

EFECTO DE LA PERTENENCIA GRUPAL EN EL COMPORTAMIENTO FRUGAL.

Mélany del Carmen León Méndez

Tutor: Ernesto Jesús Suárez Rodríguez

“Trabajo de Fin de Grado de Psicología,

Facultad de Psicología y Logopedia,

Universidad de La Laguna, curso académico 2019-2020”.

ÍNDICE

RESUMEN:	3
ABSTRACT:	3
MÉTODO:	8
PARTICIPANTES:	8
INSTRUMENTOS:	8
PROCEDIMIENTO:	10
RESULTADOS:	10
DISCUSIÓN:	19
REFERENCIAS:	21
ANEXOS:	24

RESUMEN:

Esta investigación ha tratado de analizar la relación entre los comportamientos frugales y de consumo sostenible, en relación con la pertenencia grupal en asociaciones de diferentes ámbitos de actividades. También se ha estudiado la influencia de características grupales que pueden favorecer dichos comportamientos (cohesión, eficacia, apoyo social, entitatividad y dirección) y la valoración de un consumo responsable, considerando así mismos aspectos sociodemográficos. Para ello, se ha realizado un análisis de diferencia de medias de muestras independientes, así como correlaciones en una muestra de 144 personas que no sigue una distribución normal. Se obtuvo como resultado principal la influencia de la edad en las conductas frugales y sostenibles. Además, se confirmó la influencia que ejercen algunas dimensiones de la pertenencia grupal en referencia a un comportamiento y un consumo sostenible.

Palabras clave: frugalidad; pertenencia grupal; consumo sostenible

ABSTRACT:

In this research we have analysed the relationship between frugal and sustainable consumption behaviour, in relation to group membership in associations in different fields of activity. It has also studied the influence of group characteristics that can facilitate such behaviours (cohesion, effectiveness, social support, entitlement and management) and the assessment of responsible consumption, also considering sociodemographic aspects. To do so, we have accomplished an analysis of mean differences with independent samples, as well as, different correlations within a sample of 144 people who do not follow a normal distribution. We realized that the age was the main result in this study, as it affects frugal and sustainable behaviours. Moreover, doing this analysis, we have confirmed the influence of some aspects of the group belonging exert when behavioural means and sustainable consumption.

Keywords: frugal behavior, group belonging, sustainable consumption.

INTRODUCCIÓN

Es indiscutible que estamos viviendo en una época en la que el cambio climático y el deterioro medioambiental están causando modificaciones en el comportamiento que el ser humano había tenido hasta el momento, teniendo – actualmente, actitudes más ecológicas y proambientales.

Echando un vistazo a la historia, fue en la década de los cuarenta cuando Kurt Lewin encontró “*antecedentes conceptuales en la relación entre psicología y medio ambiente*” (Roth, 2000, p. 63), dando lugar a lo que conocemos como *Psicología Ambiental*. Desde esta línea de investigación, se han planteado una serie de cuestiones sobre el cambio comportamental sufrido estos últimos años.

Siguiendo la perspectiva de la Psicología Ambiental, Castro (2001, p.15) define la *actitud ambiental* como “*los sentimientos favorables o desfavorables que se tienen hacia alguna característica del medio físico o hacia algún problema relacionado con este*”. Basándonos en esta idea, se entiende que los estilos de vida sostenible incluyen conductas pro-ecológicas, donde Corral-Verdugo (2001, p.40) señala que estos comportamientos proambientales o pro-ecológicos son “*el conjunto de acciones deliberadas y efectivas que responden a requerimientos sociales e individuales y que resultan en la protección del medio*”.

Por lo tanto, se entiende que el modo de vida sostenible incluye conductas que resultan beneficiosas para el medio ambiente, tales como el reciclaje, la reutilización de objetos para minimizar el consumo, además del ahorro de agua y de la energía eléctrica, entre otras muchas conductas. Asimismo, incluye el comportamiento altruista, en el cual se manifiesta una preocupación por la cooperación con los demás, también considerado como un tipo de conducta sostenible. Desde este punto de vista, De Young (1990) propone un estilo de vida caracterizado por un consumo responsable, al que se le conoce como “*estilo de vida frugal*”. La frugalidad – también conocida en su dimensión conductual como *comportamiento frugal*, se define como un “*estilo de vida caracterizado por el grado en el que los consumidores restringen la adquisición y usan los bienes económicos y los servicios de forma ingeniosa para alcanzar objetivos a largo plazo*” (Lastovicka, Bettencourt, Hughner, & Kuntze, 1999, p. 88). Este comportamiento se fundamenta, por lo tanto, en dos dimensiones:

Por un lado, el comportamiento de restricción enfocado a consumir lo necesario, con el fin de disminuir el consumo de manera voluntaria y, por otro lado, el uso inteligente y más variado de los recursos disponibles, que sería una consecuencia directa de la anterior conducta de restricción.

En este sentido se comprende que las acciones que permiten llevar a cabo un estilo de vida frugal incluyen, entre otras, la reducción de consumo de productos innecesarios, caracterizándose por la utilización inteligente de los recursos disponibles, de manera que estos puedan aprovecharse sin ser desperdiciados (Muiños, Suárez, Hess y Hernández, 2015).

