
Grupo de Trabajo sobre Desperdicio de Alimentos de América Latina y el Caribe 2023 del PNUMA

Taller 2: Programas de Cambio de Comportamiento del Consumidor

31 de Agosto de 2023

Clementine O'Connor

Tomas Declercq

Milagros Solá

Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente

Hamish Forbes

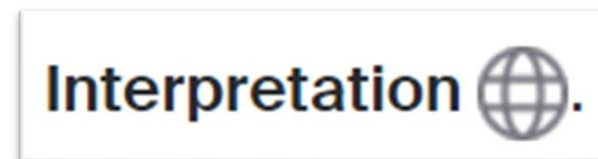
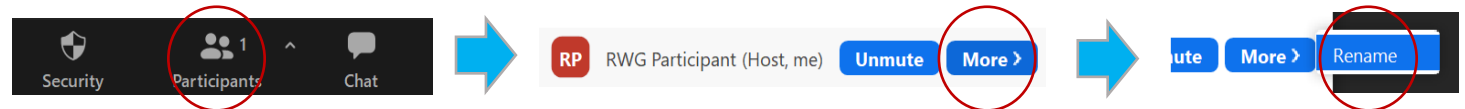
Helen White

Eloise Peacock

WRAP

PAUTAS PARA LA REUNIÓN

- Por favor, silencie el micrófono cuando alguien más esté presentando o hablando. Por favor, ¡reactive su micrófono para discusiones y preguntas!
- Cambie su nombre en Zoom para incluir su **país** (por ejemplo, Joe Bloggs – Reino Unido)
- Estamos grabando
- Si tiene dificultades técnicas, póngase en contacto con **Project Admin Team**
- Para la traducción, haga clic en 'Interpretación'



Agenda

Section
Introducción & Pautas para la reunión
Palabras de Apertura - Adriana Zacarias, Jefa de Oportunidades Globales para los Objetivos de Desarrollo Sostenible (GO4SDGs)
Introducción a la Tarea sobre la Estrategia de Desperdicio de Alimentos + COP28
Paso 1: Establecer el contexto
Paso 2: Identificar oportunidades
Encuesta
Paso 3: Intervenir
Orador invitado
Paso 3 continuación (Servicio de comidas)
Paso 4: Escala
Preguntas finales y conclusión



Tarea de la Estrategia Nacional de Desperdicio de Alimentos

National Strategy and Action Plan to Combat Food Waste

Version in accordance with the Resolution of the Council of Ministers No. 46/201 published in the Portuguese Official Journal (*Diário da República*), 1st series, no. April 27, 2018



CNCDA | Comissão Nacional de Combate ao Desperdício Alimentar
CNCDA | National Commission for Combating Food Waste



A Food Loss and Waste Strategy for Canada

NATIONAL ZERO WASTE COUNCIL



NATIONAL FOOD WASTE STRATEGY

HALVING AUSTRALIA'S FOOD WASTE BY 2030

November 2017



Rialtas na hÉireann
Government of Ireland

Ireland's National Food Waste Prevention Roadmap 2023-2025



National Strategy for Food Waste Reduction

bmel.de



Tarea de la Estrategia Nacional de Desperdicio de Alimentos



National Food Waste Reduction Strategy Template

Following on from the first series of Regional Working Groups that aimed to support nations to create actionable plans to for food waste measurement to report against SDG 12.3.1, the present series focuses on delivering food waste reductions.

To fully benefit from participating in the workshop series, participants are invited to complete the following document, with the aim to guide participants in developing a National Food Waste Strategy.

Please follow the template below. The questions presented show key information you want to capture. If you do not have data which could inform this in your country, expert judgement between Regional Working Group participants will be sufficient to start, though you should think about how evidence gaps can be filled. For additional guidance, including prompts for each section relevant to the workshop series, please see 'National Food Waste Reduction Strategy Outline Guidance Document'.

Context and background

- What is known about food waste in your country?
- What political objectives or targets exist around food waste?
- How does FLW prevention and waste management contribute to other social, economic and environmental objectives?
- What has been done so far? See [Germany's Food Waste strategy](#) 'Ongoing work' (page 9)

Session 1: Public Private Partnerships

Reducing retail and Supply chain waste:

- What role can a Public Private Partnership have – is it appropriate in your context?
- Are there any public private partnerships in place that connect manufacturers, suppliers and retailers in the food industry? What about existing trade associations who help coordinate businesses?
- Who are the main supply chain actors to target for future PPPs? Which sectors are vertically integrated?
- What role do you envisage government playing in a PPP? Can government facilitate action?
- What role might regulation play? Can it help facilitate industry action?

Reducing food service waste

- Think about the food service sector in your country, who are the big actors? How can they be engaged? Is a PPP a suitable approach?
- Are there any trade associations that could be engaged in a PPP? Particularly relevant for small, independent organisations.
- Is there an opportunity for best practice in public procurement? (Food served in schools, hospitals, government offices etc.)

Reducing consumer/household waste:

- How is household food waste impacted by retailer/manufacturer practices? Could a PPP be used to tackle these waste generating practices?
- Think about labelling, packaging size etc. as examples of where business actions could be impacting consumer food waste.

Effectively managing the wastes which do arise:

- Could a PPP allow the food waste hierarchy to be embedded into manufacturer/retailer practices?
- How could a PPP support redistribution of surpluses? Can collaboration be used to overcome barriers to food waste redistribution?
- Could a PPP support/fund waste treatment?



COP28: ¿Quién va?

