

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO  
ESCUELA DE POSGRADO  
MAESTRIA EN CIENCIAS MENCION ECOLOGIA Y RECURSOS NATURALES



**NIVEL DE CONCIENCIA AMBIENTAL Y HABITOS DE CONSUMO  
EN ESTUDIANTES EN FORMACION GENERAL DE LA  
UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO - AÑO 2018**

Tesis presentada por

Br. Karina Del Castillo Pardo

Para optar el Grado Académico de Maestro en  
Ciencias mención Ecología y Recursos  
Naturales

Asesor:

Dr. Carlos Aceituno Huacani

CUSCO – 2022

## **Dedicatoria**

A mis padres Panchito y Anqui por ser quienes siempre han estado junto a mí, brindándome su amor y cariño, sus consejos y enseñanzas que me han permitido ser quien soy, los amo tanto y les agradezco todo vuestro apoyo.

A mis hijas, Camilita y Danielita, por ser la parte más bonita de mi vida y el motor de la misma, así como por brindarme su comprensión y paciencia durante este tiempo.

**Br. Karina Del Castillo Pardo**

## Agradecimientos

A Dios por regalarme cada día el don de la vida para compartirla junto a mi familia y permitirme llegar a culminar mi objetivo

A la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, por ser la casa de estudios que me acogió y me brindó los mejores docentes en mi formación profesional como Biólogo, en donde pude compartir momentos únicos junto a mis compañeros con quienes hoy en día trabajamos buscando el bienestar de la colectividad y el desarrollo de nuestro Cusco querido y del país.

A la Escuela de Post Grado, en cuyas aulas he tenido la oportunidad de conocer a muy buenos docentes que mediante sus enseñanzas me han ayudado a fortalecer mi formación profesional, así como el compartir múltiples puntos de vista sobre el medio ambiente con mis compañeros.

Al Dr. Carlos Aceituno Huacani, por aceptar ser mi asesor y motivarme y darme ánimo en todo momento para lograr realizar mi trabajo de tesis.

A Nico mi esposo, por su apoyo, sugerencias y recomendaciones para la culminación de este trabajo.

A mis colegas Susana Molleapaza, Diana Rado y Warner Félix por su colaboración en el trabajo de campo y a todas aquellas amistades que siempre me motivaron y me brindaron su apoyo para la realización de este trabajo.

**Br. Karina Del Castillo Pardo**

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene por objetivo determinar la relación del nivel de conciencia ambiental con los hábitos de consumo en estudiantes de formación general de la Universidad Andina del Cusco en el año 2018; así mismo busca establecer el nivel de conciencia Ambiental y determinar los hábitos de consumo en dicho grupo de estudio y precisar la correlación de las dimensiones de la conciencia ambiental con los hábitos de consumo. La investigación es de tipo descriptivo correlacional, ya que busca describir el estado del nivel de conciencia ambiental y hábitos de consumo y es correlacional porque trata de establecer cómo es la relación entre ambas variables. La población de estudio estuvo conformada por los estudiantes de formación general de la Universidad Andina del Cusco y se trabajó con una muestra de 327 alumnos universitarios a quienes se les aplicó una encuesta donde se evaluó la variable nivel de conciencia ambiental con las dimensiones: afectiva, cognitiva, conativa y activa y la variable hábitos de consumo con las dimensiones consumismo y consumo responsable. Los resultados obtenidos indican que el nivel de conciencia ambiental en los estudiantes de formación general es bueno (75.8%) y que los hábitos de consumo son de buenos (57.5%) a excelentes (41.0%) y ambas variables se relacionan significativamente.

**Palabras clave: conciencia ambiental, hábitos de consumo.**

## **ABSTRACT**

This research paper aims to determine the relationship of the level of environmental awareness with consumption habits in general training students of the Universidad Andina del Cusco in 2018. The scope of the research is of a correlational descriptive type, since it seeks to describe the situation of the level of environmental awareness and consumption habits and is correlational because it tries to determine what the relationship between the two variables is. The study population was made up of the students of General Training of the Andean University of Cusco and worked with a sample of 418 university students who were given a survey that assessed the variable level of environmental awareness with dimensions: affective, cognitive, conative and active and variable consumption habits with consumer dimensions and responsible consumption. The results obtained indicate that the level of environmental awareness in general training students is good (75.8%) and that consumption habits are good (57.5%) to excellent (41.0%) and both variables are significantly related.

