



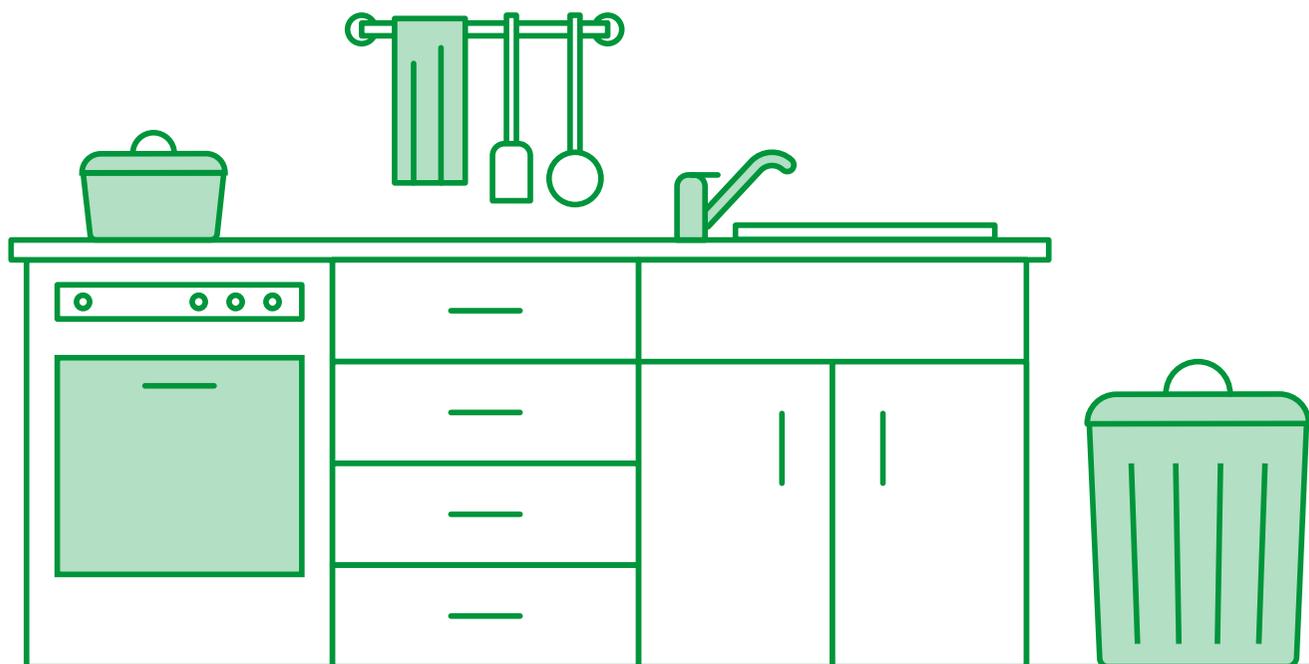
MIRADA CUALITATIVA DEL DESPERDICIO ALIMENTARIO EN MADRID



Propósito

Comprender el fenómeno del desperdicio alimentario de los hogares madrileños para poder orientar actuaciones más eficaces, llevadas a cabo por distintos agentes sociales y dirigidas a mitigar sus múltiples impactos negativos en la sociedad y el medioambiente.

Especial interés en identificar las variables que ayuden a explicar las diferencias entre barrios/zonas más despilfarradoras de alimentos y aquellas más aprovechadoras.



3 DISTRITOS
ARGANZUELA,
CENTRO Y TETUÁN

+ 60
PERSONAS
ENTREVISTADAS

Metodología

Investigación cualitativa interpretativa, apoyada en una metodología inductiva que combina los enfoques de todo a la parte (inspirada en la fenomenología) y de la parte al todo (inspirada en *Grounded Theory*), para analizar:

(1) los procesos cognitivos y emocionales que inciden en las actitudes y en el comportamiento de los consumidores madrileños en todas las etapas del ciclo de alimentos: la compra, el almacenamiento, el cocinado y la utilización de las sobras o restos de alimentos; y

(2) las motivaciones, barreras, prácticas y propuestas de los ciudadano/as de Madrid sobre el desperdicio de productos alimentarios.

Equipo investigador de la Universidad de Comillas:

Dra. Estela Díaz Carmona (investigadora principal)

Dr. David Martín García

Dr. Antonio Núñez Partido

Dra. María José Martín Rodrigo

Dra. Victoria Labajo González

Dra. Eugenia Fabra Florit

Dra. Ana Blanca Hermoso Gordillo

El desperdicio alimentario en los hogares es un fenómeno con múltiples dimensiones y derivado, no de un comportamiento concreto, sino de un conjunto de prácticas de gestión de los alimentos que se desarrollan en distintos momentos y escenarios (el comercio, el hogar, el trabajo...).

Por ello, la solución al problema debe pasar, necesariamente, por involucrar a personas consumidoras, industria/ distribución y poderes públicos en el objetivo común de lograr un consumidor formado, informado y consciente y que perciba que dispone de herramientas para actuar eficazmente en reducir el desperdicio.

Técnicas utilizadas

REVISIÓN DE LITERATURA

Para enmarcar la investigación en los avances más recientes en la materia.

ENTREVISTAS A 5 EXPERTOS/AS

Para complementar la literatura revisada, profundizar en el tema de desperdicio situado en la ciudad de Madrid y diseñar la investigación. Estas entrevistas se realizaron de manera virtual antes de llevar a cabo las entrevistas y los focus groups a consumidores/as.

ENTREVISTAS PERSONALES EN PROFUNDIDAD A CONSUMIDORES/AS

Se alcanzó el punto de saturación a la décima entrevista pero se hicieron en total 15. Para la selección de informantes se utilizó un muestreo teórico e intencional, que cumpliera con los criterios de suficiencia y adecuación. En este sentido, los participantes fueron elegidos atendiendo a las necesidades teóricas del estudio y a su representatividad tipológica (que no cuantitativa) siguiendo el principio de similitud y de diferencia. El criterio de similitud fue el ser residente habitual en Madrid y mayor de 18 años. Como criterio de variabilidad, y teniendo en cuenta las investigaciones anteriores sobre el desperdicio alimentario, se establecieron unos segmentos a priori que tienen en cuenta las variables de residencia (Centro, Tetuán y Arganzuela), el número de personas en el hogar (hasta 3 o más de 3 personas), género (hombre y mujer) y edad (18-35 años; 36-50; 51-65).

8 GRUPOS DE DISCUSIÓN

Compuestos por 6 personas cada grupo. En cada grupo se tuvo en cuenta el reparto por género (hombre y mujer) y por número de personas en el hogar (hasta 3 o más de 3 personas). Se buscó la homogeneidad a partir del distrito de residencia, la edad y el nivel educativo (con estudios universitarios y sin estudios universitarios). La variabilidad dentro de cada grupo se basó fundamentalmente en hábitos de consumo de productos de alimentación y en distintos estilos de vida.