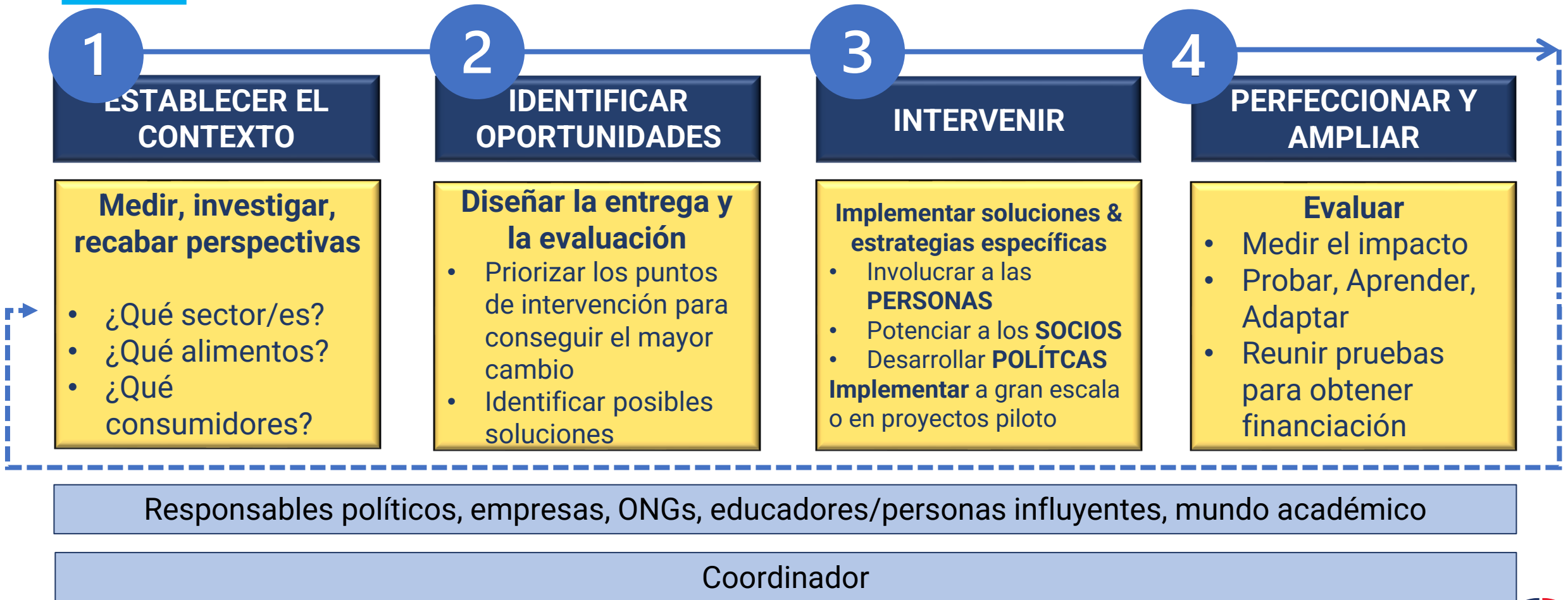


COP²⁸
UAE

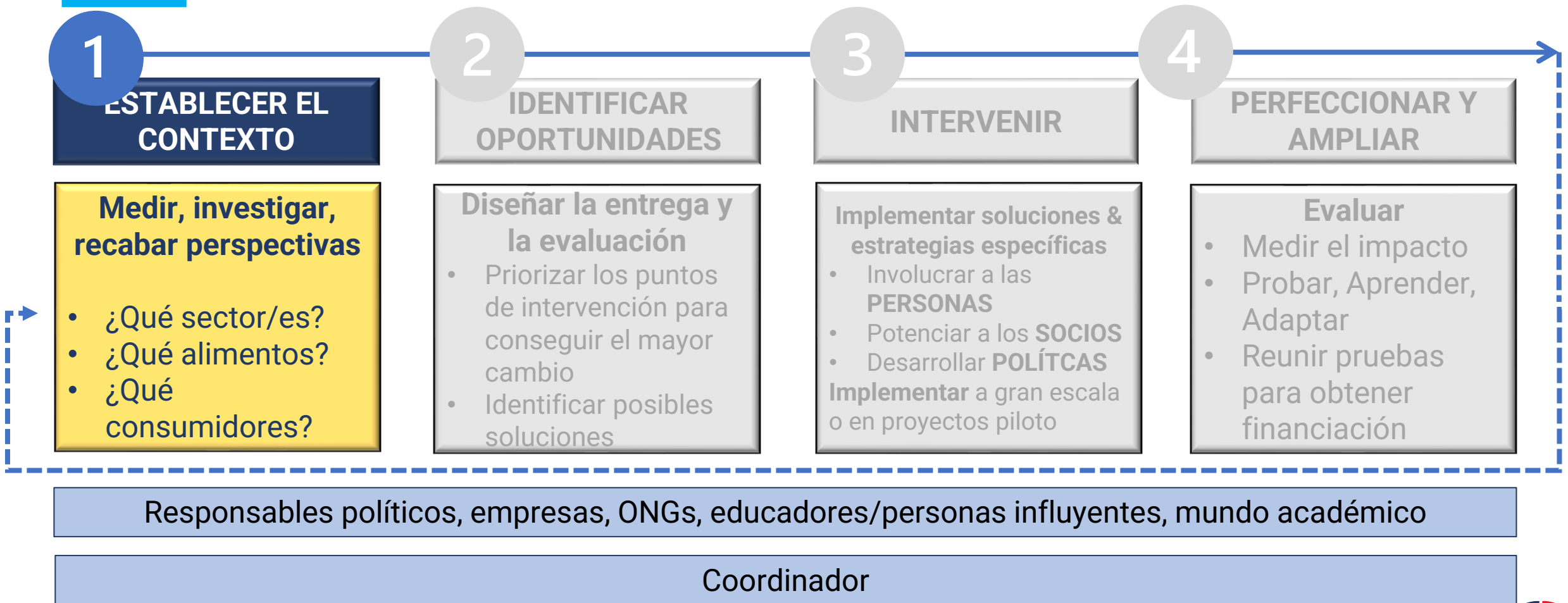


**Cambio de
comportamiento de los
consumidores:
El proceso...**

Desarrollo de un programa de cambio de comportamiento de consumidores



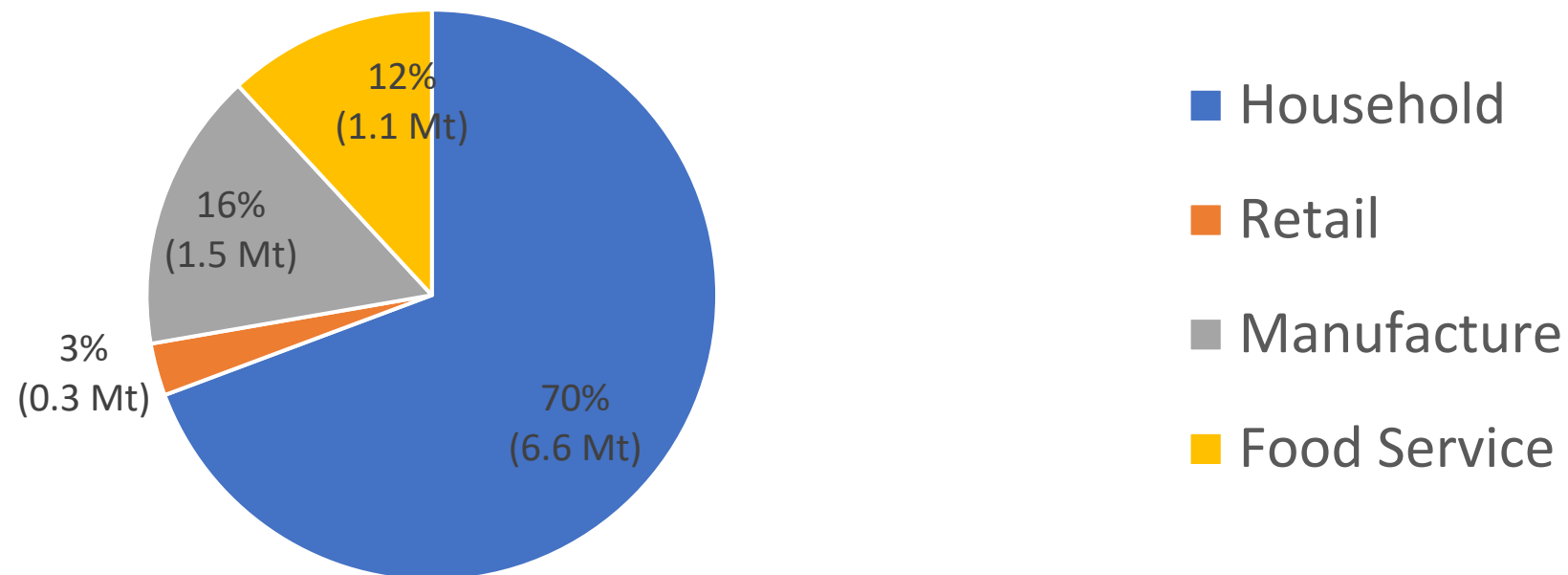
Paso 1: Establecer el contexto



Medir, investigar, recabar perspectivas



¿Qué sector/es?

