

**Categoría: Congreso Científico de la Fundación Salud, Ciencia y Tecnología 2023**

**ORIGINAL**

## **Environmental awareness and consumption habits among university students**

### **Conciencia ambiental y hábitos de consumo en estudiantes universitarios**

Margoth Luliana Berrío-Quispe<sup>1</sup>  , Dina Emeteria Chávez-Bellido<sup>1</sup>  , Karim Aguilar-Mori<sup>2</sup>  

<sup>1</sup>Universidad Ricardo Palma, Lima, Perú.

<sup>2</sup>Universidad Nacional Federico Villareal, Lima, Perú.

**Citar como:** Berrío-Quispe ML, Chávez-Bellido DE, Aguilar-Mori K. Conciencia ambiental y hábitos de consumo en estudiantes universitarios. Salud, Ciencia y Tecnología - Serie de Conferencias 2023; 2:570. <https://doi.org/10.56294/sctconf2023570>

**Recibido:** 19-06-2023

**Revisado:** 21-08-2023

**Aceptado:** 23-10-2023

**Publicado:** 24-10-2023

#### **ABSTRACT**

The aim of the study was to assess the level of relationship between environmental awareness and consumption habits among second-cycle general studies students at a private university in Lima in 2023. It is a basic research with a quantitative approach, a non-experimental cross-sectional design, correlational scope, and a hypothetical-deductive method. The non-probabilistic sample of 150 students used a survey to measure the level of environmental awareness with dimensions: affective, cognitive, conative, and active; and for consumption habits with dimensions: irresponsible consumption and responsible consumption. The results indicate that the level of environmental awareness "almost always" and "always" is 48,7 % and 46,7 %, respectively, meaning that the majority of students have a good level of environmental awareness. Additionally, there is a significant relationship between environmental awareness and consumption habits, demonstrating a positive correlation in students' behavior with respect to their environment.

**Keywords:** Environmental Awareness; Consumption Habits; Consumerism.

#### **RESUMEN**

El objetivo del estudio fue conocer el nivel de relación de la conciencia ambiental y los hábitos de consumo de estudiantes del segundo ciclo de estudios generales de una universidad privada de Lima en 2023. Es una investigación básica con enfoque cuantitativo, diseño no experimental de tipo transeccional, alcance correlacional y método hipotético deductivo. La muestra no probabilística de 150 estudiantes utilizó una encuesta para medir el nivel de la conciencia ambiental con las dimensiones: afectiva, cognitiva, conativa y activa; y para los hábitos de consumo con las dimensiones: consumo irresponsable y consumo responsable. Los resultados reflejan que el nivel de conciencia ambiental "casi siempre" y "siempre" tienen un 48,7 % y 46,7 %, es decir, la mayoría de estudiantes presenta buen nivel de conciencia ambiental. Asimismo, existe una relación significativa entre la conciencia ambiental y los hábitos de consumo, demostrándose que existe correspondencia positiva en la conducta de los estudiantes con respecto a su entorno.

**Palabras clave:** Conciencia Ambiental; Hábitos de Consumo; Consumismo.

## INTRODUCCIÓN

En los últimos años, la percepción de preocupación sobre la contaminación ambiental es mayor con respecto a tiempos pasados tanto por parte de las organizaciones mundiales y de la población de nuestro país. A través de los medios de comunicación nos informamos de las consecuencias que acarrea esta situación; sin embargo, estas no son suficientes para concientizar totalmente a las personas con el cuidado y preservación del lugar que habitamos y evitar su deterioro.

A través de la historia, sabemos que los primeros habitantes eran seres que amaban su terruño; los diferentes elementos de la naturaleza constituían sus divinidades, como para los incas eran el inti (el Sol), la Pachamama (la Tierra), Mama Killa (la Luna) y los Apus (las Montañas). De igual manera, nos lo demuestra la emotiva carta del gran jefe Seattle, de la tribu de los Swamish, a Franklin Pierce, presidente de los Estados Unidos de América, con la siguiente frase: “Cada pedazo de esta tierra es sagrado para mi pueblo, cada aguja brillante de pino, cada grano de arena de las riberas de los ríos, cada gota de rocío entre las sombras de los bosques” (Seattle, 1854), sentimiento que evocaba al comparar la ambición y desamor de los “blancos” que deseaban comprar sus tierras para destruirlas, según su percepción (y no se equivocaba).

A pesar de innumerables campañas en pro del cuidado del medio ambiente a nivel nacional e internacional, no se percibe aún un gran cambio para minimizar los daños evidentes que ocasiona este descuido o desidia por parte de los habitantes del planeta. Es por ello necesario recurrir a estrategias diversas para concientizar a los seres humanos, como, por ejemplo, fortalecer la educación de los niños y adolescentes en el logro la sostenibilidad del medio ambiente. Por esta razón, se formula el siguiente problema: ¿Cuál es la relación del nivel de conciencia ambiental y los hábitos de consumo en estudiantes? Y cuyo objetivo es determinar el grado de relación de la conciencia ambiental con los hábitos de consumo en estudiantes universitarios.