De acuerdo con De Young (1986), la satisfacción que genera el estilo de vida frugal está asociada con una conducta positiva hacia un consumo responsable. Asimismo, esta misma idea es defendida por Lastovicka, Bettencourt, Hughner y Kuntze, (1999) quienes proponen que las personas con un estilo de vida frugal presentan mayores valores de consumo responsable, ya que son más cuidadosos con los recursos físicos. Además, según Berenguer, Corraliza, Martín y Oceja (2001), estas conductas ambientales, por lo general, se han estudiado desde un enfoque psicosocial atendiendo a creencias, valores y actitudes asociadas a la conciencia ecológica.

Siguiendo esta temática, conforme a los estudios de Payne, Bettamn y Johnson (1992), el valor personal juega un papel importante en el análisis cognitivo de los costos y beneficios de las acciones que producen una actitud hacia el medio ambiente y actitudes hacia los demás (Payne, Bettamn y Johnson 1992).

Según la *“Teoría del valor, las normas y las creencias hacia el medio ambiente”* (Stern, Dietz y Kalof, 1999), se afirma que los valores influyen en la intención de realizar conductas proambientales a través de las creencias. Además, Schwartz (1992) considera la preocupación ambiental como un conjunto de sentimientos de obligación personal o normas morales orientados hacia valores egoístas, biosféricos y altruistas. En consecuencia, la interacción entre estos determinantes y otros factores, tanto internos como externos, definirán la realización de la conducta ecológica de cada persona. De este modo, es de esperar que las personas orientadas hacia valores biosféricos, contemplen la realización de conductas proambientales como un sentimiento de deber personal, a la vez que se percatan de que conductas medioambientales tienen consecuencias negativas o

dañinas para ellos mismos, para los demás o para el resto de las especies y ecosistemas. Esta conducta ambiental, explica también que un comportamiento altruista dependerá de la activación de las normas personales que, a su vez, están en función de los propios valores.

Tras un estudio realizado por Berenguer y Corraliza (2000), se pueden identificar dos determinantes de la conducta ambiental: por un lado, los valores que llevarían a la activación de la norma personal a través de los sentimientos de obligación moral y, por otro, las creencias ambientales que se generarían del análisis de costes y beneficios que la persona realiza sobre las consecuencias de su conducta (Berenguer y Corraliza, 2000).

No obstante, insistimos en que nuestra conducta está constantemente influenciada por factores circunstanciales, situacionales y culturales. Hogg y Vaughan (2008) postulan que las opiniones que tienen las personas sobre el cuidado medioambiental y de conservación de los recursos naturales preceden al comportamiento proambiental, que se pueden manifestar de forma individual o grupal. Por otro lado, las investigaciones realizadas por Schultz (2002) indican que la norma personal es un sentimiento de obligación para actuar de determinada manera en una situación específica, como sería el comportamiento frugal o la conducta ecológica individual ante la situación actual del cambio climático.

Dentro de este orden de ideas, las personas estarían predispuestas a ser influenciadas por otras que pertenezcan a su mismo grupo. Según Abrams y Hogg (1990), esas influencias significan que los puntos de vista y las tendencias conductuales de los miembros van a ser internalizadas como sus convicciones sociales, de manera que actuarán en base a la norma social del grupo. Por lo tanto, este dominio es un proceso de relación que se establece entre el grupo y el individuo, algo de lo que habla Myers (1987), quien comprobó que la presión grupal puede llegar a cambiar la opinión de las personas.

Por otra parte, también existen las normas sociales que establecen una influencia externa de un grupo de referencia, en este caso, la conducta proambiental que realiza un grupo ecologista y la percepción personal de lo que se está haciendo en estas asociaciones o lo que deberían hacer. Varios autores admiten que tanto las normas sociales como las personales se han visto relacionadas con el despliegue de conductas proambientales (Corral-Verdugo y Frías Armenta, 2006; Hunecke, Blöbaum, Matthies, y Höger, 2001; Schultz y Tyra, 2000).

Asimismo, el hecho de que cada grupo presente una fuerte estructuración en forma de roles, normas y códigos de valores influye en el pensamiento y conducta de cada uno de sus miembros. Esto deriva, frecuentemente, en un fuerte sentimiento de pertenencia y lealtad hacia el mismo, de modo que el resultado es un comportamiento de carácter colectivo (Turner, Pratkanis, Probasco y Leve, 1992).

Es conveniente destacar que tanto la orientación de los grupos, como su nivel de cohesión, en la que hay una identificación con las metas y con los objetivos del grupo, puede llegar a sensibilizar a los individuos a percibir las normas proambientales en su entorno y provocar la actuación hacia conductas sustentables. Esto supondría la realización de conductas prosociales, las cuales se manifiestan en forma de acciones altruistas y de comportamientos proecológicos, tales como la reducción del consumo y el cuidado del medio ambiente. (Corral, Tapia, Frías, Fraijo y González, 2009)

Otro fenómeno grupal que puede ayudar a la realización de comportamientos frugales y sostenibles es la inclusión de normas sociales con las que los participantes se puedan identificar, lo que favorece la aceptación y la defensa del cuidado del medio ambiente (Corral et al., 2009).

Es por todo lo expuesto anteriormente que este estudio trata de responder a dos cuestiones: por un lado, evaluar en qué medida la participación y pertenencia a grupos o asociaciones ambientales y sociales influye en los comportamientos frugales y de consumo responsable y, por otro lado, se busca identificar los aspectos o fenómenos grupales que favorecen la realización de dichos comportamientos, además de identificar cómo influye en el comportamiento frugal la valoración que poseen las personas de la práctica de consumo sustentable.