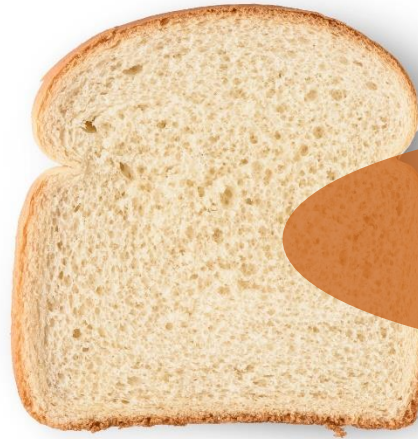


Cantidades totales de desperdicios alimentarios generados en el Reino Unido por sectores (total después de la explotación agrícola = aprox. 9,5 Mt)

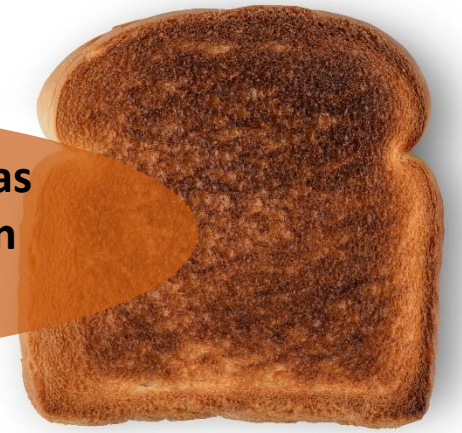


¿Qué alimentos?

1. Patata (fresca)
2. Pan
3. Leche
4. Comidas (caseras y preparadas)
5. Bebidas gaseosas
6. Zumo de frutas y batidos
7. Cerdo / jamón / tocino
8. Aves (pollo, pavo, pato)
9. Zanahorias (frescas)
10. Patatas (procesadas)



20 millones de rebanadas enteras de pan se tiran todos los días en los hogares del Reino Unido.



3,1 millones de vasos de leche se desechan en los hogares del Reino Unido cada día.

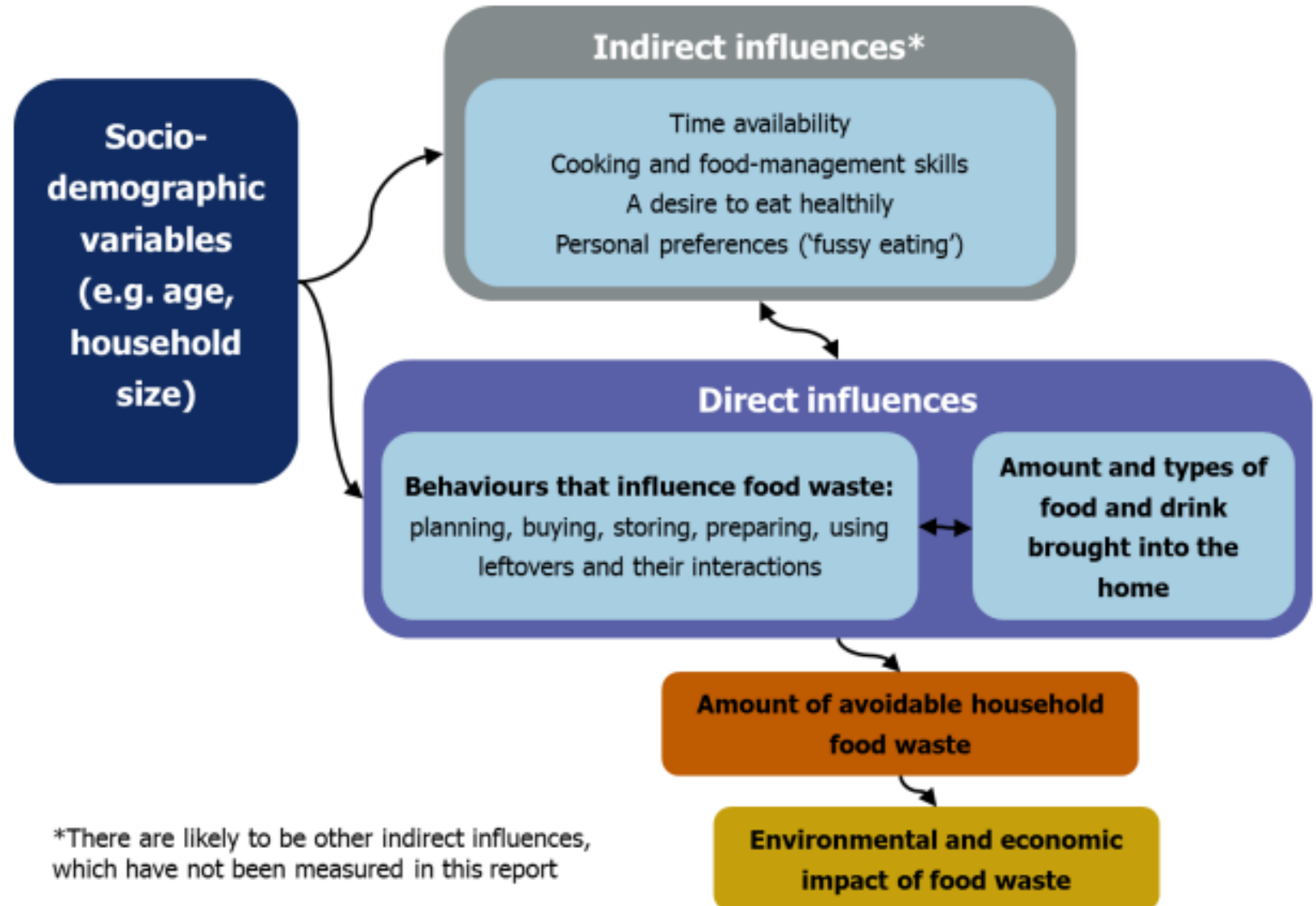


Cada día se tiran 4,4 millones de patatas enteras en el Reino Unido



Complejidad del comportamiento del consumidor

El desperdicio de alimentos es el resultado de varios comportamientos diferentes. Los comportamientos suelen ser habituales y emocionales.



¿Qué consumidores?

Recopile información sobre sus consumidores a través de...