La conciencia ambiental es entendida como un conjunto de percepciones, opiniones y conocimientos acerca del medio ambiente que se relacionan con la protección y mejora de los problemas ambientales. Se distinguen cuatro dimensiones: afectiva, cognitiva, conativa y activa (Jiménez & La Fuente, 2006).

La Dimensión Afectiva se refiere a los sentimientos de preocupación de los pobladores de una comunidad por la situación del medio ambiente y el nivel de valores culturales asociados a la protección de la naturaleza” (Jiménez & La Fuente, 2006 y Carrasco & La Rosa, 2013). La Dimensión Cognitiva es el grado de información y de conocimiento que los individuos tienen sobre la realidad medio ambiental (Carrasco & La Rosa, 2013). La Dimensión Conativa se enfoca en la capacidad de las personas de actuar tomando en cuenta criterios amigables con el ambiente y la disposición de asumir los costos personales que puedan demandar la acción pública para el mantenimiento del medio ambiente (Jiménez & La Fuente, 2006). Finalmente, la Dimensión Activa de la conciencia ambiental se orienta en la conducta ecológicamente responsable, tanto individuales (consumo ecológico, ahorro de energía, reciclado, uso eficiente del agua etc.) como colectivos (pueden considerarse conductas simbólicas de apoyo a campañas y movilizaciones pro ambientales) (Jiménez & La Fuente, 2006)

El Consumo es una parte del proceso de intercambio de los seres vivos con el ambiente inmediato y mediato (Lara, 2009). El consumo responde a ciertos procesos socioculturales por los cuales las personas se apropian de los productos y los utilizan (Gudynas, 2014), aunque sería importante recalcar que ciertos recursos no pueden constituir materia de apropiación o derecho de uso único como por ejemplo el agua, cuyo sentido de pertenencia es colectiva. El hecho de consumir puede ir más allá de satisfacer las necesidades humanas. Se concibe el consumo en términos de sus relaciones con la compra, la adquisición, el gasto de dinero, la obtención, el uso y la posesión de bienes y servicios (Ortega & Rodríguez, 2004). “El consumo es natural e inevitable. No tiene por qué ser asumido como indebido” (Lara, 2009).

### Hábitos de consumo

Al buscar una definición sobre esta variable se presentaron muchas interrogantes pues al revisar la bibliografía tuve que referirme a aspectos de historia, economía, sociología, psicología entre otros, es así que se empezó definiendo primeramente lo que es el consumo, consumismo y consumo responsable.

- Consumo: Una definición clara y precisa es la que presenta Bauman en el 2007 en donde establece que “el consumir es una parte del proceso de intercambio de los seres vivos con el ambiente inmediato y mediato” (Lara, 2009). En tal respecto si vemos la historia del hombre tendríamos que remitirnos a las primeras relaciones de este con su ambiente a través del cual el ser humano utilizaba las plantas y animales como fuente de alimentos, los minerales para elaborar sus utensilios, las rocas, barro, madera para hacer sus construcciones, es decir por naturaleza propia el hombre siempre ha sido consumidor.

- El Consumismo: El consumo exagerado se caracteriza por el uso desmedido de la materia, amentando la extracción de recursos primarios que demandan mayor energía y, por tanto, producen mayor cantidad de desechos. El consumismo es una fuerza que promueve las relaciones comerciales entre los países y la frecuencia con que se extraen los recursos naturales. Esta actividad crea un impacto social y ambiental que manifiesta incomodidades a los ciudadanos por tener la presencia de diversos centros comerciales, los cuales afectan a cada país y, por ende, al mundo entero (Lara, 2009). El consumo sin limitaciones, desmedido, es irresponsable e irrestricto, transformándose en el denominado “consumismo”, lo cual no solo significa un perjuicio para la salud mental y económica de las personas, sino que genera también altos costos a la naturaleza, tanto la interna del ser humano como la externa a éste (Lara, 2009). Asimismo, el consumo superfluo puede, en ciertos casos, generar una pérdida de la identidad cultural por imitar hábitos de consumo que provienen de otras culturas (CNICE, 2006).

