

## ESTILOS DE VIDA Y PERCEPCIÓN DE LA SOSTENIBILIDAD POR LOS CONSUMIDORES ESPAÑOLES

Mesías<sup>1</sup>, F.J., Fernández<sup>1</sup>, J.A., Escribano<sup>2</sup>, M., Gaspar<sup>1</sup>. P. y Horrillo<sup>1</sup>, A.

<sup>1</sup>Escuela de Ingenierías Agrarias – Universidad de Extremadura; Avda. Adolfo Suárez, s/n – 06007 Badajoz. <sup>2</sup>Facultad de Veterinaria- Universidad de Extremadura; Avd. de la Universidad s/n – 10003 Cáceres; fjmesias@unex.es

### INTRODUCCIÓN

La sostenibilidad es un concepto complejo, difícil de definir y de ser entendido por los ciudadanos. No obstante, el concepto puede ser clave para distintos sectores, como la producción ganadera extensiva, donde la forma de producción, íntimamente ligada a la sostenibilidad y persistencia de los ecosistemas, puede convertirse en un elemento de competitividad en los mercados (Briggeman y Lusk, 2011). Dada esta complejidad, este estudio pretende ayudar a comprender como es la percepción de la sostenibilidad por los consumidores y como la clasificación en base a sus estilos de vida pueden ayudar a entender el concepto.

### MATERIAL Y MÉTODOS

En este trabajo, se utilizaron técnicas proyectivas (asociación de palabras y free listing) para analizar cuál es el significado de la sostenibilidad para los consumidores. La recogida de datos se ha llevado a cabo por medio de un cuestionario elaborado en Google Forms a 162 consumidores. Se realizó un análisis de conglomerados para identificar subgrupos homogéneos de consumidores en función de sus estilos de vida, y que podrían mostrar diferentes percepciones hacia la sostenibilidad. Los cálculos se realizaron con el módulo Clúster del paquete estadístico IBM SPSS, usando el procedimiento k-means.

### RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Los resultados mostraron tres grupos: El clúster 1 presenta las mayores puntuaciones para las variables relacionadas con el reciclaje, el desplazamiento por medios no contaminantes, la preocupación por el procesado de los alimentos, y el bienestar animal. Es el grupo con mayor porcentaje de mujeres, con las rentas más bajas y compradoras ocasionales de alimentos. El clúster 2 es el que ha otorgado las mayores puntuaciones a todas las variables relacionadas con la preocupación por la salud, la alimentación y la producción respetuosa con el medio ambiente. Son además consumidores con rentas medias-altas y que dedican tiempo a cocinar y les gusta probar nuevos platos. Finalmente, el clúster 3 es el único en el que los hombres son mayoría y muestra para todas las variables puntuaciones inferiores a la media y en general, las menores de los tres grupos, podría decirse pues que son consumidores indiferentes. Una de las diferencias más significativas entre los tres grupos viene en la identificación de alimentos que, para los encuestados, están producidos de forma sostenible. Así, en el clúster 1 un 37% de las menciones se corresponden con productos de origen animal, porcentaje que baja en el clúster 2 al 31% y que se sitúa tan solo en el 23% para los consumidores indiferentes. Los productos más identificados son huevos (ecológicos), carne de cerdo y lácteos.

### CONCLUSIÓN

Como conclusión se puede indicar que según el estilo de vida de los encuestados nos permitieron identificar tres grupos de consumidores diferenciados, encontrándose que, aunque en todos los casos la asociación de sostenibilidad con medio ambiente era la más relevante, aquellos segmentos con preocupaciones por el medio ambiente, el reciclaje, la salud y la alimentación, sí que eran conscientes de la complejidad que conlleva el término sostenibilidad, lo que se reflejaba también en una superior identificación de alimentos sostenibles de origen animal. A pesar del relevante papel que juega la salud en la elección de alimentos, no se ha observado una asociación con el concepto de sostenibilidad, no relacionándose por ello la producción sostenible de alimentos con sistemas productivos menos intensivos y tradicionales, como los de ganadería extensiva. Finalmente, se puede destacar la asociación de la producción sostenible con la ecológica, resultado ya encontrado por otros autores (Sazvar *et al.*, 2018), donde los huevos ecológicos han sido uno de los conceptos más mencionados.

### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Briggeman, B. 2011. Eur. Rev. Agri. Econ. 38, 1-29. • Sazvar, Z., 2018. J. Clean. Prod. 194, 564-583.

**Agradecimientos:** Los autores agradecen la ayuda prestada por la Junta de Extremadura y los Fondos FEDER (Ayuda a grupos de investigación GR18098) que han hecho posible esta investigación y la participación en este congreso.