prevención y reducción
- No es necesaria una ley sancionadora porque al final supondrá un encarecimiento de los precios para el ciudadano
- Resulta muy interesante que exista este lay, pero seguro que no se llevará a la práctica
- Ninguna de las anteriores



“

ASÍ SE EXPRESAN LOS CIUDADANOS

“Las leyes y normas están para regular la forma en que convivimos y nos comportamos, como las normas de tráfico. La libertad de cada uno dentro de unos deberes que tenemos todos, por eso a mí me parecería bien.”

- Ciudadano 1

—

“La ley demostraría que las AAPP asumen su papel en la búsqueda de reducir este problema.”

- Ciudadano 2

—

“Me parecería un buen paso porque creo que para empezar nos hace pensar.”

- Ciudadano 3

—

“Creo que simplemente el hecho de que existiera una ley nos haría pensar ¿Por qué existe desperdicio? ¿En qué consiste? ¿Cómo gestionarlo? y ¿Cómo te aplica a ti?”

- Ciudadano 4

”

¿QUÉ OPINAN LAS EMPRESAS DEL SECTOR ALIMENTARIO?

En segundo lugar, las empresas también reconocen la regulación como una forma eficaz de luchar contra el desperdicio de alimentos. Establecimientos de hostelería y distribución hacen una valoración positiva de una futura ley contra el desperdicio alimentario y son conscientes de que es un instrumento necesario para conseguir hacer frente a este reto.

De hecho, dada su relevancia, algunas de las empresas incluso participaron en el proceso de elaboración del texto del *Proyecto de Ley de Prevención de las Pérdidas y el Desperdicio Alimentario* a lo largo de su tramitación, con el objetivo de hacer sus aportaciones.



EL POTENCIAL DE UNAS **buenas prácticas** RECONOCIDAS EN LA LEY



Las medidas conocidas como “buenas prácticas” que suelen incorporarse a leyes como el Proyecto de Ley de Prevención de las Pérdidas y el Desperdicio alimentario, prevén acciones a adoptar voluntariamente por las empresas y / o administraciones.

Aunque su incumplimiento no tiene como consecuencia la imposición de ninguna sanción (a diferencia de las obligaciones), sí pueden sentar las bases para inspirar a los operadores económicos a tomar acción.

En el caso del Proyecto de Ley, las buenas prácticas previstas eran las siguientes:

CAPÍTULO III

Medidas de buenas prácticas de los agentes de la cadena alimentaria

Artículo 11.

Medidas de buenas prácticas a desempeñar por las empresas que venden alimentos al consumidor final.

Las empresas deben velar por fomentar las líneas de venta de productos con imperfecciones o desperfectos, siempre cumpliendo lo establecido en las normas de comercialización vigentes en la Unión Europea.

Las administraciones públicas junto con las empresas que venden alimentos al consumidor final podrán aplicar las siguientes medidas:

- a) Disponer de infraestructuras adecuadas para que los procesos de manipulación, almacenamiento y transporte se lleven a cabo en las condiciones óptimas, que minimicen las pérdidas y el desperdicio alimentario.
- b) Trabajar en el desarrollo de protocolos específicos para reducir a mínimos las pérdidas y el desperdicio alimentario a lo largo de la cadena de transporte y almacenamiento.
- c) Incentivar la venta de productos con la fecha de consumo preferente o de caducidad próxima.
- d) En el caso de los establecimientos de comercio al por menor, promover el consumo de los productos de temporada, los de proximidad, los ecológicos y los ambientalmente sostenibles e incorporar y mejorar la información sobre el aprovechamiento de los alimentos.
- e) Formar y sensibilizar a las personas, ya sean sujetas a una relación laboral o de voluntariado, para que actúen de forma activa en la prevención y reducción de las pérdidas y el desperdicio alimentario e implicarles en esta acción.
- f) Exponer en lugar visible para las personas consumidoras propuestas de divulgación de las administraciones competentes relativas a una mejor planificación de los menús, de sus compras, compra sostenible (tales como alimentos frescos, de temporada, locales o ecológicos), cocina de reaprovechamiento, buenas prácticas de almacenamiento, correcta interpretación de las fechas de caducidad y de consumo preferente, y reciclaje y materiales de envasado para sensibilizar al consumidor sobre estas cuestiones.