- El Consumo responsable: El consumo responsable tiene como propósito contribuir a la sostenibilidad del planeta y, por ende, al bienestar del ser humano. Su contribución consiste en la incorporación de la reflexión como instrumento para analizar las consecuencias que genera el acto de consumo excesivo y profundizar en el conocimiento que significa la disminución de este en la medida que sea posible asociando al consumidor el concepto de responsabilidad (Castrillo, 2014). La característica principal de los consumidores responsables es tener en cuenta el impacto social, económico y medioambiental de sus decisiones (Muñoz, 2017). El “consumo responsable” es un estilo de vida que significa una forma de entender la compra y el gasto; manifestación de valores profundos que se traducen en normas de convivencia (Avaria et al., 2013). Por otro lado, el consumo responsable, según León y Hernández (2015), “puede comprender el cuidado y la conservación del medio ambiente, sustentabilidad, derechos de los trabajadores y de productores, producción y consumo local, bienestar animal y comercio justo, entre otros”. Asimismo, Folwarczny y Otterbring (2021) sostienen que el consumo responsable es la habilidad de producir y consumir bienes o servicios de manera responsable, pues esta práctica coadyuva al desarrollo sostenible para que las generaciones futuras del planeta se beneficien. El consumo responsable permite impulsar el uso eficiente de los recursos, reducir la contaminación y optimizar la calidad de vida de la población, gracias a un consumo consciente.

### La conciencia ambiental

Según Febles (2004) la conciencia ambiental es definida como el sistema de vivencias, conocimientos y experiencias que el individuo utiliza en el proceso de interrelación con el entorno. Es decir, que se identifique con el medio ambiente y comprenda que este es parte de su desarrollo y componente de su vida del que no puede desligarse, haciéndose necesario el respeto en la toma de conciencia. Por ello, Jiménez & La Fuente (2006), desde un enfoque multidimensional y perspectiva analítica, lo divide en cuatro dimensiones: afectiva, cognitiva, conativa y activa.

- **Dimensión Afectiva:** Chilúá (1995) considera que “esta dimensión está referida a los sentimientos de preocupación de los ciudadanos por la situación del medio ambiente, y el grado de adhesión a valores culturales relacionados con la protección de la naturaleza”. “Por medio de esta se percibe la preocupación de las personas hacia los problemas ambientales en su entorno, así como la priorización que derivan a cada uno de estos, estableciendo una jerarquización” (Carrasco & La Rosa, 2013).

- **Dimensión Cognitiva:** La dimensión cognitiva se refiere al grado de información y de conocimiento que la población tiene sobre la realidad medio ambiental. Se tiene en consideración el nivel de información que la sociedad tiene acceso que puede ser de carácter general o específico (Carrasco & La Rosa, 2013).

- **Dimensión Conativa:** La dimensión conativa se refiere a la capacidad de las personas de actuar tomando en cuenta criterios amigables con el ambiente y la disposición de asumir los costos personales que puedan demandar la acción pública para el mantenimiento del medio ambiente (Jiménez & La Fuente, 2006, p. 125)

- **Dimensión Activa:** La dimensión activa de la conciencia ambiental se refiere a la realización de comportamientos ecológicamente responsables, tanto individuales (consumo ecológico, ahorro de energía, reciclado, uso eficiente del agua etc.) como colectivos (pueden considerarse conductas simbólicas de apoyo a campañas y movilizaciones pro ambientales) (Jiménez & La Fuente, 2006, p. 126).

### Legislación ambiental

- **Constitución Política del Perú de 1993:** En el artículo 2°, Numeral 22 establece que “toda persona tiene derecho a la paz, a la tranquilidad, al disfrute del tiempo libre y al descanso, así como a gozar de un ambiente equilibrado y adecuado al desarrollo de su vida”. (...) Así mismo, el Artículo 67°: Establece que “el Estado determina la política nacional del ambiente y promueve el uso sostenible de sus recursos naturales”. Ley General del Ambiente - LEY 28611: Artículo 127°. - De la Política Nacional de Educación Ambiental 127.1, donde se establece que la educación ambiental se convierte en un proceso educativo integral en la vida del individuo, y que busca generar los conocimientos, actitudes, valores y prácticas, necesarios para desarrollar sus actividades en forma ambientalmente adecuada, con miras a contribuir al desarrollo sostenible del país.

- **Política Nacional Del Ambiente:** DS. 012 - 2009 - MINAM. El objetivo de la Política Nacional del Ambiente es mejorar la calidad de vida de las personas, garantizando la existencia de ecosistemas saludables, viables y funcionales en el largo plazo; y el desarrollo sostenible del país, mediante la prevención, protección y recuperación del ambiente y sus componentes, la conservación y el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales, de manera responsable y congruente con el respeto de los derechos fundamentales de la persona.(...) Uno de los objetivos específicos es alcanzar un alto grado de conciencia y cultura ambiental en el país, con la activa participación ciudadana de manera informada y consciente en los procesos de toma de decisiones para el desarrollo sostenible (Ministerio de Ambiente, 2005)

- **Ley General de Educación Ley N.º 28044:** Los incisos “g” del artículo 8° e inciso “b” del artículo 9° establece, sucesivamente, como uno de los principios de la educación “La conciencia ambiental, que motiva el respeto, cuidado y conservación del entorno natural como garantía para el desenvolvimiento de la vida” y que “un fin de la educación es contribuir a la formación de una sociedad que supere la pobreza e impulse el desarrollo sostenible del país”. El artículo 4.4, de los fundamentos y orientaciones del Diseño Curricular Nacional, aprobado por Resolución Ministerial N.º 440-2008-ED: establece que en todos los procesos pedagógicos se trabajarán transversalmente cuatro ejes curriculares para garantizar una formación integradora: aprender a ser, aprender a vivir juntos (convivencia, ciudadanía, conciencia ambiental), aprender a aprender y aprender a hacer. Así mismo, en el 4.5, establece que la educación ambiental es uno de los temas transversales.

