cheaf

ENCUESTA REGIONAL SOBRE

Percepción de desperdicio de alimentos

2025





Introducción

Por Kim Durand y Elena López
Fundadores de Cheaf

Cada año, se desperdician más de 1.000 millones de toneladas de alimentos en el mundo. En paralelo, más de 800 millones de personas padecen hambre. Este desequilibrio refleja no solo una crisis humanitaria, sino también una falla estructural en nuestros sistemas de producción, distribución y consumo.

Desde Cheaf, creemos que este problema puede y debe revertirse. Nuestra misión es clara: rescatar comida que aún puede ser aprovechada y evitar que termine en la basura. Con presencia activa en México, Argentina y Chile, ya logramos evitar el desperdicio de más de 5 millones de porciones de comida. Pero sabemos que no alcanza con actuar: también es necesario comprender.

Este estudio surge con el objetivo de entender cómo se percibe el desperdicio de alimentos en la región. Queríamos escuchar tanto a quienes ya forman parte de Cheaf como a quienes aún no nos conocen, para identificar percepciones, creencias, hábitos y oportunidades de transformación.

El informe se estructura en cuatro bloques temáticos que abordan cómo se percibe el problema del desperdicio en general, el poder de los hogares y las decisiones cotidianas, el rol de aliados fuera del hogar, como comercios, gobiernos y empresas y cómo perciben las personas el papel de las leyes, políticas públicas y esfuerzos colectivos para combatir el desperdicio de alimentos.

A lo largo del informe, encontrarán datos comparativos entre países, gráficos que resumen los principales hallazgos, y reflexiones que esperamos ayuden a generar nuevas preguntas y posibles soluciones. La encuesta fue respondida por personas de México, Chile y Argentina, lo que nos permitió construir una mirada regional a partir de sus percepciones y experiencias.

Queremos agradecer profundamente a todas las personas que respondieron esta encuesta, así como a los aliados que se sumaron a analizar y comentar los resultados desde sus propias perspectivas. Este informe es tan suyo como nuestro.

Esperamos que este documento no sea solo una foto del presente, sino una herramienta para construir futuro. Porque cuando se trata de alimentar al mundo sin desperdiciar, todos tenemos un rol que jugar.



Kim Durand
CEO y Cofundador



Elena López
COO y Cofundadora

Índice

Introducción 03
Contexto, misión del informe y agradecimientos.

Bloque 1 05
Desperdicio de alimentos: una primera impresión
Percepciones regionales y diferencias entre países. ¿Qué tanto se ve el problema y cómo se prioriza?

Bloque 2 16
El poder de los hogares
El impacto de nuestras decisiones cotidianas. Hábitos, barreras y motivaciones en casa.

Bloque 3 29
Los aliados fuera de casa
Cómo percibe la ciudadanía el papel de los distintos actores fuera del hogar en la lucha contra el desperdicio de alimentos.

Bloque 4 40
En la mente del consumidor
Examina el nivel de conocimiento ciudadano sobre la existencia de leyes y regulaciones para combatir el desperdicio de alimentos.

Metodología 54
Cómo, cuándo y a quiénes se consultó. Distribución y datos demográficos de la muestra.



BLOQUE 01

Desperdicio de alimentos: una primera impresión

¿Qué tan visible es el problema en la región? ¿Y cuánto sabemos realmente?

Que el desperdicio de alimentos es un problema ambiental es una idea cada vez más compartida, pero ¿qué tan consciente es la población de su verdadero impacto? Según el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), cerca del 10% de las emisiones globales de gases de efecto invernadero (GEI) provienen del desperdicio de alimentos. Esa cifra coloca al desperdicio como una de las principales causas del cambio climático, por encima de industrias enteras como la aviación.



¿Sabías que el desperdicio de alimentos es responsable de cerca del 10% de las emisiones de gases de efecto invernadero (principales causantes del cambio climático)?

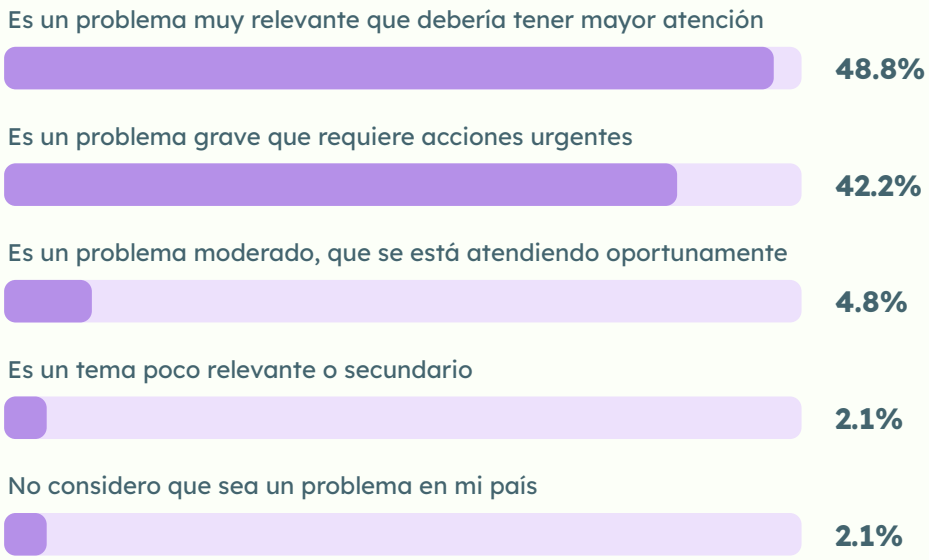
A nivel regional, la percepción del desperdicio de alimentos como un problema ambiental y social es alta, pero su urgencia y el nivel de información varían según el país. La gran mayoría de las personas encuestadas reconocen que el desperdicio genera impacto climático, pero aún hay brechas importantes en el conocimiento y la priorización del tema.

Cuando preguntamos a las personas si sabían que el desperdicio representa aproximadamente el 10% de las emisiones, el 70% de los encuestados respondió que sí, un porcentaje alentador, pero aún lejano del nivel ideal para impulsar acciones colectivas.

Los resultados por país revelan contrastes significativos. Chile lidera el conocimiento con un 80% de respuestas afirmativas, lo que sugiere una mayor penetración del discurso ambiental en medios, escuelas o campañas públicas. En cambio, Argentina (62.3%) y México (63.3%) se ubican por debajo del promedio regional, lo que podría implicar un menor acceso a información clara o una menor priorización del tema en las agendas públicas.

¿Cuál de las siguientes frases representa mejor tu opinión sobre el desperdicio de alimentos en tu país?

Más allá del conocimiento técnico, también quisimos entender cómo perciben las personas el desperdicio en su día a día. Al preguntar cuál frase representaba mejor su opinión, encontramos que el 42.2% de los encuestados considera que el desperdicio de alimentos es un problema grave que requiere medidas inmediatas. Esta opinión refleja un consenso significativo, aunque todavía limitado.



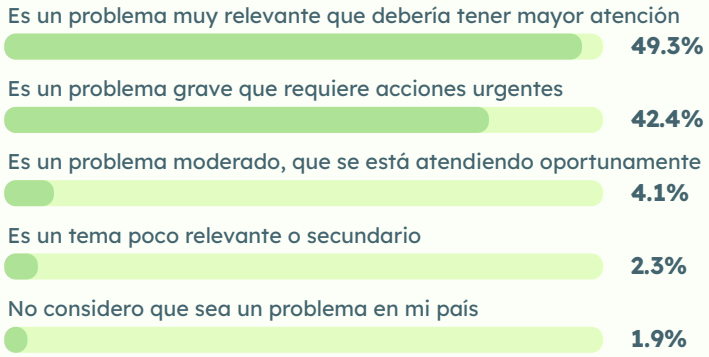
Por país, nuevamente vemos matices:

- En Chile, el 45.5% cree que se trata de un problema que requiere atención urgente.
- En México, esta cifra es del 42.4%.
- En Argentina, cae al 39.9%.

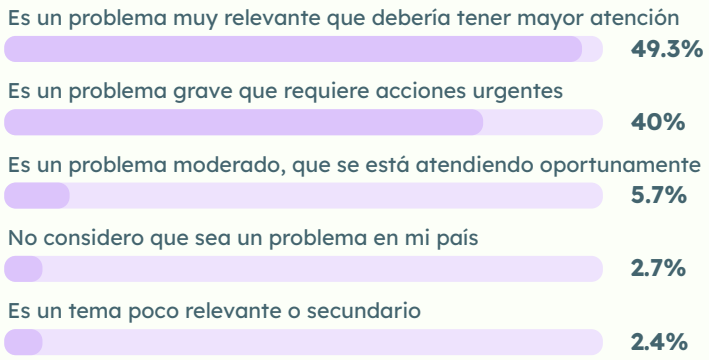
Esto sugiere que, aunque el problema está identificado, todavía no ha cruzado el umbral de urgencia para al menos la mitad de la población en ninguno de los países. Este dato es crucial, ya que la percepción de gravedad suele ser el primer paso para demandar o impulsar soluciones estructurales.

¿Cuál de las siguientes frases representa mejor tu opinión sobre el desperdicio de alimentos en tu país?

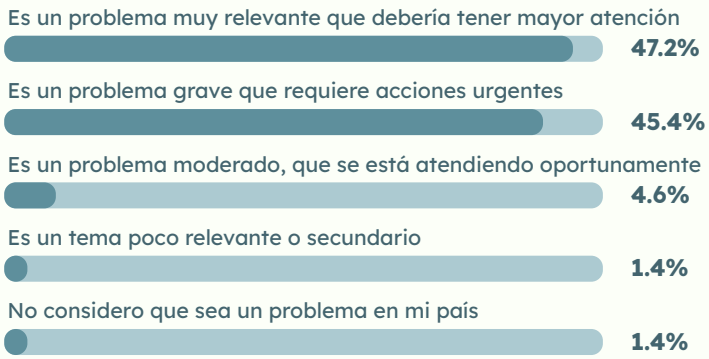
México



Argentina

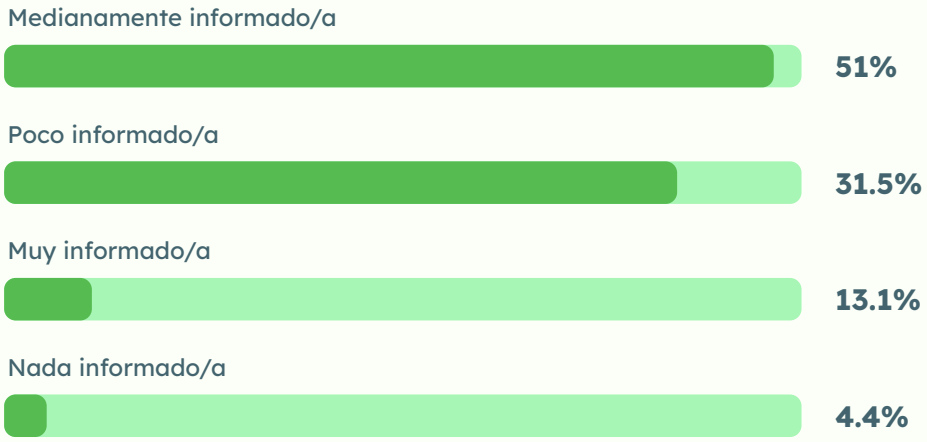


Chile



¿Qué tan informado/a te sientes sobre el impacto ambiental del desperdicio de alimentos?

