

ESTUDIOS TRANSCULTURALES: ¿PAÍSES O REGIONES?

L. LÓPEZ-MAS¹, A. CLARET¹, M. BANOVIC², M. REINDERS³, A. KRYSTALLIS^{4,5}, L. GUERRERO¹

¹ IRTA, Centro de Nuevas Tecnologías y Procesos Alimentarios, Monells (Girona), España; ² MAPP Center, Department of Management, Aarhus University, Aarhus, Dinamarca; ³ Wageningen University & Research, Wageningen Economic Research, Wageningen, Países Bajos; ⁴ Hellenic Research Agency House S.A., Atenas, Grecia; ⁵ Athens University of Economics and Business, Atenas, Grecia.

*laura.lopezm@irta.es

En los estudios de consumidores transculturales el término "país" pierde fuerza en favor del concepto "región". Esta es la conclusión que se deduce después del estudio de consumidores realizado en cinco países europeos sobre creencias alimentarias, donde uno de los resultados más relevantes ha sido la observación de una mayor variabilidad entre regiones de un mismo país que entre regiones de dos estados diferentes.

Palabras clave – consumidores, transcultural, país, región, creencias.

INTRODUCCIÓN

La cultura es uno de los principales determinantes de la elección de los alimentos, influenciando las actitudes y creencias de los consumidores y, por tanto, su comportamiento [1].

Es habitual en los estudios de consumidores transculturales utilizar la variable "país", entre otras características socio-demográficas, para describir la muestra de participantes. Así mismo, también es frecuente utilizar dicha variable para comparar las diferencias y similitudes existentes entre países. Sin em-

bargo, con el auge de la globalización y de la demanda de productos locales y de Km 0, la concepción del término "frontera" es cada vez es más difusa, ganando mayor relevancia el concepto de "región".

El objetivo de este trabajo es comparar la variabilidad inter e intra estatal en 5 países europeos en relación al comportamiento de los consumidores, más concretamente, a las creencias que estos tienen sobre un producto alimentario.

MATERIALES Y MÉTODOS

Se reclutaron 1448 consumidores pertenecientes a diferentes regiones de 5 países europeos (Alemania, España, Francia, Italia y Reino Unido) por cuotas (país; edad; género). Los participantes cumplieron un cuestionario online en el que debían responder ítems pertenecientes a distintos constructos psicográficos, así como a las creencias que estos poseían en relación al pescado salvaje y al de acuicultura propuestas por Claret et al. [2]. Para poder calcular la variabilidad por países y por regiones, se fijó en 10 los participantes mínimos que debía haber en cada una de ellas, descartando aquellas con un núme-

ro inferior. Los datos se analizaron mediante análisis de conglomerados, análisis discriminante, escalado multidimensional y técnicas de remuestreo (Jackknife).

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

El análisis de conglomerados realizado para las 12 creencias evaluadas mostró una contribución similar de los 5 países en los 4 segmentos identificados. El análisis discriminante realizado por regiones permitió una mejor clasificación de los individuos que el mismo análisis efectuado por países, indicando una mayor homogeneidad de respuesta dentro de la región que dentro del país. Por otra parte, el escalado mutidimensional realizado sobre la matriz de similitud mostró, por ejemplo, una mayor proximidad entre Galicia y determinadas regiones de Alemania y Reino Unido que con otras regiones españolas como Madrid. Finalmente, las técnicas de remuestreo también pusieron de manifiesto que la variabilidad de toda la muestra (los 1448 participantes) es similar a la existente dentro de algunos países como Francia, Alemania o España.

CONCLUSIONES

En general, se observa más variabilidad entre regiones de un mismo país que entre algunas regiones de dos estados diferentes en cuanto a creencias relacionadas con la acuicultura y la pesca extractiva. Estos resultados evidencian la necesidad de explorar los datos procedentes de consumidores a un nivel inferior de agregación al que proporciona el país de origen.

AGRADECIMIENTOS

Este trabajo ha sido financiado por el Séptimo Programa Marco de la Unión Europea, proyecto DIVERSIFY (KBBE-2013-07, GA 603121).

REFERENCIAS

- [1] Ares, G. (2018). *Food Qual. and Pref.*, 64: 253-263.
- [2] Claret, A. et al. (2014). *Appetite*, 79: 25-31.