• **Plan Nacional de Acción Ambiental - PLANAA Perú 2011-2021:** Establece que la educación ambiental se convierte en un proceso educativo integral, que se da en toda la vida del individuo, y que busca generar los conocimientos, actitudes, valores y prácticas, necesarios para desarrollar sus actividades en forma ambientalmente adecuada, con el propósito de contribuir al desarrollo sostenible del país. Esta política es un proceso liderado por el Ministerio de Educación y el Ministerio del Ambiente con la activa participación de entidades del sector público y la sociedad civil. La educación ambiental fue recién priorizada en la primera Agenda Ambiental Nacional aprobada por el CONAM en el año 1996 y los esfuerzos para contar con la primera formulación de la política se da el 2006. Dentro de los lineamientos de política, sobre educación superior universitaria y no universitaria, se establece desarrollar el enfoque ambiental en la formación profesional, la investigación, proyección social y en la gestión institucional de las entidades de educación superior universitaria y no universitaria.

• **Plan Bicentenario: el Perú hacia el 2021:** El capítulo 6.3.A, aprobado mediante Decreto Supremo N.º 054-2011-PCM: establece como objetivo nacional la conservación y aprovechamiento sostenible de los recursos naturales y la biodiversidad con un enfoque integrado y eco sistémico y un ambiente que permita una buena calidad de vida para las personas y la existencia de ecosistemas saludables, viables y funcionales en el largo plazo.

## MÉTODOS

El presente estudio corresponde a una investigación básica con enfoque cuantitativo, diseño no experimental de tipo transeccional, alcance correlacional y método hipotético deductivo. La muestra no probabilística estuvo conformada por 150 estudiantes del segundo ciclo de diferentes carreras profesionales de una universidad privada de Lima-Perú en el 2023. Para medir la variable conciencia ambiental se aplicó el cuestionario de Jiménez y La Fuente (2012), adaptado al contexto, con 20 ítems. Con respecto a la segunda variable: hábitos de consumo, se utilizó la encuesta de Almirón et al (2001), acondicionado a la realidad local, de 20 ítems.

## RESULTADOS

A continuación, se presentan los resultados obtenidos al dar proceso a la información estadística a nivel descriptivo e inferencial. Se considera para este análisis las variables cuantitativas que corresponden a la medición que se manifiesta en la operacionalización de las variables trabajadas para el presente estudio.

Niveles	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0,0 %	0,0 %
Casi nunca	0	0,0 %	0,0 %
A veces	7	4,7 %	4,7 %
Casi siempre	73	48,7 %	53,4 %
Siempre	70	46,7 %	100,0 %
Total	150	100,0	

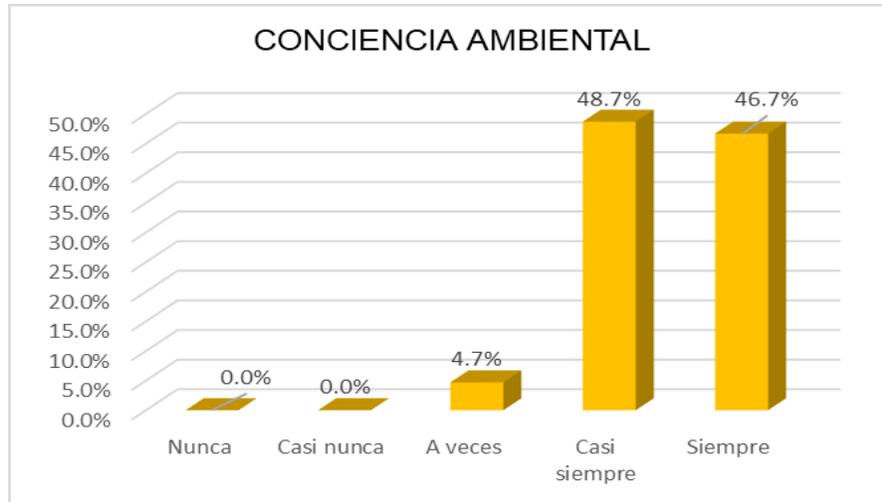


Figura 1. Porcentajes de la variable conciencia ambiental

La figura nos muestra los niveles alcanzados en la variable conciencia ambiental, en definitiva, “casi siempre” y “siempre” son los que resaltan, sobre todo, los niveles obteniendo un 48,7 % y 46,7 % respectivamente y en el nivel “a veces” solo alcanza un 4,7 %, los niveles “nunca” y “casi nunca” no obtienen porcentaje, por lo que podríamos decir que la primera variable muestra un resultado óptimo, pues esta universidad ejecuta campañas y prácticas sostenibles de manera permanente, concientizando al estudiantado en cuanto a la responsabilidad de proteger el medio ambiente.