El nivel de autopercepción informativa es otro termómetro clave para entender la profundidad del vínculo entre conocimiento y acción. La mayoría de las personas encuestadas (51.1%) dijo sentirse “medianamente informada”, mientras que sólo el 13.1% se considera “muy informada” sobre el impacto ambiental del desperdicio.

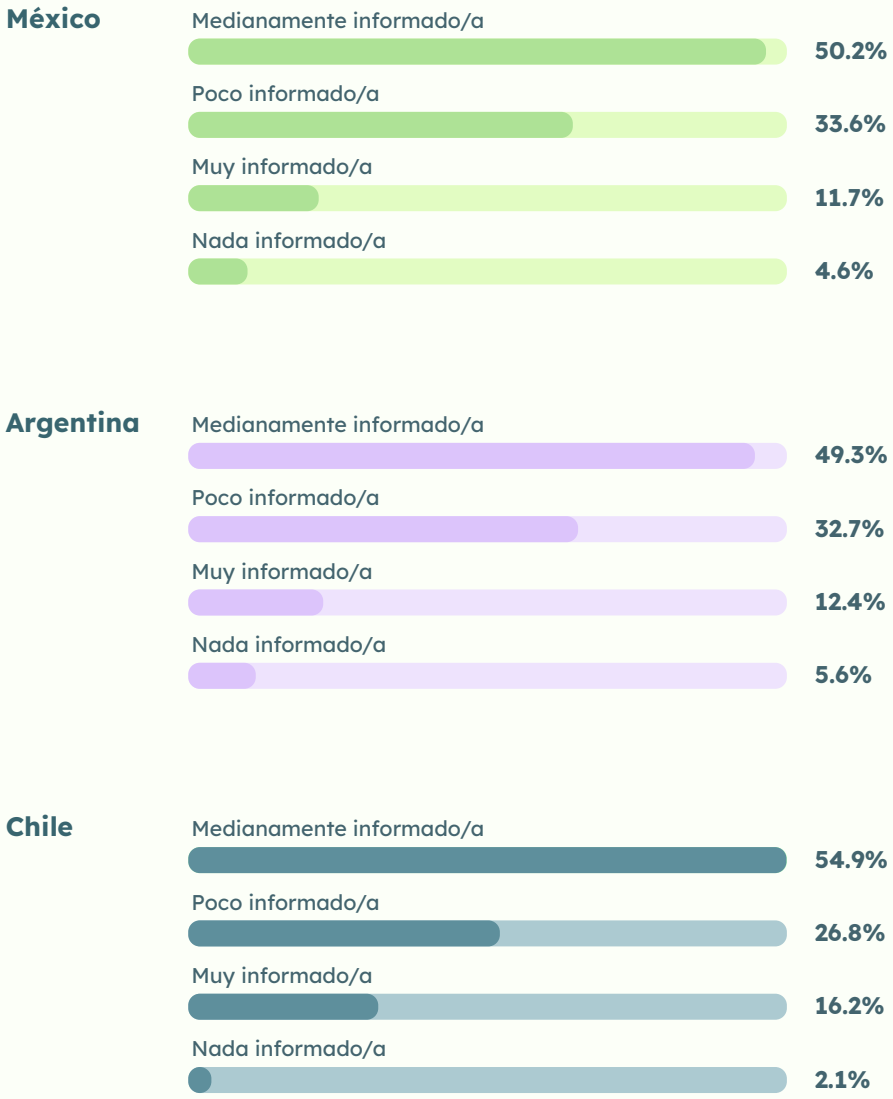


Los datos por país nos dan una lectura interesante:

- Chile vuelve a destacar, con un 16.2% de personas que se consideran muy informadas.
- En Argentina, la cifra es del 12.4%, y en México, del 11.7%.

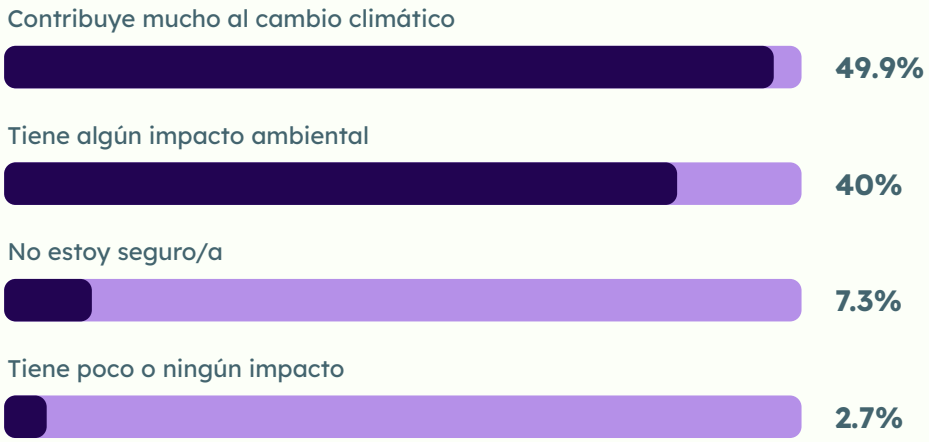
Estos porcentajes refuerzan la hipótesis de que Chile ha logrado instalar el tema con mayor fuerza, mientras que en los otros dos países aún hay terreno por ganar, tanto en la educación formal como en campañas de sensibilización.

¿Qué tan informado/a te sientes sobre el impacto ambiental del desperdicio de alimentos?



¿Qué impacto ambiental crees que tiene el desperdicio de alimentos?

Para finalizar este bloque, preguntamos directamente a las personas cuál creen que es el nivel de impacto ambiental del desperdicio. Los resultados revelan que más del 85% considera que sí tiene algún impacto climático, pero —una vez más— con diferencias notables en la intensidad de la percepción.



- En Chile, el 55.2% cree que el desperdicio contribuye mucho al cambio climático, la cifra más alta de los tres países.
- En México, esta opinión es compartida por el 51.2%.
- En Argentina, la cifra cae al 45.3%.

Estos datos muestran que, aunque existe una conciencia generalizada sobre la relación entre desperdicio y medioambiente, la comprensión del impacto real aún puede ser subestimada por un sector amplio de la población, especialmente en Argentina.

¿Qué impacto ambiental crees que tiene el desperdicio de alimentos?



DESDE LA

MIRADA EXPERTA

Uri Colodro

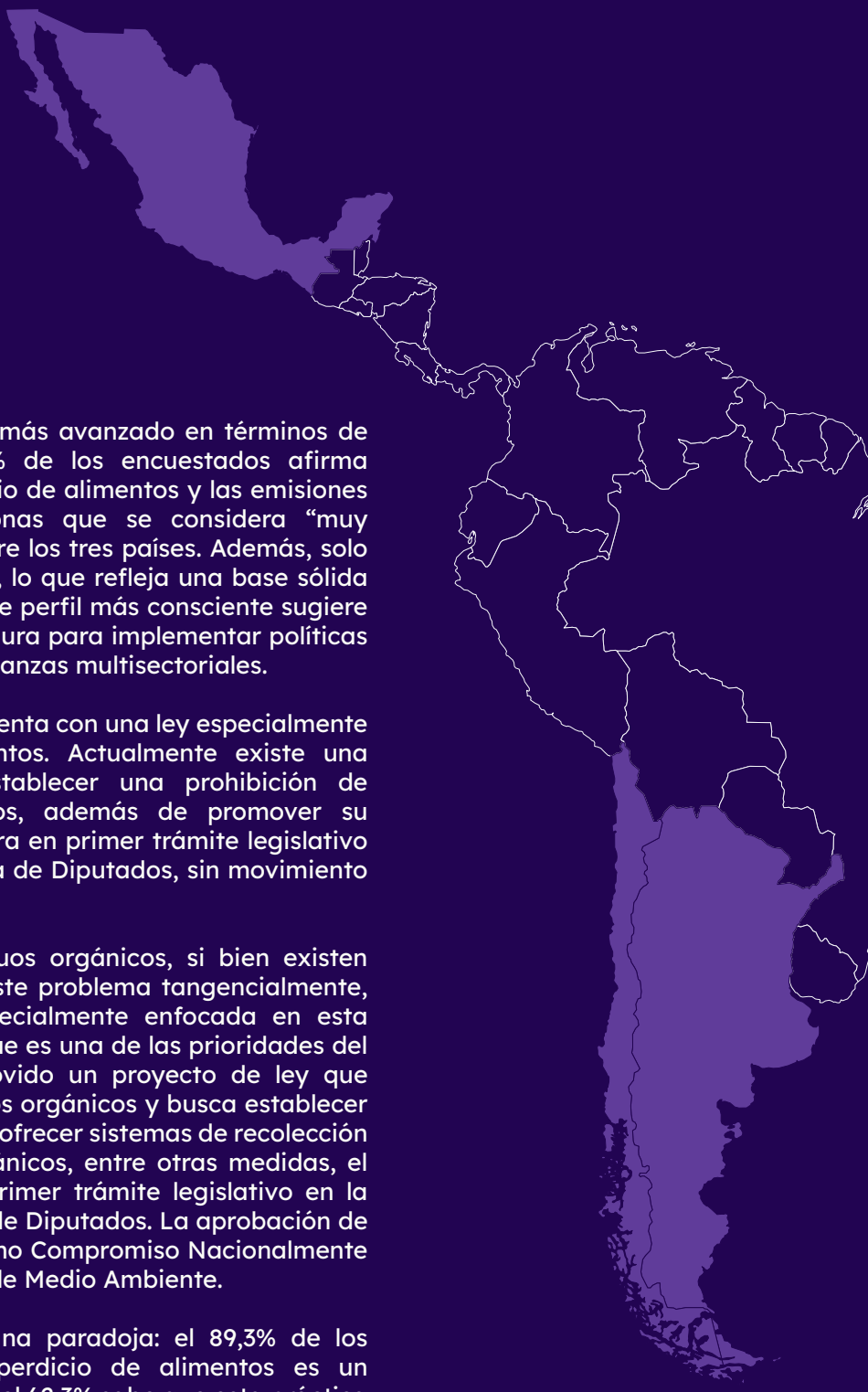
Líder Global de Ciudades de WWF.

El primer bloque de esta encuesta aborda la percepción del problema del desperdicio de alimentos en los tres mercados donde opera Cheaf: México, Chile y Argentina. Los resultados evidencian una tendencia común en la región: existe una marcada desconexión entre la preocupación ciudadana y el conocimiento específico sobre el impacto ambiental de esta práctica, particularmente en relación con las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI), uno de los principales factores que impulsan el cambio climático.

A nivel general, se observa una alta sensibilidad social frente al desperdicio de alimentos, pero el nivel de información sobre sus consecuencias ambientales es limitado. Esta brecha entre percepción y conocimiento representa una oportunidad estratégica para intervenir con campañas educativas y comunicacionales que transformen la preocupación en acción.

En México, el 63,5% de las personas encuestadas afirma conocer el impacto ambiental del desperdicio de alimentos. Sin embargo, este conocimiento no se traduce en una percepción de urgencia: solo el 42,4% considera que se trata de un problema que requiere atención inmediata. Además, un 38,2% declara estar poco o nada informado, lo que indica que la conciencia ambiental aún no está suficientemente arraigada ni compartida socialmente. El desafío en este mercado es fortalecer el vínculo entre conocimiento y sentido de urgencia, especialmente en sectores que subestiman el problema.





