

Congreso Nacional del Medio Ambiente  
Madrid del 26 al 29 de noviembre de 2018

## **Psicología del consumidor y sostenibilidad ambiental. Un estudio del desperdicio y reciclaje de yogures**

**Benjamín Sierra Díez**  
*Departamento de Psicología Básica*  
*Universidad Autónoma de Madrid*





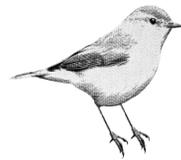
## SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL: UN RETO GLOBAL QUE EXIGE EL ESFUERZO DE MÚLTIPLES AGENTES PARA LOGRARLO

### Programa:

*Retos de Innovación de Alto impacto social Universidad Autónoma de Madrid-Carrefour para la minimización del desperdicio alimentario*

### Proyecto Universidad Autónoma de Madrid-DANONE:

*Factores relacionados con el desperdicio y reciclaje de yogures en los hogares españoles*



#### Organizaciones colaboradoras:

- Danone
- Carrefour
- Universidad Autónoma de Madrid



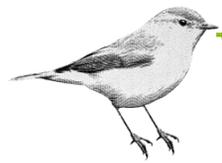


## SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL: EL PESO DE LOS DESECHOS DE ALIMENTOS

Cada año, **gran cantidad de alimentos** disponibles para el consumo humano **se desperdician en las diferentes fases de la cadena de distribución y suministro** (Block et al., 2016)

En Europa y EE.UU. de Norteamérica **se desperdicia entre 1/4 y 1/3 del total de los alimentos producidos** (FAO, 2011).

**“El consumo sostenible** *simultáneamente optimiza las consecuencias medioambientales, sociales y económicas del consumo con el propósito de satisfacer las necesidades de las generaciones actuales y de las futuras”* (Luchs et al. 2011)

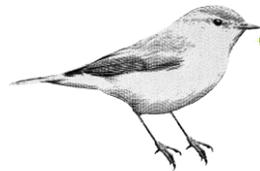
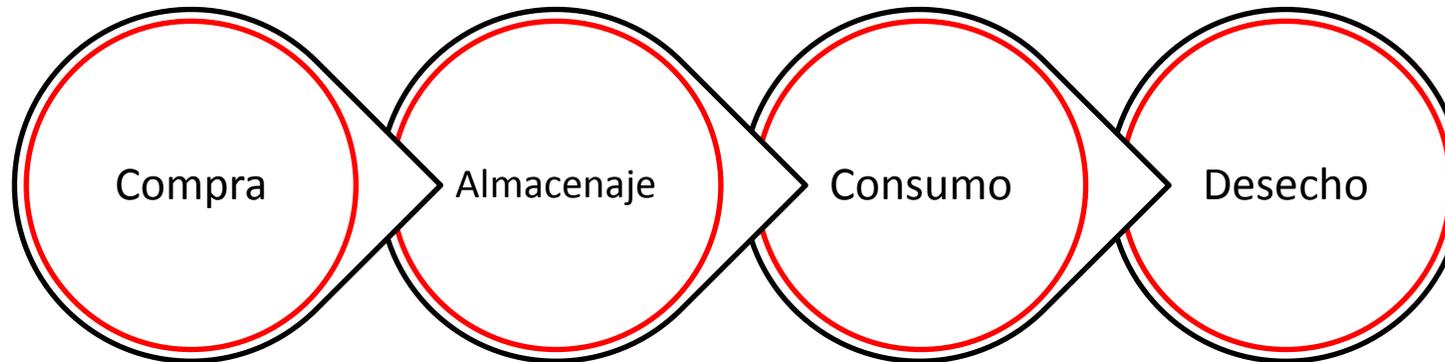


**El consumo actual de alimentos no favorece la sostenibilidad ambiental**



## SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL: EL PROTAGONISMO DEL CONSUMIDOR

**Aprox. el 50 % del desperdicio alimenticio se genera en los momentos en los que el consumidor interactúa con los productos:** en EE.UU. un 60% (Griffin et al., 2009) y en la UE 50% (EPRS, 2014)



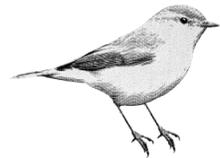
**El consumo individual, es una las causa importantes de la degradación ambiental y del agotamiento de recursos (European Enviroment Agency, 2005)**



## RETO AMBIENTAL: MINIMIZAR EL DESPERDICIO DE ALIMENTOS

### Margen de mejora:

Se podría reducir hasta un **60% del desperdicio**, interviniendo en algunos de los momentos en los que los consumidores interactúan con los productos y toman decisiones de consumo (Informe WRAP, 2009)