**Tabla 2. Niveles de las dimensiones de conciencia ambiental**

	Afectiva	Cognitiva	Conativa	Activa
Nunca	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %
Casi nunca	0,0 %	8,0 %	6,7 %	0,0 %
A veces	10,0 %	82,0 %	63,3 %	7,3 %
Casi siempre	70,0 %	10,0 %	30,0 %	39,3 %
Siempre	20,0 %	0,0 %	0,0 %	53,3 %
TOTAL	100 %	100 %	100 %	100 %

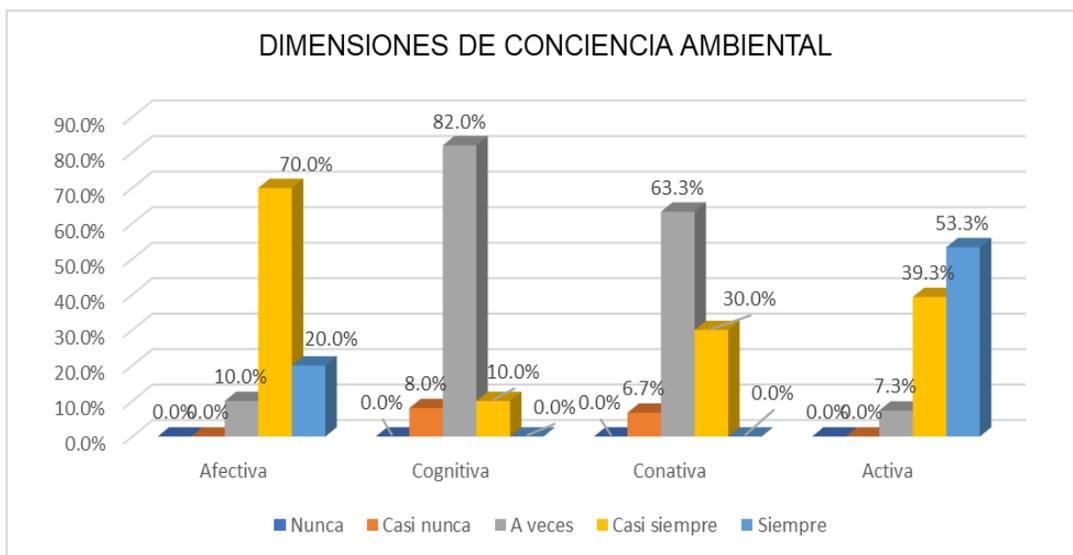


Figura 2. Porcentajes de las dimensiones de la variable conciencia ambiental

Es interesante la figura mostrada puesto que en todas las dimensiones se evidencian resultados distintos, en la dimensión cognitiva y conativa el nivel “a veces” resalta sobre los demás con porcentajes de 82 % y 63,3 %; así mismo, en la dimensión afectiva el nivel “casi siempre” resalta sobre los demás con un mayoritario 70 %; en cambio, en la dimensión activa observamos que los datos se distribuyen, en su mayoría, entre los niveles casi “siempre” y “siempre”; con porcentajes equivalentes a 39,3 y 53,3 % respectivamente.

Niveles	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0,0 %	0,0 %
Casi nunca	0	0,0 %	0,0 %
A veces	10	6,7 %	6,7 %
Casi siempre	100	66,7 %	73,3 %
Siempre	40	26,7 %	100,0 %
Total	150	100,0	



**Figura 3.** Porcentajes de la variable hábitos de consumo

Revisando la figura presentada previamente podemos determinar que la variable hábitos de consumo ha alcanzado un 66,7 % en su nivel “casi siempre” y un 26,7 en su nivel “siempre”, mientras que en los tres niveles restantes llegan como máximo a tener 6,7 % en el nivel “a veces”, los restantes quedaron en 0 %. Esto nos da a entender que los estudiantes “casi siempre” tienen hábitos de consumo en su vida cotidiana.

