

“Malgastar los Alimentos es Malgastar la Vida”

En el Día Mundial de la Alimentación, Grundig renueva su compromiso con la iniciativa “Respect Food” e invita a todo el mundo a unirse a su lucha contra el desperdicio de alimentos

Barcelona, 16 de octubre de 2017. Grundig, el fabricante líder de electrodomésticos en Europa, ha querido alentar a los consumidores a sumarse a su lucha global contra el desperdicio de alimentos con motivo del Día Mundial de la Alimentación celebrado este 16 de octubre.

Este Día es uno de los más celebrados en el marco del calendario de Naciones Unidas y representa una oportunidad para demostrar el compromiso mundial y los progresos alcanzados en relación a los Objetivos de Desarrollo Sostenible, especialmente al Objetivo 2, cuya meta es ‘Hambre Cero’ en 2030.

De acuerdo con la ONU, todos los días producimos suficientes alimentos en todo el mundo para dar de comer a 12.000 millones de personas. Sin embargo, un tercio de estos alimentos se pierde o se desperdicia y casi 1.000 millones de personas continúan desnutridas. Desafortunadamente, entre el 30 y el 50% de la cantidad total de alimentos desechados proviene de nuestros hogares.

Una encuesta reciente*, elaborada por Grundig para conocer en profundidad las actitudes de los consumidores en relación al desperdicio de alimentos y la sostenibilidad, revela que al 90% de consumidores europeos les preocupa la cantidad de comida que se desperdicia. Casi un tercio de ellos, además, reconoce que tira unos cuatro kilos de comida al mes, principalmente debido a la falta de tiempo y al acelerado ritmo de vida.

Los consumidores con niños están especialmente concienciados con la necesidad de reducir el desperdicio de alimentos: el 84% afirma que es muy importante enseñar esta lección a sus hijos, ya que es importante para que disfruten de una vida sostenible (81%), para que aprendan a ser responsables con el dinero (63%) y para que se preocupen por proteger el medio ambiente (55%).

Cómo reducir el desperdicio de alimentos en casa

Poniendo el hogar en el corazón de su filosofía, Grundig quiere compartir con los consumidores tres consejos básicos sobre cómo aprovechar al máximo los alimentos en casa.

1. **Filosofía FIFO:** FIFO o *First in, first out* es un concepto utilizado en finanzas que significa que lo primero que entra es lo primero en salir. Aplica la misma regla en tu frigorífico. Cuando desenvuelvas los alimentos, mueve los más antiguos a la parte delantera y coloca los que acabas de adquirir detrás. Esto te ayudará a seguir un patrón de consumo ordenado.
2. **Combate los prejuicios:** Trata de hacer una discriminación positiva hacia las frutas o vegetales "feos" que a menudo quedan atrás en los mostradores de las tiendas. No ser "guapo" no significa estar malo o podrido. Las verduras y frutas "feas" son tan seguras y nutritivas como las que lucen mejor y, a veces, incluso se pueden adquirir a precios más reducidos.

3. **Sé holístico:** Cocina todas las partes comestibles de las verduras. Abandona tus viejos hábitos y aprovecha al máximo todos los componentes de los alimentos. Si estás cocinando zanahorias, por ejemplo, usa las hojas en una ensalada; o cuando peles cítricos, aprovecha los desechos para compostajes. Las recetas son infinitas.

Campaña digital global

La pasión de Grundig por transmitir y concienciar sobre el desperdicio mundial de alimentos se refleja en su filosofía "Respect Food". La marca renovó recientemente, durante la celebración de la IFA, su compromiso con esta campaña, con el lanzamiento de una segunda fase. Desde este 16 de octubre, además, la iniciativa ya tiene su reflejo en el mundo digital con la presentación del vídeo-manifiesto '**I am food**' ("Soy el Alimento"), disponible en el canal YouTube de Grundig España y también disponible en 13 países. (enlace <https://www.youtube.com/watch?v=1w-qqDdwncI>)

Hakan Bulgurlu, CEO de Arçelik, la casa matriz de Grundig ha revelado: "La solución es clara: la lucha contra el desperdicio de alimentos comienza en nuestros propios hogares. Como marca global y concienciada con el medio ambiente, Grundig está comprometida con la reducción del desperdicio de comida. Nos oponemos a la subestimación de los alimentos y animamos a todos a valorarlos ya que creemos que 'malgastar los alimentos es malgastar la vida' y que respetando los alimentos es la única forma de hacer de nuestro planeta un mejor lugar en el que vivir".