DIARIOS DE CONSUMO

Sobre hábitos, experiencias y opiniones sobre la compra, consumo y desperdicio de productos alimentarios, en 11 hogares durante dos semanas. La selección de informantes se realizó atendiendo fundamentalmente a tres variables resaltadas en la literatura: el género, la edad y la composición del hogar familiar. El diario adoptó formato de cuaderno y fue de libre exposición; no obstante, para facilitar su elaboración, incluyó cuestiones generales relacionadas con la conducta de desperdicio (ej. ¿qué, por qué y cuánto desperdicié?), los pensamientos antecedentes (ej. ¿qué pensé al hacerlo? ¿cuál fue mi diálogo interno?), los sentimientos consecuentes (¿cómo me sentí después?) y la prevención adaptativa (¿qué puedo pensar/hacer para no repetirlo?).

PRINCIPALES RESULTADOS

**Ideas
generales**

Pág 6

**¿Qué piensan
del desperdicio
alimentario?**

Pág 7

**¿Quién
desperdicia
alimentos?**

Pág 8

**¿Por qué
condenan el
desperdicio?**

Pág 11

**¿Dónde han
aprendido
sobre el tema?**

Pág 14

**¿Qué alimentos
se desperdician?**

Pág 16

**¿Por qué se
desperdician los
alimentos?**

Pág 18

**¿Qué sienten
al desperdiciar
alimentos?**

Pág 23

**¿Qué sienten
cuando no
desperdician?**

Pág 25

**¿Qué proponen
frente el
desperdicio?**

Pág 26



Ideas generales



El desperdicio de alimentos se presenta de forma unánime como un **síntoma de disfuncionalidad** y de desequilibrio cuando surge, como señal indicadora y reguladora del sistema de organización, una anomalía del sistema que no es deseable de forma endógena, aparte de las condenas morales que puede inspirar.

Por lo tanto, señala una **necesidad de ajuste** de comportamientos y muchas veces parece efectivamente activarla, para que no se repita o al menos para que disminuya ese desperdicio sin contradecir la funcionalidad general del sistema.

Las prácticas de compra, de almacenaje y de cocina así como sus continuos ajustes están enmarcados por la **condición económica y habitacional**, dónde y con quién uno/a vive, las prioridades en su vida social, afectiva o profesional. Hay tantas formas organizativas de la función alimentaria como configuraciones resultantes de la combinación de los perfiles del hogar, los objetivos de vida y los objetivos alimentarios.

Lo que puede variar es el **umbral de sensibilidad** al tema del desperdicio; por varios motivos, puede haber un nivel de tolerancia diferente frente a un perfil de derroche equivalente. Ese nivel de sensibilidad varía entre los miembros del hogar, siendo más fuerte en aquella persona que más protagonismo y responsabilidades toma en la gestión de la función alimentaria, con frecuencia una figura femenina.

El desperdicio alimentario en el hogar es tanto más difícil de controlar en cuanto es la **variable de ajuste** de una función alimentaria que ya está subordinada a otras prioridades de un estilo de vida exigente.

¿Qué piensan del desperdicio alimentario?



De las narrativas de los informantes se desprende que hay una norma social muy fuertemente implantada de **rechazo del desperdicio**.

Este **posicionamiento condenatorio** lo expresan todos los participantes a lo largo de las entrevistas y de los *focus groups*.

Sin embargo, consideran que es una acción inevitable. Se desconoce cuánto se tira y, aunque hay alguna excepción, se cree que en sus casas se tira muy poco. Se ve el desperdicio en "otros" (supermercados, restaurantes, comedores, o casas de amistades y/o familiares).

¿Quién desperdicia alimentos?



Los participantes afirman, de forma muy rotunda, espontánea y enérgica, que nunca o casi nunca tiran comida y que siempre o casi siempre aprovechan lo que ha podido sobrar de una comida para utilizarlo en otro momento.

No obstante, sí **atribuyen el desperdicio alimentario a otras personas.**

Para ellos, el desperdiciar y el no desperdiciar comida es un valor que asumen como una forma de ser y estar en el mundo. Así, más que constituir algo que se hace, refleja quiénes somos y cómo nos comportamos en la sociedad.

Desde este punto de vista, **el desperdicio alimentario se entiende como algo identitario: es una cuestión de ser o no ser desperdiciador/a.**

El aspecto identitario se refuerza en las entrevistas al asociarlo a otros aspectos de la vida de cada persona. El no desperdiciar se debe a alguna cualidad del sujeto o algún aspecto de su personalidad (ej. organizada, sacrificada, disciplinada, agradecida, comilona o *foody*) que lo convierte en no desperdiciador/a.

Del conjunto de entrevistas y focus groups se deduce que los participantes no son conscientes de lo que desperdician y no quieren verse ni reconocerse como desperdiciadores

La motivación para no desperdiciar parece estar asociada a la necesidad de sentir que uno tiene su vida bajo control; en cambio, el desperdicio les recuerda que la vida es complicada, que todos vivimos bajo un cierto caos y que uno no puede estar atento a todo.

Acorde con esta perspectiva sobre el desperdicio, **el que tira mucho es un desrochador que vive desordenadamente**, sin control o incluso caprichosamente.

No obstante, esta relación entre la alimentación y el desperdicio, pasando por la organización, puede tildarse de ser bastante simplificadora, ya que también se observa que la capacidad de improvisación y la compra al día, que son lo contrario de la hiper-planificación, pueden favorecer el aprovechamiento y el no desperdicio.

Los informantes consideran que **no tirar es también el resultado de haber desarrollado una "conciencia"** o sensibilidad hacia el fenómeno, que además aparece vinculado a otros asuntos sociales

A veces, el posicionamiento sobre el desperdicio alimentario no es compartido de la misma manera por todos los miembros de la familia. Señalan que en ocasiones **el desperdicio llega a convertirse en fuente de discrepancias e incluso de conflicto** interpersonal. Con frecuencia, y para evitar un enfrentamiento o discusión familiar, el alimento se acaba tirando; a veces, incluso a escondidas de la persona que es más reacia a tirarlo.

A pesar de que todos niegan que ellos/as desperdicien, a medida que se va profundizando en los hábitos de compra, de almacenaje y de cocina, los episodios de desperdicio aparecen en las conversaciones.

Es más, al darse cuenta de sus contradicciones, es algo recurrente que los consumidores, para contrarrestar su narrativa, se adelanten a compartir con los investigadores las distintas acciones que ponen en marcha para corregir este hecho "aislado" e intentar que no vuelva a pasar.

¿Quién desperdicia alimentos?

La idea del desperdicio se aplica a otras personas pero no a ellas mismas; en su caso es algo esporádico y/o no relevante. A esta inconsciencia puede estar contribuyendo el hecho de que el desperdicio alimentario se perciba como algo identitario, algo que una determinada persona, con unas cualidades y circunstancias concretas, realiza en su hogar. Así, cuando recuerdan o identifican momentos concretos en que sí desperdiciaron, para volver recuperar su sentido de coherencia y restablecer su identidad construida de "no desperdiciador/a", elaboran una narrativa sobre las medidas que han pensado tomar o que deberían tomar para corregir esos sucesos excepcionales de desperdicio, revisando sus costumbres y planificándose mejor para corregir esa mala práctica.

El desperdicio es percibido como un mal moral, social y político que adoptan personalmente y no quieren reconocer que ellos contribuyen al problema. En este contexto, su aceptación produce disonancia cognitiva. Hay dos formas de reducir la disonancia cognitiva: 1. cambiar mis creencias sobre el objeto de análisis; y 2. cambiar el objeto de análisis; ellos parece que se han decidido por la segunda opción.