	Consumismo Irresponsable	Consumismo Responsable
Nunca	0,0 %	0,0 %
Casi nunca	0,0 %	0,0 %
A veces	10,0 %	6,0 %
Casi siempre	62,7 %	57,3 %
Siempre	27,3 %	36,7 %
TOTAL	100 %	100 %

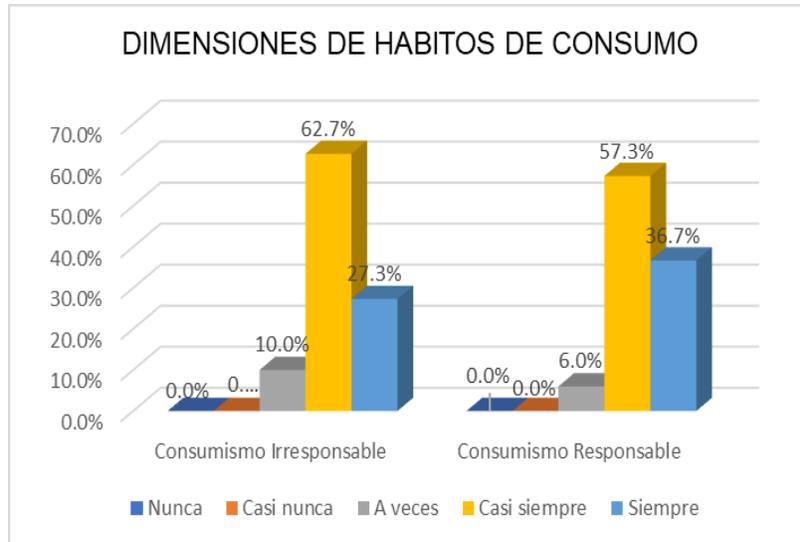


Figura 4. Porcentajes de las dimensiones de la variable hábitos de consumo

En la figura podemos notar una amplia elección por niveles “casi siempre” y “siempre”, en la dimensión consumismo irresponsable donde se obtiene un 62,7 % y 27,3 % respectivamente, mientras que en la dimensión consumismo responsable se obtiene un 57,3 % y 36,7 % respectivamente. El consumismo irresponsable de los estudiantes es superior, aunque no mucho, del consumismo responsable. Los demás niveles como “nunca” y “casi nunca” no obtienen porcentaje, mientras que “a veces” obtiene un 10 % y 6 %, respectivamente.

**Resultados de la prueba de hipótesis**

La investigación presentada determina su medición ordinal en variables que son probadas por hipótesis empleando el estadístico Rho de Spearman que evalúa la correlación de las variables y también de las dimensiones con la variable independiente.

*Hipótesis general*

- H<sub>0</sub>. No existe relación significativa entre conciencia ambiental y hábitos de consumo.
- H<sub>a</sub>. Existe relación significativa entre conciencia ambiental y hábitos de consumo.

			Conciencia Ambiental	Hábitos de consumo
Rho de Spearman	Conciencia Ambiental	Coefficiente de correlación	1,000	,585**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	150	150
	Hábitos de consumo	Coefficiente de correlación	,585**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	
		N	150	150

Los resultados mostrados en la tabla anterior, nos presenta los resultados de la estadística inferencial del grado de correlación entre las variables estudiadas de acuerdo al coeficiente de Rho de Spearman ,585; dicho valor nos muestra una correlación positiva media, con base en Hernández-Sampieri et al., (2018) frente al grado de significación estadística p\_valor (0,001 < 0,05). Por consiguiente, se rechaza la

hipótesis nula y se admite la hipótesis alterna, esto nos indica que existe una relación significativa entre la conciencia ambiental de los estudiantes y sus hábitos de consumo.

#### *Hipótesis específica 1*

H<sub>0</sub>. No existe relación significativa entre la variable conciencia ambiental y la dimensión consumismo irresponsable.

H<sub>a</sub>. Existe relación significativa entre la variable conciencia ambiental y la dimensión consumismo irresponsable.

**Tabla 6.** Grado de correlación y nivel de significación entre la variable conciencia ambiental y la dimensión consumismo irresponsable

			Conciencia Ambiental	Consumismo Irresponsable
Rho de Spearman	Conciencia Ambiental	Coefficiente de correlación	1,000	,483**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	150	150
	Consumismo Irresponsable	Coefficiente de correlación	,483**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	
		N	150	150

Los resultados obtenidos en la anterior nos presentan la estadística del grado de correlación entre *conciencia ambiental* y la dimensión *consumismo irresponsable*, estudiadas de acuerdo al coeficiente de Rho de Spearman ,483; dicho resultado nos muestra una correlación positiva débil, con tendencia a ser media, con sustento en Hernández-Sampieri et al., (2018) frente al grado de significación estadística  $p\_valor (0,001 < 0,05)$ . Por consiguiente, se rechaza la hipótesis nula y se admite la hipótesis alterna, esto nos indica que existe una relación significativa entre la variable conciencia ambiental y la dimensión consumismo irresponsable.

#### *Hipótesis específica 2*

H<sub>0</sub>. No existe relación significativa entre la variable conciencia ambiental y la dimensión consumismo responsable.