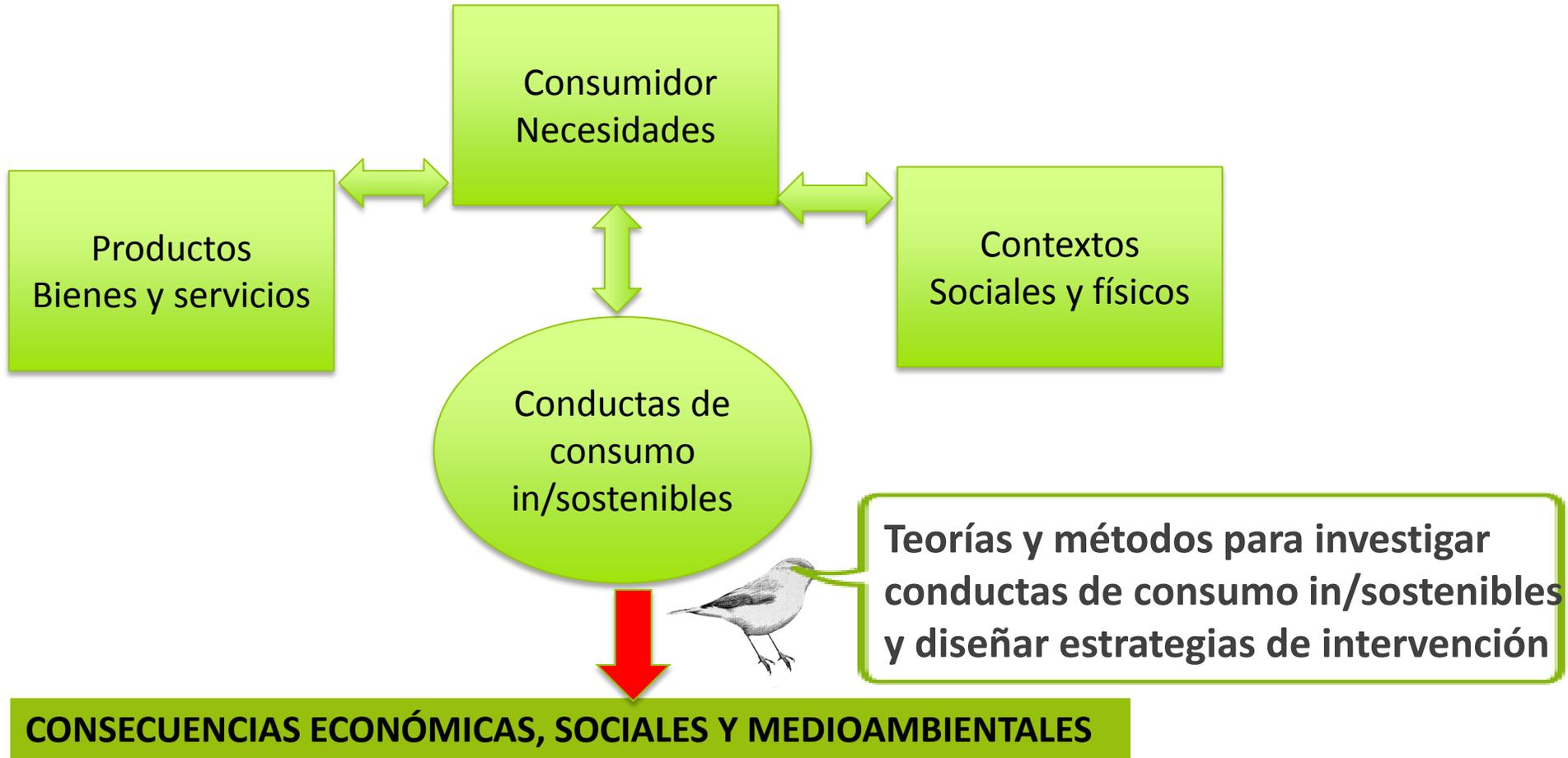
**¿CÓMO CONSEGUIR QUE LOS CONSUMIDORES MINIMICEN EL DESPERDICIO DE ALIMENTOS?**

### Un requisito ESENCIAL:

Conocer **qué factores determinan las conductas individuales de desecho** y comprender **cómo operan en cada momento** del proceso de toma de decisiones sobre el producto (Aschemann-Witzel et al., 2015)