Es importante destacar que esta aproximación al desperdicio desde la identidad puede estar actuando como **una importante barrera para reducir el desperdicio**: si solo los desperdiciadores desperdician y yo parto de la premisa de que yo no soy desperdiciador, entonces tengo que concluir, necesariamente, que yo no desperdicio.

DE CARA A LAS ACCIONES DE SENSIBILIZACIÓN

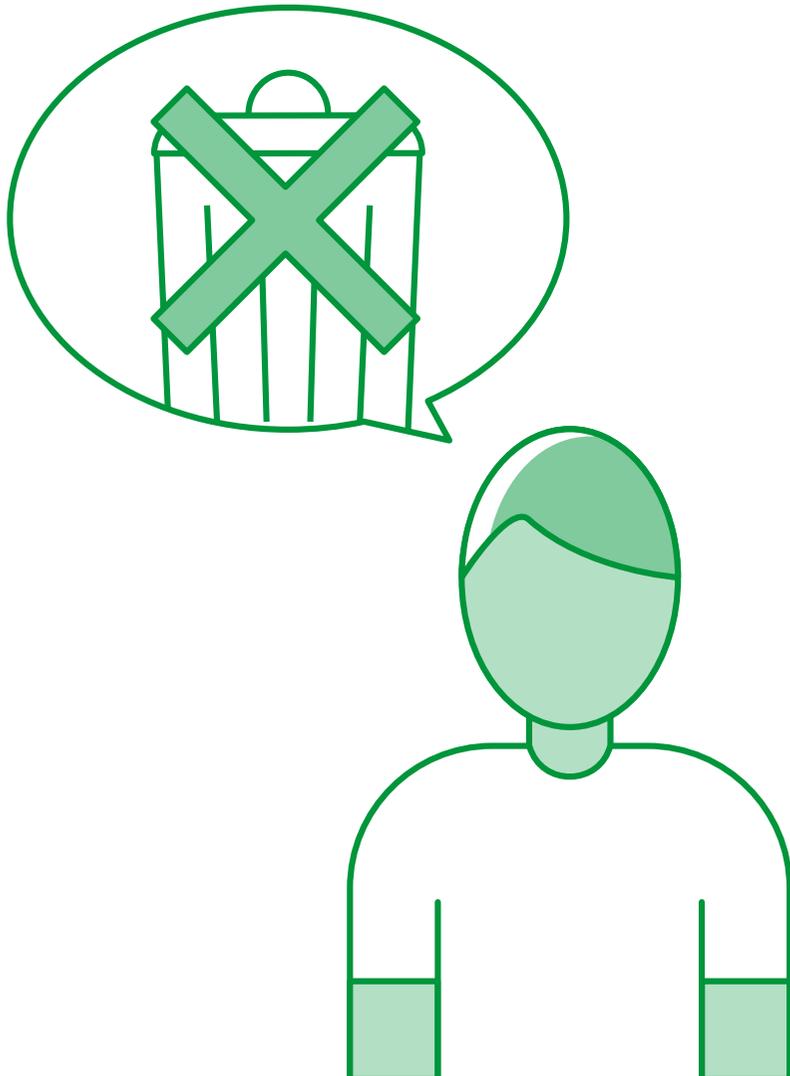


Las campañas que el consumidor entienda que van dirigidas a los que desperdician no funcionarían muy bien, porque nadie se daría por aludido.

Quizás un enfoque apropiado para las campañas sería hacer hincapié en que varios puntos:

1. El desperdicio es el resultado de un proceso vinculado tanto a actos individuales de consumo como a factores estructurales.
2. Todos realizamos actos de desperdicio alimentario y, por lo tanto, todos somos corresponsables del problema.
3. Si bien no todos desperdiciamos en la misma cuantía, todos necesitamos reducir nuestro desperdicio, creando así un espacio de mejora para todos.
4. El no desperdiciar es, como otros hábitos que rodean al consumo, un proceso que se puede aprender y sobre el que se puede actuar.

¿Por qué condenan el desperdicio?



Aunque todos los participantes condenan el desperdiciar alimentos, es importante destacar que **no todos lo condenan ni con la misma intensidad ni por las mismas razones**. Dicho de otro modo, esa conciencia o sensibilidad no siempre se refiere a los mismos problemas o asuntos sociales.

Del análisis de las entrevistas, los *focus groups* y los diarios se observan **dos grandes bloques de motivaciones** según sea su naturaleza más altruista o egoísta, respectivamente. Estos dos tipos de motivaciones no son excluyentes entre sí y, a menudo, están traídas a colación por las mismas personas.

Dependiendo de la persona, algunas razones tienen más peso que otras o son traídas con mayor intensidad en las conversaciones, incluso a veces dependiendo de la situación y del contexto en que aparezcan.

Motivos altruistas

Una de las razones que más se mencionan por los participantes para condenar el desperdicio alimentario es la situación de vulnerabilidad económica en la que se encuentran muchas personas. En este sentido, tirar comida aparece en la mente de los informantes como un **hecho que denota falta de respeto hacia estas personas**. En otras palabras, los informantes consideran que no es moralmente correcto tirar comida porque hay gente que pasa necesidad. Así, el no tirar comida o no ser despilfarrador es una **cuestión de justicia social**, de empatía y de solidaridad con los que no son tan afortunados como uno/a.

En la mayoría de los casos, **la idea de pobreza se presenta de manera muy abstracta**, aunque no necesariamente lejana a sus experiencias del día a día. Así, con frecuencia se refieren a situaciones tan cercanas como su barrio, otras a residentes en España y otras a personas que viven en otros países, destacando las referencias al continente africano.

Tras esa primera reacción de culpabilidad y solidaridad con los más necesitados, cuando se les pide que elaboren esos pensamientos, se dan cuenta de que su posicionamiento se debe más a una cuestión simbólica que funcional. Para ellos, el no tirar puede que no ayude directamente a mejorar la situación de los más desfavorecidos, pero, en cualquier caso, lo que no quieren es verse a sí mismos contribuyendo a un fenómeno que reprochan moralmente.

Dejar de desperdiciar aparece como un acto simbólico, reflejo de la deferencia que debe tenerse hacia los que no tienen, y no tanto porque sea una medida que vaya a repercutir en mejorar el funcionamiento de los mercados o el bienestar de otras personas.

Para algunos, esa empatía hacia los que menos tienen les hace también **conectar los alimentos con los numerosos recursos que se necesitan para producirlos** y adquirirlos. Así, la lógica que nos encontramos a menudo es que detrás de todo alimento hay unos recursos y un largo proceso, lo que otorga a dicho producto de un especial valor, máxime cuando no todo el mundo puede permitirse tener esos alimentos. Aquí el tener un “pueblo” y/o una familia productora, y/o tener una conexión humana bastante directa con el campo, la tierra y los productores, parece incrementar esa “conciencia”.

A menudo, este discurso conecta con una **cierta sensibilidad hacia el medioambiente**. Pero, nuevamente, los argumentos que se exponen para explicar las conexiones entre el desperdicio con otros fenómenos –en este caso, la protección ambiental– suelen formularse de manera bastante superficial o abstracta.