H<sub>a</sub>. Existe relación significativa entre la variable conciencia ambiental y la dimensión consumismo responsable.

**Tabla 7.** Grado de correlación y nivel de significación entre la variable conciencia ambiental y la dimensión consumismo responsable

			Conciencia Ambiental	Consumismo Irresponsable
Rho de Spearman	Conciencia Ambiental	Coefficiente de correlación	1,000	,522**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	150	150
	Consumismo Irresponsable	Coefficiente de correlación	,522**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	150	150

Los resultados mostrados en la tabla anterior, nos presenta los resultados de la estadística inferencial del grado de correlación entre las variables estudiadas de acuerdo al coeficiente de Rho de Spearman, 522; dicho valor nos muestra una correlación positiva media, con base en Hernández-Sampieri et al., (2017) frente al grado de significación estadística  $p_{\text{valor}}$  ( $0,001 < 0,05$ ). Por consiguiente, se rechaza la hipótesis nula y se admite la hipótesis alterna, esto nos indica que existe una relación significativa entre la variable *Conciencia Ambiental* y la dimensión *Consumismo responsable*.

## CONCLUSIONES

La presente investigación concluye de la siguiente manera:

1. Las variables conciencia ambiental y hábitos de consumo presentan, de acuerdo al Rho Spearman ,585 una correlación positiva media, por tanto, existe una relación significativa entre ambas variables. Esto demuestra una fortaleza porque los estudiantes son sensibles a su entorno ambiental y esto conlleva a la posibilidad de generar respuesta positiva a las prácticas amigables.
2. La variable conciencia ambiental y la dimensión consumismo irresponsable, de acuerdo al Rho de Spearman ,483 nos muestra una correlación positiva débil, con tendencia a media, por tanto, existe una relación significativa entre ambas. Esto nos demuestra que gran parte de la población estudiantil practica acciones irresponsables en torno al cuidado del medio ambiente, quizá, debido a la falta de valores o desconocimiento.
3. La variable conciencia ambiental y la dimensión consumo responsable, de acuerdo al Rho de Spearman ,522 nos muestra una correlación positiva media, por consiguiente, existe una relación significativa entre ambas. Este resultado refleja los buenos hábitos de los estudiantes, teniendo en cuenta el cuidado del medio ambiente para evitar la generación de daños y contaminación de su entorno.

## RECOMENDACIONES

1. Es tarea de la comunidad educativa rediseñar sus estrategias pedagógicas, metodológicas y didácticas para mejorar la situación actual, la calidad de vida y un buen ambiente sostenible con ciudadanos críticos que se proyectan en sociedad.
2. Urge impulsar el desarrollo sostenible para procurar el cumplimiento actual de necesidades que requiera la preservación ambiental para las generaciones venideras; asimismo, impulsar la sostenibilidad, orientada al reconocimiento de la diversidad cultural.
3. Las comunidades deben fortalecer su proceso de crecimiento, reconociendo la educación ambiental como una herramienta para la sostenibilidad, que puede aportar desde las primeras etapas de la vida a través de la familia y de los centros educativos al desarrollo de capacidades intelectuales, psicológicas, sociales, físicas y conductuales que se requiere sean moldeadas para crear potencialidades, a fin de fortalecer la conservación del planeta y aportar a la consecución de una sociedad sostenible que defienda los recursos con valores.

## REFERENCIAS

1. Almirón, Z.; Bianchi, E. C.; Kosciukde Gesualdo, G. y Ferreyra, S. (2011). Contribuciones al Consumo Responsable. Una mirada regional, XXV Encuentro De Docentes Universitarios de Comercialización de Argentina y América Latina, San Juan, Argentina. <http://www.educacional.com.ar/educa/index.php/trabajos-presentados/2011>
2. Avaria, M., Catalán, L., & Saieg, J. (2013). Consumo consciente y responsable en Chile: Características y segmentación de los perfiles de consumidores responsables en Chile. Universidad de Chile.

3. Carrasco, M., & La Rosa, M. (2013). *Conciencia ambiental: Una propuesta integral para el trabajo docente en el II ciclo de nivel inicial*. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.

4. Castrillo, A. (2014). *Trabajo de Fin de Grado: Consumo responsable, ¿alternativa o necesidad?* Universidad de Burgos.

5. Chuliá, E. (1995). *La conciencia ambiental de los españoles en los noventa*. ASP Research Paper 12(a).

6. CNICE. (2006). *Consumo superfluo*. Obtenido de <http://concurso.cnice.mec.es/cnice2006/material003/Trabajos/ConsumismoB/Superfluo.pdf>

7. David BGM, Ruiz ZRZ, Claudio BAM. *Transportation management and distribution of goods in a transportation company in the department of Ancash*. *Southern Perspective / Perspectiva Austral* 2023;1:4-4. <https://doi.org/10.56294/pa20234>.