**Key words: environmental concern, consumption habits**

## ÍNDICE GENERAL

Dedicatoria.....	2
Agradecimiento .....	3
Resumen .....	4
Abstract .....	5
Índice General.....	6

### CAPITULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Planteamiento del problema .....	1
1.2. Formulación del problema .....	5
1.2.1. Problema General .....	5
1.2.2. Problemas específicos.....	5
1.3. Justificación .....	5
1.4. Objetivos.....	6
1.4.1. Objetivo general .....	6
1.4.2. Objetivo específico .....	8

### CAPITULO II: MARCO TEORICO CONCEPTUAL

2.1. Antecedentes.....	8
2.1.1. Antecedentes internacionales .....	8
2.1.2. Antecedentes nacionales.....	11
2.2. Bases teóricas.....	13
2.2.1. Conciencia ambiental .....	13
2.2.2. La Conciencia Ambiental y la Educación Ambiental .....	16
2.2.2.1. Política ambiental relacionada a la Educación Ambiental en el Perú .....	18
2.2.2.2. Medición de la Conciencia Ambiental .....	21
2.2.3. Hábitos de consumo .....	24

### **CAPITULO III: HIPOTESIS Y VARIABLES**

3.1.	Hipótesis de la investigación .....	32
3.1.1.	Hipótesis General.....	32
3.1.2.	Hipótesis específicas.....	32
3.2.	Variables .....	32
3.2.1.	Identificación de variables .....	32
3.2.2.	Operacionalización de variables .....	33

### **CAPITULO IV: DISEÑO METODOLOGICO**

4.1.	Enfoque de investigación.....	34
4.2.	Alcance de investigación .....	34
4.3.	Diseño de investigación.....	34
4.4.	Población de estudio .....	35
4.5.	Muestra de estudio .....	35
4.6.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	37
4.6.1.	Técnicas .....	37
4.6.2.	Instrumentos .....	37
4.6.3.	Validación de instrumentos .....	39
4.6.4.	Procedimiento de la calificación.....	40
4.7.	Plan de análisis de datos .....	42

### **CAPITULO V: RESULTADOS Y DISCUSION**

5.1.	Resultados de las encuestas aplicadas a los estudiantes de estudios generales de la Universidad Andina del Cusco sobre Conciencia Ambiental .....	43
5.1.1.	Evaluación de las dimensiones de Conciencia Ambiental .....	43
5.1.2.	Determinación del Nivel de Conciencia Ambiental .....	56
5.2.	Resultados de las encuestas aplicadas a los estudiantes de estudios generales de la Universidad Andina del Cusco sobre Hábitos de Consumo Responsable .	57
5.2.1.	Evaluación de las dimensiones de Hábitos de Consumo.....	57
5.2.2.	Determinación de los Hábitos de Consumo .....	70

5.3.	Resultados de la relación del nivel de conciencia ambiental con los hábitos de consumo en estudiantes de formación general de la universidad andina del cusco en el año 2018 .....	71
5.4.	Resultados de la relación de las dimensiones afectiva, cognitiva, conativa y activa con los hábitos de consumo en estudiantes de formación general de la universidad andina del cusco en el año 2018 .....	73
5.4.1.	Dimensión afectiva y Hábitos de consumo .....	73
5.4.2.	Dimensión cognitiva y Hábitos de consumo .....	74
5.4.3.	Dimensión conativa y Hábitos de consumo .....	76
5.4.4.	Dimensión activa y Hábitos de consumo .....	77
5.5.	Discusión de los resultados.....	78
CONCLUSIONES.....		88
RECOMENDACIONES .....		89
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS .....		90
ANEXOS.....		94



# CAPÍTULO PRIMERO

## PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

### 1.1. Situación problemática

La problemática Ambiental actual está llamando la atención de investigadores y de la ciudadanía en general, debido a que cada vez es más notorio el deterioro de la calidad ambiental causada por el ser humano como consecuencia de sus estilos de desarrollo, produciendo efectos como el cambio climático, escasez y contaminación de las fuentes de agua, alteración de la calidad del aire, pérdida de suelos, entre otros; los que generan efectos perjudiciales para el medio ambiente así como para el ser humano, por lo que se debe buscar alternativas de solución que desacelere este proceso de degradación..