MÉTODO:

PARTICIPANTES:

En esta investigación participaron 152 personas pertenecientes a la población de las Islas Canarias (España). Debido a que algunos de los participantes eran menores de edad, sus datos no fueron incluidos, por lo que el estudio incluyó 144 participantes. Sus edades están comprendidas entre 18 y 70 años, de las cuales 92 fueron mujeres (63.9%) y 52 hombres (36.11%) (*Tabla 1*). La media fue de 32 años (DT = 12.72) con una moda de 21 y una mediana de 27.

El 47.3% de la muestra posee titulación universitaria, seguida de un 30.1% que se encuentra cursando estos estudios. El 17.8% posee una titulación de bachillerato o ciclo superior; y el 3.4% tiene estudios primarios. En cuanto a la situación laboral, el 47.9% afirma estar trabajando. El 34.2% y el 13% de los participantes está estudiando y en situación de desempleo, respectivamente. Por último, el porcentaje de jubilados es del 4.1%.

La muestra de este estudio participa en voluntariados de diferentes ámbitos; el 43.8% (64) de los participantes desarrolla actividades en grupos u organizaciones que protegen y/o conservan el medio ambiente. Seguido del 29.5% (43) que pertenece a asociaciones de ayuda a los demás, y el 5.5% (8) de ayuda a los animales. El 8.2% (12) pertenece a asociaciones relacionadas con actividades en consumo y ahorro. 18 participantes (12.3%) llevan a cabo actividades relacionadas con dos o más ámbitos anteriormente nombrados y el 0.7% realiza actividades en otras áreas.

INSTRUMENTOS:

En esta investigación se ha utilizado un cuestionario compuesto por diferentes escalas.

Escala de Frugalidad (Muiñoz, Suárez, Hess y Hernández, 2015). La escala fue elaborada en base a la escala publicada por Lastovicka, Bettencourt, Hughner, & Kuntze, (1999) pero con diversas modificaciones, disminuyendo el énfasis en aspectos

económicos y fomentado el uso ingenioso de recursos. Es una escala de 10 ítems, tipo Likert que va desde 0 (totalmente en desacuerdo) hasta 10 (totalmente de acuerdo).

Green Scale (Haws, Winterich, y Naylor, 2014), una escala de 6 ítems, tipo Likert, desarrollada para conocer los valores del consumo sostenible de los participantes.

Además, se utilizan además cuatro escalas diferentes que pretenden evaluar la percepción de los participantes sobre el grupo al que pertenecen.

Escala de Cohesión Grupal (Chin, Salisbury, Pearson, y Stollak, 1999), compuesta por 6 ítems tipo Likert con puntuaciones de 0 a 10, en la que el 0 muestra un total desacuerdo y el 10 un acuerdo absoluto; con ella se pretende descubrir "*el sentido de pertenencia hacia un grupo determinado y sus sentimientos de moral asociados a la pertenencia de este*" (Bollen and Hoyle 1990, p. 482).

Escala de Eficacia Colectiva (Salanova, Llorens, Cifre, Martínez, y Schaufeli, 2003), compuesta por 4 ítems tipo Likert con puntuaciones de 0 a 10, en a que el 0 muestra un total desacuerdo y el 10 un acuerdo absoluto, con la que los participantes pueden mostrar la sensación de competencia que les transmite el grupo al que pertenecen.

Escala de Apoyo Social (Morgeson & Humphrey, (2006) - adaptado por Ríos, M. et al., 2017) en la que se hace referencia al grado en que los participantes sienten al grupo como una fuente de apoyo, compuesta por 6 ítems tipo Likert con puntuaciones de 0 a 10, en a que el 0 muestra un total desacuerdo y el 10 un acuerdo absoluto.

Escala de Entitatividad (Denson, Lickel, Curtis, Stenstrom, y Ames, 2006) representa el grado en que el grupo es percibido como una entidad, está compuesta por 6 ítems tipo Likert con puntuaciones de 0 a 10, en a que el 0 muestra un total desacuerdo y el 10 un acuerdo absoluto.

Además, se han recogido los datos sociodemográficos relevantes de los participantes (edad, sexo, nivel de estudios, situación laboral...), y posteriormente, se han realizado una serie de cuestiones dirigidas a explorar el consumo de productos ecológicos y de segunda mano. Para ello se les preguntó tanto por la frecuencia de compra y consumo de los mismos mediante 2 ítems de tipo Likert compuesta por 5 tipos de respuesta (nunca, a veces, aproximadamente la mitad de las veces, de vez en cuando y siempre).

PROCEDIMIENTO:

El instrumento fue administrado a través de Internet, mediante la plataforma “Google Forms”.

Las instrucciones del instrumento constaban de una introducción en la que se explicaba el procedimiento, se garantizaba el anonimato de los sujetos y se aseguró que el tratamiento de los datos sería con una finalidad exclusivamente académica e investigadora. Además, debido a la Ley de Protección de Datos, se ha contado con el consentimiento informado de los participantes. Los datos fueron recogidos en los meses de marzo y abril. Por motivos de la situación pandémica, se ha difundido el cuestionario por diferentes grupos online relacionados con actividades sociosanitarias, medioambientales, de ayuda a los animales y de consumo.