Chile se posiciona como el mercado más avanzado en términos de comprensión del problema. Un 79% de los encuestados afirma entender el vínculo entre el desperdicio de alimentos y las emisiones de GEI, y el porcentaje de personas que se considera “muy informada” (16,2%) es el más alto entre los tres países. Además, solo un 2,1% se declara “nada informado”, lo que refleja una base sólida para impulsar acciones concretas. Este perfil más consciente sugiere que Chile está en una etapa más madura para implementar políticas públicas, campañas de reducción y alianzas multisectoriales.

En términos de regulación, Chile no cuenta con una ley especialmente enfocada en desperdicio de alimentos. Actualmente existe una iniciativa legislativa que busca establecer una prohibición de destrucción o pérdida de alimentos, además de promover su circularidad. No obstante, se encuentra en primer trámite legislativo en la Comisión de Salud de la Cámara de Diputados, sin movimiento desde 2020.

Por su parte, en lo relativo a residuos orgánicos, si bien existen algunas regulaciones que abordan este problema tangencialmente, tampoco existe una regulación especialmente enfocada en esta temática. Sin embargo, se advierte que es una de las prioridades del actual gobierno, ya que han promovido un proyecto de ley que fomenta la valorización de los residuos orgánicos y busca establecer la responsabilidad de los municipios a ofrecer sistemas de recolección puerta a puerta de los residuos orgánicos, entre otras medidas, el cual se encuentra actualmente en primer trámite legislativo en la Comisión de Hacienda de la Cámara de Diputados. La aprobación de esta iniciativa, fue comprometida como Compromiso Nacionalmente Determinado (NDC) por el Ministerio de Medio Ambiente.

Argentina, por su parte, presenta una paradoja: el 89,3% de los encuestados considera que el desperdicio de alimentos es un problema grave o relevante, pero solo el 62,3% sabe que esta práctica contribuye significativamente al cambio climático. Asimismo, apenas el 12,4% se siente muy informado sobre el impacto ambiental del desperdicio. Esto revela una carencia profunda de información, que limita la capacidad de la ciudadanía para actuar. En este contexto, el reto consiste en canalizar la preocupación existente hacia el conocimiento, el compromiso y la acción.

Considerando este escenario, se identifican las siguientes líneas estratégicas para avanzar en el fortalecimiento del conocimiento y la concientización en los tres mercados:

En primer lugar, avanzar hacia campañas de comunicación, que difundan el vínculo entre el desperdicio alimentario y el cambio climático, haciendo uso de mensajes claros, visuales y emocionalmente impactantes, que conecten con la ciudadanía. Esto se relaciona directamente con la oportunidad de generar narrativas que conecten con la vida cotidiana, mostrando cómo el desperdicio de alimentos afecta el bolsillo y el medio ambiente, además de tratarse de un problema social: desperdiciamos alimentos cuando hay familias sin acceso a ellos). En esta misma línea, se identifica la necesidad de promover la educación formal e informal, integrando contenidos tanto en el currículum oficial como promoviendo talleres, charlas y capacitaciones.

Por último, se sugiere avanzar en alianzas estratégicas, de carácter multisectorial, que involucren a gobiernos, organizaciones de la sociedad civil, empresas y medios de comunicación, con el objetivo de amplificar estos mensajes. Asimismo, desde el sector privado existe una valiosa oportunidad para que se adopten prácticas voluntarias ligadas a la reducción del desperdicio, al mismo tiempo en que se avanza en una normativa que estandarice mejores prácticas.





BLOQUE 02

El poder de los hogares

El reto de cambiar desde adentro

El cambio climático también se combate con lo que no tiramos

Combatir el desperdicio de alimentos no es solo tarea de gobiernos ni empresas: empieza en nuestros hogares. Según el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), el 60% del desperdicio global ocurre a nivel domiciliario. Es decir, la cocina se convierte en un espacio clave para generar impacto ambiental positivo.

Aunque esta cifra puede parecer abrumadora, también representa una poderosa oportunidad: cada hogar tiene el potencial de marcar la diferencia y nuestro sondeo confirma esa tendencia.

A pesar de que la mayoría de las personas afirma desperdiciar comida con poca frecuencia, las razones detrás de esa pérdida —como la descomposición de alimentos, el exceso al cocinar o el olvido— siguen siendo evitables. Cada decisión cotidiana cuenta: desde planificar mejor las compras hasta congelar lo que no se va a usar.

Y si bien estos hábitos parecen pequeños, su impacto no lo es; miles de toneladas de alimentos podrían evitar terminar en la basura. Entender por qué tiramos comida y cómo evitarlo es el primer paso hacia una cultura más consciente y sostenible. Lo que ocurre dentro del hogar refleja no solo hábitos, sino también oportunidades de transformación.

Esto requiere cambios individuales y también el impulso de campañas de concientización sostenidas desde el Estado y el sector privado. Iniciativas como Love Food, Hate Waste, en Reino Unido, han demostrado que los hogares sí pueden cambiar sus hábitos cuando reciben la información adecuada y se les facilita el cómo hacerlo: desde guías simples para planificar compras y conservar alimentos, hasta recordatorios y materiales educativos difundidos de forma constante en medios masivos. Su éxito radica en que no se limita a un mensaje aislado, sino que mantiene una presencia continua que logra instalar el tema en la conversación cotidiana.



¿Con qué frecuencia se desperdician alimentos en casa?

Más de la mitad de las personas encuestadas en la región (54.2%) afirma que tira comida solo una vez al mes o menos, lo que a primera vista podría interpretarse como un buen hábito. Sin embargo, el panorama se matiza al ver que casi una cuarta parte (23.1%) reconoce hacerlo una o dos veces por semana, y que un 4.2% admite desperdiciar alimentos frecuentemente o siempre.

Las diferencias por país son reveladoras:



México

Lidera en frecuencia baja de desperdicio, con un 58% de personas que lo hacen rara vez, lo que podría reflejar hábitos más moderados o una mayor conciencia en la compra y consumo.



Argentina

Presenta un perfil intermedio: aunque el 51.9% desperdicia rara vez, también registra el porcentaje más alto en la región de quienes lo hacen con alta frecuencia (4.9%).



Chile

Destaca por el porcentaje más alto de personas que desperdician comida al menos una vez por semana (26.4%), lo que sugiere hábitos más vulnerables a las compras excesivas o a la falta de aprovechamiento de sobras.

Frecuencia	Total regional	México	Argentina	Chile
Rara vez (1 vez al mes o menos)	54.2%	58.0%	51.9%	52.0%
A veces (1-2 veces por semana)	23.1%	23.9%	20.3%	26.4%
Nunca	18.4%	14.5%	22.8%	17.3%
Frecuentemente o siempre	4.2%	3.6%	4.9%	4.3%

Aunque la mayoría afirma desperdiciar con poca frecuencia, 1 de cada 4 personas en Chile lo hace todas las semanas. Este dato, junto con los porcentajes de alta frecuencia en Argentina y México, invita a mirar de cerca los hábitos cotidianos y las oportunidades de mejora en planificación de compras, conservación y reaprovechamiento de alimentos.



¿Qué alimentos se desperdician más?

En los hogares de México, Argentina y Chile, las sobras cocidas y las frutas y verduras frescas son, con amplia diferencia, los alimentos más desperdiciados. De hecho, el 62.12% y el 54.89% de las personas de la región, respectivamente, se inclinaron por estas dos categorías de alimentos, lo que confirma que el desperdicio doméstico se concentra en lo que se cocina y en productos frescos que requieren consumo rápido.

El desglose por país revela matices importantes:



México

El 66.38% de las personas reconoció desperdiciar con más frecuencia comida cocida o sobrantes, seguida de frutas y verduras frescas con 53,15% de los encuestados. El pan y productos de panadería ocupan el tercer lugar (21,21%), y las carnes, pescados y embutidos representan un 7%, el valor más alto de esta categoría entre los tres países.



Argentina

El desperdicio se reparte casi a partes prácticamente iguales entre frutas y verduras (59,32% las personas reconoce tirar este tipo de alimentos) y comida cocida (59,23%). El pan tiene un peso menor (16.55%), y las carnes, pescados y embutidos apenas alcanzan el 3,56%, el porcentaje más bajo de la región.



Chile

También lideran comida cocida (60.2% de los hogares) y frutas/verduras (50.65%), pero destaca el pan y productos de panadería con 29.23%, el porcentaje más alto de este rubro en los tres países. Las carnes, pescados y embutidos (3.63%) y los lácteos y huevos (5.55%) tienen un peso marginal.

Alimento	México	Argentina	Chile
Comida cocida o sobrantes	66.38	59,23%	60,26%
Frutas y verduras frescas	53.15%	59.32%	50,65%
Pan y productos de panadería	21,21%	16.55%	29,23%
Envasados (cereales, snacks, conservas)	10.95%	10.54%	9,81%
Lácteos y huevos	5.71%	6.05%	5,55%
Carnes, pescados y embutidos	7.05%	3,56%	3,63%

En síntesis: aunque el perfil del desperdicio es similar entre países, cada uno presenta un “tercer lugar” distinto que podría guiar acciones específicas: en México, las carnes y pescados tienen más peso; en Argentina, los productos envasados superan a los lácteos; y en Chile, el pan destaca como un problema proporcionalmente más grande.



¿Por qué tiramos comida?

En los hogares de México, Argentina y Chile, la principal causa del desperdicio es la misma: los alimentos se descomponen antes de poder usarlos. Este motivo representa más de un tercio de todas las menciones en cada país, evidenciando que la planificación de compras, el almacenamiento y la conservación siguen siendo retos clave para reducir el desperdicio doméstico.

En segundo lugar aparece el hábito de cocinar más de lo necesario y no consumirlo a tiempo, seguido por el vencimiento de productos que nunca se llegaron a utilizar. Las razones menos mencionadas incluyen el olvido de que un producto fue comprado y el hecho de que un platillo no guste o quede mal preparado.

Aunque los motivos son similares, cada país muestra ciertos matices que vale la pena destacar:

Motivo	Tendencia común
Se descompone antes de usarla	Muy frecuente
Cocino de más y no lo consumo	Frecuente
Llega su fecha de vencimiento	Frecuente
Olvido que la compré	Moderado
No me gustó o quedó mal preparada	Bajo

Destacados por país:



México

“6 de cada 10 personas afirman que su comida se descompone o caduca antes de usarla.”

Esto sugiere una posible falta de planificación o refrigeración adecuada en el hogar.



Argentina

“Es el país donde más personas reportan que un platillo no gustó o quedó mal preparado (14.24%).”

Esto sugiere oportunidades para encontrar formas creativas de reaprovechar esos alimentos.



Chile

“41.72% de las personas aseguran cocinar de más y no consumirlo, la cifra más alta de los tres países.”

Esto evidencia la necesidad de promover hábitos de compra y cocción más medidos, así como un mejor aprovechamiento de sobras.

En toda la región, los motivos detrás del desperdicio doméstico apuntan a retos cotidianos: planificar mejor, almacenar de forma adecuada y dar un segundo uso a lo que ya se tiene. Abordar estas causas con soluciones prácticas —desde recetas de rescate hasta guías de conservación— puede marcar la diferencia entre que un alimento llegue a la mesa… o termine en la basura.

¿Qué hacemos para evitarlo?