Perspectivas ciudadanas

- ¿Cómo compra la gente? ¿Dónde, con qué frecuencia?
- ¿Cómo almacena e interactúa la gente con los alimentos en casa?
- ¿Qué normas o valores determinan la forma en que la gente interactúa con los alimentos?
- ¿Cómo difieren estas cosas entre los distintos grupos? (Regional, ingresos, religioso, etc.)



Desperdicio de alimentos

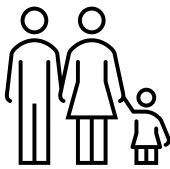
- ¿Qué alimentos? ¿Cuánta cantidad?
- ¿Qué sector(es)?
- ¿Qué consumidores?



Segmentación



Considerar la **demografía, la socioeconomía y los valores**



¿Es urbano o rural?
¿Tipo/tamaño de vivienda? ¿Piso, casa, chalet, granja, barrio marginal?



¿Hogar familiar? ¿Casa compartida?
¿Habitación individual?
¿Número de ocupantes?



¿Edad(es) de los ocupantes?
¿Género(s) de los ocupantes?
¿Comen juntos o por separado?
¿Grupo(s) de ingresos?



¿Pensamientos y valores? (Religión, política, ambiente)

Perspectiva basada en valores



<https://i2insights.org/2022/05/10/schwarz-theory-of-basic-values/>

<https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2022.106442>



Puntos clave: Paso 1, Establecer el contexto

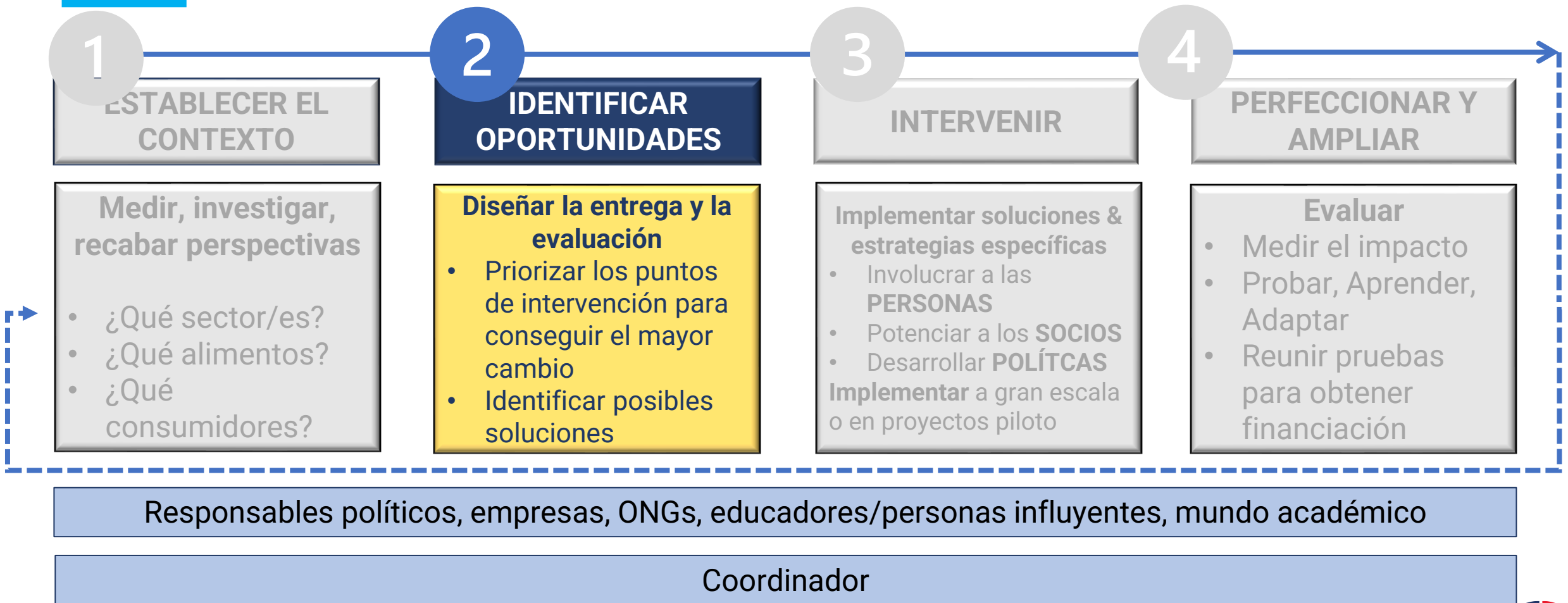
Llevar a cabo investigaciones para comprender

- Sectores clave que generan desperdicio de alimentos en su país (medición)
- Principales tipos de alimentos desperdiciados (diarios o análisis de la composición de los residuos).
- Comportamientos, prácticas y dinámicas importantes para el problema (investigación cualitativa).
- Alcance de los comportamientos, actitudes y conocimientos pertinentes (investigación cuantitativa)
- Diferencias entre grupos de población (por ejemplo, segmentación).

Información recopilada que se utilizará en el paso 2: "identificación de oportunidades".



Paso 2: Identificar oportunidades



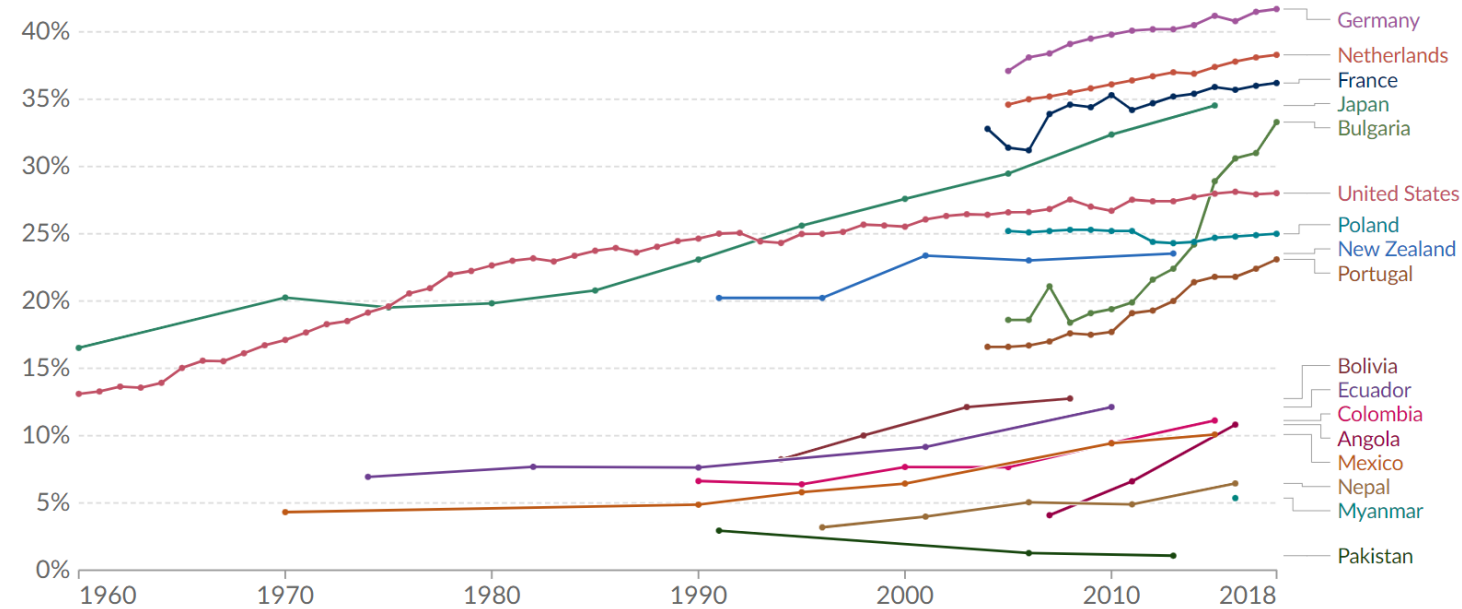
**Comprender cómo el
entorno minorista
alimenta los
comportamientos de
despilfarro**

