

AHDB advierte sobre el exceso de desperdicios alimentarios a las puertas de las Fiestas Navideñas

Se calcula que, actualmente, se desperdicia alrededor de un tercio de los alimentos producidos en el mundo, lo que tiene como consecuencia una huella de carbono mayor que la que provocan la mayoría de los países

Los alimentos desechados representan un enorme desperdicio de recursos, desde la tierra y el agua que se utilizan para producir los alimentos, hasta la energía utilizada para procesarlos, transportarlos y prepararlos.

En el Reino Unido, la preocupación por los residuos alimenticios está aumentando. 4 de cada 5 consumidores están de acuerdo en que "la gente, generalmente, es demasiado descuidada con el consumo de alimentos". Este sentimiento es especialmente pronunciado entre las generaciones mayores (el 94% de las personas de 65 a 74 años está de acuerdo) y 7 de cada 10 coinciden en que el desperdicio de alimentos es perjudicial para el medio ambiente (Según estudios del WRAP. Organización que trabaja con gobiernos, empresas y comunidades para ofrecer soluciones prácticas para mejorar la eficiencia de los recursos). La mayoría opina que la responsabilidad de prevenir el desperdicio de alimentos recae en los consumidores, mientras que menos del 40% piensa que la responsabilidad es de los agricultores, en el otro extremo de la cadena de suministro de alimentos.

Aunque hay una evidente preocupación sobre este tema, la intención de reducir el desperdicio de alimentos suele ser más débil. Según una investigación de la compañía de estudios de mercado Foresight Factory, solo el 33% de los consumidores planea conscientemente desperdiciar menos alimentos en los próximos seis meses. Este es el nivel más bajo en los últimos 10 años, comparado con la intención de no desperdiciar alimentos durante y después de la crisis financiera mundial (que era del 60%), puesto que, la comida desperdiciada es dinero desperdiciado.

Según el estudio, los consumidores opinan mayoritariamente que ellos mismos son los responsables de prevenir el desperdicio de alimentos, ocupando el segundo lugar los comercios, el tercer lugar es para el sector de la hostelería y restauración, posteriormente los fabricantes y por último las autoridades públicas y los agricultores.

Según los cálculos del WRAP, el desperdicio de alimentos post-granja en el Reino Unido es de aproximadamente 10 millones de toneladas al año, más del 70% de las cuales se desperdician en el hogar. Esto equivale a un promedio de £ 540 perdidas por año y por hogar, en concepto de desperdicio de alimentos evitable, aumentando a £ 810 en los hogares con niños. Los principales alimentos desechados son las categorías perecederas, como frutas y verduras, pan y leche.

Muchos consumidores piensan que no desperdician mucha comida, pero la evidencia sugiere que probablemente desconocemos la cantidad de comida que se desecha. WRAP descubrió que incluso los hogares que dicen que no desperdician alimentos, en realidad producen un promedio de 2,9 kg de

desperdicios por semana, de los cuales se pueden evitar 1,7 kg. Curiosamente, también encontraron que no existe una relación real entre la cantidad de alimentos desperdiciados y la edad de los encuestados. Los hogares donde el comprador principal es mayor de 65 años, tiran un promedio de 1,2 kg por persona por semana, lo mismo que en los hogares donde el comprador principal tiene entre 16 y 24 años.

Por qué la comida se desperdicia en el hogar

La razón más comúnmente citada para desechar alimentos es que no se usa a tiempo y se ha pasado la fecha de consumo. Si bien el uso por fechas es obligatorio, en productos que podrían conllevar un riesgo para la seguridad si se comen fuera de fecha, lo mejor es una indicación de calidad para demostrar que los productos han pasado su mejor momento, pero aún son seguros para comer. Los minoristas han tomado medidas en respuesta a la confusión de los clientes acerca de estas fechas. Por ejemplo, Tesco ha anunciado que eliminará todas las etiquetas de fecha de manzanas, papas, tomates, limones y cebollas de marca propia para reducir la cantidad de alimentos comestibles que se tiran en la casa.

Otra razón importante por la que la gente tira la comida es que la comida ya no es necesaria o que se había preparado demasiada. En 2015, el 75% de las personas encuestadas por Foresight Factory dijeron que tener porciones más pequeñas disponibles en las tiendas les ayudaría a desperdiciar menos alimentos en el hogar, aumentando al 80% entre los hogares con una sola persona. Un número creciente de los consumidores viven solos y, en los últimos años, los minoristas han aumentado la diversidad de tamaños de paquetes en estantes, en categorías como ensaladas en bolsas, manzanas preempaquetadas, zanahorias y patatas.

Repensando la forma en que se venden los alimentos

Si bien los minoristas tienen un papel importante en ayudar a los consumidores a desperdiciar menos alimentos, algunos alimentos se desperdician antes de ser vendidos. Los minoristas y proveedores ahora están trabajando con organizaciones benéficas como FareShare para redistribuir el excedente de alimentos a refugios para personas sin hogar, bancos de alimentos y otras organizaciones en todo el Reino Unido, que alimentan a las personas necesitadas. Entre 2015 y 2017, la cantidad de alimentos redistribuidos por los minoristas se duplicó a casi 12.000 toneladas.

Desde 2015, los minoristas también han estado experimentando con la venta de 'wonky veg', un producto que no cumple con las especificaciones primarias de calidad, pero que aún es seguro para comer y se vende con un descuento sobre el producto de clase 1. Anteriormente, estos alimentos podían haber sido rechazados por los minoristas y vendidos a un mercado secundario, como la alimentación o el procesamiento de animales.

Los minoristas han informado de éxito con este enfoque y han implementado una serie de líneas en productos frescos. Morrisons ha reportado ventas de 500 toneladas de verduras a la semana, a través de 50 líneas estacionales y, según Kantar, el 12% de los clientes de Morrisons ahora compran en el rango de wonky, lo que ayuda a aumentar las ventas de marcas propias en un 18%. Aldi, Lidl, Tesco, la Cooperativa, Waitrose y Asda ahora tienen líneas de este tipo.

Reducir el desperdicio de alimentos requiere colaboración y, en septiembre de este año, los participantes de la cadena de suministro comprometidos con la hoja de ruta para la reducción de desperdicios de alimentos lanzados por WRAP e IGD se ha incrementado, según informaciones de AHDB (organización para el sector del ovino y vacuno en Inglaterra). Los hogares son los que más contribuyen al desperdicio total de alimentos, por lo que reducir el desperdicio en el hogar tiene el mayor potencial de impacto. La investigación de WRAP sugiere que se pueden obtener ganancias, simplemente al hacer que las personas consuman las sobras, planifiquen sus comidas y echen un vistazo a su refrigerador antes de ir de compras. A veces, son las pequeñas cosas las que cuentan.

Datos de contacto:

Noelia Perlacia

915191005

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Gastronomía](#) [Sociedad](#) [Industria Alimentaria](#) [Restauración](#) [Consumo](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>