Artículo 12.

Medidas de buenas prácticas para el sector de la hostelería y otros proveedores de servicios alimentarios. Las administraciones públicas junto con el sector de la hostelería y otros proveedores de servicios alimentarios podrán aplicar las siguientes medidas:

- a) Fomentar la incorporación de criterios de compra sostenible (tales como alimentos frescos, de temporada, locales o ecológicos) para reducir la huella ambiental y promover la economía de proximidad, sin perjuicio del régimen especial de aquellas empresas del sector de la restauración y la hostelería y otros proveedores de servicios alimentarios que por sus especiales características o su temática deban adquirir productos que no sean los de proximidad para garantizar que se ajustan a los servicios ofrecidos al consumidor y su expectativa al estar vinculados con la imagen de los mismos.
- b) Promover la flexibilización de los menús, para que el consumidor pueda elegir la guarnición o raciones de distinto tamaño.
- c) Fomentar la donación de alimentos con fines sociales.
- d) Fomentar la entrega a instalaciones de compostaje de los restos alimentarios conforme a la normativa de residuos.

Tanto ciudadanos como empresas coinciden en que las buenas prácticas contenidas en el proyecto de ley **habrían permitido lidiar con el desperdicio alimentario de forma efectiva.**

1. La percepción de los ciudadanos: buenas prácticas con impacto en la reducción del desperdicio alimentario en el hogar

En primer lugar, los ciudadanos, además de tener una opinión positiva sobre la idea de una posible ley, reconocen la utilidad de estas prácticas, ya que éstas incluso **podrían contribuir a reducir el desperdicio alimentario en el hogar:**

OPINIONES DE CIUDADANOS

“Las buenas prácticas me parecen buenísimas.”

- Ciudadano 1

“Todo lo que facilite al consumidor es bienvenido.”

- Ciudadano 2

“Creo que hacemos muchas cosas por impulso y si nos dan qué pensar, nos ponen un cartel delante, creo que sí pueden mejorar las cosas.”

- Ciudadano 3

“Si es más barato yo sí compraría un tomate, aunque sea más feo.”

- Ciudadano 4



En este sentido, más del 70% de los consumidores reconocen la **utilidad de las buenas prácticas a la hora de reducir el desperdicio de alimentos.**



De las siguientes buenas prácticas que recomienda la ley para los supermercados y puntos de venta de alimentación, indique el grado de utilidad que tendrían en la reducción del desperdicio alimentario. Por favor, señale el grado de utilidad según una escala de 1 a 4, donde 1 es nada útil y 4 muy útil.

- Informar sobre la correcta interpretación de las fechas de caducidad, consumo preferente e innovaciones en los etiquetados de los productos
- Destacar los productos de temporada, los de proximidad, los ecológicos y los ambientalmente sostenibles
- Informar sobre buenas prácticas de almacenamiento
- Dar información que mejore la planificación de los menús (carteles, comunicaciones, etc.)
- Contar con lineales con productos “feos”, “imperfectos” o “poco estéticos”



Grado de utilidad: suma de “muy útil” y “bastante útil”.



De las siguientes buenas prácticas que recomienda la ley para los restaurantes y hoteles, indique el grado de utilidad que tendrían en la reducción del desperdicio alimentario. Por favor, señale el grado de utilidad según una escala de 1 a 4, donde 1 es nada útil y 4 muy útil.

- Se facilitará al consumidor pueda llevarse, sin coste adicional alguno los alimentos que no haya consumido. Para ello se emplearán envases aptos para el uso alimentario, reutilizables, o fácilmente reciclable
- Se promoverá la flexibilización de los menús, para que el consumidor pueda elegir la guarnición o raciones de distinto tamaño
- Se podrán encontrar una mayor cantidad de menús con productos locales de proximidad o de temporada.



Además de las buenas prácticas que recomendaba el proyecto de ley, tanto ciudadanos como establecimientos del sector de la distribución señalan la **adaptación del empaquetado de los productos alimentarios** como una clave más a la hora de reducir el desperdicio alimentario en el hogar.