RESULTADOS:

Para llevar a cabo este estudio, se han realizado una serie de pruebas cuyo resultado nos ayudará a tener una mejor concepción del efecto de la pertenencia grupal en el comportamiento frugal.

Destacamos, en primer lugar, que para la comprobación de la normalidad de la muestra se ha utilizado la prueba de Kolmogorov-Smirnov, la cual ha dado los siguientes resultados de las variables principales del estudio:

Tabla 2: Kolmogorov-Smirnov

	Frugalidad	Valoración de consumo sostenible	Cohesión grupal	Eficacia colectiva	Apoyo social	Entitatividad
N	145	145	145	145	145	145
Media	7,934	8,147	8,408	8,493	8,465	8,120
Parámetros normales ^{a,b}						
Desv. Desviación	1,342	1,580	1,854	1,794	1,791	1,685
Estadístico de prueba	,099	,132	,195	,201	,196	,132
Sig. asintótica(bilateral)	,001 ^c	,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c

De acuerdo con los resultados de esta prueba, se puede comprobar que todos los niveles de significación han sido $p < 0.05$ lo que significa que la muestra de esta investigación no ha seguido una distribución normal. Debido a esto, se ha requerido la realización de un análisis de pruebas no paramétricas.

Los resultados de este estudio describen, en primer lugar, el nivel de conductas frugales y de consumo que presentan los participantes en función a su sexo y su edad. A continuación, se ha realizado un análisis teniendo en cuenta su ámbito de voluntariado, así como las características grupales de estas asociaciones, para posteriormente indagar en el valor atribuido al consumo responsable de los participantes.

Dado el pequeño tamaño muestral en los grupos de ayuda a los animales y de consumo y ahorro, se decidió considerar únicamente dos categorías de respuesta: 1) Protección del medio ambiente y de animales; y 2) Ayuda a personas (incluyendo ayuda a otras personas y actividades de consumo y ahorro).

En la *Tabla 3* se muestra la distribución de frecuencias por sexo y por tipo de grupo de pertenencia. Se observó un mayor número de mujeres (92) que de hombres (52) realizando actividades voluntarias en los diversos grupos.

Tabla 3: distribución de frecuencias grupo-sexo.

		Mujer	Hombre	Total
GRUPOS	Medio ambiente y ayuda a animales	40	32	72
	Ayuda a los demás y consumo	37	16	53
	Otro	0	1	1
	2 o más	15	3	18
Total		92	52	144

Teniendo en cuenta los datos anteriores, y con el objetivo de analizar si existen diferencias en el comportamiento frugal y de consumo de hombres y mujeres, se realizó un análisis de diferencia de medias para muestras independientes (Mann Whitney) cuyos resultados confirman que el nivel de comportamiento frugal es significativamente distinto

($z = -2,085$, $p < 0,05$) dependiendo del género. Las mujeres presentan un nivel mayor de frugalidad, con un rango promedio de 77,95 frente al 62,87 del rango de los hombres. Sin embargo, no existen diferencias significativas en relación con el género ni el consumo de segunda mano y de productos ecológicos (Ver Tabla 4).

Tabla 4: Mann Whitney variables de conducta - sexo

	Frugalidad	Consumo de segunda mano	Consumo ecológico
Media	7,934	2,37	3,02
Desv. Desviación	1,342	1,054	1,090
U de Mann-Whitney	1891,000	2361,500	2111,500
W de Wilcoxon	3269,000	6639,500	6389,500
Z	-2,085	-,139	-1,222
Sig. asintótica(bilateral)	,037	,889	,222

Variable de agrupación: Sexo

Se ha querido dar cuenta también de la influencia que podría generar la edad de los participantes. Para ello, se realizó un análisis correlacional de Spearman entre esta variable, comportamiento frugal, además de las conductas de consumo ecológico y de segunda mano, la valoración del consumo responsable y las variables grupales (cohesión grupal, eficacia colectiva, apoyo social y entitatividad).

Tabla 5: correlación edad

	Frugalidad	Consumo de segunda mano	Consumo ecológico	Consumo sostenible de consumo	Valoración de consumo sostenible	Cohesión grupal	Eficacia colectiva	Apoyo social	Entitatividad
Edad									
Coef. de correlación	,118	,039	,052	,241**	,192*	,254**	,229**	,089	
Sig. (bilateral)	,158	,644	,534	,003	,021	,002	,006	,288	

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

* La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Como se puede observar en la *Tabla 5*, existe una correlación estadísticamente significativa entre la valoración de consumo sostenible y la edad de los participantes ($r_s = 0,241$, $p < 0,05$). Igualmente, la edad correlaciona positiva y significativamente con la

cohesión grupal ($r_s=0.192$, $p<0.05$), eficacia colectiva ($r_s=0,254$, $p<0.05$) y apoyo social ($r_s=0.229$, $p<0.05$).

Posteriormente, se realizó un análisis correlacional de Spearman entre comportamiento frugal, las conductas de consumo responsable (productos ecológicos y de segunda mano), la valoración de consumo sostenible y las variables grupales (cohesión grupal, eficacia colectiva, apoyo social y entitatividad) (Tabla 6).