La idea de conectar la problemática del desperdicio con otras cuestiones más macroeconómicas, por ejemplo, con los esfuerzos de los trabajadores o con cómo el dejar de tirar impactaría en un reparto más equitativo, a nivel mundial, de los distintos recursos involucrados en la producción, distribución y consumo de los alimentos, está prácticamente **ausente de las narrativas de los/as entrevistados/as**. Es más, cuando se les pregunta directamente por estas cuestiones, no saben qué contestar, responden otra vez en clave de solidaridad o, simplemente, niegan dicha conexión. Estas reacciones se deben, según argumentan, a la complejidad de entender cuáles son las lógicas y funcionamiento del mercado.

Las razones alegadas por los informantes para condenar el desperdicio alimentario son muy superficiales y poco elaboradas, sobre todo en lo que se refiere a la conexión entre el desperdicio y otros problemas sociales.

Los argumentos sobre el impacto del desperdicio en la protección ambiental es algo que está prácticamente ausente en la mente del consumidor. Algunas personas intuyen esas conexiones pero no son capaces de explicarlas; es difícil que se convirtieran en motores de cambio que le impulsen a reducir su desperdicio.

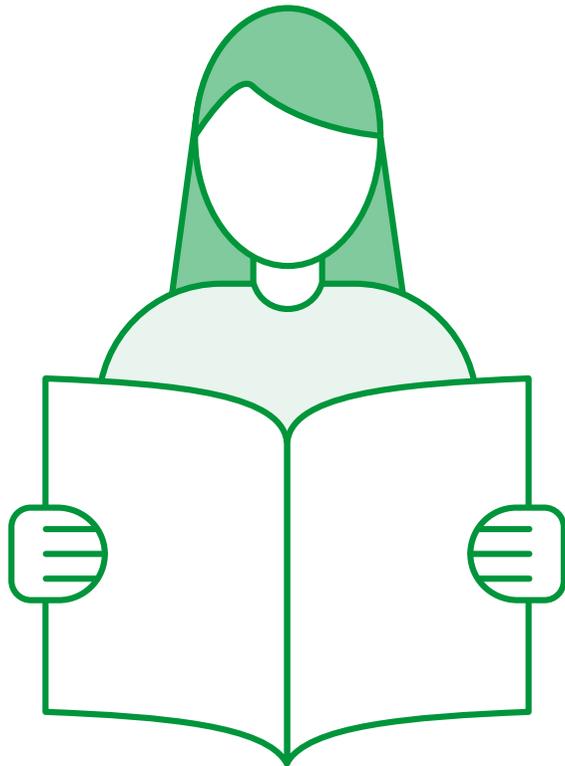
Motivos egoístas

Si la pobreza aparece como una de las motivaciones principales para condenar el desperdicio, otra razón mencionada con cierta frecuencia por los informantes es **su propia condición económica**. Desde este punto de vista, comprar alimentos implica un gasto para el hogar y el hecho de que acaben en la basura significa estar derrochando tu propio dinero.

Aunque para los consumidores el dinero siempre ha sido un factor fundamental a la hora de comprar y de condenar el desperdicio, la situación económica podría estar acentuando, si cabe, su importancia. La crisis económica no solo sigue latente, sino que se ha agravado con la actual situación del Covid 19, y **una de las razones principales para no desperdiciar sigue siendo proteger el propio bolsillo y sus propios recursos**.

En ocasiones, ese sentimiento de estar derrochando no se refiere solo al dinero, sino que hay algo más: en el acto de tirar comida está implícito **también malgastar otro tipo de recursos**, como, por ejemplo, el tiempo, el esfuerzo propio y el cuidado puesto en el proceso de comprar, almacenar y cocinar.

¿Dónde han aprendido sobre el tema?



Durante el análisis han emergido dos fuentes de aprendizaje de los consumidores que conectan con dos momentos distintos en el desarrollo de la persona:

1. Educación familiar recibida en casa desde la infancia

Prácticamente todos los participantes conectan de manera espontánea su personal actitud condenatoria del desperdicio con las **lecciones aprendidas y los ejemplos recibidos en su entorno familiar**. De esta manera, consideran que de la familia no solo se aprende el principio categórico de no tirar, sino también las costumbres de aprovechamiento y/o de desperdicio.

En general, reconocen que **los padres/madres han cumplido un papel esencial** al inculcarles el respeto por la comida, la importancia de ser austeros, el aprovechar los recursos y ser agradecidos con lo que tienen. También destacan de manera rotunda el **papel fundamental desempeñado por las figuras femeninas** de la familia, en especial las madres y las abuelas, que constituyen el modelo a imitar.

En ocasiones, la familia también desempeña un papel relevante en interpretar el desperdicio alimentario en clave religiosa; otros, en cambio, asocian los mensajes de sus padres/madres a una idea más materialista: al hecho de haber sufrido escasez económica a lo largo de su vida.

Algunos destacan que sus familiares parecen haber decidido abandonar los estilos de vida austeros y abrazar una vida más hedónica. Este comportamiento podría explicarse por el deseo de querer olvidar aquellos años de escasez viviendo ahora en abundancia (alimentaria).

Independientemente de la situación personal por la que haya pasado cada familia, parece haber un acuerdo sobre el hecho de que esta sensibilidad hacia el cuidado de la alimentación y el rechazo del desperdicio no depende tanto de la situación económica del sujeto sino de su historia de vida. En este sentido, consideran que el tener más recursos económicos no se corresponde, al menos necesariamente, con perfiles más desperdiciadores o comportamientos más derrochadores, pero algunos sí piensan que una situación económica más cómoda los condiciona para vivir el desperdicio de manera diferente, más ligeramente o con menos cargo de conciencia.

La mayoría de los aprendizajes significativos para desenvolvernos en la vida tienen lugar en la familia. La infancia es la etapa vital en la que estamos sometidos a la influencia de mensajes parentales y/o educativos, generalmente no verbales, que ejercerán una gran influencia en las decisiones tomadas ya de adultos, sobre distintos aspectos y ámbitos de la vida.

En nuestro estudio, los argumentos alegados por los informantes para rechazar el desperdicio han sido adquiridos e interiorizados desde la infancia casi sin filtro alguno, pero ninguno de los consumidores ha sido instruido o ha investigado sobre esos argumentos ni sobre los impactos.

La familia y la escuela son dos espacios de aprendizaje relevantes para adquirir los hábitos sobre el ciclo de vida de los alimentos, incluyendo el desperdicio.

2. Experiencias vitales durante la etapa adulta

Entre estas experiencias, se comparten periodos de vulnerabilidad personal que los han acercado al tema de la pobreza, la desigualdad y la falta de recursos. **Estas experiencias les hacen ser más sensibles** a las circunstancias difíciles que pueden estar viviendo los demás, pero también les recuerda que nada es permanente y que hay que proteger los recursos que tienen actualmente porque nunca se sabe qué puede pasar en el futuro.

Otras veces, sus historias de vida incluyen haber presenciado de manera próxima la vulnerabilidad, aunque no la hayan experimentado en sus propias vidas. En estos casos, atribuyen a su trabajo, a sus estudios, a las experiencias de voluntariado, a sus amistades o a su contacto con la comunidad el hecho de haber desarrollado su sensibilidad con el tema.

Para algunos, estas experiencias personales también les hacen empatizar con el medioambiente y los animales.