Frente al problema del desperdicio doméstico, la mayoría de las personas en la región ya pone en práctica acciones concretas para reducirlo. Las más comunes son:

71,6%
congelan alimentos para conservarlos.

53,37%
planifican las compras.

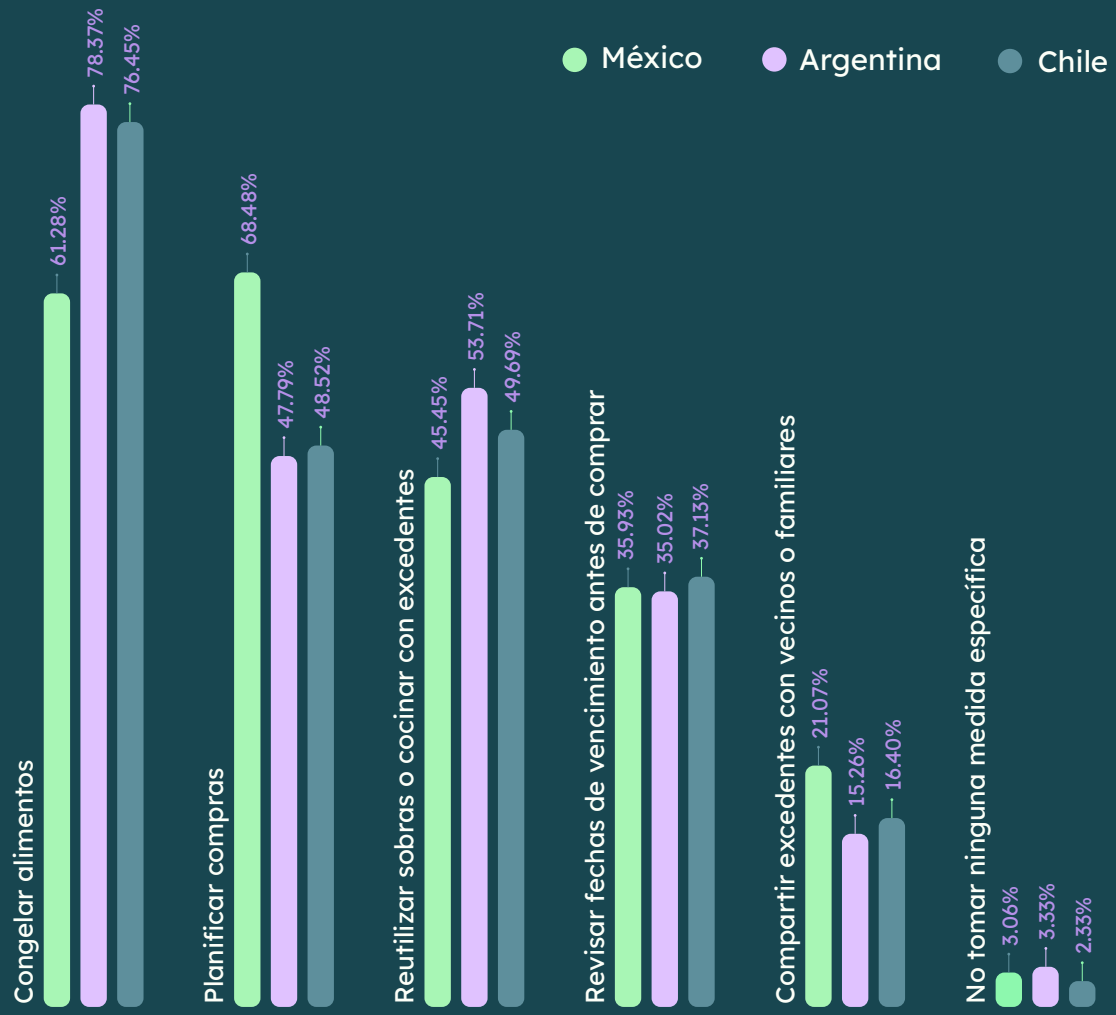
49,67%
reutilizan sobras o cocinan con excedentes.

Estas medidas —aunque simples y de carácter individual— tienen un impacto importante para evitar que la comida termine en la basura.



Sin embargo, hay un hábito que sigue poco incorporado: revisar las fechas de vencimiento antes de comprar: apenas 35,88% de las personas dijeron hacerlo de forma habitual. Pese a ser una acción sencilla y de bajo costo que puede evitar que productos caduquen antes de ser consumidos.

Por país, Chile lidera en congelar alimentos (76.45% de las personas así lo asegura) y también muestra la mayor proporción de personas que revisan las fechas de vencimiento (37.13%). México, en cambio, se distingue por ser el país donde más se planifican las compras (el 62.48% de los encuestados así lo dice). Argentina sobresale en la reutilización de sobras (53.71%), un hábito que refleja una cultura fuerte de aprovechamiento de lo que ya se cocina.



Acciones para evitar desperdicio de alimentos

El patrón general indica que, aunque los hábitos preventivos existen, aún hay espacio para fortalecer acciones simples que pueden marcar una gran diferencia en la reducción del desperdicio doméstico.

Decisiones hoy para el mundo de mañana

Durante años, hemos creído que el desperdicio era un problema lejano. Pero en realidad empieza en casa con las decisiones que tomamos cada día. Esta encuesta es una alerta y una oportunidad: los hogares no son solo parte del problema, también son el corazón de la solución.

Educar, concientizar y facilitar hábitos sostenibles desde la cocina es el camino más directo para cuidar el planeta.



DESDE LA

MIRADA EXPERTA

Tamara Ortega

Directora Ejecutiva de Fundación Basura.



En Chile, el desperdicio de alimentos tiene rasgos propios que combinan hábitos culturales, dinámicas cotidianas y barreras estructurales. La encuesta muestra que, aunque muchas personas congelan alimentos y revisan fechas de vencimiento más que en otros países, seguimos perdiendo grandes volúmenes de comida. Destaca especialmente el pan y los productos de panadería como el tercer ítem más desperdiciado, con el porcentaje más alto de la región. Esto no sorprende: el pan es parte de la idiosincrasia chilena, presente en la mesa todos los días y asociado a un fuerte valor cultural. Sin embargo, esta misma costumbre, sumada a la compra frecuente y en grandes cantidades, eleva el riesgo de que termine endurecido y, finalmente, en la basura. Y es que aquí tenemos una gran oportunidad: lo que hoy consideramos un residuo, mañana puede convertirse en un recurso delicioso, como transformarlo en un colegial que nos devuelva su sabor y valor.

Otra particularidad chilena es la alta proporción de personas que declara cocinar de más y no aprovechar las sobras. Esto refleja un amplio margen de mejora en la planificación de porciones y en la incorporación de recetas de reaprovechamiento. Muchas veces minimizamos la importancia de acciones tan básicas como planificar las compras. Suena lógico, pero en la “máquina” del día a día no nos damos el tiempo de pensar qué necesitamos realmente y compramos sin un objetivo claro. Esa omisión no solo tiene un costo ambiental, sino también un impacto económico directo: cada alimento que compramos y no consumimos es dinero que literalmente tiramos a la basura.



Nos parece normal tirar un kilo de frutillas porque se descompuso, pero es exactamente lo mismo que arrojar los dólares o pesos con los que las pagamos. ¿Cuál es la diferencia entre botar las frutillas o tirar billetes y monedas a un vertedero o relleno sanitario? Solo nuestra percepción. El golpe a nuestra economía es idéntico.

A nivel regional, los resultados de la encuesta muestran un patrón común: existe un alto nivel de reconocimiento de que el desperdicio de alimentos es un problema relevante, no solo ambiental, sino también económico y social. Sin embargo, ese entendimiento no siempre se traduce en cambios de hábitos consistentes. En los tres países (Chile, México y Argentina) las causas más frecuentes para tirar comida son evitables: mala planificación de compras, conservación inadecuada o cocinar de más. Aun así, cada mercado presenta particularidades que ayudan a comprender por qué ciertas prácticas persisten.

Este problema va mucho más allá de lo doméstico. Si la pérdida y el desperdicio de alimentos fuera un país, sería el tercer mayor emisor de gases de efecto invernadero del planeta. Evitarlo desde los hogares tendría un impacto inmediato: reducir emisiones, descongestionar rellenos sanitarios, disminuir malos olores y evitar la proliferación de vectores y plagas. Y lo más relevante: todos y todas podemos ser agentes de cambio desde nuestras propias cocinas.

El desafío es transformar el conocimiento en acción. Esta información es un punto de partida invaluable para dar el siguiente paso. No hablamos de grandes inversiones ni de cambios imposibles: medir las porciones, aprovechar las sobras, almacenar correctamente y planificar las compras son gestos simples, pero con un impacto enorme.

El momento de actuar es ahora. Cada vez que evitamos que un alimento termine en la basura, no solo protegemos nuestro bolsillo, también cuidamos la salud del planeta. Chile tiene la oportunidad de liderar, desde sus hogares, una transformación cultural que convierta el aprovechamiento de los alimentos en un valor compartido. La solución está en nuestras manos y empieza hoy.



BLOQUE 03

Los aliados fuera de casa

El retail como parte de la solución

Detrás de cada alimento que no llega a la mesa hay decisiones estructurales: políticas, logísticas y comerciales. Si bien el desperdicio suele comenzar en los hogares, no termina ahí. Supermercados, comercios, restaurantes y gobiernos son actores claves en la misión de revertir esta crisis alimentaria.

La ciudadanía lo tiene claro. Según los resultados regionales, los supermercados y grandes cadenas son vistos como los principales responsables del desperdicio de alimentos, incluso por encima de los hogares o el Estado. Esta percepción se explica, en gran parte, por la falta de incentivos para donar productos, la mala gestión de inventarios y el descarte por motivos estéticos.

Pero no todo es crítica: también hay consenso sobre las soluciones. Las personas valoran especialmente tres medidas concretas:

01

Ofrecer descuentos para vender productos antes de su vencimiento (seleccionada por el 44.4% de las personas).

02

Donar alimentos cercanos a su fecha límite (36.1%).

03

Colaborar con bancos de alimentos o apps de rescate (29.2%).

Estas opciones no solo son viables, sino que cuentan con respaldo social. El mensaje es claro: la gente quiere que el retail actúe, y está dispuesta a apoyar esas acciones con sus decisiones de compra.

Claro que no es tan simple. La ausencia de incentivos fiscales, las exigencias estéticas en la presentación de los productos, y la falta de estándares comunes entre países dificultan una gestión eficiente del stock y de la donación. El retail enfrenta desafíos estructurales importantes, pero también tiene el potencial de encabezar soluciones de gran escala. En un sistema alimentario tensionado por la crisis climática, esa decisión no puede seguir postergándose.

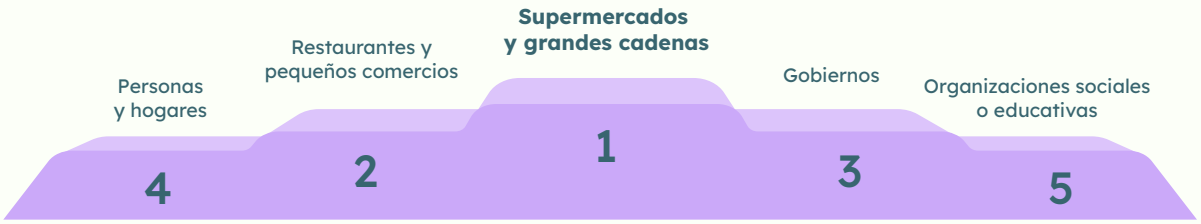
¿Quién debería asumir la mayor responsabilidad?