Tabla 6: correlación Spearman con todas las variables

	Conducta frugal	Valoración de consumo sostenible	Cohesión grupal	Eficacia colectiva	Apoyo social	Entitatividad	Consumo de segunda mano	Consumo ecológico
Conducta frugal	-							
Valoración de consumo sostenible	,417**	-						
Cohesión grupal	,215**	,172*	-					
Eficacia colectiva	,194*	0,106	,730**	-				
Apoyo social	,223**	,194*	,781**	,702**	-			
Entitatividad	,251**	0,038	,610**	,656**	,743**	-		
Consumo de segunda mano	-0,02	,165*	-0,029	-0,002	0,004	-0,078	-	
Consumo ecológico	0,144	,406**	0,068	-0,018	0,085	-0,047	,253**	-

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

* La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Se encontró una relación estadísticamente significativa, moderada entre el comportamiento frugal y la valoración de consumo sostenible de los participantes ($r_s=0.417$, $p<0.05$), cohesión grupal ($r_s=0.215$, $p<0.05$), eficacia colectiva ($r_s=0,194$, $p<0.05$), apoyo social ($r_s=0.223$, $p < 0.05$) y entitatividad ($r_s=0.251$, $p < 0.05$). No se encontró correlación significativa con el consumo de artículos de segunda mano, ni con el consumo de productos ecológicos.

En esta investigación, además, se ha querido responder a la cuestión de cómo afecta la participación en determinados grupos en la realización de comportamientos frugales y de consumo responsable. Para ello, hemos analizado la influencia de las conductas frugales y el consumo de artículos de segunda mano, ecológicos u orgánicos

en los participantes de los dos grupos principales de esta investigación, dando los siguientes resultados:

Tabla 7: Mann Whitney conductas frugales y sostenibles

	Frugalidad	Consumo de segunda mano	Consumo ecológico
Media	7,934	2,37	3,02
Desv. Desviación	1,342	1,054	1,090
U de Mann-Whitney	1847,500	1821,500	1496,500
W de Wilcoxon	4475,500	3252,500	2927,500
Z	-,302	-,469	-2,149
Sig. asintótica(bilateral)	,762	,639	,032

a. Variable de agrupación: Grupos (Medio ambiente y ayuda a los demás)

Los datos recogidos en la *tabla 7* muestran que existen diferencias significativas en el consumo de productos ecológicos ($z = -2,149$, $p < 0.05$), siendo este superior en los participantes pertenecientes al grupo de medio ambiente (68.72), en comparación con los del grupo de ayuda (55.24). No se han encontrado diferencias significativas con respecto al comportamiento frugal ni al consumo de artículos de segunda mano.

A su vez, se ha querido averiguar qué aspectos grupales de estas asociaciones favorecen la realización de estas conductas frugales y de consumo responsable (productos de segunda mano y ecológicos). Para ello se ha llevado a cabo un análisis de correlación de Spearman en el que se observa una correlación significativa entre las variables grupales y el comportamiento frugal.

Se encontró una correlación estadísticamente significativa entre comportamiento frugal y cohesión grupal ($r_s = 0.215$, $p < 0.05$), eficacia colectiva ($r_s = 0.194$, $p < 0.05$), apoyo social ($r_s = 0.223$, $p < 0.05$) y entitatividad ($r_s = 0.251$, $p < 0.05$).

Tabla 8: Correlación de Spearman

	Consumo de segunda mano	Consumo ecológico	Cohesión grupal	Eficacia colectiva	Apoyo social	Entitatividad
Consumo de segunda mano	-					
Consumo ecológico	,253**	-				
Cohesión grupal	-0,029	0,068	-			
Eficacia colectiva	-0,002	-0,018	,730**	-		
Apoyo social	0,004	0,085	,781**	,702**	-	
Entitatividad	-0,078	-0,047	,610**	,656**	,743**	-

La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral). **

Como se puede observar en la tabla anterior, los resultados no muestran significancia en la correlación entre características grupales con respecto al consumo de productos de segunda mano, artículos ecológicos u orgánicos ($p > 0.05$).

En esta misma línea, se ha decidido llevar a cabo un análisis de diferencia de medias para muestras independientes (Mann Whitney) con respecto a las variables grupales (cohesión grupal, eficacia colectiva, apoyo social y entitatividad) y los grupos de pertenencia (medio ambiente y ayuda a los animales; y ayuda a los demás y consumo y ahorro).

Tabla 9: Mann Whitney variables grupales – Grupos

	Cohesión grupal	Eficacia colectiva	Apoyo social	Entitatividad
Media	8,408	8,493	8,465	8,120
Desv. Desviación	1,854	1,794	1,791	1,685
U de Mann-Whitney	1875,000	1902,000	1903,000	1822,500
W de Wilcoxon	4503,000	3333,000	4531,000	3253,500
Z	-,165	-,030	-,025	-,428
Sig. asintótica(bilateral)	,869	,976	,980	,669

a. Variable de agrupación: GRUPOS (Medio ambiente y ayuda a los demás)

Teniendo en cuenta la información obtenida en la *Tabla 9*, se puede concluir que las variables grupales entre los participantes de los grupos que realizan actividades medio ambientales y los grupos de ayuda a los demás no han resultado significativas, por lo tanto, no se puede decir que haya diferencias entre ambos grupos.