Parece haber un consenso sobre la **necesidad de seguir educando al consumidor**, especialmente a los más jóvenes, sobre el valor de los alimentos, la naturaleza y los animales.

¿Qué alimentos se desperdician?



A lo largo de las entrevistas, *focus groups* y diarios, se pone de manifiesto que los alimentos que más se desperdician son, por este orden: (1) los productos frescos; (2) los lácteos; (3) algunos alimentos cocinados, como el arroz y la pasta, y ciertos preparados, como las salsas.

Dentro de los productos frescos destacan **las frutas y las verduras**, que son, según señalan, los productos que **perecen más rápidamente**. Llama la atención que muy raramente los informantes hablan de grandes cantidades; por lo general, el desperdicio aparece como algo esporádico o inusual, limitado a piezas sueltas o a porciones de piezas sueltas de fruta y verdura.

Los lácteos, especialmente los yogures, también suelen tirarse con gran frecuencia. Pero a diferencia de aquellas, los lácteos no muestran signos evidentes de deterioro y por esa razón son consumidos por algunas personas incluso después de la fecha de consumo preferente que marcan.

Los/as consumidores/as declaran no tirar nunca o casi nunca productos cocinados o preparados por ellos, a excepción de **arroz y pasta**. Dos razones parecen explicar el hecho de que se tiren estos productos: por un lado, porque generalmente se calculan mal las cantidades y se acaba cocinando de más; y, por otro, porque son percibidos como productos base a los que, comparados con otros alimentos, se les atribuye menos valor intrínseco.

En último lugar se mencionan **algunos preparados** como los botes de salsas, debido a que se utilizan poco y los envases suelen ser demasiado grandes para el uso que se les da.

Es importante resaltar que el pescado y la carne se tira con menos frecuencia, no porque consideren que su impacto medioambiental es mayor o más perjudicial, ni tampoco porque se trate de productos animales y los participantes sean sensibles al sufrimiento o maltrato que conlleva su crianza y sacrificio, sino porque, en general, les afecta un proceso de decisión diferente: se consideran alimentos más caros, se compra en menor cantidad, se consume con mayor celeridad y/o se almacena con mayor precaución.

¿Qué alimentos se desperdician?

Ciertos desperdicios son invisibles para el consumidor. Conviene distinguir entre lo que ellos declaran y recuerdan tirar con mayor frecuencia y lo que en realidad desperdician.

Lo que no cuentan

En conjunto, los resultados obtenidos parecen indicar que no existe un claro concepto de qué es desperdicio, por lo que no podemos confiar en que lo que declaran tirar sea lo único que tiran o lo que más frecuentemente tiran, sino que nos indica que es lo que resulta más notorio y sobresaliente para ellos.

De las narrativas de los entrevistados llama la atención que solo hacen referencia a porciones de alimentos frescos o una lista de productos muy limitada. Esta forma de entender el desperdicio puede deberse al sesgo de sociabilidad y a la necesidad de mantener un discurso coherente de su identidad de no desperdiciador/a ya apuntada.

No obstante, también puede deberse a que **no se tiene claro qué incluye el concepto de desperdicio alimentario.**

En este sentido, parece ser que la mayoría sigue identificando desperdicio alimentario con productos que van del frigorífico o la despensa a la basura. Parece que su definición **no incluye los alimentos que sobran de los platos.** Llama la atención que al preguntarles por el último episodio en el que tiraron algún alimento a la basura, ningún participante nombrara las sobras del plato. Quizás no lo mencionan porque no ha quedado registrado en su mente; supongamos que el tirar estas sobras se haya convertido en un gesto automatizado o mecánico, aceptado en la dinámica familiar, que ni siquiera pasa por su conciencia y, por lo tanto, pasan desapercibidos y no se mencionan cuando se les pregunta.

DE CARA A LAS ACCIONES DE SENSIBILIZACIÓN



Las campañas de sensibilización deberían hacer hincapié en el propio concepto de desperdicio alimentario y no dar por sentado o asumir que el consumidor tiene identificados claramente en su mente todos los actos que implican desperdicio. Parece algo obvio, pero es de gran relevancia porque sólo si se entiende lo que es desperdicio, se podrán observar y reconocer los actos realizados en su día a día que desembocan y contribuyen a ese problema y, en su caso, intentar tomar las medidas para corregirlo. Si no es percibido y no es registrado conscientemente como acto de desperdicio, pasará desapercibido y no podrá modificarse.

¿Por qué se desperdician los alimentos?

Existen múltiples factores que afectan al desperdicio y que actúan como barreras para acabar con él. Cuando se analizan las entrevistas y las dinámicas de grupo, se pueden identificar la combinación de

factores de naturaleza personal (ej. ser más o menos organizada), psicosocial (ej. cultura de la abundancia), competencial (ej. ser más creativo para aprovechar recetas) y estructural (ej. consumismo).

NIVEL INDIVIDUAL: desperdicio ordinario o habitual

Son desperdicios que aparecen enmarcados por las circunstancias y hechos usuales de la vida cotidiana de nuestros informantes: número de habitantes en la casa, trabajo, costumbres familiares, gustos y preferencias de los miembros de la unidad familiar, miedos, horarios, ritmos de vida, etc.

En estos casos, hay cuatro factores que explican el desperdicio:

1. COMPRAR O COCINAR DE MÁS

A menudo se equivocan al calcular cuántos alimentos se pueden comer. Este problema puede darse tanto en el momento de la compra como en el momento de la preparación de los alimentos para consumirlos. Esto es, el desperdicio tiene su origen en una **sobreestimación de las capacidades de consumo**, de gestión de tiempos o de esfuerzos y, como consecuencia, algunos de los productos adquiridos o preparados se acaban tirando.

Como formas de prevenir estas situaciones, los informantes sugieren medidas como ir a la tienda con lista de la compra, evitar realizar compras muy grandes e ir más frecuentemente y planificar el consumo de tantos alimentos.

2. ABURRIMIENTO

Otras veces, precisamente por haberse equivocado al calcular las cantidades de alimentos que pueden consumir y haber comprado o cocinado de más, sucede que los informantes se cansan o **se aburren de consumir varias veces lo mismo**. En estas situaciones, son conscientes de que el alimento está ya preparado y que, de no consumirse en un tiempo prudencial, acabará tirándose, pero **se asume como algo que ocurre de vez en cuando pero que es consustancial al consumo de alimentos**. Desde su punto de vista es algo normal e incluso parece estar justificado, a juzgar por el tono de voz y los argumentos que acompañan sus explicaciones.

Uno de los remedios que plantean para intentar salvar estos productos es el transformarlos en otras recetas y así intentar engañar el paladar.

3. OLVIDO

Muchas veces el desperdicio se explica simplemente por una **cuestión de despiste** o de quedarse olvidado en la despensa o en el frigorífico. Los informantes no recuerdan haber guardado el alimento en el “fondo” de la nevera y pasan los días sin que se intente rescatarlos para consumirlos; cuando se acuerdan ya es tarde para aprovecharlo y se tira.

La solución que proponen para evitar estas situaciones es revisar con cierta frecuencia lo que está en el frigorífico.

4. MIEDO A ENFERMAR

Una de las razones a las que también aluden los participantes del estudio para tomar la decisión de tirar el alimento es el **temor que sienten de poder enfermar** si consumen un alimento que no esté en buenas condiciones.