Aunque el desperdicio de alimentos comienza en el hogar —como vimos en el bloque anterior—, la ciudadanía no se ve a sí misma como el principal actor responsable. Por el contrario, las personas colocan la carga de responsabilidad sobre los supermercados y grandes cadenas, que ocupan el primer lugar en el ranking regional.

Según el promedio de respuestas, los supermercados obtienen una puntuación de 2.32 (siendo 1 el más responsable), seguidos por restaurantes y pequeños comercios (2.78) y luego los gobiernos (3.02). Las personas y hogares aparecen recién en el cuarto lugar (3.18), mientras que las organizaciones sociales y educativas se perciben como las menos responsables (3.70).

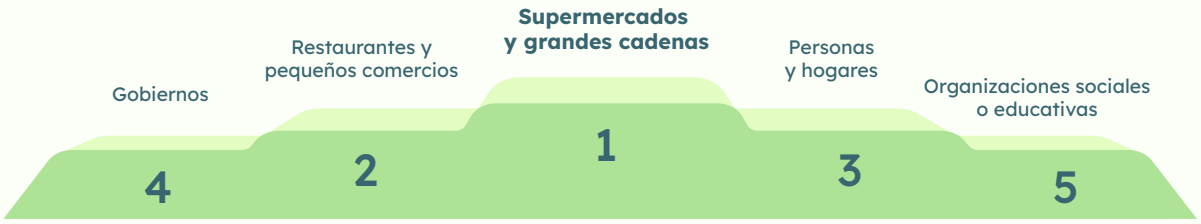
¿Quién debería asumir la mayor responsabilidad?

GLOBAL

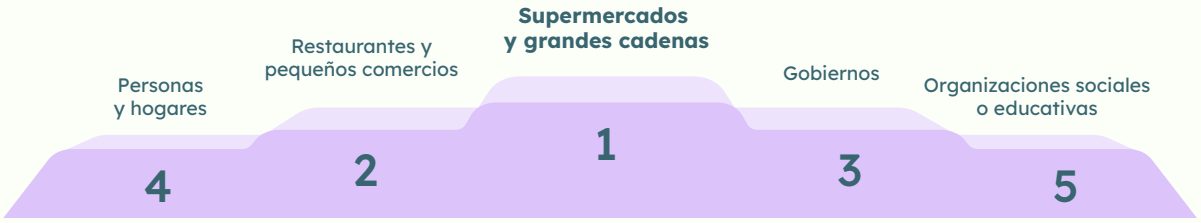




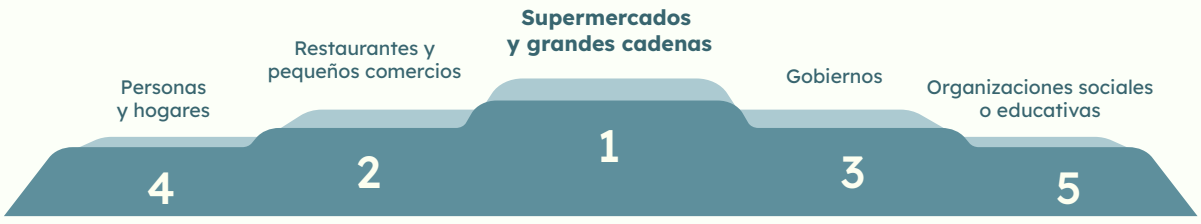
MÉXICO



ARGENTINA



CHILE



Actor	Promedio (1 = más responsable)
Supermercados y grandes cadenas	2.32
Restaurantes y pequeños comercios	2.78
Gobiernos	3.02
Personas y hogares	3.18
Organizaciones sociales	3.70

Para la mayoría, la responsabilidad de reducir el desperdicio debe comenzar desde los actores que concentran el poder en la cadena alimentaria. El retail no solo vende alimentos: también define sus estándares, su destino y su desperdicio.

🔍 LECTURA REGIONAL

En los tres países, el podio de la responsabilidad es consistente: supermercados al frente, seguidos de restaurantes/pequeños comercios y gobiernos. La ciudadanía envía un mensaje claro: el cambio debe empezar por quienes deciden qué se vende, qué se dona y qué se desecha.



¿Qué factores contribuyen más al desperdicio en tiendas?

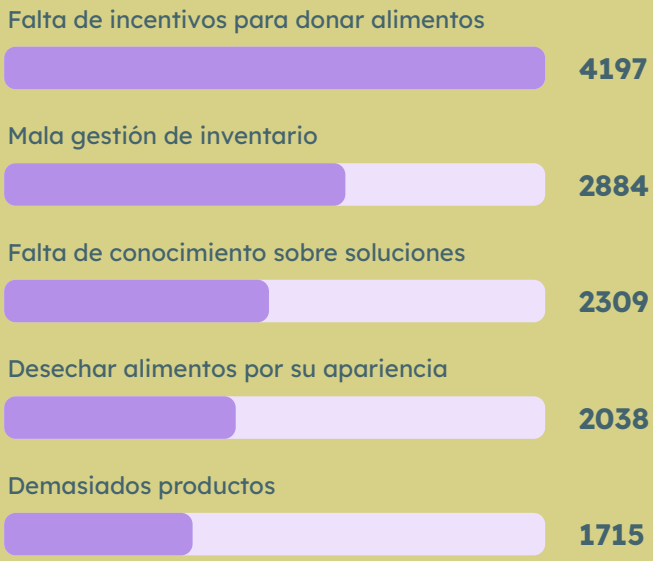
Desde la mirada de la ciudadanía, el diagnóstico es claro: la mayor parte del desperdicio en supermercados y comercios no se debe a la falta de voluntad, sino a obstáculos estructurales.

A nivel regional, tres causas concentran el consenso:

01 **Falta de incentivos para donar alimentos**
Señalada por el 71.64% de las personas encuestadas, es la principal barrera en todos los países.

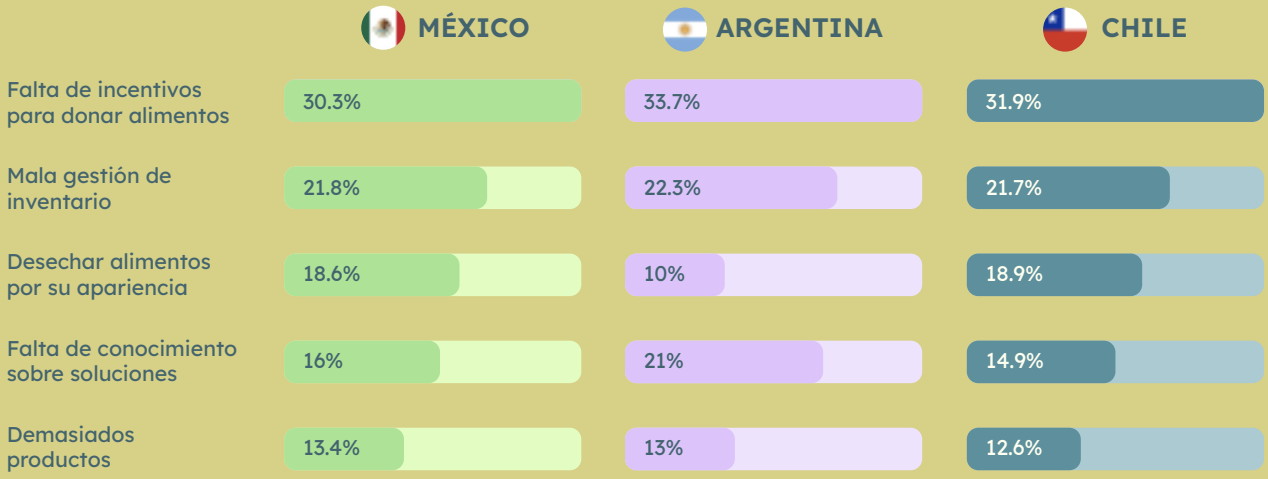
02 **Mala gestión de inventario**
Ocupa el segundo lugar con 49.23%, revelando ineficiencias en la rotación y previsión de la oferta.

03 **Falta de conocimiento sobre soluciones**
Con 39.41%, evidencia que aún hay desconocimiento sobre herramientas, programas o alianzas que permiten evitar el desperdicio.



En todos los casos, las respuestas afirman la percepción de que el problema no está en la intención, sino en la logística, las políticas internas y la ausencia de marcos regulatorios claros. En otras palabras, las personas perciben que el sistema actual no facilita donar ni aprovechar los alimentos en buen estado que quedan fuera del estándar comercial.

Factores críticos identificados por la ciudadanía:



Mensaje clave: el cambio cultural es necesario, pero sin un cambio estructural, el desperdicio seguirá teniendo barra libre.

¿Qué medidas se consideran más efectivas?

Cuando se ofreció a la ciudadanía un menú cerrado de cuatro posibles medidas y la posibilidad de elegir hasta dos, el mensaje fue contundente: las personas saben exactamente qué funciona y están listas para respaldarlo.

A nivel regional, la preferencia se inclina hacia estrategias visibles y de resultado inmediato. Lidera la lista ofrecer descuentos en productos cercanos a su fecha de vencimiento, una táctica que no solo incentiva la compra sino que evita que los alimentos terminen en la basura. En segundo lugar aparece donar productos próximos a expirar, mostrando que existe un fuerte respaldo ciudadano a iniciativas solidarias que aprovechen alimentos todavía aptos para el consumo.

En el tercer puesto se ubica colaborar con bancos de alimentos o aplicaciones de rescate, una opción que combina el impacto social con la reducción directa del desperdicio. Y en menor medida, pero no menos relevante, usar tecnología para planificar mejor la demanda fue seleccionada por un 10,7%, lo que indica que, aunque la innovación tecnológica se percibe como útil, no es tan visible o conocida para la mayoría de las personas como las acciones más directas.

Este patrón se repite en los tres países analizados, aunque con matices en el orden de preferencia. En todos los casos, la encuesta deja claro que el retail no necesita inventar nuevas fórmulas: las soluciones están sobre la mesa, cuentan con aceptación social y solo requieren voluntad, coordinación y constancia para escalar su impacto.



Porcentaje (%) de personas que seleccionaron cada medida

Medida	Global (%)	AR (%)	CL (%)	MX (%)
Descuentos	68.57	68.75	70.89	66.80
Donaciones	55.82	55.71	57.65	54.68
Alianzas con apps/ bancos de alimentos	45.08	42.72	41.72	49.81
Usar tecnología para planificar la demanda	10.65	10.94	10.43	10.49

Los valores indican el % de encuestados que eligieron esa opción como una de las dos más efectivas para que los supermercados reduzcan el desperdicio de alimentos.

En menor medida, pero no menos relevante, usar tecnología para planificar mejor la demanda fue seleccionada por un 10,7%, lo que indica que, aunque la innovación tecnológica se percibe como útil, no es tan visible o conocida para la mayoría de las personas como las acciones más directas.

Responsabilidad en cadena

No se puede hablar de sostenibilidad sin hablar de corresponsabilidad. El retail, como articulador central de la cadena alimentaria, tiene en sus manos el poder —y la oportunidad— de reducir el desperdicio de forma masiva.