Compre lo que necesite

El entorno del comercio minorista puede influir significativamente en el desperdicio doméstico de alimentos.

No poder comprar la cantidad adecuada para el tamaño del hogar es un factor importante.

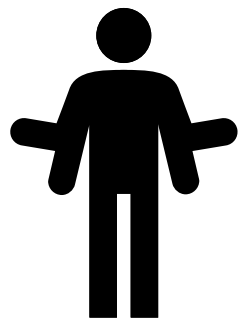
Porcentaje de hogares unipersonales, 1980-2018[\[Source\]](#)



Ejemplo: "compre lo que necesite" como un comportamiento deseado

Pero ¿qué pasa si necesitas un calabacín y se venden en paquetes de tres?

A veces, los objetivos de los minoristas pueden contradecir los objetivos de reducción del desperdicio de alimentos de los consumidores.



Entorno minorista

Comportamiento deseado:
Comprar lo que necesita



Convencer a otras organizaciones para que cambien



When to sell uncut fruit and vegetables loose;
Labelling to help people waste less food

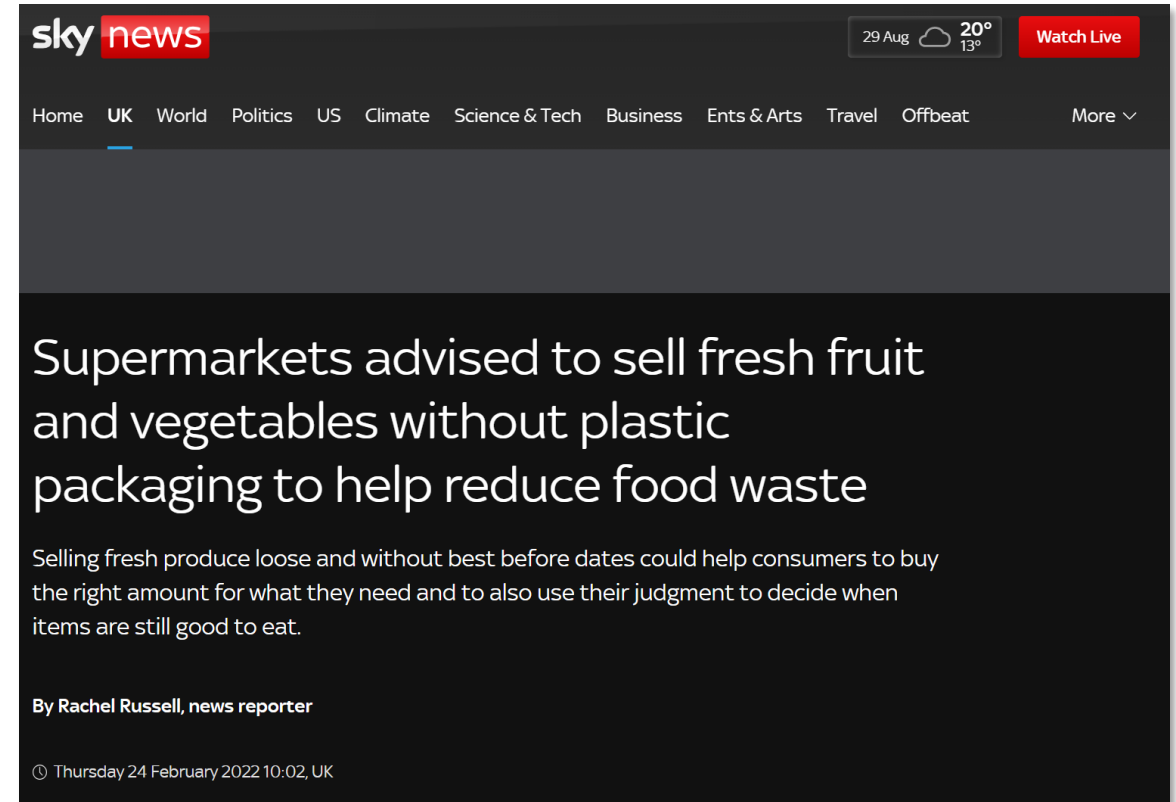
 Label better less waste

Tackling climate change and reducing consumer food waste through changes to products, pack, labels and the retail environment

Publication date November 2017, updated February 2023





sky news 29 Aug 20° 13° Watch Live

Home UK World Politics US Climate Science & Tech Business Ents & Arts Travel Offbeat More ▾

Supermarkets advised to sell fresh fruit and vegetables without plastic packaging to help reduce food waste

Selling fresh produce loose and without best before dates could help consumers to buy the right amount for what they need and to also use their judgment to decide when items are still good to eat.

By Rachel Russell, news reporter

🕒 Thursday 24 February 2022 10:02, UK



**El papel de la política en
el cambio de
comportamiento de los
consumidores**

La política desempeña un papel clave

- **No se puede legislar para un buen comportamiento, pero la política puede facilitarlo cambiando el entorno alimentario.**
 - Cómo se envasan y venden los productos;
 - Requisitos de seguridad y funcionamiento para las empresas;
 - Límites a determinados tipos de promociones (*etc.*)
- **La complejidad del comportamiento en materia de desperdicio de alimentos implica que los cambios políticos en otros ámbitos podrían repercutir en el desperdicio de alimentos.**
 - Legislación sobre residuos -> tasas/prohibiciones de vertederos o pagos por la recogida de residuos
 - Regulaciones del desarrollo urbano (normativa urbanística) -> cambios en la disponibilidad de tiendas / mercados -> posibles cambios en los hábitos de compra
 - Horas de trabajo, guarderías, etc. -> repercute en la disponibilidad de tiempo -> las limitaciones de tiempo suelen impulsar el desperdicio de alimentos (*etc.*)



Puntos clave: Paso 2, Identificar oportunidades

- Comprender qué cambios podrían reducir el desperdicio de alimentos. Podría incluir cambios en:

- El entorno del comercio minorista
- Las cocinas de los ciudadanos
- Disposición de los residuos
- Comportamientos específicos
- Otros elementos relacionados con la alimentación en el hogar

Determinar cómo podrían producirse estos cambios, incluyendo qué organizaciones y empresas son importantes para los cambios individuales.

