

¿Cómo influye el comportamiento pro-ambiental en la adopción de energías renovables?

How does pro-environmental behaviour influence the adoption of renewable energies?

■■■

Elena Higuera-Castillo, Francisco Liébana-Cabanillas y Francisco Muñoz-Leiva
Universidad de Granada (España)

DOI: <http://dx.doi.org/10.6036/8733>

El consumo de energía se ha acrecentado a nivel mundial provocando problemas ambientales tales como la contaminación, la generación de residuos y el agotamiento de los recursos naturales. El escenario actual ha causado la necesidad de desarrollar comportamientos respetuosos con el medio ambiente y, a su vez, analizar las motivaciones que subyacen a estos con el objetivo de ser aprovechadas para el desarrollo de campañas de marketing y la comercialización del producto. A este reto contribuyen las fuentes de energía renovable y nacional al minimizar la gran dependencia energética del exterior, la contaminación y los riesgos que supone para la economía.

Para lo cual se propone el estudio de la adopción de energías renovables [2] para la producción de electricidad en el ámbito doméstico, más concretamente biomasa y solar. Nuestro objetivo es examinar el nivel de adopción de estas energías renovables a partir del "comportamiento pro-ambiental" ("activismo" y "ahorro energético") [3], el "conocimiento previo" [4] y la "actitud" [1] hacia las mismas. Para ello se diseñó un modelo de ecuaciones estructurales que relacionaba el mayor comportamiento pro-ambiental con una mayor actitud y un mayor conocimiento previo sobre las energías renovables, así como precisamente el incremento de estas variables definían una mayor adopción de las energías renovables. De forma paralela también se analizó la influencia del conocimiento previo en la

actitud del usuario hacia las energías renovables.

Los resultados corroboraron todos nuestros planteamientos salvo la relación entre el ahorro energético con el conocimiento previo, como se aprecia en la Figura 1. Entendemos por tanto que esta variable no explica de forma significativa el conocimiento que tienen los usuarios hacia las energías renovables, constituyendo por sí mismo un constructo exógeno determinado por la propia experiencia (activismo) y otras fuentes de información externas.

La investigación se centró en el comportamiento pro-ambiental de los potenciales clientes de energías renovables. El nivel general de dicho constructo fue más elevado en "ahorro energético" que en "activismo". De ello podemos concluir que los individuos poseen mayor nivel de concienciación a la hora de conservar energía en las actividades llevadas a cabo diariamente. En particular, el individuo a día de hoy prefiere economizar energía y dinero en sus comportamientos cotidianos en lugar de tomar la iniciativa y llevar a cabo acciones vinculadas con la preservación y conservación del medio ambiente. Además, el "conocimiento previo" se encuentra asociado positivamente con la actitud y la intención de adopción de energías renovables. Sin embargo, a pesar de la actitud favorable y la consiguiente intención de adopción de uso, su conocimiento informado sobre la temática es aun relativamente bajo. Por otro lado, los individuos encuestados evidencian que un mayor comportamiento pro-ambiental y respeto sobre el medio ambiente dará lugar a una actitud más favorable hacia las energías renovables. La falta de conocimiento que revela nuestro

estudio es consistente con los hallazgos de estudios previos. En el contexto de la adopción de energías renovables, estudios empíricos realizados han demostrado una mayor influencia procedente de valores (comportamiento pro-ambiental) y/o actitudes sobre la intención de adopción de los consumidores.

En este sentido es imprescindible formar y educar a la población, ofrecer programas de desarrollo y garantía incentivando así la instalación y uso de las mismas a nivel residencial. Esto unido al descenso de inversión en nuestro país respecto a energías renovables produce una importante necesidad de mejora en la investigación y desarrollo de estrategias con el fin de solventar el obstáculo de conocimiento y comunicación e impulsar reformas políticas que puedan regenerar el sector en cuanto a inversión en este tipo de fuentes energéticas. En definitiva, se debería incrementar la información que tanto organismos públicos como empresas privadas del sector ponen a su disposición con objeto de mejorar su actitud y la adopción de estas energías imprescindibles para garantizar nuestra supervivencia en el futuro. Para ello será necesaria la implicación de los gobiernos nacionales y supranacionales argumentando los beneficios socioeconómicos y ambientales.

REFERENCIAS

[1] Bruner G C. "Marketing Scales Handbook: A compilation of multi-item measures for consumer behavior & advertising research." GCBII Productions. 2009. vol. 5.
[2] Jamieson F M. "Bass Adjusting stated intention measures to predict trial purchase of new products: a comparison of models and methods". Journal of Marketing Research. 1989. Vol. 26-3 p. 336-345. DOI: 10.2307/3172905
[3] Pato C, Ros M, Tamayo A. "Creencias y comportamiento ecológico: un estudio empírico con estudiantes brasileños". Medio Ambiente y Comportamiento Humano. 2005. Vol. 6-1 p. 5-22.
[4] Van Rijssever F J, Farla J C. "Identifying and explaining public preferences for the attributes of energy technologies". Renewable and Sustainable Energy Reviews. 2014. Vol. 31 p. 71-82. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.rser.2013.11.048>

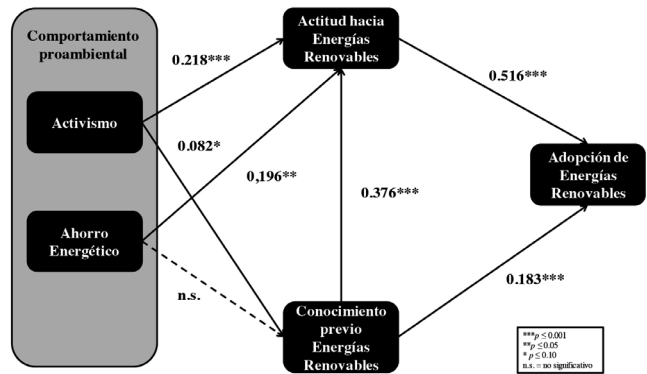


Fig. 1: Modelo de adopción de energías renovables