Concretamente, **el 90% de los ciudadanos** considera que sería útil la incorporación de diferentes tipos de empaquetado que pudiera facilitar al consumidor adaptar la compra a sus necesidades de consumo.

Todo esto demuestra que las decisiones adoptadas por uno de los eslabones de la cadena puede afectar a la capacidad de actuar frente al desperdicio alimentario del siguiente eslabón (en este caso, el consumidor). Buen ejemplo de ello es cómo una mejor información al consumidor sobre los productos o un cambio en el empaquetado de los mismos podría contribuir a reducir el desperdicio alimentario en el hogar.



2. La percepción de las empresas: la importancia de la concienciación al consumidor

En segundo lugar, muchas empresas, que son conscientes de ello, llevan tiempo dedicando recursos y esfuerzos a combatir el desperdicio alimentario en sus establecimientos, incluso antes de que el Proyecto de Ley se aprobara definitivamente.

No hay que olvidar que el desperdicio alimentario es una preocupación para las empresas en términos de **sostenibilidad, pero también representan costes y mermas para los establecimientos.**

Así, las empresas se han adelantado al desarrollar e implementar sus propias estrategias que ya incorporan incluso algunas de las prácticas que estaban previstas en el Proyecto de Ley. La mayoría de las medidas previstas por las empresas van dirigidas a una mayor **concienciación del consumidor y a conseguir “actuar en cadena”**: Tres de los cinco entrevistados, implementan acciones dirigidas a fomentar acciones en todos los eslabones de la cadena alimentaria para ser efectivos en la reducción del desperdicio.



ARTIEM HOTELES:

“(...) uno de los 6 objetivos estratégicos es la reducción y/o eliminación del desperdicio alimentario”

“Creemos que es una responsabilidad reducir el residuo orgánico que podamos tener. Había 3R ahora hay hasta 8. Estamos en la primera de reducir”.

AMETLLER ORIGEN:

El desperdicio alimentario es transversal a toda la cadena de valor del Grupo. Se aplica una jerarquía de residuos y se realizan diversas acciones en cada una de las fases de la cadena.

RESTAURANTES FLAX & KALE

Es una preocupación dado que pertenecen al sector alimentario. Por lo tanto, y a un mismo nivel de importancia, es una preocupación en términos de sostenibilidad, pero también como costes, mermas que hay que valorar y extraer conocimiento de por qué suceden.

PEQUEÑO BAR-RESTAURANTE DE ALICANTE

La entrevistada es muy consciente del desperdicio alimentario, puesto que implica una pérdida económica para su negocio. Para evitarlo y reducirlo al máximo, la experiencia le permite conocer y ajustar la compra a la demanda que tendrá el restaurante.

GRUPO EROSKI

Se encuentra en el centro de su estrategia, ya que una mala gestión supone una ineficacia económica. El enfoque de abordaje es poliédrico puesto que se implantan medidas en cada una de las áreas de impacto “áreas arriba” (proveedores) y “aguas abajo” (consumidores).

SUPERMERCADOS ¡SQRUPS!

Es el core de su negocio, su modelo se sustenta en que los productos no lleguen a convertirse en desperdicio (residuos que acaben en la basura).

Además de las dos medidas anteriores (concienciar al consumidor y actuar en cadena), las empresas vienen aplicando las siguientes medidas desde hace algún tiempo:



La medición: Detectar y medir dónde se produce el desperdicio a lo largo del proceso, ya que la medición es el primer paso para poder definir actuación y buenas prácticas.



La prevención: Prevenir en todas las fases de la cadena; desde la producción hasta la comercialización con el fin de conseguir un modelo integrado, con estrategias transversales a lo largo de toda la cadena de valor.



Aprovisionamiento: Aplicar un algoritmo de aprovisionamiento permite adaptar los productos según criterios como la temporalidad para llevar a cabo la rotación de productos y, así, prevenir al máximo el desperdicio.



Logística: Trabajar con entidades sociales para la donación de alimentos, facilitando que los alimentos se destinen a personas en situación de necesidad.