Considerar la política, tiene un papel importante

Las soluciones desarrolladas aquí se aplican en el paso 3: "intervenir".



Encuesta

Paso 3: Intervenir

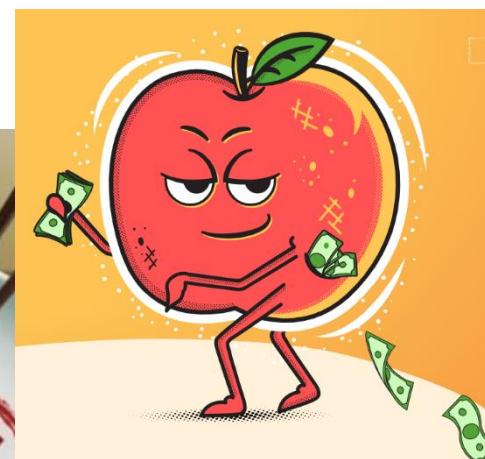


**Diseño de campañas e
intervenciones eficaces
para el cambio de
comportamiento**

Involucrar a las personas ...



Puesto en marcha en noviembre de 2007, cuando los niveles de desperdicios alimentarios domésticos en 2007 eran de 90 kg/persona/año. Estos niveles se redujeron un 24% de 2007 a 2018, lo que equivale a 68kg/persona/día.



Múltiples vías de mensajería: diferentes puntos de entrada

Impacto financiero



Learn how to reduce food waste at www.cgs.sg

Impacto ambiental



Emocional

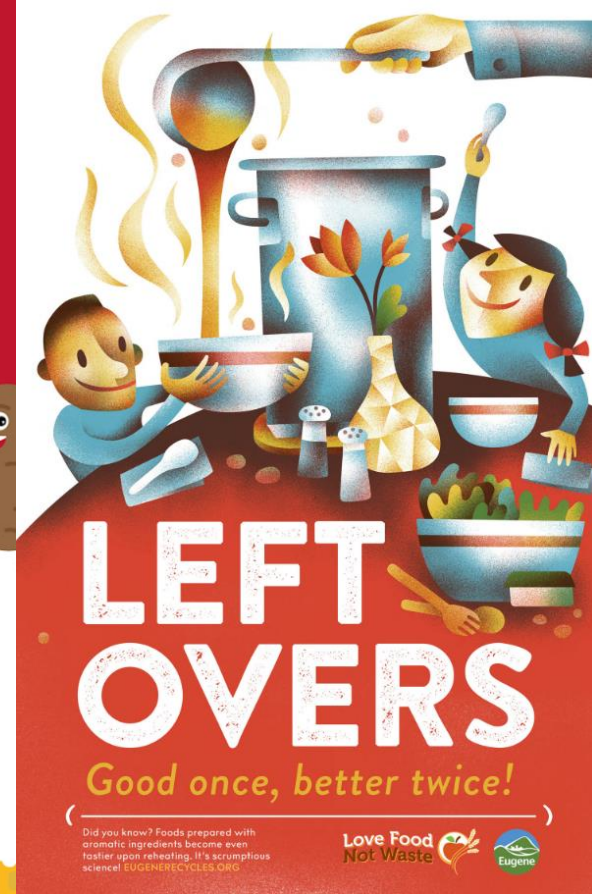
Food has feelings too

All food deserves to be loved. Plan your shopping list, use your freezer and get creative with leftovers.

Don't waste it.



Orientación de los comportamientos



Potenciar a los socios ...

Amplía tu marca...

LOVE
FOOD
hate waste
NEW ZEALAND

As a nation we waste \$1.17 billion a year on food that we buy
and then throw away uneaten



J'AIME
MANGER
pas gaspiller

EN 5 FAÇONS



Le chou

EN 5 FAÇONS

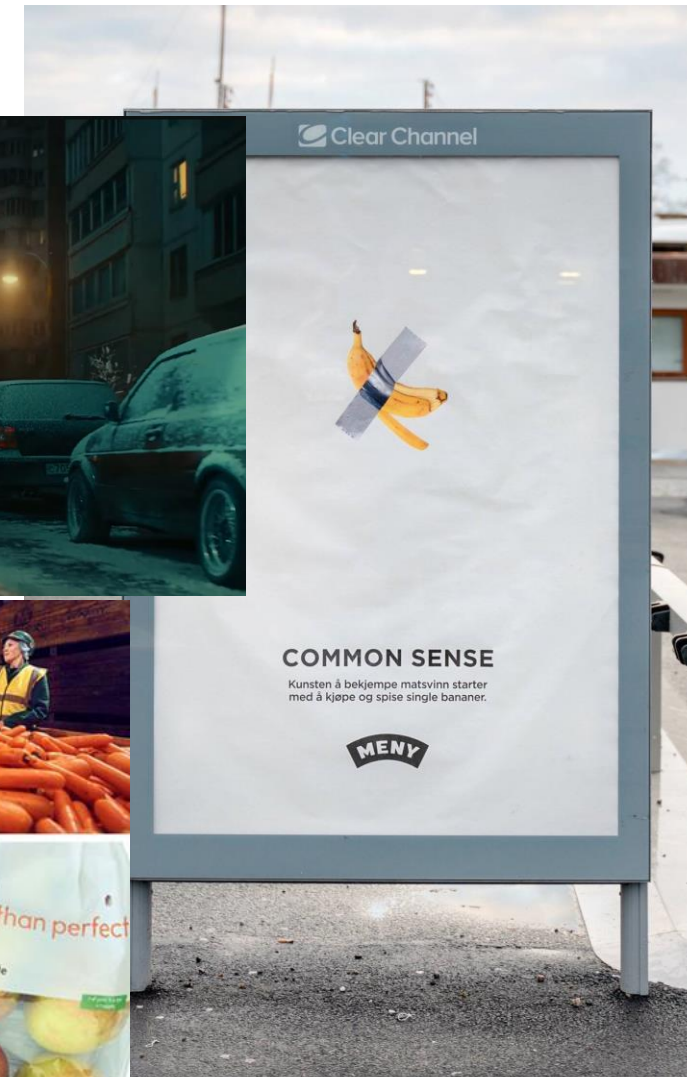


Le fromage

...o conseguir que las marcas
existentes hablen del desperdicio de
alimentos



Anuncio de Navidad de Ikea



Otras intervenciones para el cambio de comportamiento en el Reino Unido

Cómeme, Congélame



Etiqueta con fecha



Puntos clave: Paso 3, intervenir

- En esta sección y en la anterior hemos visto ejemplos de campañas, intervenciones y otras actividades para prevenir el desperdicio de alimentos.
- En ellos se ha estudiado cómo
 - Implicar a las personas
 - Movilizar a los socios
 - Desarrollar políticas

Las soluciones aplicadas se evalúan y se busca más financiación en el paso 4: "perfeccionar y ampliar".