Para evitar tirar el producto, una de las medidas más habituales que adoptan es intentar elegir o consumir primero los productos que van a perecer antes o que tienen la fecha de caducidad más próxima y posponer el consumo de los que pueden aguantar más.

Sin embargo, los testimonios ponen de manifiesto que existe un gran desconocimiento de lo que se puede o no se puede comer y en qué estado se puede consumir. La decisión de tirar o de consumir el alimento depende no solo de lo aprensiva que sea la persona, sino también del tipo de alimento del que se trate. Por ejemplo, con las carnes y pescados no quieren correr ningún riesgo y, en general, son más propensos a tirarlos si tienen una mínima duda. En cambio, con los productos lácteos, sobre

todo con los yogures, no existe una clara postura sobre si pueden o no consumirse pasada la fecha del envase. Ello viene agravado por la gran confusión que hay entre la caducidad de un producto y la fecha de consumo preferente.

Al final, para muchos, la toma de decisión sobre qué hacer con el producto se basa en lo que les indica su sentido de la vista, del olfato y del gusto. Por supuesto, existen perfiles más cautelosos o temerosos que prefieren tirar todo alimento en cuanto tienen la menor duda de su condición, mientras que otros tienen un perfil más atrevido.

NIVEL INDIVIDUAL: desperdicio extraordinario

A diferencia del desperdicio ordinario, el extraordinario o excepcional sobreviene a los informantes, porque suceden eventos o aparecen imprevistos que interrumpen el ritmo normal de su día a día. En estos casos, dos factores destacan por favorecer el desperdicio:

1. SUFRIR PERIODOS DE DESCONTROL

En ocasiones, los informantes manifiestan sentirse arrastrados por la vida, víctimas de acontecimientos no programados. En estos casos, no son capaces de organizarse como están acostumbrados, de calcular con precisión lo que deben comprar y lo que no, o de saber si los alimentos adquiridos y las cantidades preparadas son las adecuadas y acordes con las circunstancias. Estas situaciones pueden darse, por ejemplo, porque se producen cambios en sus jornadas de trabajo, aparecen visitas no planeadas o se realizan viajes inesperados.

2. SER ANFITRIÓN/A

En otras ocasiones, los eventos extraordinarios se deben más a la celebración de encuentros con amigos o familia. En estos casos, lo que llama más la atención es la tensión que se produce entre los distintos roles que el consumidor desempeña: por una parte, se reconoce el deseo de querer comportarse correctamente como un ciudadano ejemplar que no desperdicia comida; por otra parte, está el interés en desempeñar correctamente el papel de buena anfitriona o anfitrión.

Más allá de que pueda haber un impulso superficial de querer aparentar, también está presente la necesidad de mostrar aprecio hacia los seres queridos. En estos casos, la comida está cargada de simbolismo porque es una forma de expresar cariño a los demás; que haya comida abundante es una forma de decir "os quiero, gracias por venir". En definitiva, estos factores les empujan a ser innovadores con las recetas o excesivamente espléndidos con las cantidades de comida que se prepara y, al final, muchos de los alimentos acaban por no consumirse.

Una de las medidas que se adoptan en estas situaciones es intentar repartir, entre los invitados, la comida en tápers y así evitar tirarla. No obstante, la intención puede ser buena, pero algunos reconocen sus limitaciones.

NIVEL ESTRUCTURAL

En la comprensión de las dinámicas del desperdicio alimentario, los participantes de nuestro estudio nos dieron a entender que toda mirada centrada exclusivamente en las actitudes, los comportamientos y las emociones de los consumidores siempre va a ser limitada, incompleta e incluso, en cierto modo, injusta.

Sus testimonios revelan que el desperdicio alimentario no solo se debe a una falta de concienciación individual; para ellos/as, el desperdicio alimentario participa de un discurso más amplio y poderoso conformado por la lógica capitalista que moldea el contexto socioeconómico en el que todos nos movemos y actuamos.

Las narrativas de nuestros informantes encierran una **fuerte crítica a nuestro modo de organización social**. Concretamente, sus testimonios evidencian que las actividades de cuidado que sostienen la vida y el bienestar social se sitúan lejos del corazón de nuestros sistemas económicos. El modelo de sociedad de consumo y de mercado laboral que tenemos se sostiene fuertemente sobre la separación del trabajo reproductivo (relegado a la esfera doméstica, no remunerado, invisibilizado y llevado a cabo fundamentalmente por mujeres) del trabajo productivo (desarrollado en la esfera pública, remunerado, protagonizado tradicionalmente por hombres, generador de estatus social).

Cuatro factores de carácter estructural que, según los informantes, influyen en las decisiones respecto al desperdicio que se produce en sus hogares:

1. LIMITACIÓN DE TIEMPO

Una de las consecuencias de nuestro modelo de organización social es haber provocado la **reducción o precarización del tiempo para el cuidado**. Los consumidores piensan que el frenesí de la vida urbana y laboral son barreras importantes para reducir el desperdicio alimentario. Declaran que los ritmos de vida que llevamos son demasiado rápidos; las semanas se caracterizan por las prisas y la inmediatez de los sucesos, además de las largas jornadas de trabajo y el cansancio. En este contexto, la alimentación adquiere una posición secundaria, incluso se convierte en otra obligación más a la que atender. Reconocen (con tono de resignación) que no le pueden dedicar el tiempo que les gustaría ni la atención que creen que se merece.

2. CULTURA DEL CONSUMO Y DEL DESPERDICIO

Las personas entrevistadas afirman que vivimos en una sociedad de gran opulencia, donde todo es consumible y desechable; también la comida.

En este contexto, el desperdicio alimentario es una manifestación más de la sociedad consumista que tiene como motor principal de acción la acumulación de bienes.

Se percibe que el consumismo y el desperdicio es un tema demasiado complejo para darle respuesta o intervenir eficazmente desde la conducta individual. Por ello señalan que esta cuestión ha de recibir atención por parte de diversos actores sociales.

En este sentido, demandan corresponsabilidad; descargan su responsabilidad también en las entidades públicas y en las empresas, cuyo enfoque principal está en la maximización de beneficios y el crecimiento del capital económico. Consideran que es necesario que haya un esfuerzo coordinado entre los poderes públicos, las empresas y los consumidores.

Algunas de sus quejas se dirigen contra las estrategias de marketing utilizadas por las empresas para atraer al consumidor y generar más ventas: por ejemplo, reflejan malestar con la forma en que se presentan los alimentos en los supermercados, con envases grandes y acompañados de promociones u ofertas de productos casi irresistibles. Esto repercute en sus decisiones de compra de alimentos y, posteriormente, en su desperdicio.

3. INCORPORACIÓN DE LA MUJER AL MERCADO LABORAL

A lo largo de las conversaciones con los participantes se pone de manifiesto que las mujeres siguen desempeñando el rol principal de cuidadoras en el hogar y, en consecuencia, continúan siendo las responsables principales de las decisiones relacionadas con la alimentación de la familia. No obstante, su incorporación al mundo laboral ha conllevado una disminución del tiempo dedicado a dichas tareas. En comparación con otras generaciones, y en un contexto de *fast life*, **la alimentación ha quedado relegada a un segundo** plano, de manera que es algo que se gestiona como buenamente se puede para sortear otras tantas obligaciones dentro y fuera del hogar.