Donación: Donación de excedentes alimentarios para personas en situación de vulnerabilidad o alimentación animal.



Reciclaje y valorización de los residuos orgánicos.



Concienciación: Concienciar a clientes y usuarios. Uno de los retos para conseguir una mayor sensibilización, según las empresas, son las preferencias de los consumidores que, en ocasiones, hacen difícil la implementación de algunas medidas contra el desperdicio alimentario. La respuesta ante este dilema, en opinión de los entrevistados, está en lograr una mayor concienciación del consumidor. No cabe olvidar que las administraciones públicas juegan un papel fundamental en esto último, mediante la aprobación de nueva regulación como habría sido el Proyecto de Ley.



Otras medidas destacadas: Mejora de la cadena de frío, campañas para ofrecer frutas y hortalizas consideradas feas por su aspecto o tamaño, promoción de alimentos próximos a su fecha límite de venta, packs de productos con Too Good to Go.

3. La percepción de las organizaciones sociales: la necesidad de medidas adicionales

Las organizaciones del tercer sector entrevistadas en el marco de la investigación (Acción contra el Hambre y Red Alimenta) también insisten en que la falta de información acerca de la relación que existe entre la salud ambiental y la humana y la falta de concienciación suponen una dificultad a superar si queremos avanzar en la lucha contra el desperdicio de alimentos.

Por ello, desde ambas organizaciones defienden la necesidad de que las buenas prácticas que estaban previstas en la ley se complementen con medidas adicionales por parte de los actores de la cadena; llevar a cabo el diseño de guías, formaciones y capacitación; adoptar medidas que permitan una transformación cultural que permitan una mayor acogida de las medidas de prevención y reducción del desperdicio o donación de alimentos en todas las fases de la cadena alimentaria. Para todo ello, una vez más, la implicación de las administraciones públicas es fundamental.

En este sentido, ambas organizaciones apelan a la necesaria implicación de todos los agentes de la cadena, ciudadanía y administraciones públicas.

Por tanto, consumidores, empresas y organizaciones sociales coinciden en lo fundamental: las buenas prácticas previstas en el *Proyecto de Ley de Prevención de las Pérdidas y el Desperdicio Alimentario* tienen el potencial de conseguir una mayor acción por parte de los agentes de la cadena de valor e inspirar la aplicación de nuevas medidas con este fin.



Se debe fomentar la economía circular mediante la regulación y un sistema de monitoreo, alerta de diagnóstico precoz de las pérdidas. La donación ayuda, pero la reducción de desperdicio pasa por sistemas de producción más sostenibles y monitoreo temprano en el ámbito extradoméstico y fomentar la donación de rutas alternativas.

- Acción contra el Hambre

—

Las administraciones deben establecer unas bases sólidas para que pueda hacerse efectiva la lucha contra el desperdicio de alimentos.(...) Para saber el alcance del problema tenemos que poder medir el problema, y para ello necesitamos saber hasta qué punto generamos desperdicio alimentario y que se mida del mismo modo en todo el ámbito de la UE.

- Red Alimenta



¿QUÉ **opinan** LOS CIUDADANOS DE LAS EMPRESAS QUE ACTÚAN FRENTE AL DESPERDICIO ALIMENTARIO?

