

Estudio sobre los alimentos, sus envases y los residuos

Info HISPACOOOP

Enero de 2017

HISPACOOOP ha realizado el **Estudio sobre el comportamiento de los consumidores en la gestión de los recursos y los residuos**. Se han analizado las percepciones y comportamientos del consumidor con respecto a la gestión de los alimentos, los envases y su reciclaje. El proceso de análisis arranca desde el momento inicial de la compra de alimentos y la funcionalidad de los envases; pasando por la fase posterior de gestión doméstica y su consumo en el hogar; y finaliza con el reciclaje de los residuos generados del consumo de alimentos y bebidas en el ámbito doméstico, incidiendo en la discusión del actual Sistema Integrado de Gestión de Residuos (SIG) y del Sistema de Depósito, Devolución y Retorno (SDDR).



El trabajo, que ha contado con el apoyo de la AECOSAN, presenta un análisis de la relación entre el consumo y el reciclaje, y el lugar que ocupa la conciencia ambiental. Una de las principales conclusiones es que **en el momento de la compra, el consumidor no tiene en cuenta criterios medioambientalistas y la proliferación de envases solo se considera un problema cuando se convierten en residuos**.

Del estudio se vislumbra un **desdoblamiento sociológico** del individuo, el ciudadano se comporta como consumidor en el momento de la compra, bajo las exigencias de la lógica del consumo, y como ecologista, en un momento posterior. Por tanto, para los consumidores no es prioritario el criterio medioambiental en el momento de la compra. **Primero es el consumo, luego la ecología**.

El estudio parte de la combinación de dos técnicas: cualitativa, basada en los grupos de discusión (*focus group*) y cuantitativa, fundada en la encuesta telefónica realizada en el ámbito nacional a 2.002 personas.

DESPERDICIO ALIMENTARIO

Hay una clara tendencia positiva a cuidar los alimentos para que no se desperdicien. Con la crisis, los consumidores tratan de ajustar los artículos comprados y sus cantidades al posterior consumo para evitar el desperdicio. Nueve de cada diez consumidores compran alimentos que se adecuan a sus necesidades y que eviten desperdiciar alimentos. El 85,6 % buscan mantener el alimento fresco por más tiempo y el 81% la apariencia perfecta de frutas y verduras. Con menor frecuencia se encuentra el resto de criterios: evitar generar más residuos, impacto medioambiental de los envases o embalajes o el sistema de apertura y cierre del producto, entre otras cuestiones.

Sin desperdicios:
aprovecha la comida



Sin embargo, el desperdicio de alimentos se percibe como defecto o fallo, sobre todo asociado a las dificultades de conservación y al ajetreo de la vida actual, que el consumidor intenta corregir, sin vislumbrar soluciones colectivas, y menos aún, individuales. El 35,4% de la población afirma que nunca o casi nunca se estropean alimentos que conserva en el hogar, mientras que más de la mitad señalan que esto les ocurre pocas veces (57,3%). Los alimentos conservados en el hogar se estropean, fundamentalmente, por el ajetreo de la vida actual, por olvido o despiste, por no saber cómo aprovechar las sobras, y por una mala conservación.

Los hogares donde, con menor frecuencia, se estropean alimentos son aquellos con un estatus social inferior y aquellos con pocos ingresos. Mientras que en las dos grandes urbes, Madrid y Barcelona, es donde con mayor frecuencia se estropean los alimentos.

LOS ENVASES



Son parte característica de la compra en el mundo del consumo actual. Han nacido como elemento de progreso y con valores, y su proliferación no adquiere dimensión de problema en el momento de la compra o el consumo, tan solo cuando se convierte en un residuo.

Encabezan el ranking de envases preferidos por los consumidores aquellos que preservan los alimentos más tiempo y los envases de fácil apertura y manipulación. En tercer lugar aparecen los envases con apertura y cierre. Finalmente, solo un 26% de los encuestados dicen tener en cuenta criterios medioambientales a la hora de comprar.

GESTIÓN DE LOS RESIDUOS Y SU RECICLAJE

Todos los consumidores reconocen la importancia de la conciencia medioambiental en el reciclaje, incorporada a la rutina de los hábitos sociales cotidianos, con alto grado de consenso y que se transmite generacionalmente. En todos los hogares se recicla, pero el espacio constituye una de las principales dificultades, aunque en ocasiones, de manera un tanto más negligente, o simplemente confusa.

El hábito de separar o reciclar está claramente asociado a las grandes ciudades, y en algunos casos al estatus y renta. En hogares con menos ingresos y de clase social baja existe una tendencia a reciclar menos. Los datos reflejan que el 86,2 % de los consumidores separan envases de vidrio y 83,7% papel y cartón. El contenedor amarillo lo utilizan el 78,5 %. Preguntados por el aumento de contenedores en el hogar, más de la mitad de los consumidores cree que la barrera de la comodidad está en tres contenedores y un 74% afirma que cuatro resultan incómodos.



SISTEMAS DE GESTIÓN DE RESIDUOS

El actual Sistema Integral de Gestión de Residuos (SIG), sostenido sobre la conciencia ambiental del individuo, es conocido por los encuestados, que afirman mayoritariamente no tener dudas sobre cómo reciclar aunque en la práctica se detectan fallos a la hora de seleccionar a qué contenedor corresponde cada residuo.

Por el contrario, el Sistema de Depósito, Devolución y Retorno (SDDR) vendría romper la lógica de la conciencia y sensibilización ambiental para introducir otra de tipo coercitivo. Además, no garantiza que los que no reciclan, por carecer de conciencia ambiental, se incorporen al reciclaje bajo el SDDR. Así, ante la necesidad de que coexistan ambos modelos, SIG y SDDR, el consumidor cuestiona que el destino final del producto recogido sea el mismo que el del sistema actual, el reciclaje, y no la reutilización del envase.

Del estudio se ha detectado tres elementos negativos asociados al SDDR: el incremento del número de contenedores necesarios en el ámbito doméstico, lo que perjudica a los hogares con menos renta y en ámbitos urbanos; segundo, que los envases deban conservarse y devolverse en perfecto estado; y tercero, vincular a los momentos de compra la práctica de deshacerse de los residuos, limitada a los horarios comerciales.

En consecuencia, los consumidores interpretan que se trata de un cambio de modelo en el que prima lo coercitivo frente a la sensibilización ambiental, que no mejora ni sustituye al sistema actual, y que penaliza a quienes ya reciclaban mientras que no asegura la incorporación de las personas que nunca reciclan.

[ACCEDE AL ESTUDIO AQUÍ](#)

HISPACOOP

C/ Quintana nº1, 2º B; 28008 Madrid

Tel. 91 593 09 35 - Fax. 91 593 14 18



www.hispacoop.org/desperdicios - www.hispacoop.com

Confederación Española
de Cooperativas
de Consumidores
y Usuarios

