

# OPINIONES, PRÁCTICAS Y ACTITUDES DE LA CIUDADANÍA VASCA ANTE EL DESPERDICIO ALIMENTARIO

## Resumen ejecutivo



euskadiko merkataritzaren behatokia  
observatorio del comercio de euskadi



**EUSKO JAURLARITZA**  
**GOBIERNO VASCO**

HEZKUNTZA, UNIBERTSITATE  
ETA IKERKETA SAILA

DEPARTAMENTO DE EDUCACIÓN,  
UNIVERSIDADES E INVESTIGACIÓN



**EUSKO JAURLARITZA**  
**GOBIERNO VASCO**

TURISMO, MERKATARITZA  
ETA KONTSUMO SAILA  
DEPARTAMENTO DE TURISMO,  
COMERCIO Y CONSUMO



Donostia-San Sebastián, 1  
01010 Vitoria-Gasteiz



945 019 718



behatokia-merkataritza@euskadi.eus



<https://www.euskadi.eus/enfokamer-observatorio-comercio>

# 1. PERCEPCIÓN DE LA POBLACIÓN ANTE EL DESPERDICIO ALIMENTARIO

## 1.1.- Percepción en torno a la frecuencia con la que se tiran alimentos.

Un 14,0% de la ciudadanía vasca entre los 20 y 65 años manifiesta tirar alimentos a la basura en su hogar "a diario o casi a diario". Por su parte, un 20,8% de las personas consultadas considera que desperdicia alimentos "con frecuencia". Por otro lado, el 27,7% considera que lo hace de forma "ocasional". Y el 37,5%, manifiesta no tirar alimentos "nunca o casi nunca".

De este modo, algo más de una de cada tres personas – el 37,5%- presenta conductas contra el desperdicio alimentario, o al menos, tiene la percepción de hacerlo.

A medida que se incrementa la edad de la persona consultada, crece el volumen de entrevistados que manifiestan no tirar alimentos nunca o casi nunca. Entre los 20 y los 34 años, quienes no suelen desperdiciar alimentos suponen el 24,1% del total. Este grupo se incrementa al 31,6% entre quienes tienen edades comprendidas entre los 35 y 49 años y alcanza a uno de cada dos – el 50,5%- de más de 50 años.

### *Frecuencia con que se tiran alimentos a la basura en el hogar según sexo/grupo de edad*

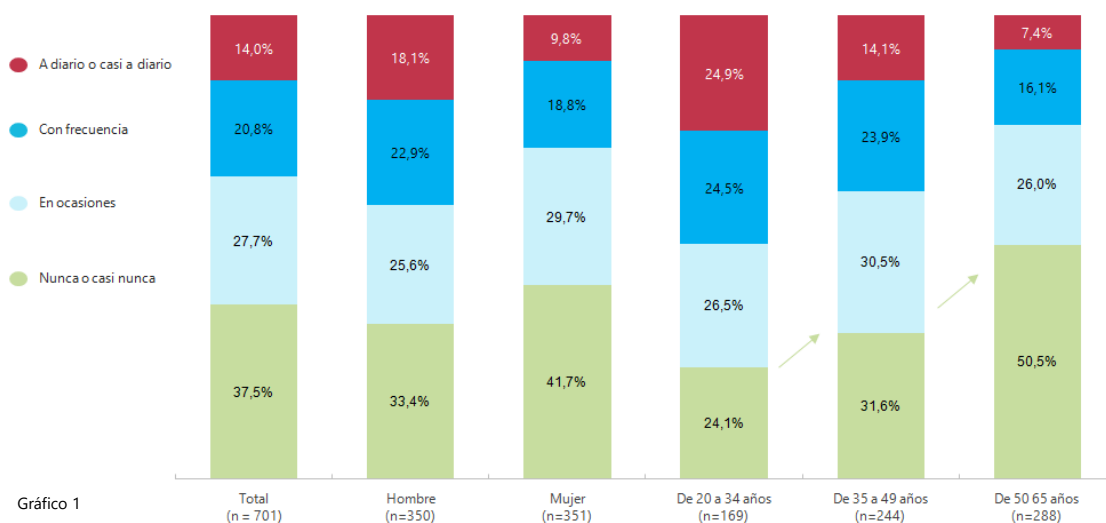


Gráfico 1

Además de la edad, hombres y mujeres parecen tener una percepción diferente respecto a la frecuencia con que se desechan los alimentos en su hogar. Cuatro de cada diez mujeres consultadas dice no tirar nunca o casi nunca alimentos (el 41,7%). En el caso de los hombres, éstos son tres de cada diez (el 33,4%). De hecho, un 18,1% de los hombres suele tirar a diario o casi a diario, cuando en el caso de ellas, este dato se reduce al 9,8%.

En lo que respecta al tipo de hogar, lo cierto es que las pautas o conductas desarrolladas para evitar el desperdicio de alimentos parecen afectar a un grupo similar de personas de forma independiente a la composición de su hogar.

No obstante, para quienes tienen la percepción de desechar alimentos, son los hogares compuestos por parejas sin hijos los que en menor medida manifiestan tirar alimentos a diario o con frecuencia; un 25,7%. Por el contrario, las personas que viven solas serían las que en mayor medida tienen la percepción de tirar con más frecuencia (el 38,8%), seguido de cerca de los hogares con niños (37,5%).

Este esquema se reproduce en el análisis en función del número de miembros que componen el hogar. Así, cuantas más personas viven en el mismo hogar, mayor es también el grupo de población que tiene la percepción de tirar alimentos con frecuencia o casi a diario, de una manera más intensiva. En los hogares compuestos por cuatro o más miembros, un 40,1%, dice tirar alimentos a la basura de forma frecuente.

## 1.2.- Conocimiento sobre el desperdicio alimentario propio.

Para la ciudadanía vasca que considera que desecha alimentos en su hogar, el 60,6% de lo desperdiciado corresponde a productos ya elaborados que se tiran directamente de la cazuela o el plato. En definitiva, hablamos de sobras. Por otro lado, el 39,4% de los productos desperdiciados correspondería a aquellos que no se han tocado y son tirados a la basura tras permanecer en la despensa o nevera.

