

Preferencias de compra del consumidor asociadas a la sustentabilidad

SITUACIÓN PROBLEMA

Crisis medioambiental y sustentabilidad son tópicos que se han instalado de forma permanente en nuestro diario vivir, como un imperativo a nuestra conducta que nos obliga a replantear el rol que jugamos como seres humanos que tienen el deber de dejar un legado a las futuras generaciones.

En la actualidad hemos observado un aumento en la incorporación al mercado de productos que están relacionados con el cuidado del medio ambiente, ya sea por su envasado o composición. De ahí que nos nace el cuestionamiento ¿Cómo reaccionan los consumidores frente a esta nueva gama de productos? ¿Son de sus preferencias? ¿Qué variables influyen en la decisión de compra?

METODOLOGÍA

Se construyó una encuesta que fue validada por expertos la cual se aplicó a través de una muestra no probabilística por conveniencia a un total de 418 personas de Chile.

Las variables a considerar para el trabajo investigativo son:



Para el análisis de los datos consideraremos los siguientes gráficos:

- Circulares
- De Barras
- De Columnas
- De Líneas

OBJETIVO GENERAL

Evaluar el comportamiento de consumo de los habitantes residentes en Chile, respecto a la decisión de compra de productos "sustentables/reutilizables", según sexo, edad, precio y apariencia.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Describir el sexo, edad, elección por precio y elección por apariencia de los consumidores chilenos, objeto de estudio.

Determinar el nivel de preferencia de los productos de carácter ecológico por parte de los consumidores chilenos.

Identificar la elección de productos que tengan un impacto en el medio ambiente de acuerdo con el sexo y edad.

RESULTADOS

Gráfico 1. Distribución porcentual "Sexo de los consumidores chilenos" n=418

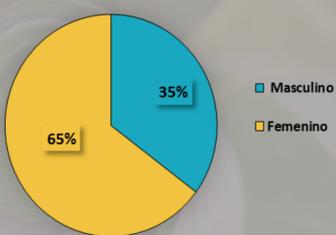


Gráfico 2. Distribución porcentual "Edad de los consumidores encuestados" n=418

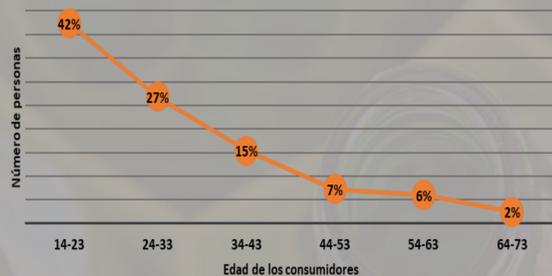


Gráfico 3. "N° de consumidores que escogieron productos por gusto/apariencia" n = 418

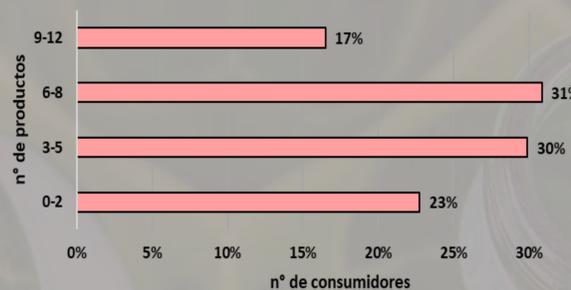
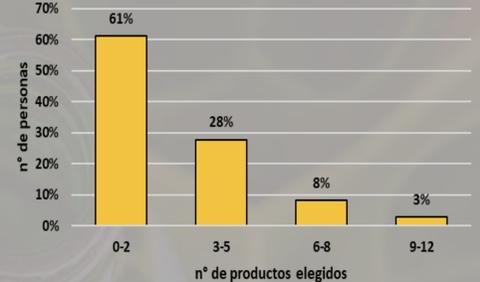


Gráfico 4. "N° de consumidores que eligieron productos por precio" n = 418



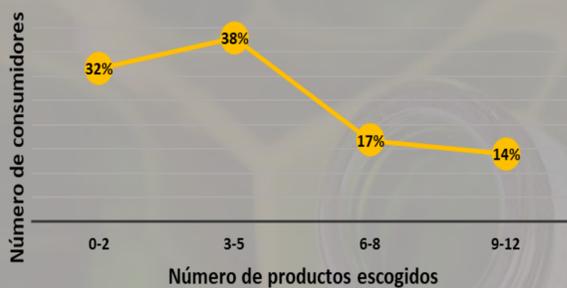
De la totalidad de personas que respondieron la encuesta:

271 (65%) son de sexo femenino, y 147 (35%) de sexo masculino (véase gráfico 1), y en su mayoría (289 personas) se encuentran entre 14 y 33 años (69% véase gráfico 2).

En Resumen, del gráfico 1 se logra apreciar una evidente mayoría de población femenina en contraposición con la masculina.