# PSICOLOGÍA DEL CONSUMIDOR: UN MARCO PARA AFRONTAR EL RETO

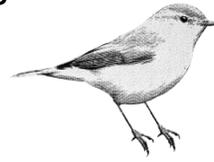




UN CASO: ESTUDIO DEL DESPERDICIO Y RECICLAJE DE YOGURES

**Factores psicológicos del consumidor**

- Motivacionales
- Emocionales
- Cognitivos
- Conductas



**OBJETIVO**  
**¿QUÉ FACTORES PREDICEN EL DESPERDICIO Y RECICLAJE DE YOGURES?**

**Factores del Producto:**

- Intrínsecos: Ingredientes y *Fecha de caducidad*
- Extrínsecos: *Envase y empaquetado...*

**Factores Situacionales (Sociales):**

- Comerciales: *Promociones*
- Grupales: *Normas y presión de los grupos de referencia...*



Compra



Almacenaje



Consumo



Desechos  
Desperdicio  
y reciclaje



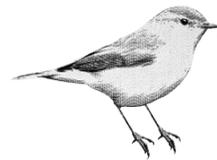
## RESULTADOS (I): INDICADOR DE DESPERDICIO DE YOGURES

Media de yogures tirados a la basura sin comer o sin abrir, tal como se compraron, por hogar:

**0,27 yogures/hogar/semana.**

Lo que equivalente a  
**33,75 g./hogar/semana**

**el 58% dice no tirar ningún yogur (N = 601)**



**1,75 Kg/hogar/año, resultado  
semejante al del estudio del MAPAMA  
2017: 1,68 kg/hogar/año**



## RESULTADOS (II): ACTITUDES HACIA EL DESPERDICIO DE ALIMENTOS

### Intenciones de evitar el desperdicio de alimentos:

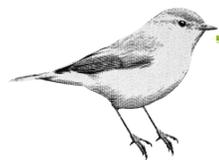
*Procurar aprovechar todas las sobras* ( $\beta = -0,172$ ;  $t = -4.27$ ;  $p < .001$ )

**Explica el 3% de la varianza** ( $F = 18,22$ ;  $p < .001$ )

### Creencias sobre el desperdicio de alimentos:

*la inmoralidad que supone desperdiciar alimentos, cuando otros se mueren de hambre* ( $\beta = -0,120$ ;  $t = -2,96$ ;  $p = .003$ )

**Explica el 1,4% de la varianza** ( $F = 8,76$ ;  $p = .003$ )



La formación de actitudes generales hacia la evitación de desperdicios son necesaria, pero insuficientes para predecir conductas concretas de consumo in/sostenible en un contexto



## RESULTADOS (III): MOMENTO DE LA COMPRA

### **Consumidor**

*Tengo la sensación de que en mi casa se compran más yogures de los que se necesitan ( $\beta = 0,189$ ;  $t = 4.2$ ;  $p = .001$ )*

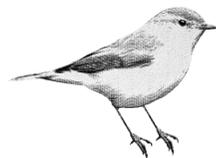
### **Producto:**

*Compra de packs con yogures de distintos sabores ( $\beta = 0,185$ ;  $t = 4.1$ ;  $p = .001$ )*

### **Asociados a situacional:**

*Hábito de comprar las promociones, aunque compre más de lo necesario*

**Explica el 11% de la variabilidad** ( $F=35,28$ ;  $p<0,001$ )



**El bajo autocontrol del consumidor en la interacción con el producto y el contexto de compra predicen el desperdicio de yogures**



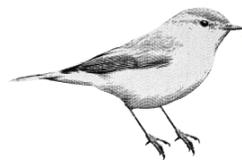
## RESULTADOS (IV): MOMENTO ALMECENAJE Y CONSERVACIÓN

### **Consumidor:**

*Los que **organizan los yogures en el frigorífico, teniendo en cuenta la fecha de caducidad**, desperdician menos ( $\beta = -0,129$ ;  $t = -3.17$ ;  $p = .002$ )*

*Se crea cierto malestar cuando **se incumplen las normas de conservación de los productos**, desperdician más yogures ( $\beta = 0,084$ ;  $t = 2.06$ ;  $p = .03$ ).*

**Explican 2,1% de la varianza** ( $F = 8,81$ ;  $p = .03$ )



**In/cumplimiento (autorregulación) de las prescripciones técnicas de conservación de los alimentos y presión del grupo familiar**



## RESULTADOS (V): MOMENTO DEL CONSUMO

### **Predisposición a consumir los yogures caducados:**

*Tolerancia a la fecha de caducidad ( $\beta = -0,143$ ;  $t = -2.8$ ;  $p = .005$ )*