Entre la población vasca con edades comprendidas entre los 35 y 49 años, la percepción de que se desechan productos directamente sin elaborar o manipular, olvidados o caducados, crece respecto a otros grupos de edad.

**Procedencia del desperdicio alimentario según tipo de hogar**

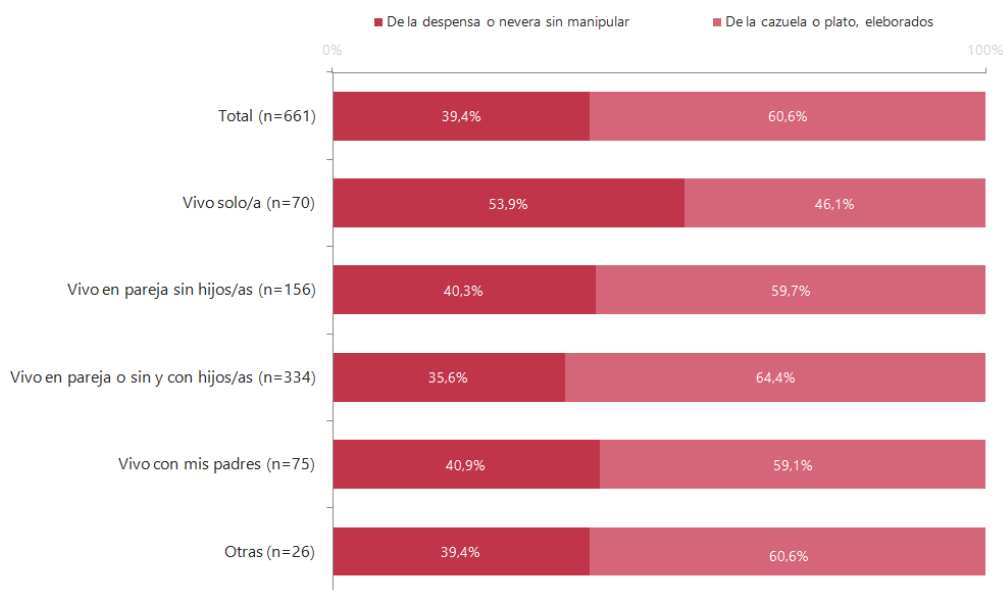


Gráfico 2

Pero claramente es la variable tipo de hogar o número de personas que lo componen, la que deja entrever mayores diferencias. Así, las personas que viven solas manifiestan un mayor grado de desperdicio de alimentos directamente de la nevera o despensa; el 53,9% del total de productos que tira.

Por el contrario, los hogares con hijos perciben un mayor desperdicio en el apartado de sobras. Para este grupo, estas representan el 64,4% de todo lo que se tira en una semana dada.

El tamaño del hogar pone de nuevo de manifiesto un comportamiento diferente entre la población vasca. Los hogares compuestos por una sola persona son los únicos en los que la mayor proporción de alimentos que se tiran son los olvidados o que se ponen malos en la nevera o despensa y no han sido manipulados. Por el contrario, a medida que se incrementa el número de miembros del hogar, crece también el peso que se otorga a las sobras en el total del desperdicio del hogar.


### **1.3.- Categorías de los productos alimenticios desechados.**

El desperdicio de alimentos directamente desde la despensa o nevera, sin manipular, parece centrarse principalmente en dos categorías de producto fresco, a gran distancia del resto. Aquí, la fruta es la tipología que en mayor medida se desperdicia, como cita el 62,4% de las personas consultadas. Muy de cerca, las verduras y hortalizas, también nombradas por seis de cada diez personas consultadas (61,0%).

En un segundo plano, otros alimentos que tienden a ir a la basura son:

- Pan (26,1%)
- Productos lácteos (20,0%)
- Productos precocinados/preparados (12,7%)
- Carnes (12,0%)
- Pescados (8,3%)

En lo que respecta a las sobras, es decir, a los alimentos que ya han sido elaborados, encontramos:

- Legumbres (29,2%)
  - Verduras y hortalizas (27,0%)
  - Arroz (24,3%)
  - Pasta (22,5%)
  - Carnes (21,5%)
  - Pescados (18,6%)
- 

#### 1.4.- Grado de incomodidad declarado por la ciudadanía vasca al tirar alimentos.

Un 77,1% de la población manifiesta que le molesta mucho tirar alimentos comprados y que son olvidados o se estropean en la nevera o despensa. Más en concreto, el 62,2% se ha situado en el extremo superior de la escala de 0 a 10, en la que 10 es el máximo grado de molestia. La media alcanza los 9,2 puntos, un valor altísimo.

Entre las causas que llevan a desechar estos alimentos sin cocinarlos o prepararlos para el consumo, los participantes aducen principalmente que éstos acaban teniendo mal estado y se retiran (47,3%) o bien que se olvidan en la nevera o despensa (45,2%). En menor grado también se nombra la falta de revisión de las fechas de caducidad en el momento de la compra (26,4%), la poca vida útil de algunos productos (25,4%), los cambios de planes, saliendo más a comer o cenar fuera (17,7%), la falta de organización en el momento de comprar (15,8%), o las ofertas y descuentos que incentivan a comprar más de lo necesario (10,1%), entre otros.

En cuanto al grado de molestia que provoca desechar comida ya elaborada, es decir, las sobras, el sentimiento es igualmente elevado, si bien se reduce algo respecto a los alimentos sin elaborar. Aquí la media declarada asciende a 8,8 puntos y son el 67,1% quienes se muestran más molestos.