198 (48%) eligieron a lo menos 6 productos y 220 (53%) entre 0 y 5 productos, en ambos casos por gusto o apariencia de un total de 12. (véase gráfico 3). A su vez, del gráfico n°4, 256 (61%) eligieron a lo más 2 productos por precio de un total 12, por el contrario, tan solo 12 personas (3%) seleccionaron entre 9 y 12 productos por la misma razón, observándose una tendencia decreciente entre el número de personas y la cantidad de productos seleccionados por precio.

Gráfico 5. Distribución porcentual "Consumidores chilenos que prefieren productos de carácter ecológico" n=418



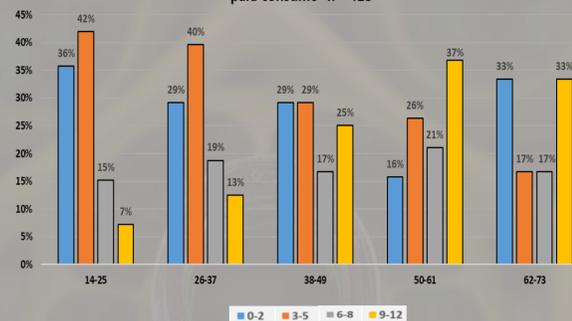
128 (30,5%) consumidores residentes en Chile prefieren 6 o más productos de carácter ecológico de un total de 12.

290 (69,37%) consumidores residentes en Chile tienen menor inclinación de compra hacia productos de carácter ecológico.

En promedio las personas prefieren 4,5 productos de carácter ecológico presentando estas preferencias una mediana dispersión (CV=75%)

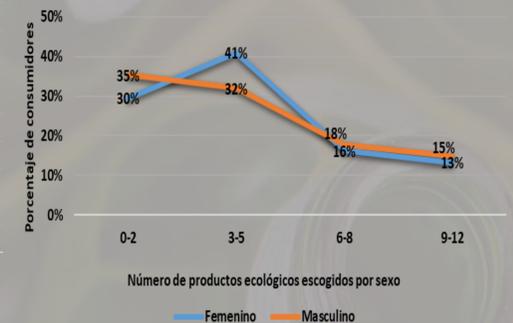
Carácter ecológico	
Media	4,457
Mediana	4
Desviación estándar	3,322
Coefficiente de Variación	75%

Gráfico 6. Distribución porcentual "Edad de los consumidores v/s sus preferencias hacia los productos ecológicos para consumo" n = 418



De las personas de 14 a 37 años, la mayor parte prefiere entre 0 y 5 productos, por el contrario, las personas mayores de 50 años, la mayoría tiene inclinación de compra entre 6 y 12 productos, en ambos casos de carácter ecológico de un total de 12 (véase gráfico 6 con su respectiva tabla).

Gráfico 7. Distribución porcentual "Porcentaje de elección de productos ecológicos por sexo" n=418



Sexo/producto	0-2	3-5	6-8	9-12	Total general
Femenino	30%	41%	16%	13%	100%
Masculino	35%	32%	18%	15%	100%
Total general	32%	38%	17%	14%	100%

Se observa que las personas de sexo masculino poseen una mayor inclinación de compra hacia productos de carácter ecológico (33% eligió entre 6 y 12 productos) que las de sexo femenino (29% eligió entre 6 y 12 productos), (véase gráfico 7 y su tabla).

CONCLUSIONES

- La inclinación de compra de productos de carácter ecológico es baja tanto para los consumidores de sexo femenino y masculino, ergo, deducimos que el sexo del individuo no es una variable influyente.
- Las personas mayores de 50 años poseen una mayor inclinación de compra hacia productos ecológicos que la población mas joven.
- El presente estudio concluye que el precio no es una variable determinante en el consumidor en la decisión de compra de productos ecológicos.
- Del análisis se deduce que "gusto y apariencia" es la variable que mas influye en el consumidor a la hora de escoger un determinado producto.

Por lo tanto, se debería tener presente, con respecto a la influencia de la edad en la selección de productos de carácter ecológico un estudio considerando como variables demográficas el ingreso y ocupación de las personas. Asimismo, sería interesante volver a realizar el estudio, analizando esta vez, el comportamiento del consumidor por regiones.

REFERENCIAS

- Alvarado H., Galindo M., Retamal L. (2013). Comprensión de la distribución muestral mediante configuraciones didácticas y su implicación en la inferencia estadística. *ENSEÑANZA DE LAS CIENCIAS*, 75-91.
- Office, M. (s.f.). *Forms Office*. Obtenido de <https://forms.office.com/Pages/DesignPage.aspx>
- Sostenibilidad para todos*. (s.f.). Obtenido de <https://www.sostenibilidad.com/desarrollo-sostenible/sociedad-consumo-impacto-ambiental-planeta/>