Igualmente se ha planteado si es relevante la labor de los participantes en la dirección de los grupos u organizaciones, en la realización de conductas frugales y consumo responsable, así como la percepción que tienen del grupo o asociación a la que pertenecen. Por lo tanto, para dar respuesta a este planteamiento se ha llevado a cabo un análisis de diferencia de medias con los supuestos anteriormente nombrados.

Cabe resaltar que esta variable se ha obtenido mediante los datos sociodemográficos de los participantes, en los que han respondido positivamente a ocupar un cargo de dirección en el grupo o asociación al que pertenecen 64 personas, frente a 80 que han dado una respuesta negativa.

Se ha decidido realizar un análisis teniendo en cuenta la diferencia de medias de muestras independientes (llevar a cabo o no un puesto de dirección de grupos). Para ello se ha llevado a cabo la prueba Mann Whitney con las diferentes variables de este estudio, dando los siguientes resultados:

Tabla 10: Mann Whitney dirección-variables conductuales

	Frugalidad	Consumo de segunda mano	Consumo ecológico
Media	7,934	2,37	3,02
Desv. Desviación	1,342	1,054	1,090
U de Mann-Whitney	2277,500	2217,000	2020,500
W de Wilcoxon	4357,500	4297,000	4721,500
Z	-,253	-,566	-1,425
Sig. asintótica(bilateral)	,801	,571	,154

Variable de agrupación: Cargo de dirección

Tabla 11: Mann Whitney dirección-variables grupales

	Cohesión grupal	Eficacia colectiva	Apoyo social	Entitatividad
U de Mann-Whitney	1584,000	2042,500	1693,500	2074,000
W de Wilcoxon	3295,000	3753,500	3404,500	3785,000
Z	-3,188	-1,211	-2,716	-1,063
Sig. asintótica(bilateral)	,001	,226	,007	,288

Los resultados mostrados en la *Tabla 10*, confirman que el nivel de comportamiento frugal no presenta diferencias ($z = -0,253$, $p > 0.05$) con respecto a tener un cargo de dirección. A su vez, tampoco se muestran diferencias significativas con respecto al consumo de productos de segunda mano y artículos ecológicos. Sin embargo, han resultado significativamente diferentes ($z = -3,188$, $p < 0.05$) la cohesión grupal de estos y el apoyo social ($z = -2.716$, $p < 0,05$) entre los participantes que han realizado actividades de dirección de los grupos frente a los que no (*tabla 11*).

Por último, se ha querido responder a la cuestión de la diferencia entre el valor que atribuyen al consumo responsable los distintos participantes de esta investigación. De manera que se ha realizado un análisis de correlación de Spearman en el que se ha encontrado una relación significativa, entre el comportamiento frugal y el valor que atribuyen a la protección del medio ambiente ($r_s = 0.417$, $p < 0.05$), el consumo de productos ecológicos ($r_s = 0.406$, $p < 0.05$), y el consumo de productos de segunda mano ($r_s = 0.165$, $p < 0.05$).

Tabla 12: Correlación de Spearman Valoración de consumo sostenible y consumo responsable

	Consumo de segunda mano	Consumo ecológico	Valoración de consumo sostenible
Consumo de segunda mano	-		
Consumo ecológico	,253**	-	
Valoración de consumo sostenible	,165*	,406**	-

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

* . La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Además, se ha querido comprobar la diferencia de medias con respecto a la importancia del consumo sostenible entre los grupos ambientalistas y de ayuda a los demás, para ello se ha realizado una prueba Mann Whitney, obteniendo los siguientes resultados:

Tabla 13: Mann Whitney Valoración de consumo sostenible – Grupos

Valoración de consumo sostenible	
Media	8,147
Desv. Desviación	1,580
U de Mann-Whitney	1281,000
W de Wilcoxon	2712,500
Z	-3,134
Sig. asintótica(bilateral)	,002

a. Variable de agrupación: GRUPOS (Medio ambiente y ayuda a los demás)

Los resultados mostrados en la *Tabla 13*, confirman que el nivel de valor que atribuyen a la protección del medio ambiente a través de las compras y los comportamientos de consumo es significativamente diferente ($z = -3,134$, $p < 0.05$) entre los participantes de los grupos que realizan actividades medio ambientales y los grupos de ayuda a los demás, revelando así, una mayor valoración de la protección del medio ambiente a través de las compras y los comportamientos de consumo los participantes que realizan actividades de ayuda a este y a los animales (ver *Tabla 14*).

Debido a los resultados obtenidos en la tabla anterior, se decide llevar a cabo la prueba de correlación de Spearman, en la que se analizó el valor del consumo sostenible con las variables grupales (cohesión grupal, eficacia colectiva, apoyo social y entitatividad) de los participantes que realizan actividades en grupos de protección de medio ambiente y animales, así como de los participantes de grupos de ayuda a los demás y de consumo y ahorro. Los resultados muestran una relación significativa entre el valor que atribuyen a la protección del medio ambiente y la cohesión grupal ($r_s = 0.172$, $p < 0.05$), y el apoyo social percibido ($r_s = 0.165$, $p < 0.05$). Por su parte, las correlaciones de las variables de eficacia colectiva, entitatividad y dirección no resultaron significativas ($p > 0.05$). Esto se traduce en que a medida que un grupo muestra mayor cohesión grupal y la persona percibe más apoyo social por parte de este hay una valoración positiva sobre el consumo sostenible.