##### *Grado en que molesta tirar alimentos según grupo de edad*

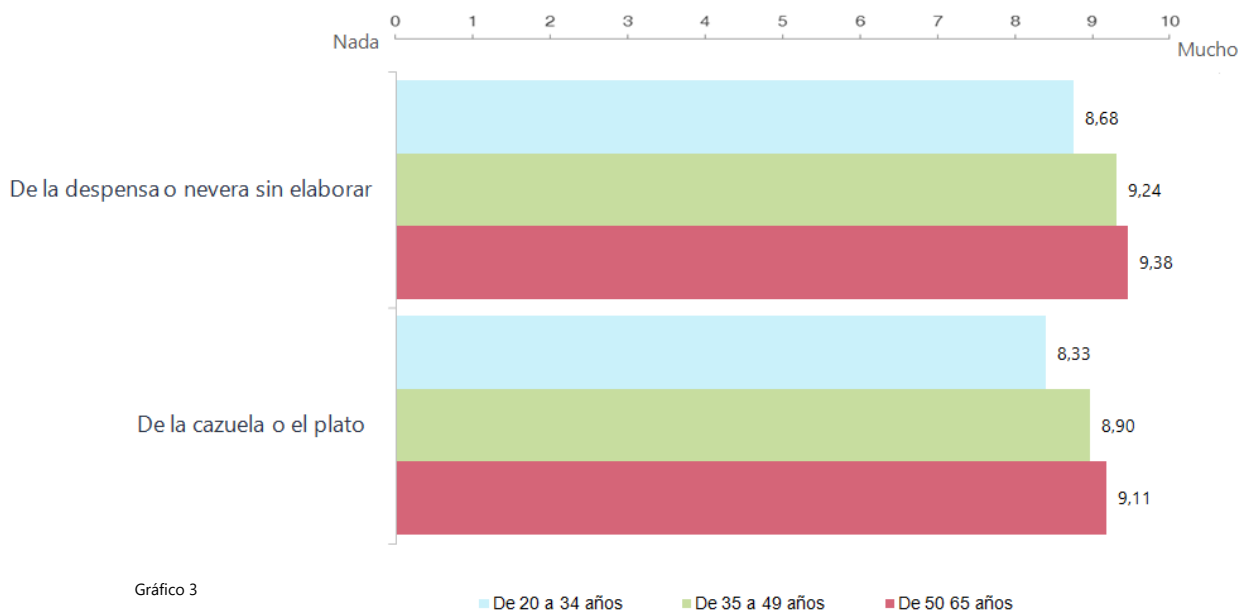


Gráfico 3

En cuanto a las causas, la principal tiene que ver con el hecho de cocinar más raciones de lo que se suele necesitar, aspecto que nombra una mayoría (56,5%). En un segundo plano se citan otras causas como cambiar los planes y salir más a comer o cenar fuera de casa (21,9%), no congelar el sobrante (20,9%), no tener conocimientos sobre que tipo de elaboraciones preparar con las sobras y por tanto, no poder darles una salida (18,2%), o no disponer de espacio suficiente en casa para almacenar las sobras (15,5%).

## 2. EVOLUCIÓN RECIENTE DEL DESPERDICIO ALIMENTARIO

Se ha consultado a la ciudadanía vasca si de un año a esta parte, considera que ha tirado más o menos alimentos o por el contrario, no ha variado sus hábitos. Resulta relevante destacar el balance positivo que surge de la percepción de la ciudadanía vasca. El 55,1% de las personas consultadas considera que este año ha tirado menos alimentos que el anterior; una mayoría. Por otra parte, el 41,3% no ha apreciado cambios, y solo un 3,6% manifiesta haber desperdiciado alimentos en mayor grado.

Para quienes han desperdiciado en mayor medida, los motivos que subyacen a este cambio en sus hábitos no están relacionados con la despreocupación sino que tienen que ver con la llegada de los niños pequeños al hogar (19,1%) y las consiguientes nuevas rutinas que se imponen. Por otra parte, sí objeto de una menor planificación, un 17,1% aduce comprar de más y el 14,8%, que los alimentos se caducan o se ponen malos. Igualmente se recogen factores que tienen que ver con un cambio de hábitos como cocinar menos y salir más a comer fuera (8,6%) o pedir mucha comida a domicilio (2,6%). También las personas que viven solas consideran que hay cierta dificultad en realizar una compra ajustada en caso de ser un hogar unipersonal (4,2%).

Por su parte, la población que considera haber reducido el desperdicio en el último año, lo relaciona con pautas conscientes, como comprar o cocinar menos cantidad, ajustando las raciones (30,1%). Además, un 18,8% indica que tiene mayor concienciación sobre la problemática y por ello, tiene más cuidado con los desechos. Un 12,8% dice poner en marcha nuevas recetas para aprovechar todo y un 11,5% manifiesta tener en cuenta una mayor planificación.

También la inflación y la subida de los precios de la cesta de la compra tienen su impacto en la reducción del desperdicio alimentario de los hogares como indica un 8,0%, al que puede unirse el 2,5%, que cita explícitamente el ahorro como causa.