4. ALIMENTACIÓN COMO ACTO INDIVIDUALISTA

Aunque la alimentación sigue teniendo un claro carácter socializador, el aspecto de comunión que tradicionalmente ha tenido la comida está desapareciendo en nuestra sociedad. Durante la semana, alimentarse es un acto meramente funcional, algo que se soluciona individualmente (los adultos con un táper y los niños en el colegio). Los encuentros con familiares y amigos no pueden llevarse a cabo de lunes a viernes porque no hay tiempo para ello y, por lo tanto, es un acontecimiento que se reserva solo para los fines de semana. Esta forma de relacionarnos con los alimentos no solo parece estar influyendo negativamente en la forma en la que percibimos y nos relacionamos con la alimentación, sino que pone más presión en los encuentros colectivos y en el rol de anfitrión/a que se adopta, lo que a su vez es, como hemos visto, un facilitador del desperdicio.

Los informantes manifiestan su frustración de querer, pero no poder, darle a la alimentación un papel más relevante en su vida. Alimentarse mejor aparece como un objetivo más aspiracional que real.

¿Qué sienten al desperdiciar alimentos?



Las emociones negativas suelen aparecer de manera casi inmediata asociadas a las motivaciones altruistas, al tema de la pobreza o las “colas del hambre”: **tristeza y culpa** que provoca el tomar conciencia de la falta de solidaridad o la injusticia que, para ellos/as, supone todo acto de desperdiciar, sabiendo que hay seres humanos que están en situación de vulnerabilidad.

Tanto la **pena** como la **culpa** también aparecen conjuntamente cuando se reflexiona sobre el despilfarro de recursos propios, ya sea dinero, tiempo o esfuerzo. Aunque, en estos casos, el dolor parece estar más cerca de la vergüenza o la culpa social.

Tras la tristeza, la pena y el malestar que provoca reconocerse tirando alimentos, aparece con gran fuerza y frecuencia otra emoción básica, **la ira o el enfado**. Pero, como ocurre con la tristeza, esta otra emoción principal es reconocida a partir de la rabia (emoción secundaria) y de la frustración (sentimiento) que provoca verse obligados a tirar algún alimento.

Los datos parecen indicar que los jóvenes y aquellas personas que viven en condiciones más precarias son los que reconocen o verbalizan con mayor intensidad esta emoción: el hecho de tener que tirar alimentos les enfada porque, teniendo necesidad de ahorrar, el propio hecho de desperdiciar comida les supone una pérdida económica y eso les hace sentir impotencia y frustración.

Estos sentimientos negativos parecen asociarse con frecuencia a las reflexiones sobre uno mismo y el resultado de la evaluación personal impacta en nuestra autoestima personal para bien o para mal. En estos casos, el desperdicio también molesta, es interpretado en clave de fallo propio, en el sentido que demuestra una falta de planificación.

Cualquier desperdicio parece igualmente condenable y las emociones negativas afloran cuando se piensa en el desperdicio o se acuerdan de cualquier acto de desperdicio. No obstante, a medida que se profundiza en la cuestión y los informantes reflexionan e intercambian impresiones entre ellos, empiezan a asomar ciertas diferencias entre las emociones y los sentimientos que experimentan dependiendo del tipo de alimento que termina desechándose.

En el estudio se han detectado cuatro patrones que explicarían estas diferencias:

1. El valor percibido

Tirar un producto del que se percibe tener mayor valor económico conlleva emociones negativas de mayor intensidad. La carne y el pescado son los alimentos que se perciben más caros, por lo tanto se intenta a toda costa evitar desperdiciarlos y, cuando se hace, “duele” más.

Hay que puntualizar que la valoración que realizan nuestros informantes la hacen principalmente teniendo en cuenta el precio final dado al producto en el mercado y que tendrían que pagar si quieren adquirirlo. En este sentido, vemos que la valoración es esencialmente monetaria.

El precio del producto es un factor muy relevante para los participantes y muy raramente se refieren a otros costes, por ejemplo, los referidos a los recursos naturales, al sufrimiento animal o el esfuerzo humano implícito en su producción. Estos otros costes los encontramos en aquellos sujetos que son más sensibles hacia los procesos de producción.

2. El esfuerzo invertido

Otro de los elementos que sirven para discriminar lo que experimentan al desperdiciar es la percepción que tienen de los recursos invertidos en la producción y la preparación del alimento, como el tiempo, la planificación y la energía. Así, parece ser que duele más el desperdiciar algo que ha sido cocinado por ellos y, especialmente, por un ser querido. Algunos de los informantes, además, experimentan distinto tipo de emociones y sentimientos según la comida haya sido preparada por ellos o por un familiar o amigo: en el primer caso parece estar más asociado al enfado; en el segundo, a la tristeza.

3. La cantidad desperdiciada

Para los informantes es más perturbador tirar más cantidad de comida de una vez, que tirar poca cantidad cada vez.

Esto podría explicar, al menos en parte, lo que comentamos en otro momento del informe acerca de la no mención de las sobras de los platos como desperdicio alimentario. Puede ser que no se le dé mucha importancia y que, además, pase inadvertido (o en su mente esté justificado) por ser poca cantidad.

4. El uso dado

Cuando se tiran alimentos que están intactos por no haberlos utilizado, la pérdida se entiende y se vive como un gran desperdicio porque se siente que el fin para el que el alimento se produjo y se compró se ha visto frustrado. En otras palabras, el proceso que implica su producción, su transporte, su distribución, su compra y su almacenaje ha sido totalmente en vano.

¿Qué sienten cuando no desperdician?

Parece haber en primer lugar una clara tendencia a experimentar un *pool* de emociones secundarias, estados emocionales y sentimientos que se mueven a lo largo del espectro de la emoción básica: la **alegría**.

Algunos identifican esa alegría que les genera aprovechar los alimentos con el **orgullo** (emoción secundaria con carga moral), mientras que otros la expresan más fácilmente en forma de **autoestima** (sentimiento).

Cuando los participantes se descubren aprovechando alimentos, manifiestan sentirse felices y en paz, con una gran sensación de bienestar y satisfacción consigo mismos, al haber logrado ser responsables (“el deber cumplido”) y aprovechar los alimentos en vez de tirarlos.

Cuando se les pide que comparen entre las emociones y sentimientos que genera el desperdicio frente al aprovechamiento, responden que el aprovechamiento produce una respuesta más duradera que cuando se desperdicia. Esto se explica por la necesidad del sujeto de gestionar las malas experiencias y la disonancia emocional y cognitiva que sufre cuando desperdicia.