*Hábito de consumir yogures caducados ( $\beta = -0,138$ ;  $t = -2.73$ ;  $p = .007$ )*

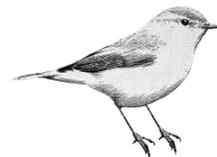
### **Aspecto deteriorado de los envases y del producto:**

*Da reparo consumir yogures que presentan algún tipo de deterioro ( $\beta=0,099$ ;  $t = 2.52$ ;  $p < .001$ )*

### **La eficacia para evitar que los yogures se pasen de fecha:**

*Es fácil que los yogures se os pasen de fecha ( $\beta=0,275$ ;  $t = 7.25$ ;  $p = .001$ ) .*

**Explican un 15% de la varianza** ( $F = 26,74$ ;  $p = .001$ )



**Capacidades, cognitivas y emocionales, para gestionar riesgos percibidos en las características del producto: fecha de caducidad y aspecto del producto.**



## RESULTADOS (VI): MOMENTO DEL DESECHO

### Conservación de los yogures caducados:

*Tener yogures caducados en la nevera ( $\beta = -0,366$ ;  $t = 5.59$ ;  $p < .001$ )*

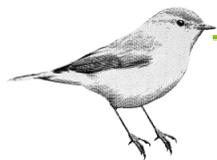
### Dificultad para cumplir normas de reciclaje y el escaso hábito de reciclaje:

*Es difícil cumplir las normas de clasificación y reciclaje de desechos ( $\beta=0,112$ ;  $t = 2.87$ ;  $p = .004$ ) y, una vez caducado, se tiran directamente a la basura (no reciclan) ( $\beta = 0,279$ ;  $t = 7.13$ ;  $p < .001$ )*

### Presión emocional que puede ejercer el grupo familiar:

*Los que reconocen que se crea cierto malestar en su casa cuando se tiran productos a la basura ( $\beta = -0,098$ ;  $t = 2.59$ ;  $p = .01$ ).*

**Explican el 16% de la varianza.** ( $F = 22,89$ ;  $p = .001$ )

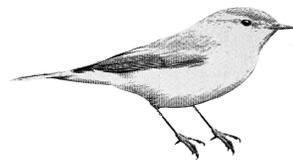


**Desconocimiento de las normas de reciclaje, bajo control, escaso hábito de reciclar y la presión del grupo familiar**



## CONCLUSIONES:

- El desperdicio y reciclaje de yogures está relacionado con el peso que un conjunto de factores del consumidor, del producto y situacionales tiene en cada uno de los momentos de interacción con el producto.
- El conjunto de factores que mejor predicen el desperdicio de yogures difiere de un momento a otro.
- Un mismo factor puede desencadenar reacciones que, según el momento de la interacción, en unos casos incrementan y en otros disminuyen el desperdicio de yogures (ej.: fecha de caducidad).

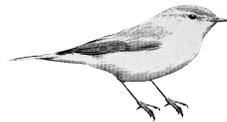


**Se puede inferir un déficit motivacional por escenario:  
a) bajo control (autorregulación) de la conducta para evitar el desperdicio y b) consumir teniendo como meta minimizar el desperdicio**

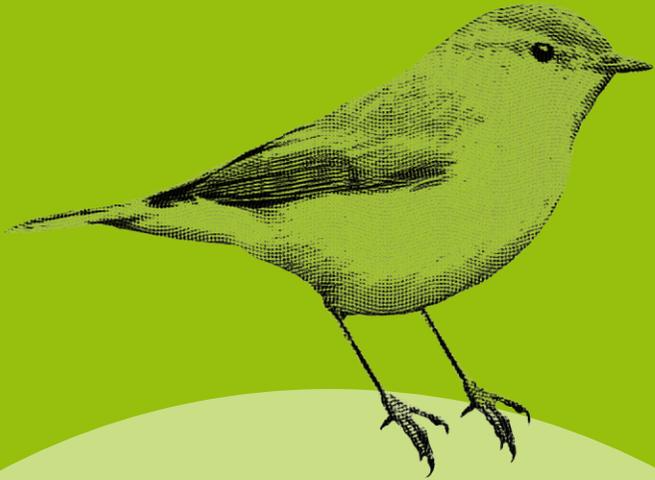


**PRESCRIPCIÓN:**

**Otro consumo de alimentos es posible.....**



**En la medida en que las conductas de consumo conlleven la meta, implícita o explícita, de minimizar el desperdicio (de alimentos) en los diferentes escenarios en los que se interactúan con los productos**



¡Gracias por  
su Atención!