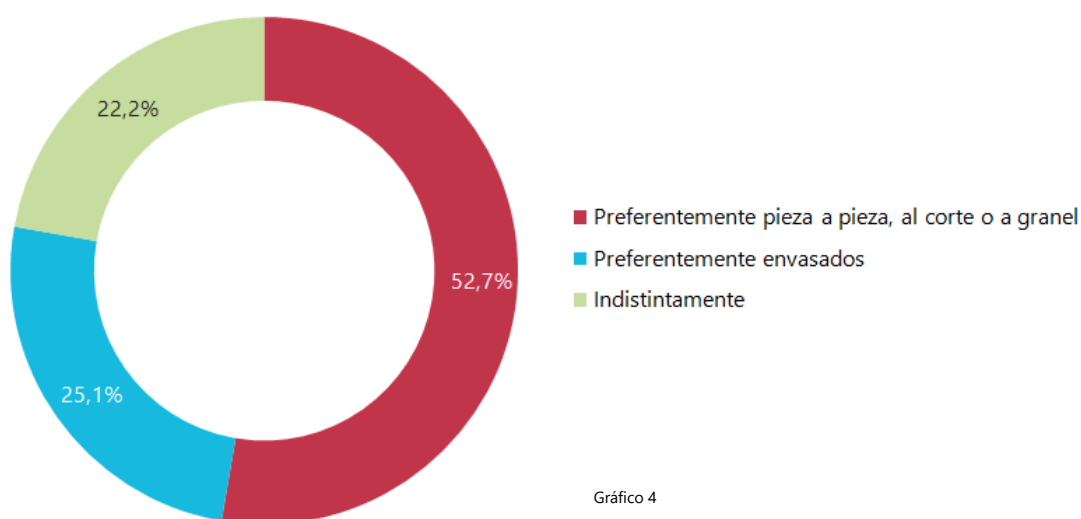
## 3. INCIDENCIA DE LOS HáBITOS CONTRA EL DESPERDICIO ALIMENTARIO

No cabe duda que uno de los factores que mayor impacto tiene a la hora de reducir el desperdicio de alimentos desde la óptica de la persona consumidora, es contar con una serie de hábitos de planificación de la compra y gestión de los alimentos en casa, como la revisión de las necesidades previo a la visita a los establecimientos comerciales, evitando la compra por impulso, el número de piezas de acuerdo a las necesidades del hogar, especialmente en productos frescos o perecederos, el uso del congelador u otras herramientas de conservación de alimentos, etc..

En este sentido, a continuación veremos la incidencia de algunos de estos hábitos entre las personas consumidoras vascas:

- Un 13,5% suele planificar lo que va a comer, sus menús, siempre y un 26,9%, casi siempre. Podemos afirmar que cuatro de cada diez personas cuenta por tanto, con una idea clara de los menús que va a preparar en casa (el 40,4%). En sentido contrario, un 15,4% no suele planificar lo que va a comer nunca o casi nunca. Un grupo que crece entre la población más joven.
- Más extendido está el hábito de revisar la despensa o nevera de forma previa a ir a comprar, algo que uno de cada tres consumidores y consumidoras afirman realizar siempre (el 32,6%). Aquí las mujeres superan en cinco puntos porcentuales a los hombres que mantienen este hábito de forma férrea.
- En cuanto al formato en que se prefiere adquirir la alimentación fresca los resultados están más repartidos como se puede apreciar en el gráfico 4.

#### ***Elección de productos envasados vs a granel o pieza a pieza***



- Los consumidores parecen tirar en mayor grado que las consumidoras de productos envasados a la hora de comprar. El 58,3% de las consumidoras elige la opción de comprar a granel preferentemente, en tanto que entre los hombres, éste grupo se reduce al 47,1%.
- A la hora de conservar los alimentos, un 29,7% de la población entre los 20 y 65 años suele utilizar el congelador para organizar los alimentos siempre y el 28,6%, casi siempre. La práctica de congelar para conservar los productos queda lejos de un 17,9% de las personas consumidoras que solo lo utilizan de forma ocasional, o directamente nunca o casi nunca.
- La gestión de la conservación de los alimentos en casa parece un hábito más presente entre el colectivo femenino, así como entre personas de más de 50 años.

## 4.- ACTITUDES Y OPINIONES EN TORNO AL DESPERDICIO ALIMENTARIO

### 4.1.- Capacidad de acción contra el desperdicio alimentario.

En el presente epígrafe se analizan las actitudes de la ciudadanía vasca respecto al desperdicio de alimentos. En primer lugar, se analiza la capacidad de acción contra esta problemática que la ciudadanía atribuye a diferentes colectivos y organismos como la administración pública, los medios de comunicación, la industria alimentaria o los propios consumidores, entre otros.

Lo primero que hay que destacar es que la ciudadanía vasca considera que todos los organismos o colectivos tienen una elevada capacidad de acción contra el desperdicio alimentario. Las puntuaciones otorgadas a todos los colectivos superan los 7,0 puntos de media, sobre una escala de 0 a 10.

A la cabeza en términos de capacidad de acción, los propios consumidores en sus hogares (8,31 puntos). Le sigue de cerca la industria alimentaria, a la que las personas entrevistadas atribuyen una elevada capacidad para cambiar las cosas (7,96 puntos).

También importante el margen de acción que se le otorga tanto a los establecimientos comerciales de alimentación como a la hostelería, bares y restaurantes, ambos por encima de los 7,5 puntos de media.

En otro plano, pero no exentos de responsabilidad, la ciudadanía vasca sitúa a los medios de comunicación (7,29 puntos), la Administración Pública (7,19 puntos) y las Oficinas de consumo (7,00 puntos).

En general, las mujeres se muestran más exigentes en cuanto a la capacidad de acción para reducir el desperdicio alimentario de todos los organismos o colectivos.

Si atendemos a la edad de las personas consumidoras podemos observar algunas diferencias a tener en cuenta. Por un lado, la población mayor de 35 años parece ser la que considera con más intensidad que la propia ciudadanía es el principal colectivo con margen de acción en la lucha contra el desperdicio alimentario, situándola en primer lugar.

Por el contrario, por debajo de los 35 años la mirada se dirige a la industria alimentaria, como aquella que tendría mayor capacidad de acción, por delante del papel otorgado a las propias personas consumidoras.