"Necesitamos un cambio de mentalidad", añade Bulgurlu, "se trata de asumir nuestra responsabilidad y de recordar al mundo que la disponibilidad de alimentos no es eterna, hay que poner especial atención y vigilar lo que tiramos a la basura. Incluso incorporando la filosofía 'Cero desperdicio de comida' en nuestra vida diaria y consiguiendo un día sin ningún residuo alimenticio podemos alcanzar grandes logros. Invitamos a todo el mundo a unirse a nuestra lucha".

***Otros hallazgos del estudio**

- Los encuestados creen que las frutas (51%) y las verduras (52%) son los alimentos con más probabilidad de ser desechados.
- Otros productos frecuentemente desperdiciados son el pan (38%) y los lácteos (17%). En el otro lado de la balanza, se sitúan los dulces (¡con solo un 3%!).
- La apariencia es el factor que más inclina a desechar un alimento (el 57% la escogió como el motivo más probable). Las fechas de caducidad o de consumo preferente solo se usaron como argumento en un 16% de las respuestas.
- El 61% siempre intenta planear las comidas en función de la fecha de caducidad de los alimentos.
- El 36% creen que están desperdiciando demasiada comida, pero solo el 56% están realmente concienciados de la cantidad.
- El 84% de los encuestados están de acuerdo en que es importante concienciar a los niños, en el marco del hogar, sobre la importancia de minimizar el desperdicio de alimentos.

*Investigación realizada por la firma Morar entre más de 3000 encuestados de seis países europeos: Francia, Reino Unido, Alemania, Suecia, Turquía e Italia. La muestra de la encuesta se dividió uniformemente entre países, geografías y grupos de edad, con aproximadamente el mismo número de hombres y mujeres (1.464 y 1.576 respectivamente), encuestados de cada país (entre 500 y 515 por cada uno) y encuestados de cada grupo de edad (18 - 34: 954 encuestados, 35 - 49: 923 encuestados, 50+: 1,163 encuestados).

Acerca de Grundig

Grundig es parte de Arçelik A.Ş, el principal fabricante de electrodomésticos de Koç Group, una compañía Fortune Global 500. Habiendo estado en el mercado por más de 70 años, Grundig goza de un alto reconocimiento de marca debido a sus productos de alta calidad y enfoque centrado en el cliente. La marca sigue siendo fiel a su herencia alemana y valores fundamentales, incluyendo su diseño elegante y fácil de usar, eco-consciencia, sus altos estándares y el control de calidad. Con una cartera de más de 500 productos diferentes - desde televisores OLED, dispositivos móviles de audio, dispositivos de cuidado personal y electrodomésticos - la marca ofrece una solución para cada estancia de un hogar moderno. Grundig ha recibido numerosos elogios por la calidad y el diseño de sus productos, incluyendo premios de diseño de Productos, como Red Dot Design y Plus X Awards, así como aclamación de la crítica de Stiftung Warentest, un instituto global de pruebas líder en Alemania y TrustedReviews. Los productos Grundig se fabrican principalmente en los centros de producción de Grundig en Europa y se comercializan en más de 65 países de todo el mundo.

Contactos de prensa

Para más información / Contacto de Prensa:

Por favor contacte con el Dpto. de comunicación de Grundig,

o bien contacte con:

maria@neuropecomm.com

monica@neuropecomm.com

Tfno.: 931 76 82 86