8. Folwarczny, M., Otterbring, T. (2021). *Secure and sustainable but not as prominent among the ambivalent: Attachment style and proenvironmental consumption*. *Rev. Personality and Individual Differences*. 183, p. 111154. Scopus. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2021.111154>

9. Frank M, Ricci E. *Education for sustainability: Transforming school curricula*. *Southern Perspective / Perspectiva Austral* 2023;1:3-3. <https://doi.org/10.56294/pa20233>.

10. Gudynas, E. (2014). *El nuevo consumismo*. <https://doi.org/http://www.lasociadacivil.org/wpcontent/uploads/2014/11/gudynas.pdf>

11. Jiménez, M., & La Fuente, R. (2006). *La operacionalización del concepto de conciencia ambiental en las encuestas. La experiencia del Ecobarómetro Andaluz*. *Perspectivas de la investigación social de la sostenibilidad*, 121-150. <https://doi.org/http://www.iesa.csic.es/publicaciones/201120130.pdf>

12. Lara, J. (2009). *Consumo, consumismo. Algunos elementos trazan sobre estudiantes universitarios en México*. *Nómadas. Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas*, 19.

13. León, M. y Hernández, L. (2015). *En Busca del Homo Conscientia. Un análisis de las variables psicoculturales y su influencia relativa en la actitud hacia un consumo responsable en México*. *Boletín de Estudios Económicos*, 70(215): 369-383.

14. Llana AJO, Ruiz JAZ, Claudio BAM. *Quality of service and citizen satisfaction in a Lima district municipality*. *Southern Perspective / Perspectiva Austral* 2023;1:17-17. <https://doi.org/10.56294/pa202317>

15. Marcelo KVG, Claudio BAM, Ruiz JAZ. *Impact of Work Motivation on service advisors of a public institution in North Lima*. *Southern Perspective / Perspectiva Austral* 2023;1:11-11. <https://doi.org/10.56294/pa202311>.

16. Muñoz, A. (2017). *Consumo Responsable: Análisis del consumidor de Mar del Plata y su comportamiento con el medio ambiente*. Universidad Nacional del Mar del Plata.

17. Ortega, V., & Rodríguez, J. (2004). Escala de Hábitos y Conductas de Consumo: evidencias sobre dimensionalidad. *International Journal of Clinical and Health Psychology*, 121-136.

18. Salazar GCL, Medina MFM, Claudio BAM, Ruiz JAZ. Product quality and profitability at masisa. *Southern Perspective / Perspectiva Austral* 2023;1:14-14. <https://doi.org/10.56294/pa202314>.

19. Viera EJH, Meléndez NMN, Claudio MCM, Ruiz JAZ. Selection process in the Operations area of a company in the ecological sector. *Southern Perspective / Perspectiva Austral* 2023;1:13-13. <https://doi.org/10.56294/pa202313>.

### **FINANCIACIÓN**

Los autores no recibieron financiación para el desarrollo de la presente investigación.

### **CONFLICTO DE INTERESES**

Los autores declaran que no existe conflicto de intereses.

### **CONTRIBUCIÓN DE AUTORÍA**

*Conceptualización:* Margoth Luliana Berrío-Quispe, Dina Emeteria Chávez-Bellido, Karim Aguilar-Mori.

*Curación de datos:* Margoth Luliana Berrío-Quispe, Dina Emeteria Chávez-Bellido, Karim Aguilar-Mori.

*Análisis formal:* Margoth Luliana Berrío-Quispe, Dina Emeteria Chávez-Bellido, Karim Aguilar-Mori.

*Investigación:* Margoth Luliana Berrío-Quispe, Dina Emeteria Chávez-Bellido, Karim Aguilar-Mori.

*Metodología:* Margoth Luliana Berrío-Quispe, Dina Emeteria Chávez-Bellido, Karim Aguilar-Mori.

*Administración del proyecto:* Margoth Luliana Berrío-Quispe, Dina Emeteria Chávez-Bellido, Karim Aguilar-Mori.

*Supervisión:* Margoth Luliana Berrío-Quispe, Dina Emeteria Chávez-Bellido, Karim Aguilar-Mori.

*Validación:* Margoth Luliana Berrío-Quispe, Dina Emeteria Chávez-Bellido, Karim Aguilar-Mori.

*Visualización:* Margoth Luliana Berrío-Quispe, Dina Emeteria Chávez-Bellido, Karim Aguilar-Mori.

*Redacción - borrador original:* Margoth Luliana Berrío-Quispe, Dina Emeteria Chávez-Bellido, Karim Aguilar-Mori.

*Redacción - revisión y edición:* Margoth Luliana Berrío-Quispe, Dina Emeteria Chávez-Bellido, Karim Aguilar-Mori.