Esta encuesta deja un mensaje claro: la ciudadanía espera más. Más acción, más compromiso, más alianzas. Las herramientas ya existen. Lo que falta es voluntad, coordinación e innovación para dar el paso que la región necesita. El cambio no es solo posible. Es urgente.

DESDE LA

MIRADA EXPERTA

SIPRA

Soluciones Integrales para la Problemática Ambiental.

Resulta muy interesante explorar la percepción ciudadana sobre el rol de actores externos al hogar en la lucha contra el desperdicio de alimentos. El informe de Cheaf confirma una tendencia que se observa en diversos estudios globales y regionales: la ciudadanía reconoce el desperdicio como un problema sistémico, pero aún existe una divergencia entre la responsabilidad asignada y la percepción del esfuerzo.

De acuerdo con el Food Waste Index Report 2024 del PNUMA, el 12.5 3% del desperdicio ocurre en el retail, mientras que el 61% ocurre en los hogares. Sin embargo, como en el informe de Cheaf, los consumidores tienden a atribuir mayor responsabilidad al retail, lo que sugiere una percepción influida por la visibilidad y escala de operaciones.

Lo anterior, no disminuye el rol crucial en la reducción del desperdicio de alimentos que desempeña el sector del retail. Entre estos esfuerzos, resultaría muy conveniente fortalecer la medición sistémica, una mejora en la gestión de inventarios y las alianzas estratégicas.

A modo de ejemplo, un estudio de WWF del 2023 al respecto de la medición de mermas en el sector retail en Guatemala, indica que la medición continua favorece la reducción de los alimentos que son desechados (en un período de análisis de dos años).





Al carecerse de métricas en cuanto al desecho de alimentos, pocas empresas del sector retail toman decisiones basadas en datos, lo que conlleva en ocasione s a una gestión ineficiente de inventarios. En el mismo estudio de WWF una de las causas más relevantes en la generación de mermas fue el vencimiento de productos, lo que la necesidad de mejorar la gestión y la rotación, especialmente en temporadas de alta demanda.

En el estudio Reducing Food Loss and Waste: Setting a Global Action Agenda del 2020, se destaca entre las medidas más efectivas contra la problemática del desperdicio el implementar prácticas de redistribución (donación, apps, bancos de alimentos), misma que es enfatizada en el Food Waste Index Report.

El sector necesita asistencia para escalar soluciones y afortunadamente la ciudadanía parece estar lista para respaldar las acciones (que pueden comenzar desde el cuidado en la manipulación de los productos, revisión de fechas de caducidad o plantificación de compras). El desafío yace en convertir esa voluntad en métricas, políticas y alianzas.



BLOQUE 04

En la mente del consumidor

El debate público sobre el desperdicio de alimentos se ha expandido más allá del plano individual. Hoy también se cuestiona el papel que deben jugar las leyes, los incentivos fiscales y las instituciones en la creación de soluciones estructurales para enfrentar este problema.

En este bloque exploramos cómo las personas en Argentina, Chile y México perciben la existencia o ausencia de marcos regulatorios, qué tanto apoyarían medidas obligatorias de donación, y cómo evalúan la participación de distintos actores —desde gobiernos hasta supermercados— en esta agenda.



¿Sabes si en tu país existen leyes que regulan o sancionan el desperdicio de alimentos?

Aunque el desperdicio de alimentos es un problema ampliamente reconocido, aún existe un gran vacío en el conocimiento público sobre las leyes que buscan combatirlo. Al consultar a personas de Argentina, Chile y México si saben si existen leyes que regulan o sancionan el desperdicio, la mayoría de las respuestas se ubica entre el desconocimiento o la negación.

En Argentina, el desconocimiento sobre el marco normativo en torno al desperdicio de alimentos es el más alto de los tres países: el 71.8% de las personas encuestadas no sabe si existe alguna ley al respecto, lo que revela una importante brecha entre ciudadanía y política pública. En Chile, aunque esta cifra es menor, sigue siendo considerable: 64.0% afirma no saber si existe regulación en la materia, lo que sugiere una necesidad de mayor difusión institucional.

En México, aunque el porcentaje de desconocimiento es ligeramente menor (59.4%), llama la atención que sólo 5% de las personas afirme que existe una regulación, a pesar de que el país cuenta desde 2022 con una Ley General de Alimentación Adecuada y Sostenible que contempla la prevención del desperdicio como uno de sus pilares.

Esta tendencia regional pone en evidencia que, aunque existen esfuerzos legislativos en algunos países, la falta de difusión, claridad legal o implementación visible hace que muchas personas ni siquiera estén al tanto. Esto plantea una pregunta de fondo: ¿estamos discutiendo el problema, pero sin conocer las soluciones existentes?

Además, el dato de desconocimiento normativo se alinea estrechamente con el nivel de información general que las personas dicen tener sobre el problema: muchas se consideran “medianamente informadas”, lo cual podría indicar que la conciencia está más centrada en el síntoma (el desperdicio) que en las herramientas para resolverlo (leyes, incentivos, plataformas o modelos de rescate).

¿Sabes si en tu país existen leyes que regulan o sancionan el desperdicio de alimentos?





¿Debería existir una ley que obligue a donar o rescatar alimentos que aún son aptos para el consumo?

El debate sobre cómo combatir el desperdicio de alimentos no solo gira en torno a la conciencia individual, sino también a las medidas estructurales que podrían facilitar un cambio real. Entre ellas, la idea de una ley que obligue a donar o rescatar alimentos aptos para el consumo aparece como una posible herramienta para reducir el problema desde su raíz. En esta pregunta, las personas encuestadas se enfrentaron no solo a una disyuntiva legal, sino a una reflexión sobre hasta qué punto están dispuestas a respaldar un cambio que podría involucrar al comercio, la industria y las políticas públicas de forma directa.

Las respuestas reflejan una apertura generalizada a la idea de una intervención legal, aunque con matices que varían entre la necesidad de obligatoriedad, la preferencia por incentivos, o la defensa de la voluntariedad. La diversidad de posturas permite leer entre líneas un llamado a diseñar políticas que, además de ser efectivas, respeten la viabilidad operativa y la sensibilidad social de cada contexto.

Resultados

A nivel regional, el 57.6% de las personas considera que debería existir una ley que obligue a donar o rescatar alimentos, pero Chile lidera esta postura con un 63.5%, seguido por México (56.2%) y Argentina (55.3%). Es decir, en los tres países predomina el acuerdo con la necesidad de una regulación más firme.

¿Crees que debería existir una ley que oblique a donar o rescatar alimentos que aún no son aptos para el consumo?

57.6%
Sí, es una medida necesaria.

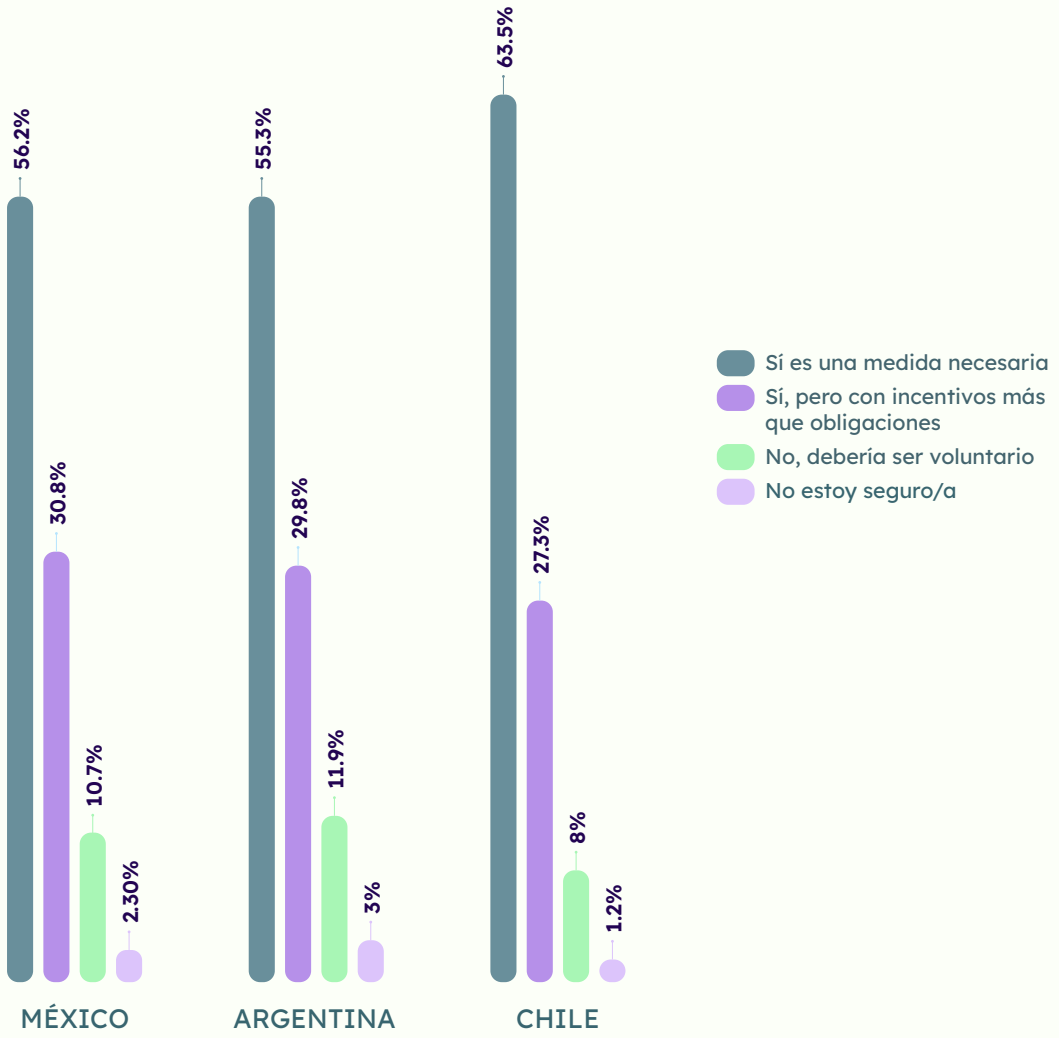
29.5%
Sí, pero con incentivos más que obligaciones.

10.5%
No, debe ser voluntario.

2.3%
No debería existir una ley.

La opción “Sí, pero con incentivos más que obligaciones” tiene un peso relevante, sobre todo en México (31%), donde es la segunda opción más votada. Esta preferencia puede interpretarse como una forma de apoyar la donación o el rescate de alimentos sin imponer medidas coercitivas, que podrían ser vistas como difíciles de implementar o costosas para algunos negocios. En Argentina y Chile, esta postura también tiene apoyo (29.8% y 27.3%, respectivamente), aunque en menor medida.

En contraste, las opiniones que prefieren mantener el rescate como una acción voluntaria o rechazan la ley por completo son minoritarias. La opción de “Debe ser voluntario” es respaldada por un 11.9% en Argentina, 10.7% en México y solo 8% en Chile. Finalmente, la postura más contraria —“No debería existir ninguna ley al respecto”— se mantiene en porcentajes bajos y relativamente constantes en los tres países.





¿Qué se está haciendo en otros países?

Hay países que han transformado esta conversación en acción concreta.

En **Francia**, desde 2016 es ilegal que los supermercados desechen alimentos aptos para el consumo; están obligados por ley a donarlos a organizaciones benéficas. Esta política no solo redujo el desperdicio, sino que aumentó las alianzas entre el sector privado y las redes de apoyo social, sirviendo como ejemplo de cómo una regulación bien implementada puede generar valor compartido.