### 4.2.- Identificación de consecuencias del desperdicio alimentario.

Es frecuente que seamos conscientes de lo que en nuestro entorno más directo supone una problemática dada pero que sin embargo, no tengamos tan presente las consecuencias de la misma a una escala más global. Por este motivo se ha preguntado a la ciudadanía vasca por las consecuencias directas del desperdicio de alimentos en la sociedad, su opinión es la siguiente:



- Una mayoría de la ciudadanía vasca ha citado como principal consecuencia, que el desperdicio de alimentos entraña una injusticia global, en un planeta en el que el primer mundo vive en la abundancia y desperdicia alimentos mientras que el tercer mundo pasa hambre (64,0%), poniendo de manifiesto una visión global del problema. Esta dimensión de "injusticia social" está más presente en la población de más edad, los mayores de 50 años.
- También una mayoría, acerca el foco a un nivel micro y apunta al bolsillo de las personas consumidoras. Cerca de seis de cada diez han considerado que el desperdicio de alimentos supone una pérdida económica para las propias personas consumidoras que adquirimos productos que posteriormente desecharnos (el 57,0%).
- Un menor grupo orienta las consecuencias del desperdicio alimentario hacia el impacto medioambiental que representa, incluyendo otra variable en el análisis. Así, un 49,0% considera que la apuesta por modelos poco sostenibles, como es éste, tiene un alto impacto en el planeta. Y un 45,9% considera que el desperdicio de alimentos repercute en el medioambiente, en concreto en términos de huella hídrica. Esta mirada ligada a la sostenibilidad está más afianzada en la población con edades comprendidas entre los 35 y 49 años.
- Algo menos presente, nombrado por un 34,4%, el desperdicio de alimentos también supone una pérdida económica para los productores y resto de miembros de la cadena alimentaria.

### **Consecuencias directas del desperdicio alimentario según grupo de edad**

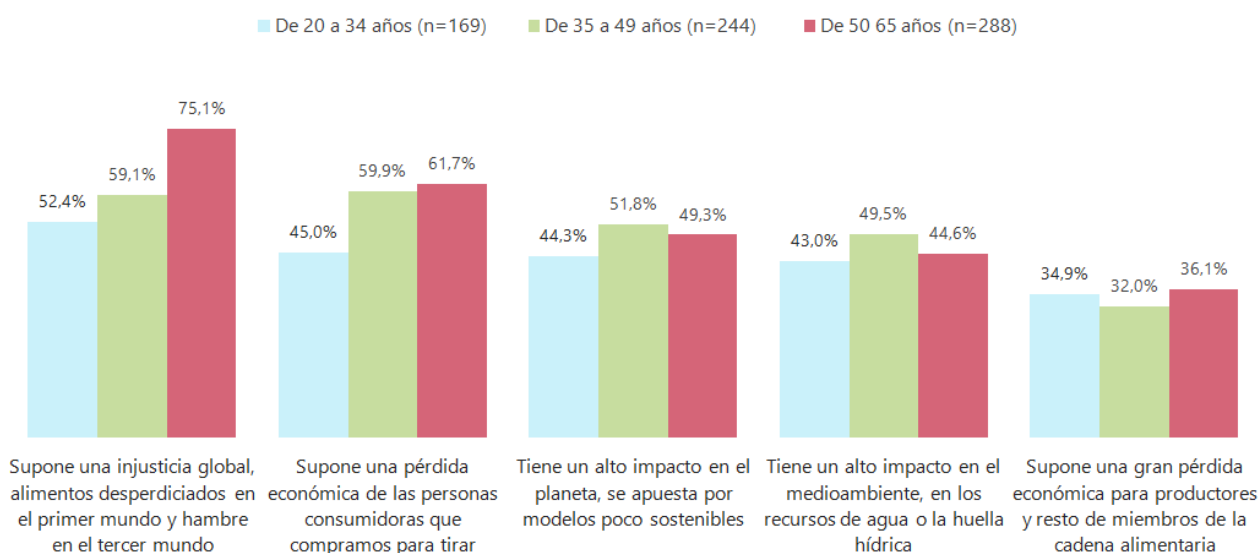


Gráfico 5

### 4.3.- Actitudes de la ciudadanía vasca sobre el desperdicio alimentario.

Con el objetivo de medir las actitudes de la ciudadanía vasca ante el desperdicio alimentario se ha pedido a las personas entrevistadas que expresen su grado de acuerdo o desacuerdo con una serie de afirmaciones que recogen diferentes dimensiones de análisis relacionadas con el desperdicio de alimentos.

- Casi ocho de cada vascos y vascas consultadas está de acuerdo en mayor o menor grado con la afirmación *"con la subida de precios de la alimentación valoro más la comida que se tira"*; el 79,3%. En este sentido, parece que la etapa inflacionista en la que vivimos ha hecho que se valore de otra manera el desperdicio de alimentos en los hogares.
- Un 64,2% respalda la opinión de que *"los medios de comunicación nos hacen creer que necesitamos más alimentos de los que en realidad consumimos"*. Una mayoría que se ve de alguna manera empujada a un mayor grado de consumismo, influenciada por los medios de comunicación.
- Con este escenario no es de extrañar que la mayoría de las personas consultadas (el 52,7%) estén de acuerdo, en mayor o menor grado, con la afirmación *"suelo dejarme llevar por las ofertas y promociones tipo 2x1 o 3x2"*.
- También parece claro que inmersos como estamos en la sociedad de la abundancia, un 51,6% de la ciudadanía sea de la opinión de que *"a la hora de hacer compras de alimentación prefiere que sobre y no quedarse corto o corta"*.
- Las opiniones están más repartidas o encontradas en aspectos como *el ritmo de vida que llevamos y la dificultad que entraña para planificar las compras o los menús*, algo que suscribe un 38,8%, si bien el 34,8%, se muestra en contra.
- También hay opiniones encontradas respecto a si *nos fijamos bien si los productos adquiridos llevan "fecha de consumo preferente" o "fecha de caducidad"*, algo que a veces pasa desapercibido para las personas consumidoras. En este sentido, un 36,4% admite cierta confusión o falta de atención.
- Por otra parte, hay ciertas conductas que parte de la población aún no ha interiorizado como positivas y que siguen produciendo ciertas resistencias. Entre ellas por ejemplo, un 35,9% de la población señala que *le da cierto apuro llevarse las sobras tras comer en un restaurante si se las ofrecen para llevar*. Casi una proporción idéntica a quienes se muestran ampliamente partidarios de ello.
- También algo más de uno de cada cuatro personas consumidoras, un 27,5% considera que *es lógico que los establecimientos comerciales de alimentación*

desechen los productos de aspecto más feo aunque estén en perfecto estado porque igualmente ellos no los comprarían.