Orador invitado

**Comprender y modificar
los comportamientos en
el Servicio de Comidas**

Investigación sobre actitudes en el Reino Unido

Según la [investigación](#) de WRAP:

- Casi la mitad afirma que el desperdicio de platos se debe al tamaño de las porciones
- El 15% de los platos principales se dejan sin comer
- A casi dos tercios de la gente le preocupa el desperdicio de comida, sobre todo por el dinero.
- Pero al mismo tiempo, una ración grande forma parte de la percepción de la "relación calidad-precio".

Figure 6. Implicit satisfaction with larger portions (Indeemo qualitative phase)



This was the remainder of my chips (and a little bit of bread!) - gorgeous but I was just full up! I wouldn't say the portion was too big [researcher emphasis], I think they are perfect there but I am sometimes a grazer so don't always eat a full meal! I would rate this 5/5.

Female, 48, Midlands, no children at home, eats out of home several times a week



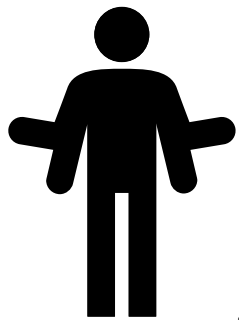
¿Qué pueden hacer los operadores de servicios de alimentos?

- **Ayudar a los clientes** a tomar decisiones más informadas
 - Información del menú: tamaño de las porciones, extras, guarniciones, acompañamientos
- Los **incentivos** conductuales pueden ayudar en algunos casos...
- ..pero depender demasiado de los ciudadanos para cambiar el comportamiento puede ser ineficaz
- Puede entrar en conflicto con las prácticas y los incentivos de la industria...



Contradicciones entre los objetivos empresariales y el desperdicio de alimentos

‘El “vender más” es una práctica habitual en el sector que puede fomentar el exceso de pedidos



El cliente quiere comprar la cantidad adecuada para su apetito



El restaurante que desea maximizar los ingresos por cliente



Ley de China de 2021

Combinación de iniciativas para empresas y consumidores

- 1) Mejorar la gestión interna
 - 2) Proporcionar información/orientación
 - 3) Mejorar la oferta, con un rango de tamaños de ración
 - 4) Mejorar el diseño de los menús para grupos
 - 5) Información y equipamiento en los buffets
- No fomentar el exceso de pedidos
 - Facilitar la información necesaria
 - Recompensas y castigos

Article 7 Catering service providers shall take the following measures to prevent food waste:

(1) establish sound food purchase, storage, and processing management systems, strengthen the vocational training of service personnel, and incorporate saving food and avoiding food waste into the training content;

(2) take the initiative to remind customers to prevent food waste, post or place anti-food waste signs in prominent locations, or have service staff give instructions or explanations to guide customers to order the right amount of food as needed;

(3) improve the quality of catering supply, make food in accordance with standards and specifications, reasonably determine quantities and portions, and provide different portion size options such as smaller portions;

(4) in case of group dining services, incorporate the concept of preventing food waste into the menu design, and prepare dishes and staples reasonably in accordance with the number of diners; and

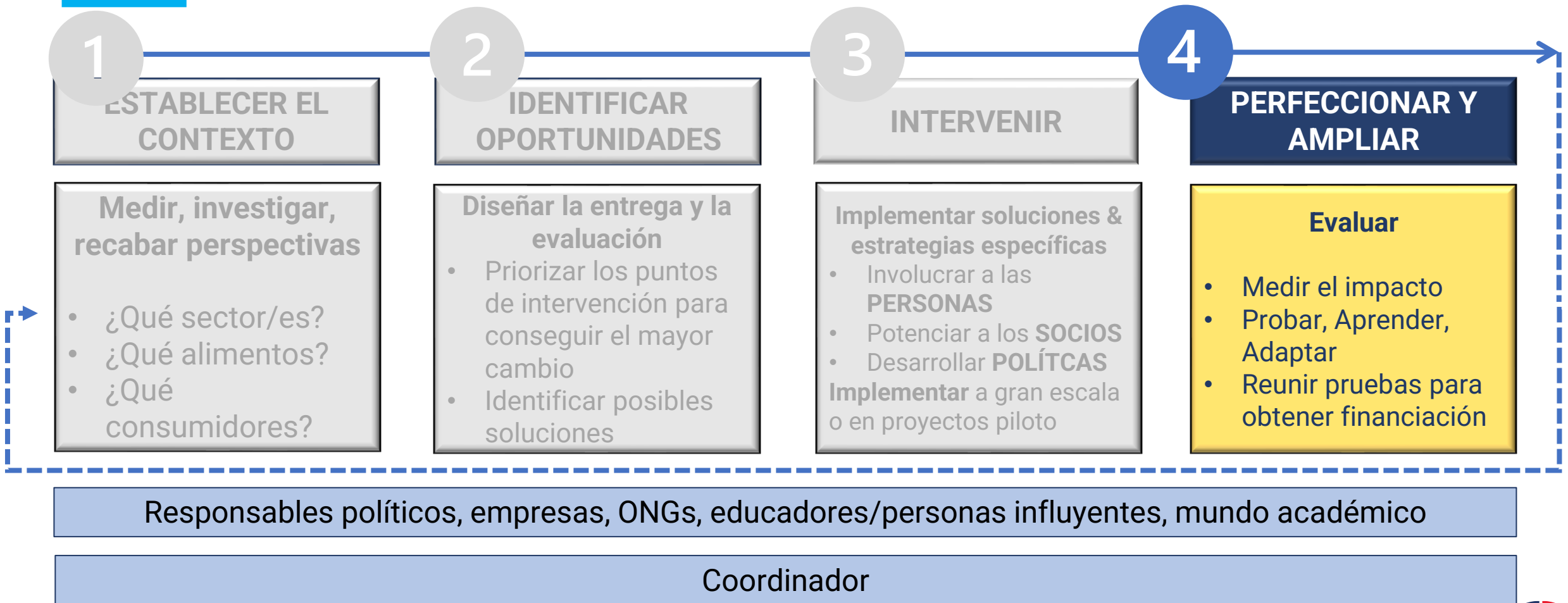
(5) in case of buffet services, take the initiative to inform diners of the consumption rules and requirements for preventing food waste, provide different sizes of tableware, and remind customers to take the appropriate amount of food.

Catering service operators shall not deceive or mislead diners to overorder.

Catering service operators may enrich the menu information by specifying food weight, the portion size, and recommended number of diners on the menu, give them ordering tips, and provide public spoons and chopsticks, and doggy bags as required.

Catering service operators may reward diners who participate in the Clean Plate Campaign; they may also charge customers who cause obvious waste the corresponding fees for handling food waste at clearly stated rates.