Otro caso es el de **Italia**, donde el enfoque fue menos coercitivo y más colaborativo: se establecieron beneficios fiscales para los negocios que donan alimentos, reduciendo barreras logísticas y tributarias para facilitar las donaciones. Esta estrategia ha permitido aumentar el volumen de alimentos recuperados sin imponer obligaciones legales estrictas, mostrando una alternativa viable para países que buscan incentivar antes que imponer.

¿Quién está haciendo un buen trabajo para combatir el desperdicio?

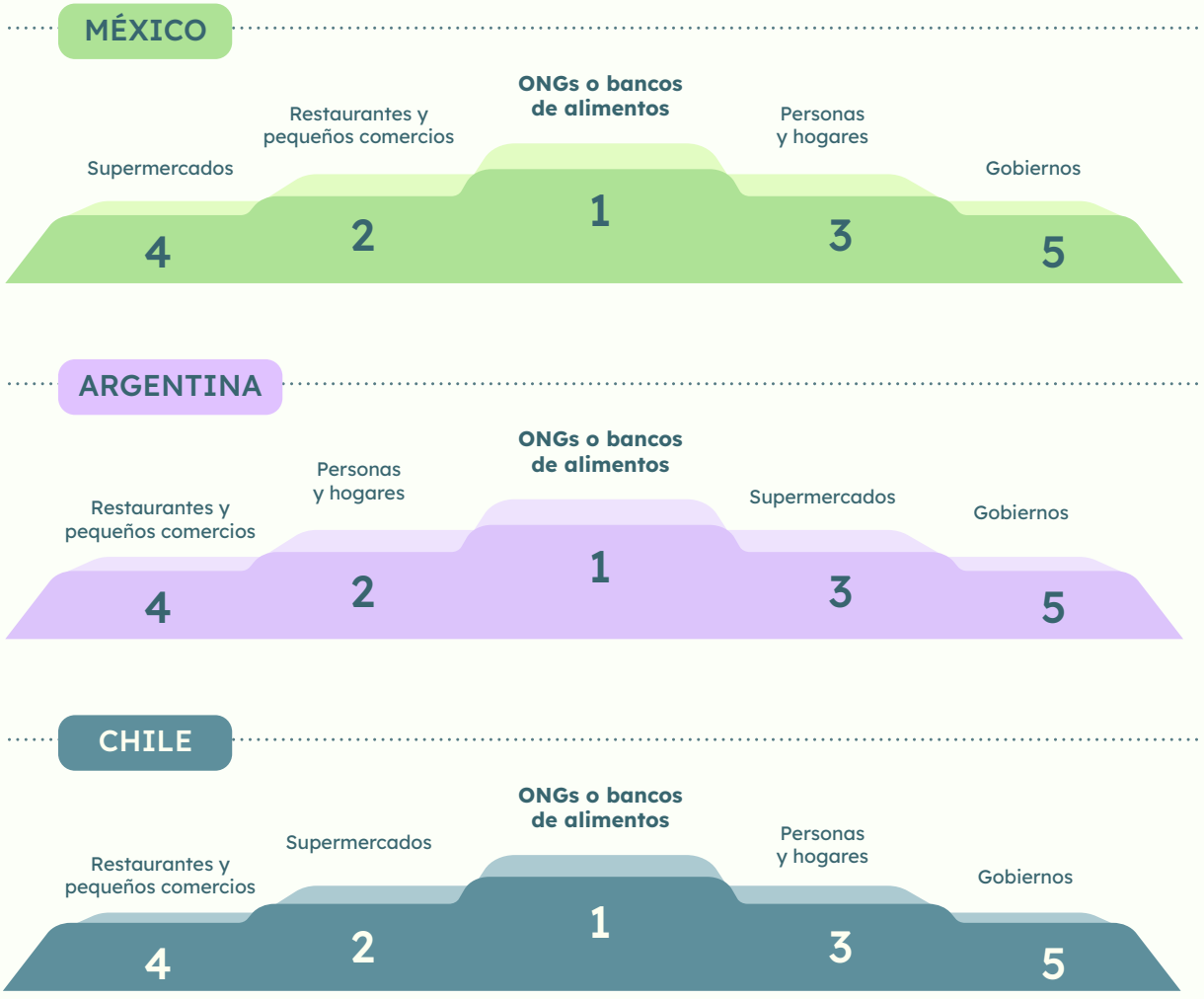
Cuando se pregunta quién está actuando de forma efectiva para reducir el desperdicio de alimentos, emergen brechas claras entre la percepción de distintos actores. En Argentina, las organizaciones de la sociedad civil como ONGs y bancos de alimentos son las mejor valoradas, mientras que los gobiernos ocupan el último lugar. Esta diferencia sugiere que la ciudadanía percibe que la respuesta al problema está siendo liderada desde abajo, pero que hace falta un acompañamiento más decidido desde lo institucional y lo empresarial.

GLOBAL



En Chile y Argentina, además del gobierno, los restaurantes y pequeños comercios son percibidos como actores con margen de mejora. En México, en cambio, además del gobierno, son los supermercados quienes tienen la peor percepción pública respecto a su compromiso con el combate al desperdicio. Esto contrasta con la imagen más positiva que los supermercados mantienen en los otros dos países.





Una observación relevante: aunque el gobierno no está bien evaluado, tampoco aparece como el actor que más involucrado debería estar en la solución, cuando se les pregunta a las personas sobre quiénes deberían asumir la responsabilidad principal. Esto sugiere una especie de resignación colectiva: como si la ciudadanía no esperara un liderazgo real del gobierno en esta materia, y depositara más bien sus esperanzas en la acción de empresas, comercios y la sociedad civil organizada.

Las personas creen que los gobiernos y supermercados son quienes deberían liderar la reducción del desperdicio, pero no siempre los perciben como quienes efectivamente lo están haciendo bien. Esta diferencia entre “responsabilidad asignada” y “percepción de esfuerzo” puede ser clave para las estrategias de comunicación y política pública.

Marcas que destacan… o están ausentes

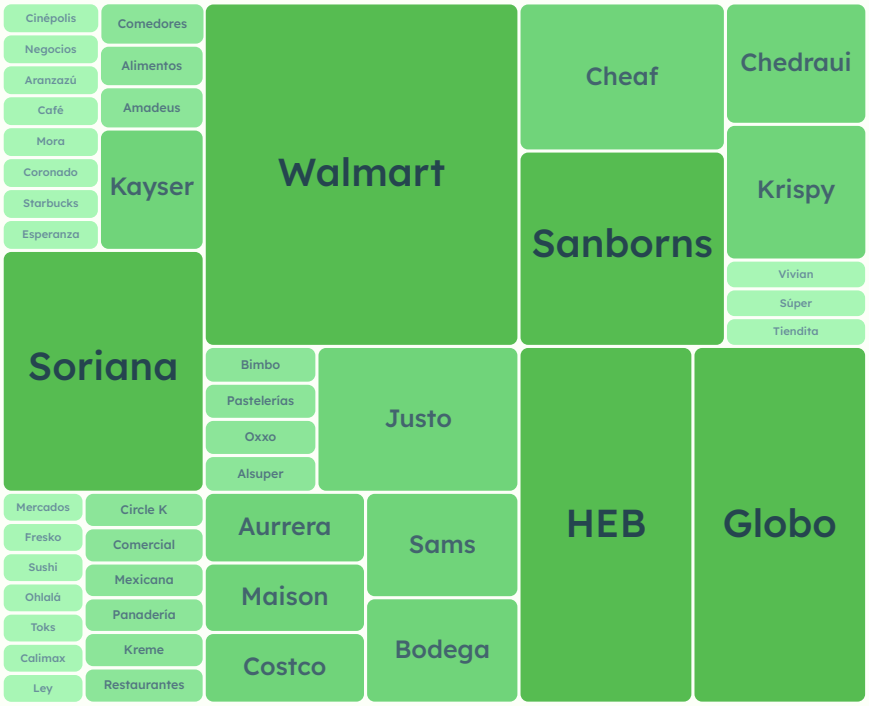
La pregunta final de este bloque permitió a las personas mencionar marcas, supermercados, tiendas o restaurantes que consideran que tienen buenas prácticas contra el desperdicio de alimentos.

¿Quiénes fueron los actores más mencionados a nivel general?

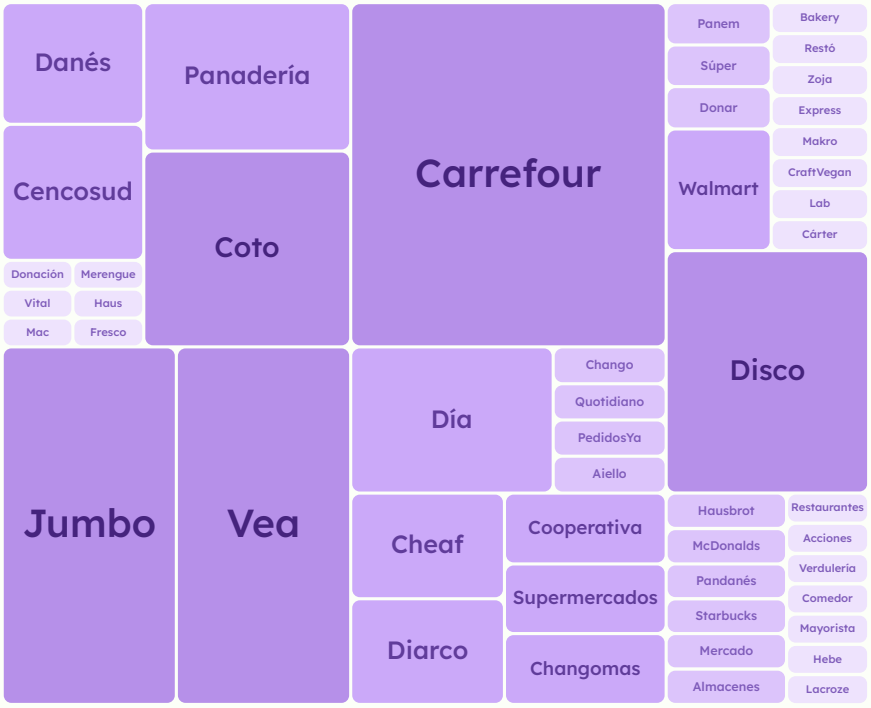


¿Y por país?

