

ESTUDIO DE DESPERDICIO ALIMENTARIO EN LOS HOGARES

RESULTADOS CLAVES POST-TEST

CAMPAÑA DE SENSIBILIZACIÓN



4 de cada **10** personas encuestadas recuerdan alguna campaña sobre desperdicio alimentario



El mensaje más recordado

“Aprovechar restos y sobras para sus recetas”



43,5%

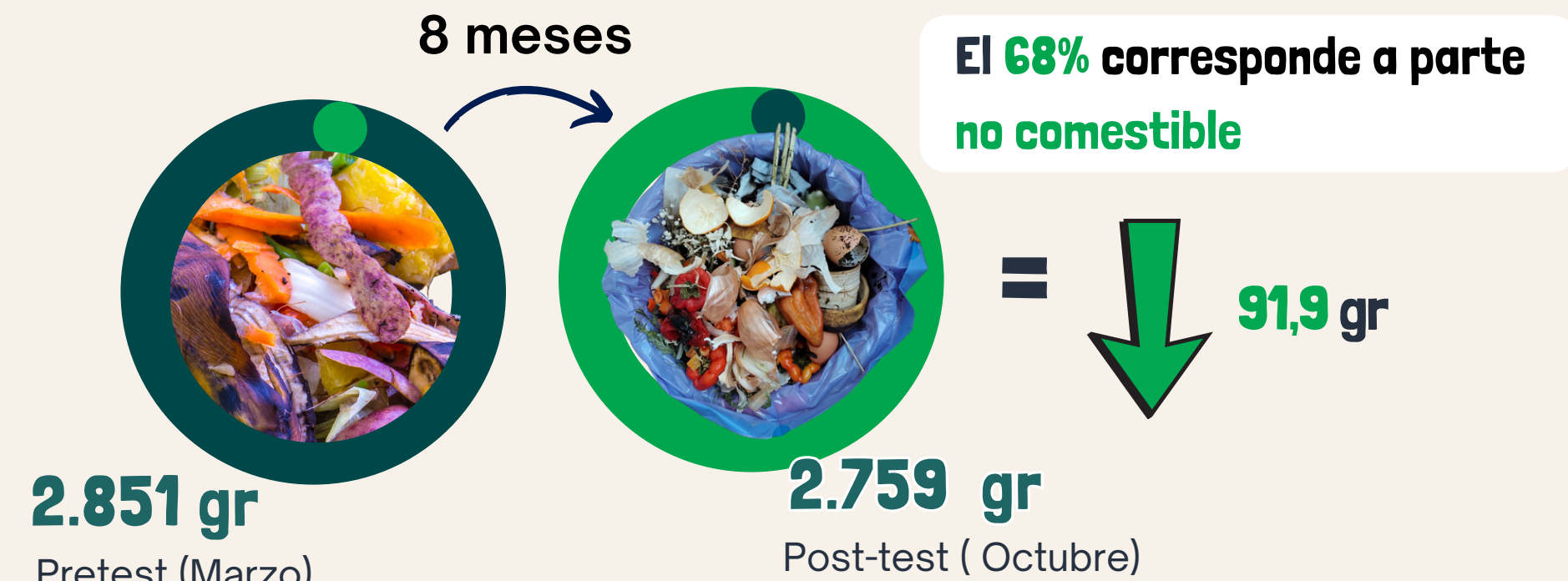
Ha modificado sus hábitos de compra, conservación o cocinado tras la experiencia del registro de desperdicio alimentario.



Las **mujeres** han cambiando **más** sus hábitos que los hombres tras el registro



VARIACIÓN DEL DESPERDICIO (gr por hogar a la semana)



Las dinámicas del desperdicio se mantienen en ambas mediciones

Casi el **70%** del desperdicio corresponde a **alimentos sin cocinar**



El desperdicio **más significativo** se concentra en frutas, platos/recetas, las verduras/hortalizas



Los dos grandes motivos de desperdicio son: partes **no aprovechadas** (40%) y los **restos de plato** (29%)

Cuando tomamos conciencia, desperdiciamos menos