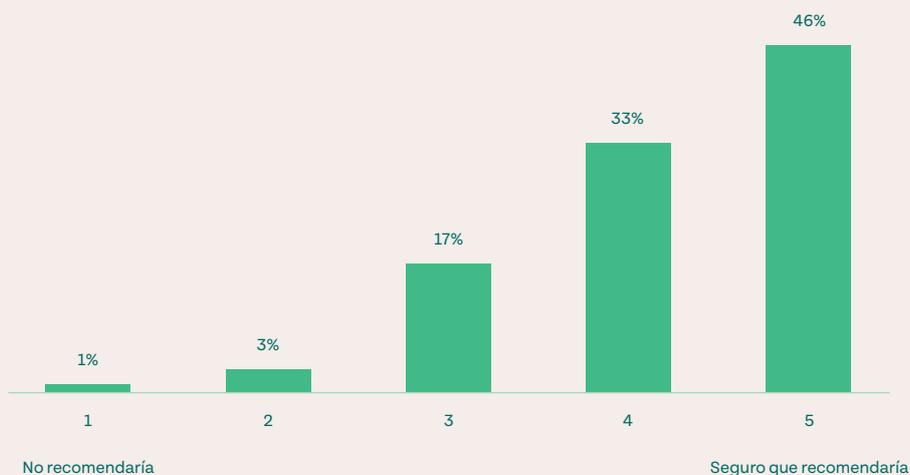
Algunos estudios como el informe ‘Reflejar, Reflexionar, Reconsiderar. Por qué el desperdicio alimentario es un problema de todos’ realizado por el Instituto de Investigación Capgemini y presentado en 2022 ya revelaban la respuesta positiva por parte del consumidor hacia empresas que adoptan medidas frente al desperdicio de alimentos. El consumidor, cada vez más concienciado con el cuidado del planeta y el impacto que sus elecciones de compra puede desplegar sobre el medioam-

biente, incorpora el criterio de la sostenibilidad a la hora de hacer sus elecciones de compra.

Esa tendencia la reflejan también los resultados de este estudio que hemos realizado; y es que **un 79% de los ciudadanos elegiría o hablaría bien de una empresa que implementa buenas prácticas para evitar el desperdicio alimentario**, mientras que cerca de un 50% seguro que la recomendaría.



¿En qué medida premiaría (elegiría, recomendaría, hablaría en RRSS, etc.) a empresas que llevan a la práctica las anteriores medidas para evitar el desperdicio alimentario?



El gráfico anterior confirma la **percepción positiva** por parte del consumidor de aquellas empresas que adoptan medidas para reducir la cantidad de alimentos que desperdician y que ello juega un papel importante en la elección que hacen los consumidores a la hora de realizar sus compras.

Todo ello evidencia la interrelación que existe entre los eslabones de la cadena alimentaria, en la que los consumidores buscan acciones por parte de las empresas a la vez que las empresas insisten en la necesidad de concienciar al consumidor para poder así seguir adoptando medidas que reduzcan la cantidad de alimentos que se desperdician en los respectivos sectores.





REFLEXIONES





reflexiones

De la investigación se extrae una conclusión principal: empresas, ciudadanos y organizaciones sociales coinciden en que el desperdicio alimentario supone un problema a superar mediante la colaboración, para lo que la regulación y la concienciación representan un papel fundamental. Hay consenso sobre la necesidad de lidiar con esta problemática con impacto en nuestro planeta, economía y sociedad.

Además, el contexto también influye. Situaciones como la actual de inflación han hecho que el impacto económico sea una de las principales razones por las que los ciudadanos han sido conscientes de la necesidad de reducir el desperdicio de alimentos, seguido del impacto social y medioambiental, que adquiere cada vez mayor peso ante el crecimiento de la eco conciencia de los ciudadanos.

El gasto y la merma que supone descartar alimentos en un contexto como el actual, igualmente ha motivado la acción voluntaria por parte de las empresas que, con la voluntad de contribuir a la resolución de este problema, han adoptado medidas con este fin.

Por último, el impacto negativo del desperdicio alimentario en la sociedad y el planeta lleva a las organizaciones sociales a insistir en la importancia de la información al consumidor sobre estos impactos así como en la necesidad de colaboración entre todos los agentes de la cadena de valor.

Queda evidenciado el hecho de que el desperdicio alimentario no se puede abordar con acciones aisladas y que no solo es asunto de un eslabón de la cadena sino que implica la actuación y colaboración de todos los actores que intervienen en el proceso desde el campo hasta la mesa. Con ello queda claro que la repercusión que pueden tener las acciones implementadas de un eslabón a otro, revela la importancia de lidiar con esta problemática desde un punto de vista integral.