DISCUSIÓN:

Esta investigación ha tratado de analizar la relación entre los comportamientos frugales y de consumo sostenible, en relación con la pertenencia grupal en asociaciones de diferentes ámbitos de actividades. También se ha estudiado la influencia de características grupales que pueden favorecer dichos comportamientos (cohesión, eficacia, apoyo social, entitatividad y dirección) y la valoración de un consumo responsable, considerando así mismos aspectos sociodemográficos.

Se ha podido confirmar que las mujeres presentan más comportamientos frugales que los hombres. También se ha demostrado que la pertenencia a grupos medio ambientales fomenta el consumo de productos ecológicos con respecto a los participantes de grupos de ayuda a los demás. Por otro lado, los resultados parecen indicar que la pertenencia a uno u otro grupo no es determinante a la hora de mostrar comportamientos frugales o consumo de productos de segunda mano.

En relación con las variables que favorecen la aparición de estos comportamientos, encontramos una relación baja-moderada entre la frugalidad y la percepción de grupo cohesionado, eficaz y entitativo que se muestra como una fuente de apoyo social; no siendo estos factores, sin embargo, relevantes para el consumo de productos ecológicos y/o de segunda mano.

Teniendo en cuenta la valoración atribuida al consumo responsable, se ha podido observar que, a medida que esta aumenta, se presentan más comportamientos sostenibles y frugales. Además, se ha podido comprobar mayor valoración de la protección del medio ambiente a través de las compras y los comportamientos de consumo de los participantes que realizan actividades de ambientalistas más que de los de ayuda a los demás.

En esta investigación, como se ha mencionado anteriormente, afirmamos – según los resultados- que las mujeres presentan, con diferencia significativa, un mayor nivel de comportamiento frugal que los hombres. Esto concuerda con lo expuesto por algunos autores, que señalan que las mujeres son más propensas a presentar preocupación ambiental y comportamientos ecológicos (Schultz, 2001; Dietz et al., 2002; Stern et al.,

1993). Asimismo, Torgler & García-Valiñas (2005) apuntan que la mayoría de los estudios muestran diferencias entre género con relación a los comportamientos ecológicos.

De acuerdo con Hunter et al., (2014) la imagen tradicional de las mujeres trabajando de amas de casa ha incitado a la idea de una mayor probabilidad de involucrarse en comportamientos orientados a la preservación del medio ambiente. No obstante, tras varios estudios, se ha llegado a la conclusión de que la relación entre las actitudes ambientales y el género es escasa e inconsistente (Van Liere & Dunlap, 1980; Brown and Taylor, 2000).

Por otra parte, ha resultado interesante que la participación en distintos grupos ambientalistas y de ayuda a los demás no influye en el comportamiento frugal, así como el consumo de productos de segunda mano de los participantes, pero sí en el consumo de artículos ecológicos de estos. Cabe destacar la presencia de un mayor consumo ecológico por parte de los participantes de grupos ambientalistas.

Tras los resultados de este estudio, se ha podido comprobar que tener percepción de un grupo cohesionado y eficaz, que se muestre como una fuente de apoyo social, favorece los comportamientos frugales. Esto es posible, ya que, como expresa Corral et al. (2009) tener normas sociales y ambientales con las que los participantes se puedan identificar, favorece la aceptación y la defensa del cuidado del medio ambiente. También se ha demostrado en esta investigación que no hay diferencias en el consumo sostenible según los aspectos grupales nombrados anteriormente.

Como se ha expuesto previamente, se ha observado que a medida que aumenta la valoración del consumo sustentable, se presentan más comportamientos de consumo sostenible y frugales. En esta misma línea, se ha demostrado que los participantes de grupos ambientalistas presentan niveles más altos en el valor que atribuye al consumo responsable. Estando de acuerdo con lo afirmado por Lastovicka et al. (1999) quienes proponen que las personas con un estilo de vida frugal presentan mayores valores de consumo responsable ya que son más cuidadosos con los recursos físicos. Es decir, el valor que se le atribuya al consumo para la protección del medio ambiente proporcionará a la persona unos valores de cuidado hacia este que le permitirán llevar a cabo comportamientos que estén relacionados con un estilo de vida frugal.

En resumen, no se han encontrado diferencias en las conductas frugales atendiendo al tipo de grupo de pertenencia, sin embargo, ciertas características de los grupos (cohesión, eficacia, apoyo social y entitatividad), están relacionadas positivamente con el comportamiento frugal.

El hecho de vivir en una sociedad que, como fruto de la globalización, se encuentra cada día más interconectada e interdependiente, es de esperar que este tipo de fenómenos se vean potenciados. Nos encontramos en una sociedad consumista. Sin embargo, el auge de los movimientos ecologistas, la creciente preocupación por los efectos del sistema consumista y sus impactos en el medio ambiente, podrían favorecer los hábitos de consumo ético y responsable, presentando las personas comportamientos favorables al consumo de artículos ecológicos que no dañen el medio ambiente.

De este modo, sería interesante llevar un seguimiento a lo largo del tiempo, a fin de comprobar si la frugalidad sigue una tendencia positiva entre la población, o bien se convierte en un modo de vida cada vez más anecdótico.