- Por último, seis de cada diez personas consumidoras se muestra manifiestamente contrario a la afirmación “me parece un poco antiguo lo de reaprovechar las sobras o cocinar con sobras” (el 59,1%). Esta idea solo es respaldada por un 14,1% de personas consumidoras. Sin embargo, está más arraigada entre la población más joven, los menores de 35 años, entre quienes uno de cada cuatro (un 25,4%) piensa de este modo.

### Tasa de ciudadanía de acuerdo con las afirmaciones plateadas según grupo de edad

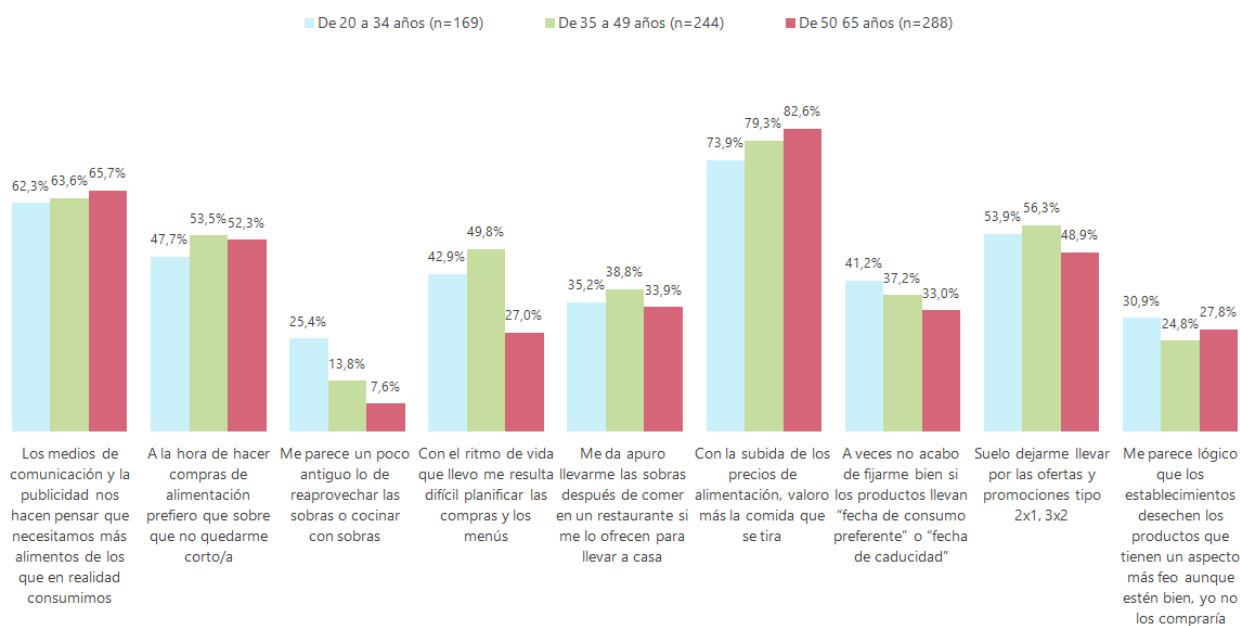


Gráfico 6

## 5.- INCIDENCIA DE ACCIONES CONTRA EL DESPERDICIO ALIMENTARIO

### 5.1.- Iniciativas de la ciudadanía contra el desperdicio alimentario.

Un 46,0% de la ciudadanía vasca dice haber implementado algún tipo de acción contra el desperdicio alimentario a título personal. La iniciativa en este sentido está más presente entre el colectivo femenino; el 51,4% de las mujeres, frente al 40,4% de los hombres.

También la edad muestra un mayor paso a la acción entre los más jóvenes, los menores de 35 años. Igualmente las personas que viven solas y quienes viven en hogares formados por parejas sin descendientes.

Entre las acciones desarrolladas, encontramos principalmente el propósito de comprar o cocinar menos, o lo justo para evitar desperdiciar (25,5%). También un 17,6% señala aprovechar las

sobras o elaborar nuevas recetas con ellas. Por otra parte, un 15,0% ha comenzado a planificar comidas o compras. Un comportamiento que anteriormente no tenía en cuenta.

Asimismo, se citan de forma espontánea el uso de Apps contra el desperdicio alimentario (11,8%), congelar alimentos (9,6%), dar comida o donaciones al banco de alimentos (7,3%) o comprar productos de próxima caducidad (5,7%), entre otros.