Paso 4: Escala



Distinción entre seguimiento y evaluación

- **Seguimiento:** medición del desperdicio de alimentos y/o seguimiento de otros cambios relevantes
 - Es importante hacer un seguimiento del desperdicio de alimentos a nivel nacional para comprobar si se están produciendo cambios positivos => véase el Índice de desperdicio de alimentos
- **Evaluación:** conocer si las intervenciones y políticas se están aplicando y el impacto que están teniendo.
- **Ambas son útiles**



Evaluación

- Las intervenciones se benefician de la evaluación:
 - Para comprender si las intervenciones se aplicaron según lo previsto
 - Si la intervención ha cambiado los comportamientos
 - Si se redujo el desperdicio de alimentos
- Como los sistemas alimentarios y el comportamiento humano son complejos, **podemos obtener resultados inesperados**
- Llevar a cabo una evaluación adecuada puede ayudar a comprender cómo **perfeccionar y mejorar** una intervención
- Las evaluaciones de impacto pueden **determinar cuánto desperdicio de alimentos se ha evitado**: esta información puede ayudar a desbloquear más financiación



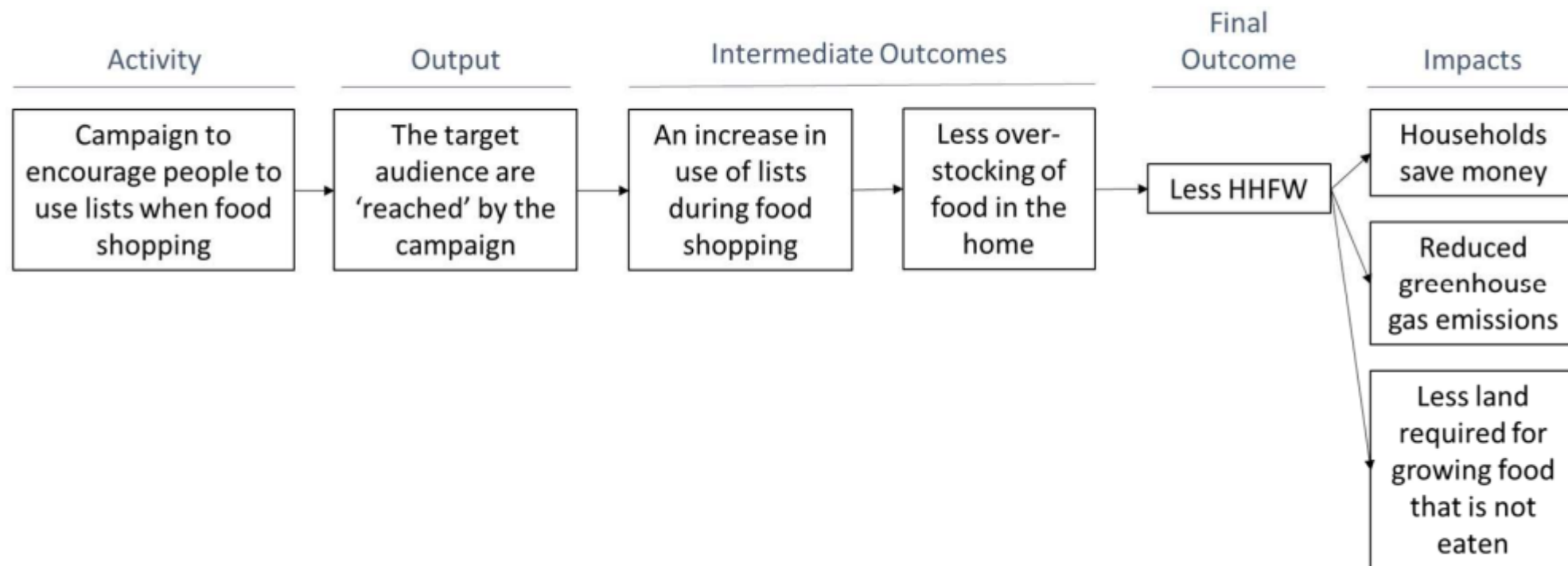
Seguimiento y evaluación - consejos

- Considerar el seguimiento y la evaluación **en el momento de desarrollar** una intervención, no después de aplicarla.
- Inclúyalo **dentro de sus planes** desde el principio
- Asigne una proporción adecuada del presupuesto total a la evaluación
- **Comprenda su intervención:**
 - ¿Cuáles son sus características?
 - ¿Sobre qué pretende influir?
 - ¿Cómo produce el cambio?
 - Cree un modelo lógico / teoría del cambio...



Desarrolle un modelo lógico para explicar cómo funciona su intervención

Figure 1: Hypothetical example of a logic model



Tipos de evaluación

- El tipo de evaluación dependerá de :
 - El tipo de intervención (por ejemplo, campaña, cambio en el entorno de venta al por menor)
 - A qué preguntas quiere que responda la evaluación
- Se recomienda considerar una evaluación de impacto:
 - ¿Ha reducido la intervención el desperdicio de alimentos?
 - Lo ideal sería medir el desperdicio de alimentos a lo largo de la intervención o durante el proyecto piloto.



Ventajas de una buena evaluación

- Comprender si su intervención ha provocado un cambio y la magnitud del mismo
 - => ayuda a **decidir si continuar, detener o rediseñar** la intervención
 - => permite **calcular el rendimiento de la inversión y / o la rentabilidad**
 - => **apoya la financiación futura**
- Comprensión de por qué la intervención produjo cambios (o no los produjo)
 - => ayuda a **mejorar la intervención**



Financiación y generación de contenidos

- Financiación mixta: financiación directa y ayuda en especie

Financiación directa

Gobiernos
nacionales / locales

Ayuda internacional /
financiación del
desarrollo

Trusts and foundations

Walmart  org



FEED



Ayuda en especie

Patrocinadores y socios

Las empresas pueden ofrecer apoyo financiero a las campañas nacionales, pero también pueden aprovechar sus propios recursos y bases de consumidores para campañas e intervenciones.



Apoyo ciudadano

Sensibilizar ->

Crear un movimiento ->

Líderes comunitarios, chefs, blogueros y personas influyentes difunden información y consejos



Puntos clave: Paso 4: Perfeccionar y a

La evaluación puede proporcionar:

- Comprensión de si una intervención o estrategia redujo el desperdicio de alimentos de la población
- Información para perfeccionar la intervención o estrategia
- Pruebas para convencer a otros de que adopten intervenciones eficaces

La financiación es crucial para el éxito:

- Existen diversas fuentes de financiación
- La financiación puede ser monetaria o en especie
- Los financiadores tienen objetivos diferentes, por lo que puede ser necesario un planteamiento diferente del problema.



Enfoque estratégico del cambio de comportamiento de los ciudadanos

- El Reino Unido ha aprendido mucho en el viaje **en los últimos 15 años...**
- La participación ciudadana y la sensibilización son importantes, pero deben **combinarse con cambios sistémicos** que modifiquen el sistema o el entorno.

No se limite a *pedir* a los ciudadanos que se comporten "bien" en un mundo que lo hace difícil...

...empodérelas, para que el sistema facilite esas elecciones.

- Menos actividades, **más impactantes:**
 - Cómo se envasan y venden los alimentos,
 - Cómo se relacionan los restaurantes con sus clientes,
 - Infraestructura de residuos disponible para hogares y empresas, etc.



