

Los hogares navarros desperdician 48.000 toneladas de comida al año

Productores y distribución desperdician otras 67.000 toneladas. Una campaña del Gobierno apela a los consumidores para que planifiquen mejor su compra

M. CARMEN GARDE Pamplona

“Uno de cada tres alimentos termina en la basura”, afirmó ayer la consejera de Desarrollo Rural, Itziar Gómez. Lo mismo se podía leer en letras grandes impresas en un hincharse que simulaba una bolsa de basura gigante de color negro. La frase se corresponde a una campaña de sensibilización enmarcada en una agenda que el Gobierno de Navarra aprobó ayer para reducir el desperdicio alimentario en el periodo 2023-2027.

¿Y cuántos alimentos se desperdician en Navarra? 115.000 toneladas al año, de los que un 42% proceden de los hogares (48.000 toneladas) y un 58% (67.000 toneladas) a lo largo de la cadena de producción y suministro. El dato procede del Ministerio de Agricultura y corresponde al ejercicio 2021, según contó el jefe del servicio de residuos que acompañó a la titular agraria, Raúl Salanueva. Añadió que Navarra es una de las provincias “con menor” desperdicio alimentario de España.

El objetivo en los seis años de vigencia de la citada agenda es reducir en un 50% los residuos alimentarios per cápita en el plano de la venta minorista y de los consumidores para 2030 respecto a 2020, así como reducir en un 20% los residuos alimentarios a lo largo de las cadenas de producción y suministro para 2030 res-



UNA BOLSA DE BASURA GIGANTE DE 8 METROS DE ALTO

La consejera de Desarrollo Rural, Itziar Gómez, junto al jefe de la sección de Residuos, Raúl Salanueva, en el acto celebrado en la plaza de la Constitución para presentar la campaña con el lema ‘No planificar la compra nos pasa factura’. Detrás de la consejera una bolsa de basura de 8 x6x2 metros, que estará ahí hasta el día 4.

pecto a 2020. “Reducirlo es un reto medioambiental, ético y social y económico”, valoró.

“Un dato que asusta”

La consejera avanzó que su departamento, en colaboración con la sociedad pública GAN-NIK (Gestión Ambiental de Navarra) han puesto en marcha una campaña bajo el lema ‘No planificar la compra nos pasa factura’, en la que apela a los consumidores a pensar bien qué compran para que la comida no acabe en la basura.

Preguntada si no cree que, igual que hará ella en su hogar,

EN FRASES

Itziar Gómez

CONSEJERA DE DESARROLLO RURAL

“En mi casa no tiramos alimentos porque tenemos gallinas, tenemos caballos, orgánico...”

las familias miran al milímetro en este momento cada euro que gastan como para tirar uno de cada tres alimentos, la consejera respondió: “En mi casa no los tiramos porque tenemos gallinas,

caballos, tenemos orgánico... Hay una cosa muy clara: No somos conscientes de los datos que ponemos hoy en marcha. 115.000 toneladas terminan en la basura y el 42% procede de los hogares es un dato que asusta y nos tiene que llamar la atención. Estoy convencida que eso se está produciendo en nuestros hogares. Uno de los objetivos de la campaña es el conocimiento y la sensibilidad”.

Frutas y verduras, sobre todo
 Según la consejera lo principales alimentos que se desperdician son las frutas, los vegetales y las

APUNTE

Marcos Sánchez

HAY UNA CONSEJERA EN MI FRIGO

■ Menos mal que esté el Gobierno para llevarnos de la mano y ponernos tiritas cuando nos caigamos. Torpes de nosotros. Digo más: ¡incluso insensatos! De no ser por el Ejecutivo foral y la consejera de Desarrollo Rural y Medio Ambiente a la cabeza, los ciudadanos navarros no se habrían enterado de que, con la inflación galopante, con los precios sin cesar de escalar, con los sueldos cada vez más incapaces de abarcar lo que antes les resultaba asumible, eso de desperdiciar alimentos está fatal. Cerca de 75.000 euros públicos ha gastado el departamento de Itziar Gómez en una campaña para recordárnoslo, ya que al parecer nuestros bolsillos deben de haberse entregado a una embriaguez de vida loca. ‘No planificar la compra nos pasa factura’ es el lema. Miras al carro de la compra y te preguntas: ¿cómo se planifica el vacío?

hortalizas. “No es que compremos para tirarlo. El problema es que se estropea en nuestros domicilios. Por eso, es tan importante al hacer la compra tener unos buenos hábitos”, indicó la consejera. “Los datos están ahí. No nos los inventamos”.

Cuestionado cómo se mide el desperdicio alimentario, la consejera señaló que la propia agenda aprobada por el Gobierno de Navarra define y caracteriza qué se debe entender exactamente por desperdicio alimentario. “Una de las áreas de trabajo en estos seis años es contribuir a la claridad de esos datos, utilizar las mismas métricas a nivel nacional e internacional, para conocer los eslabones de la cadena donde más desperdicio se produce y cuáles son las causas”.

Una ciudadana pregunta a la consejera: “¿Cuánto se ha gastado en todo esto?”

La calle no es fácil para los políticos en estos tiempos de economías domésticas ahogadas por la inflación. Lo comprobó la consejera de Desarrollo Rural, Itziar Gómez en la plaza del Baluarte. Se colocó delante de un bolsa gigante de basura (8 metros de alto) y, ante un atril con micrófono, pidió a los ciudadanos que planifiquen la compra para evitar desperdicios.

Su discurso atrajo la atención de ciudadanos que paseaban por tan céntrico lugar. Una señora planteó en voz alta si podía preguntar o el acto era únicamente para periodistas.

—No, no, para el público en general. Es una campaña de concien-

ciación para todos los navarros y las navarras. ¡Dígame!, contestó una sonriente Gómez.

—Quiero saber si lo que estoy viendo es plástico (en alusión a la bolsa gigante). Y quiero saber también cuánto ha costado todo esto, apuntó la espontánea.

—Estamos utilizando un material reutilizable. Por esa parte, se puede quedar tranquila.

—¿Cuánto cuesta todo esto?, insistió la señora.

—No lo veo como un gasto, sino como inversión. Es una campaña para la sensibilización de lo que podemos hacer cada uno en nuestra casa, respondió una Gómez ya menos sonriente.

—¿Me podría decir de qué material se trata?, replicó la señora. En ese momento, una representante de la empresa que ha diseñado la bolsa gigante contó que “ya se había utilizado en otras ciudades”.

La señora no se conformaba. “Pues si no le importa me manda lo que ha costado esto”, dijo antes de irse farfullando por lo bajo y sin querer identificarse.

—Lo puede ver en la página web del Gobierno, le apuntó Gómez.

Ahí estaba el dato: el coste de la campaña es de 74.640 euros: espacios publicitarios (51.780), creatividad (9.667,90), acción de calle (6.352), difusión en redes (4.099) y web navarragreen.es (2.740).