REFERENCIAS:

Berenguer, J., & Corraliza, J. (2000). Preocupación Ambiental y comportamientos ecológicos. *Psicothema*, 12(3), 325-329. [Versión PDF] Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/727/72712301.pdf>

Berenguer, J., et al. (2001). Preocupación ecológica y acciones ambientales. Un proceso interactivo. *Estudios de Psicología*, 22,1, 37-52. <https://doi.org/10.1174/021093901609587>

Castro, R. (2001). Naturaleza y funciones de las actitudes ambientales. *Estudios de psicología*, 22(1), 11-22. <https://doi.org/10.1174/021093901609569>

Chin, W., et al. (1999). Perceived Cohesion in Small Groups: Adapting and Testing the Perceived Cohesion Scale in a Small-Group Setting. *Small Group Research*, 30(6), 751-766. <https://doi.org/10.1177/104649649903000605>

Corral-Verdugo, V., & Pinheiro, J. (2004). Aproximaciones al estudio de la conducta sustentable. *Medio ambiente y comportamiento humano*, 5(1), 1-26.

Corral, V., Tapia, C., Frías, M., Fraijo, B. & González, D. (2009). Orientación a la sostenibilidad como base para el comportamiento pro-social y pro-ecológico. *Medio ambiente y comportamiento humano: Revista Internacional de Psicología Ambiental*, 10(3), 195-215.

De Young, R. (1990). Recycling as appropriate behavior: a review of survey data from selected recycling education programs in Michigan. [https://doi.org/10.1016/0921-3449\(90\)90022-V](https://doi.org/10.1016/0921-3449(90)90022-V)

De Young, R. (1986). Some psychological aspects of recycling: the structure of conservation-satisfactions. *Environment and behavior*, 18(4), 435-449. <https://doi.org/10.1177/0013916586184001>

Denson, T., et al. (2006). The roles of entitativity and essentiality in judgments of collective responsibility. *Group Processes & Intergroup Relations*, 9(1), 43-61. <https://doi.org/10.1177/1368430206059857>

Haws, K., et al. (2014). Seeing the world through GREEN-tinted glasses: Green consumption values and responses to environmentally friendly products. *Journal of Consumer Psychology*, 24(3), 336-354. <https://doi.org/10.1016/j.jcps.2013.11.002>

Hunter, L., et al. (2004). Cross-national gender variation in environmental behaviors. *Social science quarterly*, 85(3), 677-694. <https://doi.org/10.1111/j.0038-4941.2004.00239.x>

Lastovicka, J. Bettencourt, Hughner, & Kuntze, 1999. (1999). Lifestyle of the tight and frugal: Theory and measurement. *Journal of consumer research*, 26(1), 85-98. <https://doi.org/10.1086/209552>

Muiños, G., et al. (2015). Frugality and psychological wellbeing. The role of voluntary restriction and the resourceful use of resources/Frugalidad y bienestar psicológico. El papel de la restricción voluntaria y el uso ingenioso de recursos. *Psychology*, 6(2), 169-190. <https://doi.org/10.1080/21711976.2015.1026083>

- Myers, D., (1987). *Psicología social*. Madrid: Editorial Médica Panamericana.
- Ríos, M., et al. (2017). Spanish-language adaptation of Morgeson and Humphrey's Work Design Questionnaire (WDQ). *The Spanish journal of psychology*, 20. <https://doi.org/10.1017/sjp.2017.24>
- Roth, E. (2000). Psicología ambiental: Interfase entre conducta y naturaleza. *Ciencia y Cultura*, 8, (78), 63-78. [Archivo PDF] Recuperado de <http://www.scielo.org.bo/pdf/rcc/n8/a07.pdf>
- Salanova, M., et al. (2003). Perceived collective efficacy, subjective well-being and task performance among electronic work groups: An experimental study. *Small Group Research*, 34(1), 43-73. <https://doi.org/10.1177/1046496402239577>
- Schultz, P., (2001). The structure of environmental concern: concern for self, other people, and the biosphere. *Journal of Environmental Psychology*, 21, (4), 327- 339 <https://doi.org/10.1006/jevp.2001.0227>
- Schwartz, S., (1977). Normative influences on altruism. *Advances in experimental social psychology*, 10(1), 221-279. [https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(08\)60358-5](https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60358-5)
- Stern, P., et al. (1993). Value orientations, gender, and environmental concern. *Environment and Behavior*, 25, 322-348. <https://doi.org/10.1177/0013916593255002>
- Torgler, B., & Garcia-Valiñas, M. (2007). The determinants of individuals' attitudes towards preventing environmental damage. *Ecological economics*, 63(2-3), 536-552. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2006.12.013>
- Turner, M., et al. (1992). Threat, cohesion, and group effectiveness: Testing a social identity maintenance perspective on groupthink. *Journal of Personality and Social Psychology*, 63(5), 781. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.63.5.781>
- Van Liere, K., & Dunlap, R. (1980). A review of studies that measured environmental attitudes and behaviors. *Environment and Behavior*, 11(1), 22-38.

ANEXOS:*Tabla 1: frecuencia de sexos.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Mujer	92	63,4	63,9	63,9
	Hombre	52	35,9	36,1	100,0
	Total	144	99,3	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,7		
Total		145	100,0		

Tabla 14: rangos Valoración de consumo sostenible

	GRUPOS	N	Rango promedio	Suma de rangos
Valoración de consumo sostenible	Medio ambiente y ayuda a animales	72	71,64	5158,00
	Ayuda a los demás y consumo	53	51,26	2717,00
	Total	125		