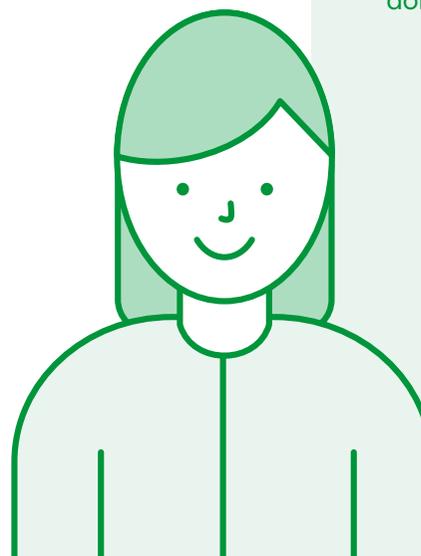
Las mujeres y los hombres de nuestro estudio saben que les “duele” o que les “molesta” el desperdicio y son capaces de identificar cuándo se encuentran en un estado emocional positivo y negativo; sin embargo, no son capaces de distinguir con claridad las diversas emociones y sentimientos que experimentan. Y es que, desafortunadamente, hablar de emociones, también cuando se trata del consumo, sigue siendo poco habitual en nuestra sociedad actual, donde dominan los argumentos racionales.

DE CARA A LAS ACCIONES DE SENSIBILIZACIÓN



Atendiendo a las distintas emociones observadas en el estudio, se recomienda que las campañas dirigidas a concienciar sobre el problema y a modificar conductas hagan hincapié en las emociones y sentimientos de valencia positiva más que en las de valencia negativa, dado que aquéllas invitan al consumidor a observarse con mayor detenimiento y modificar sus hábitos de conducta, mientras que las negativas promueven el auto-castigo, lo que es contraproducente por el poder paralizador que dicho sentimiento produce en el sujeto.

Los consumidores prefieren la neutralidad elaborada a partir de información pertinente y relevante, acompañada de humor o de mensajes que provoquen emociones positivas, frente a mensajes culpabilizadores que lo que provocan son defensas perceptivas.



¿Qué proponen frente el desperdicio?

Al final de cada herramienta de análisis cualitativo, se les pedía a los participantes que hicieran propuestas que pudieran mejorar el aprovechamiento frente al desperdicio para trabajar en posibles campañas de sensibilización.

Las personas que participaron en nuestro estudio parece que coinciden en evidenciar la **falta de conocimiento de campañas** concretas sobre desperdicio alimentario. Desde esa situación, sugieren:

Acciones y campañas dirigidas al consumidor

1. Utilizar datos, estadísticas y cifras en gráficos muy visuales para concienciar sobre el problema, refrendadas por fuentes serias para tomar pulso al alcance que en realidad tiene el problema del desperdicio alimentario. Aconsejan campañas cargadas de imágenes impactantes que visualmente interpelen al consumidor.
2. Utilizar reportajes/documentales periodísticos cuya finalidad sea crear empatía. Trasladar a los gestores de programación de medios audiovisuales que contemplen este asunto del desperdicio y el aprovechamiento alimentario como un tema relevante, actual y de interés general para toda la población, y que dediquen espacios en las noticias de TV y Radio para informar al respecto, buscando mover emociones sin culpabilizar para no levantar defensas racionales, construyendo en definitiva un nuevo imaginario sobre la manera en que nos relacionamos con los alimentos.
3. Utilizar espacios televisivos dedicados a la alimentación y la cocina, aprovechando que actualmente están de moda.
4. Utilizar las redes sociales y TICS para campañas de sensibilización. En esta década han tomado posición en las redes sociales nuevos elementos y perfiles: Youtubers e Instagramers.
5. Educar sobre las fechas de caducidad y consumo preferente. Los participantes de nuestro estudio aconsejan repetir las campañas sobre este tema porque, en general, no se recuerda la diferencia.

Los participantes confirman sin dudar lo beneficioso que ha sido para ellos el registro diario del desperdicio alimentario. Esto ha mejorado sus hábitos de compra, almacenaje, cocinado y aprovechamiento

6. Medidas de compra para incorporar en el hogar. La planificación de menús con antelación se muestra como una eficaz ayuda para regular las compras de comida, sobre todo teniendo en cuenta previamente el menú escolar de los hijos o el de restaurante/cafetería de la empresa para evitar reiteración de comidas y generación de sobras por saturación de algún tipo de alimentos, además de conseguir una alimentación más equilibrada. Comprar de manera más reflexiva, más cercana a lo necesitado y, en consecuencia, provocando menos desperdicios, probablemente por el autocontrol que conllevan sobre lo que se almacena en casa y las cantidades que se necesita realmente:
 - Comprar sin hambre.
 - Comprar con mayor frecuencia, si es posible.
 - Dar preferencia a los mercados o tiendas de proximidad, por calidad y control de las cantidades necesarias.
 - Distinguir y vigilar fechas de caducidad y consumo preferente.
7. Medidas de almacenaje recomendadas para un mejor aprovechamiento alimentario:
 - Colocar lo comprado más recientemente detrás, para consumir primero los productos que se encuentran en la parte delantera de la estantería.
 - Congelar en pequeñas porciones etiquetando (con rotuladores indelebles)
 - Saber qué congelar, cómo preparar la congelación y cuánto durará.
 - No sobrecargar el congelador, para que se vea bien todo lo que contiene y no olvidar porciones que caduquen en fechas próximas.
8. Recomendaciones respecto a los platos ya cocinados:
 - Usar recipientes pequeños para su mejor separación y aprovechamiento.
 - Utilizar recipientes transparentes (cristal o film) que permitan la rápida identificación de lo que hay dentro.
 - Reciclar botes de vidrio de conservas para evitar o reducir el uso de plásticos.
9. Destacar la posibilidad de compartir con familiares, amigos y vecinos.

Propuestas dirigidas a las empresas

- Donaciones de productos “feos” no aptos para la venta.
- Donaciones a bancos de alimentos de lo no vendido.
- Mercadillos de proximidad, cooperativas de productos de producción ecológica.
- Posibilidad de compra a granel.
- Etiquetado más claro, a la vista y resaltado.
- Campañas sobre fechas de caducidad y consumo preferente.
- Disponibilidad de unidades de venta más pequeñas por lo menos la mitad que las generales, pero con precio proporcionado y razonable.
- Ofertas económicas en primera línea y con fecha de caducidad inminente muy a la vista, en lugar pre-determinado y preferente, o a la entrada misma, para generar un hábito de referencia a los clientes de aprovechamiento.
- Facilitar y fomentar aplicaciones de última hora, portales de búsqueda por tipo de producto que se desea (¿donde sobra...?)
- Donaciones organizadas y que puedan publicar con qué ONG colaboran, generará más fidelidad e imagen positiva de la marca.

Propuestas dirigidas a establecimientos de restauración

- Preavisar del tamaño de las raciones en los restaurantes.
- Sugerir menús con fotos de los platos.
- Reducir cantidades en restaurantes (pero permitiendo repetir, si es el caso).
- Ofrecer por principio como oferta, lo cercano a su fecha de consumo preferente, al principio de la carta o como recomendación.
- Llevarse lo que sobra en recipientes y bolsas de papel reciclado discretas (en algunos casos conlleva eludir la vergüenza social que les supone, y/o poder hacer otras actividades tras la comida sin desvelar lo que llevan en la bolsa).
- Recogidas y reciclados fiables al cierre de los establecimientos de restauración.

Propuestas dirigidas a las Administraciones públicas

Los participantes destacan dos focos de acción:

- Promover las sinergias y asumir la corresponsabilidad.
- Educar desde la infancia, etapa vital en la que se aprenden los hábitos para la edad adulta.



Este material forma parte del proyecto

COMPROMISO CIUDADANO CON LA AGENDA 2030

Menos desperdicio
para un Madrid sostenible y global
desde nuestros barrios