### **Tasa de ciudadanía que ha realizado iniciativas concretas contra el desperdicio alimentario**

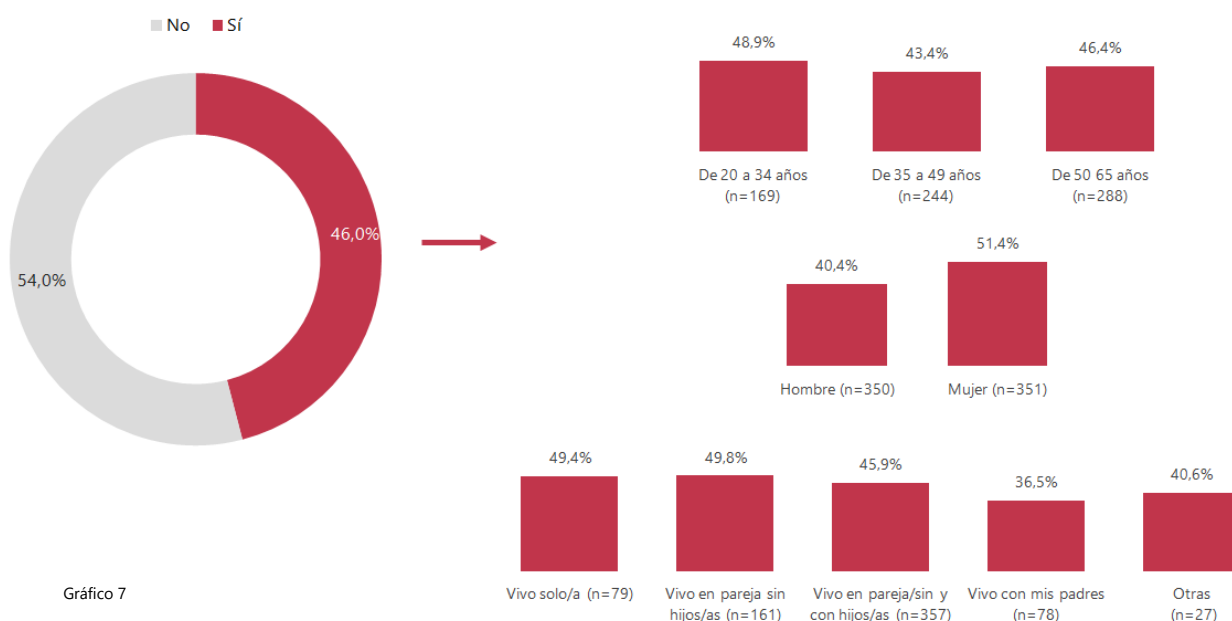


Gráfico 7

## **5.2.- El conocimiento y uso de Apps contra el desperdicio alimentario.**

En los últimos años se han desarrollado aplicaciones que aúnan a establecimientos comerciales y de hostelería por un lado, y a los propios consumidores por otro, para evitar el desperdicio de productos en buen estado que al final del día serían desechados si no se venden o tienen salida. El consumidor los puede adquirir por un precio más ventajoso.

La notoriedad y uso de estas apps concebidas para "salvar" lotes de alimentos en buen estado, se ha analizado con mayor profundidad en este sondeo realizado a la población vasca entre los 20 y 65 años.

Preguntados expresamente por ello, seis de cada diez personas entrevistadas dice conocer alguna de las aplicaciones contra el desperdicio alimentario. La más conocida es *Too Good To Go* a gran distancia del resto de referencias (el 61,4%).

Otras aplicaciones como *Encantado de comerte* o *Phenix* alcanzan una notoriedad significativamente menor. Por otra parte, se han nombrado, aunque de forma residual, otras alternativas que pueden ayudar a reducir el desperdicio de alimentos. Entre ellas, *Wetaca* que

ofrece tupperes de comida con la ración justa, o bien *Olio*, que pone en relación a usuarios para compartir aquello que no utilizan, incluida la alimentación.

El conocimiento de este tipo de herramientas está claramente relacionado con la generación a la que pertenece la persona entrevistada, despuntando entre el grupo de edad de 20 a 34 años y descendiendo a medida que se incrementa la edad de la persona consumidora. Al fin y al cabo, no dejan de ser aplicaciones tecnológicas que las generaciones más jóvenes emplean con total naturalidad.

### Conocimiento de las Apps para el rescate alimentario según grupo de edad

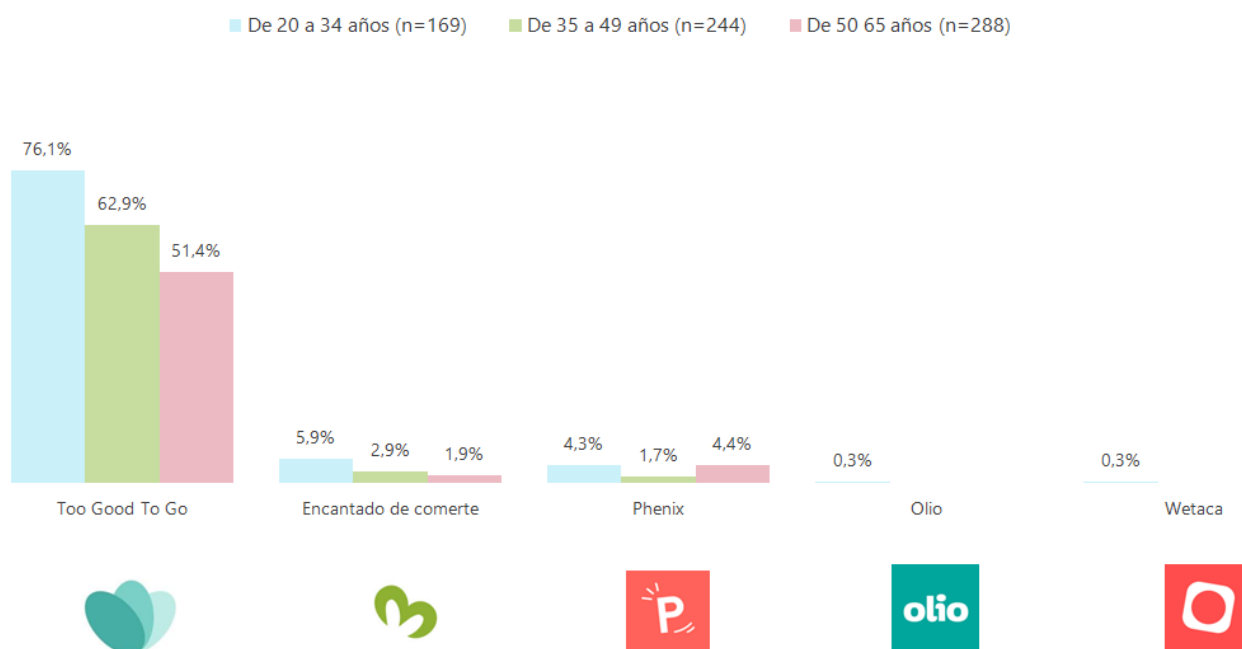


Gráfico 8

Más allá del conocimiento de dichas apps, el grado de utilización constituye un apartado para analizar de forma separada. En este sentido son el 40,0% de las personas consultadas las que dicen haber utilizado en alguna ocasión una app como Too Good To Go para salvar algún pack de alimentos. De entrada, el conocimiento de la app es mayoritario, teniendo además en cuenta que el muestreo es sobre un panel de internautas, sin embargo, hay una distancia considerable a la hora de probar esta alternativa; más de veinte puntos porcentuales menos.