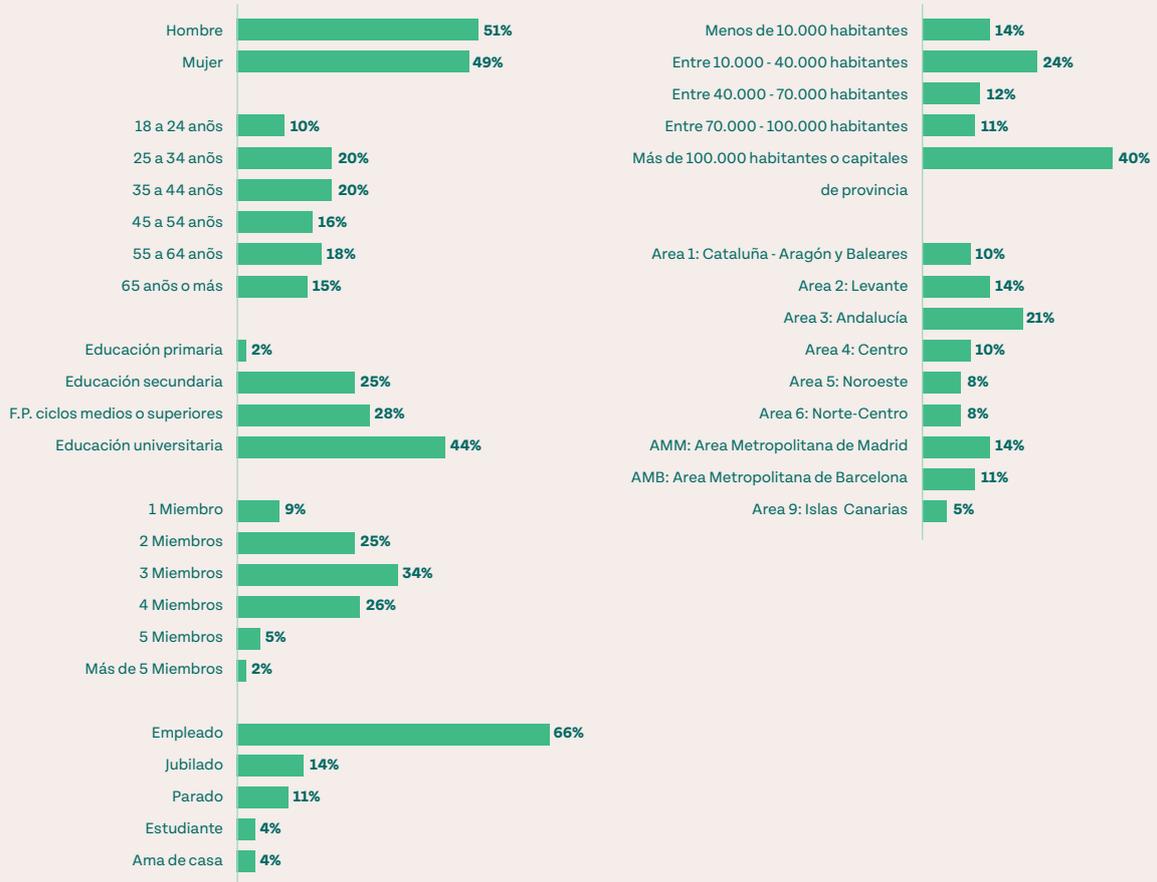
En este sentido, la idea de una ley que precisamente establezca una base común de acción es bien valorada por parte de ciudadanos, empresas y organizaciones sociales, ya que, según todos ellos, las administraciones públicas juegan un papel fundamental en la superación del reto del desperdicio alimentario.

En consecuencia, existe una valoración positiva del contenido de la ley y las buenas prácticas que sugería esta, ya que incluso había motivado la acción anticipada por parte de algunas de las compañías de los distintos sectores de la cadena alimentaria.

Lo que sí queda claro es que no hay una única solución a un problema tan complejo como el desperdicio alimentario, que requiere de una acción común de todos los actores de la cadena alimentaria.

El desperdicio alimentario supone un problema a superar mediante la colaboración

ANEXO 1: ENCUESTADOS ONLINE



Total | Base
599
ENCUESTAS ONLINE



**LUCHANDO JUNTOS CONTRA
EL DESPERDICIO DE ALIMENTOS**

