



## FECHAS DE MARCADO (CONSUMO PREFERENTE Y CADUCIDAD) Y ACTITUD DE LOS CONSUMIDORES HACIA EL DESPERDICIO ALIMENTARIO

L. López-Mas<sup>1\*</sup>, L. Guerrero<sup>1</sup>, A. Claret<sup>1</sup>, G. Cugat<sup>2</sup>, C. Soler<sup>2</sup>, M. Aurell<sup>2</sup>, M.D. Guàrdia<sup>1</sup>

<sup>1</sup>IRTA – Programa de Calidad y Tecnología Alimentarias, Finca Camps i Armet, E-17121, Monells, Girona

<sup>2</sup>Departament d'Acció Climàtica, Alimentació i Agenda Rural, Dr. Roux 80, 08017 Barcelona

\* laura.lopezm@irta.cat

*La mayor parte de los consumidores no distinguen entre las diferentes fechas de marcado de los alimentos, lo que condiciona su comportamiento y favorece el desperdicio alimentario. Los valores interiorizados que constituyen la norma personal de cada individuo son el principal determinante del comportamiento final.*

**Palabras clave** – desperdicio alimentario, fechas de marcado, consumidores, norma personal

### INTRODUCCIÓN

Se estima que el 20% de los alimentos producidos en la UE se echan a perder o desperdician. Dos tercios de los alimentos que se descartan tiene lugar en los hogares (53%) y en el sector servicios (12%). Se estima que un 10% de los 88 millones de toneladas de alimentos desperdiciados en la UE, está asociado a la confusión y mala interpretación de las fechas de marcado de los alimentos (“consumo preferente” o “caducidad”) [1].

El objetivo de este trabajo fue explorar la actitud de los consumidores hacia el desperdicio de alimentos mediante una versión ampliada de la Teoría del Comportamiento Planeado (TPB) explorando al mismo tiempo, el papel moderador de las fechas de marcado.

### MATERIALES Y MÉTODOS

El estudio se dividió en una etapa cualitativa con la realización de 2 grupos de discusión en los que participaron 7 consumidores en cada uno de ellos y en una etapa cuantitativa (cuestionario) en la que participaron 400 consumidores. En todos los casos se realizó un muestreo de conveniencia por cuotas de género y edad. Los participantes debían ser responsables de la compra y/o preparación de los alimentos en el hogar. El cuestionario se basó en la Teoría del Comportamiento Planeado de Ajzen ampliado con algunos constructos adicionales obtenidos de los grupos de discusión. El modelo contenía la actitud, el comportamiento, las creencias, la intención de comportamiento, la norma subjetiva y el control percibido. Los constructos adicionales fueron el conocimiento

objetivo, la planificación de la compra, la norma personal y los motivos de compra. Los resultados se analizaron mediante mínimos cuadrados parciales en modelos de ruta (PLS-PM).

### RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En general, la mayoría de los participantes no distinguían entre fecha de caducidad y consumo preferente. El modelo obtenido presentó un ajuste excelente, siendo la norma personal, el componente con un mayor peso sobre la intención de comportamiento. La norma personal refleja los valores interiorizados que se manifiestan como obligaciones morales que condicionan la toma de decisiones. Otros componentes del modelo como la actitud, la planificación de la compra, el control percibido y los motivos de compra también contribuyeron significativamente a explicar la intención del comportamiento ( $R^2=0.71$ ). Se identificaron dos segmentos de consumidores claramente diferenciados, los que descartan los productos una vez pasada la fecha de caducidad o consumo preferentes ( $n=174$ ) y los que los consumen igualmente ( $n=226$ ). En ambos casos la componente más importante continuó siendo la norma personal, aunque con diferente peso.

### CONCLUSIONES

Para reducir el desperdicio alimentario en los hogares es necesario que los consumidores sean capaces de discernir entre ambas fechas de marcado y sus implicaciones, así como modificar la norma personal (valores) individual, la cual se configura mayoritariamente en la infancia y en la adolescencia.

### AGRADECIMIENTOS

Departament d'Agricultura, Ramadaria i Pesca (Generalitat de Catalunya) por financiar este trabajo de investigación.

### REFERENCIAS

[1] ICF, Anthesis, Brook Lyndhurst, WRAP (2018). Market study on date marking and other information provided on food labels and food waste prevention. Final report for the Directorate-General for Health and Food.