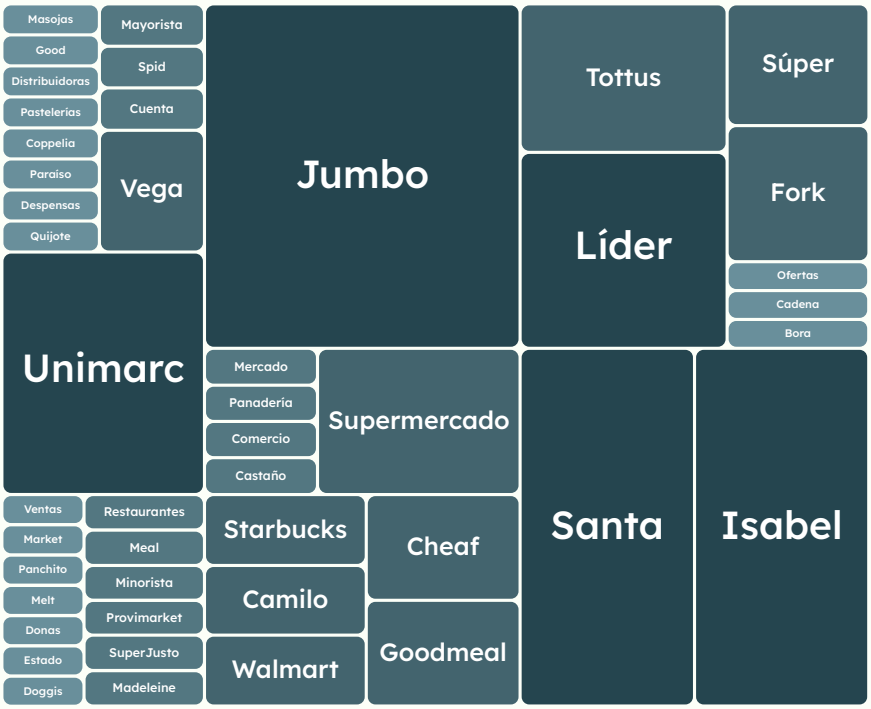
MÉXICO



ARGENTINA



CHILE



Estas menciones espontáneas reflejan reconocimiento, pero también visibilidad. Que una marca aparezca frecuentemente puede ser visto como un indicador de notoriedad, pero también como una oportunidad para profundizar su compromiso, visibilizar buenas prácticas o sumar nuevas alianzas.

Asimismo, la baja mención de algunos actores puede interpretarse como una oportunidad de posicionamiento y construcción de reputación. La visibilidad no es sólo una consecuencia de las acciones; también puede ser una palanca para el cambio.

Conclusiones

El desperdicio de alimentos es un desafío complejo que atraviesa lo ambiental, lo social y lo económico. Los hallazgos de este informe muestran que, aunque la conciencia sobre el problema está creciendo en México, Chile y Argentina, aún existe una brecha importante entre el conocimiento y la acción.

En los hogares, la mayor parte del desperdicio ocurre por causas evitables como la falta de planificación, cocinar más de lo necesario o no aprovechar los alimentos a tiempo. Esto confirma que el cambio de hábitos cotidianos —con apoyo de información práctica y constante— puede tener un impacto significativo.

En el sector retail, las personas encuestadas lo perciben como el principal actor con capacidad de liderar soluciones. Sin embargo, reconocemos que muchas empresas ya están implementando medidas importantes para reducir el desperdicio, desde la optimización de inventarios hasta alianzas con bancos de alimentos o aplicaciones de rescate. El reto está en visibilizar estos esfuerzos, comunicar sus resultados y escalarlos para lograr un cambio sistémico.

La baja familiaridad con leyes y regulaciones, incluso en países que ya cuentan con ellas, sugiere que es tan importante fortalecer los marcos normativos como comunicar de manera efectiva lo que ya existe. La ciudadanía ha demostrado apertura a medidas más firmes, lo que abre la puerta a políticas que combinen incentivos y obligaciones para todos los actores de la cadena alimentaria.

En conjunto, los datos nos muestran un escenario con grandes retos, pero también con oportunidades claras:

- Transformar la preocupación en acciones concretas, visibles y sostenidas.
- Impulsar una cultura del aprovechamiento desde los hogares.
- Posicionar al retail y a las empresas como aliados clave y referentes en la lucha contra el desperdicio.
- Promover regulaciones que apoyen y reconozcan el esfuerzo de quienes ya están actuando.

En Cheaf creemos que rescatar comida es rescatar recursos, tiempo y dignidad. Este informe nos reafirma que la solución no es una utopía: existe, funciona y depende de la colaboración entre consumidores, empresas y gobiernos. El momento para actuar es ahora, y el cambio empieza por cada decisión que tomamos para que nada que pueda alimentar, termine en la basura.



Metodología

Este informe regional fue construido a partir de los resultados de una encuesta realizada por Cheaf durante el segundo trimestre de 2025. El estudio tuvo como objetivo explorar la percepción, hábitos y nivel de conciencia de las personas usuarias y no usuarias de la aplicación en torno al desperdicio de alimentos en tres países: México, Chile y Argentina.

En total, se recopilaron 5,858 respuestas válidas provenientes de tres países de América Latina: México (2,247), Argentina (2,154) y Chile (1,457).

El perfil de los participantes abarcó tanto a usuarios actuales de la plataforma Cheaf, como a personas que aún no forman parte de la comunidad, lo que permitió enriquecer los hallazgos con miradas diversas: desde quienes ya están familiarizados con el rescate de alimentos hasta quienes observan el fenómeno desde fuera.

Las personas usuarias de Cheaf recibieron el cuestionario por correo electrónico. Para los no usuarios, la encuesta fue distribuida a través de redes sociales.

Datos demográficos regionales

¿En qué país vives actualmente?

38.3%
México

36.8%
Argentina

24.9%
Chile

¿Cuál es tu edad?

0.4%
Menos de 18 años

4.6%
18 a 25 años

13.6%
26 a 35 años

19.5%
36 a 45 años

33%
46 a 60 años

28.9%
Más de 60 años

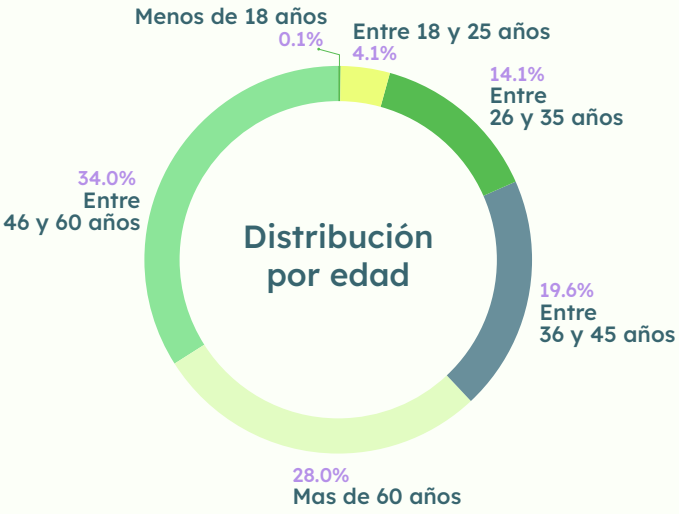
¿Con qué género te identificas?

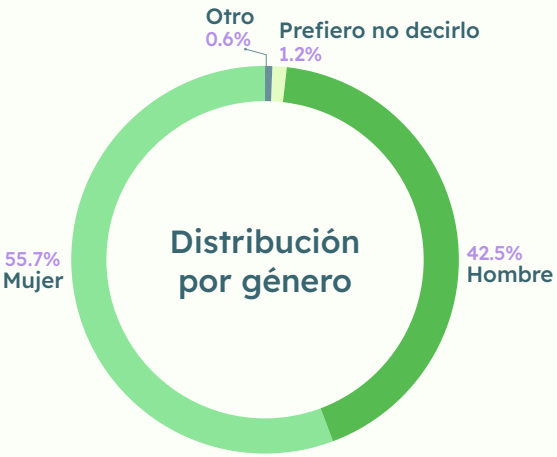
68.7%
Mujer

30.2%
Hombre

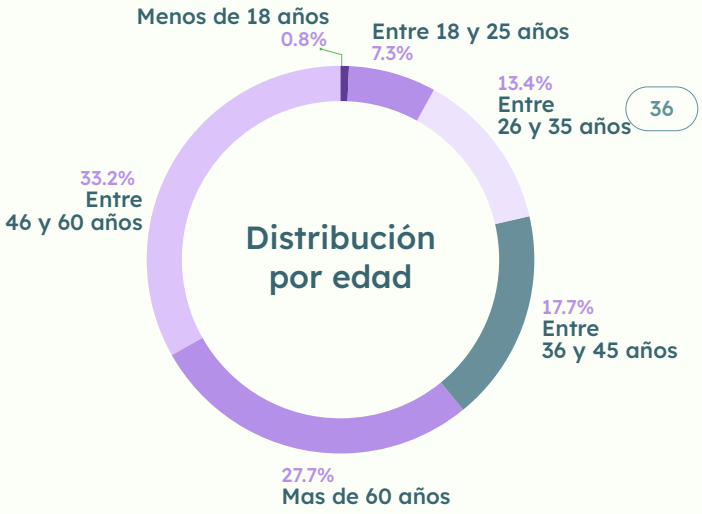
1%
Otro /
Prefiero no decir

MÉXICO



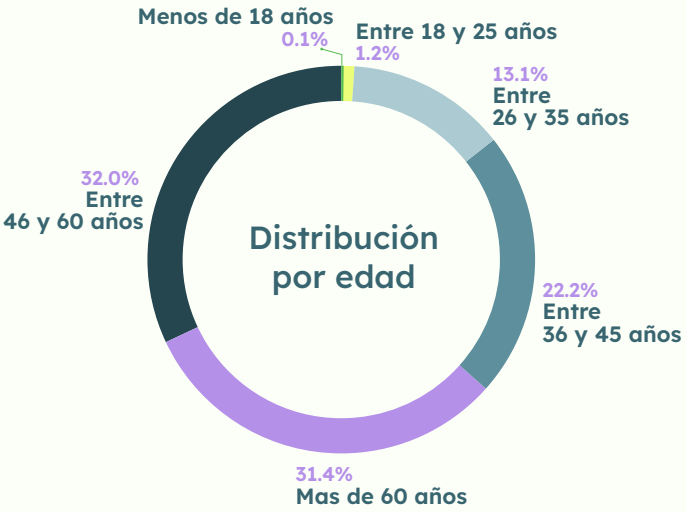


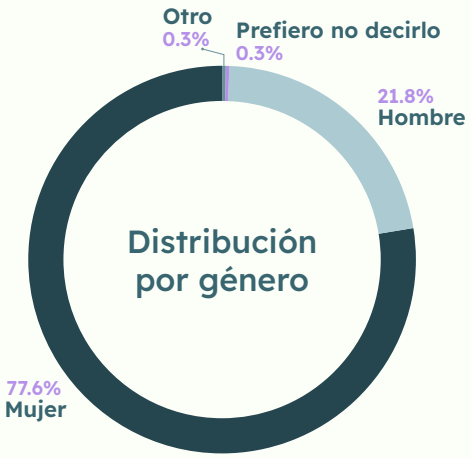
ARGENTINA





CHILE





El formulario incluyó preguntas cerradas, escalas de percepción, rankings, y preguntas abiertas para capturar tanto datos cuantitativos como cualitativos. Las respuestas fueron anonimizadas y analizadas con base en patrones de consumo, conciencia ambiental, percepción de responsabilidad institucional y disposición al cambio.

Este documento forma parte de una estrategia más amplia de Cheaf para visibilizar el problema del desperdicio de alimentos, identificar oportunidades de mejora, generar alianzas y abonar a un sistema alimentario más justo y sostenible para todas las personas en América Latina.



cheaf

ENCUESTA REGIONAL SOBRE

Percepción de desperdicio de alimentos

2025

Fecha de levantamiento de datos: Julio 2025.

Países participantes: México, Chile, Argentina.

Las resultados presentados en este documento reflejan exclusivamente la perspectiva de las personas encuestadas y/o de los columnistas invitados. No necesariamente representan la postura oficial de la organización que impulsó esta publicación.