Y quienes han probado estas alternativas como Too Good To Go son fundamentalmente la población nativa digital, la menor de 35 años.

En general, las personas consumidoras vascas valoran muy positivamente estas aplicaciones para salvar lotes de alimentos que de otro modo se desecharían. Un 33,1% lo considera muy interesante y el 38,6%, bastante interesante. Una valoración mayoritariamente positiva en todos los grupos de edad, si bien algo superior en el grupo de 35 a 49 años.

Ahora bien, a la hora de establecer el grado de idoneidad para ellos y ellas como personas consumidoras, los resultados descienden significativamente. Aquí, un 13,6% lo considera muy adecuado para si mismo como persona compradora y un 28,3%, lo ve bastante adecuado. Por otra parte, el 34,8% se sitúa en una posición intermedia y un 23,3%, se sitúa muy lejos, considerándolo poco o nada adecuado.

## 6. NECESIDAD DE CONCIENCIACIÓN Y VISIBILIDAD DE CAMPAÑAS

La gran mayoría de la población vasca entrevistada considera que hace falta recorrer camino aún en la concienciación sobre el desperdicio alimentario en la sociedad vasca. Un 50,2% manifiesta que hace falta "mucha concienciación" y un 36,7%, considera que es "bastante necesario". Por otra parte, el 13,2% de la población no ve tanta necesidad de informar sobre el desperdicio de alimentos y sus consecuencias.

Las mujeres y la población de mayor edad son quienes ven necesidad de una mayor concienciación en la sociedad sobre esta problemática.

En este sentido, se ha mostrado una imagen de la campaña "La comida no se tira" llevada a cabo por el Gobierno Vasco y Elika con el objetivo de medir su notoriedad y grado de recuerdo.



Un 24,6% de la población consultada dice haber visto la campaña, en mayor o menor grado. Por el contrario, el 73,6% no lo recuerda o no le suena.

El recuerdo de la campaña se tangibiliza en mayor grado entre la población masculina frente a la femenina (el 28,6% y 24,3%, respectivamente). También entre la población más joven, menor de 35 años – el 34,4% -, así como en el territorio histórico de Gipuzkoa (30,1%).

## 7. CONSIDERACIONES FINALES

En los últimos años, el problema del desperdicio alimentario y sus consecuencias está presente en la agenda de las instituciones, constituyéndose como una preocupación a escala global, implicando a diversos agentes, colectivos y organismos presentes en las diversas etapas de la cadena alimentaria; desde la producción de alimentos hasta la persona consumidora final.

En enero de este mismo año se ha aprobado la Ley de prevención de las pérdidas y el desperdicio alimentario. En definitiva, un marco legal que pretende poner el foco en la prevención y concienciación.

La ciudadanía vasca no escapa a esta preocupación global por el desperdicio de alimentos, como hemos podido constatar a lo largo de este estudio.

Y prueba de ello son algunos de los indicadores obtenidos:

- Por un lado, a la persona consumidora vasca le molesta notablemente tirar alimentos a la basura. El grado de intensidad que representa es de 9,2 puntos de media en una escala de 0 a 10, cuando hablamos de alimentos que se ponen malos, caducan y se retiran de la despensa o nevera sin haberlos preparado o manipulado de alguna forma. Pero también, es igualmente elevada (8,8 puntos) cuando nos referimos a las sobras, los alimentos cocinados que pueden quedar en la cazuela o el plato.
- Por otra parte, un 46,0% de las personas consultadas dice haber implementado alguna iniciativa concreta a título personal para evitar el desperdicio de alimentos en su hogar. Más allá de la concienciación, un paso a la acción.
- Asimismo, un 55,1% de la población entrevistada considera que en el último año ha desperdiciado menos alimentos que en el año previo.

Esta idea de que su desperdicio de alimentos se ha reducido en el último año viene influenciada por una mayor toma de conciencia sobre esta problemática y por tanto, la implementación de acciones o pequeños cambios en los hábitos de consumo como comprar o cocinar de forma más ajustada a las necesidades del hogar, contar con una mayor planificación y organización de las compras, tratar de conservar mejor los alimentos, etc...

Pero no cabe duda que la etapa inflacionista que atravesamos, con el incremento de precios de la cesta de la compra ha supuesto un cambio en la mirada de la persona consumidora sobre este problema. Ahora se percibe de otro modo, como afirma un 79,3%.

Por otra parte, resulta relevante que la sociedad vasca en general se arroga como colectivo,

buena parte de la capacidad de acción en la lucha contra el desperdicio alimentario.

Y al contrario de lo que pudiera parecer, se sitúa incluso por delante de la atribuida a la industria alimentaria o sectores concretos como los establecimientos comerciales de alimentación o la hostelería, en el manejo de sus excedentes.

El desarrollo e implantación de Apps contra el desperdicio alimentario que aúnan tanto a personas consumidoras por un lado, como a establecimientos comerciales y hosteleros por otro, enfocados en salvar lotes de alimentos en buen estado que no se comercializarían al día siguiente, ha tenido una gran acogida entre la ciudadanía. Seis de cada diez consultados conoce alguna aplicación siendo fundamentalmente Too Good To Go la de mayor notoriedad.

En general estas aplicaciones están muy bien valoradas, aunque su uso a la postre, no resulte idóneo para todos los perfiles. Y es que quienes han dado el paso de salvar los packs son preferentemente población más joven y concienciada.

La población vasca entrevistada entiende que el problema del desperdicio alimentario genera un alto impacto social, a escala global. Pero también a un nivel micro, produce un alto impacto económico para el bolsillo de las personas consumidoras.

Quizás el impacto que provoca sobre el medioambiente no tiene la misma visibilidad, igualmente sobre el sector productivo, por lo que aún queda margen de mejora en la comprensión de sus múltiples dimensiones.

Y en este sentido, la ciudadanía vasca ve claro que hace falta seguir avanzando en la concienciación de la sociedad, con iniciativas como la llevada a cabo con la campaña "La comida no se tira".