Una de las causas del deterioro ambiental es la explosión demográfica, de acuerdo a los informes producidos por la ONU, en 1994 se calculaba que el planeta estaba habitado por unos 5.700 millones de personas, para el año 2011 se llegó a 7000 millones de habitantes, y en el 2014 a los 7200 millones (ONU, 2014). De acuerdo a las últimas noticias emitidas por la ONU hoy en día ya somos 7,600 millones de habitantes y se espera que para el 2030 lleguemos a ser 8600 millones; sin embargo, algunas proyecciones demográficas también consideran que muchos países de Europa y América Latina experimentarán antes del 2050 un descenso en sus poblaciones (ONU, 2014).

El incremento inusitado de la población a traído consigo múltiples problemas no sólo en el sentido de cuán grande es la población, sino en cómo se distribuye, de qué manera utilizan los recursos, cuantos desechos se generan, etc. Es indudable que a mayor número de individuos se consumirá mayor cantidad de recursos y se generará mayor número de desechos. Es por eso que asociado al crecimiento poblacional se encuentra el tipo de hábitos de consumo que van más allá de la satisfacción de necesidades básicas, derivando un consumo desmedido, por lo que es necesario estudiar como es el consumo y que efectos ocasiona en el medio ambiente, debido a que en los últimos tiempos se ha incrementado en gran medida, originando problemas medioambientales que ya han cobrado muchas vidas

humanas y siguen poniendo en riesgo la supervivencia del resto de la población y las diferentes especies que viven en el planeta.

La protección del medio ambiente, es una responsabilidad que debería ser asumida por cada uno de los ciudadanos, así como por las autoridades locales, regionales, nacionales y no esperar situaciones críticas de carencia, escasez o enfermedad; es decir, se hace necesario tomar conciencia de nuestro rol en el medio ambiente y llevar a la práctica acciones que disminuyan la presión sobre los recursos garantizando de esta manera la sostenibilidad y posibilidad de garantizar la satisfacción de las necesidades actuales y de las futuras generaciones.

Otra de las razones que hoy en día está desencadenando toda esta problemática está referida a las decisiones que toma el ser humano, es así que gran parte de los problemas ambientales en esencia son de naturaleza conductual que va desde problemas conductuales sociales y culturales a nivel individual y del hogar, compañías de negocios, industrias, departamentos gubernamentales (Vlek, 2000, pág. 154) es decir que la crisis ecológica actual es el resultado de una crisis de conducta mal adaptada (Maloney & Ward, 1973). Esta situación llegará a solucionarse cuando la especie humana llegue a un nivel de conciencia ambiental que no anteponga intereses personales de por medio sino la mejora de las condiciones de vida de la colectividad y que se manifieste a través del desarrollo de una conciencia ambiental que promueva conductas pro ambientales, y es precisamente que en el presente trabajo se hará un análisis del nivel de conciencia ambiental y la relación que tienen con los hábitos de consumo en estudiantes de formación general de la Universidad Andina del Cusco

Es necesario señalar que el desarrollo de la conciencia ambiental es parte determinante en los programas de educación ambiental formal y no formal, es así que en numerosas reuniones internacionales como la Conferencia de la Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente Humano realizado en Estocolmo en 1972, en donde se puso en relieve la educación para afrontar problemas asociados al Medio Humano, años más tarde en Tbilisi (Rusia) se da énfasis al desarrollo de la educación que sea capaz de fomentar conductas adecuadas hacia el ambiente así como la utilización de los recursos (UNESCO, 1977). Así mismo en 1990 en Talloires se da por fin la introducción de contenidos ambientales en

programas de educación universitaria permitiendo que sea capaz la integración de la labor universitaria en la investigación, extensión permanente y que brinde aportes a la realidad social del país. Años más tarde la Naciones Unidas declara al periodo 2004 al 2014 como el Decenio de la Educación para el Desarrollo Sostenible DEEDS, en el que se considera la Educación no solamente en la mera repetición de contenidos sino que constituye un proceso de Enseñanza y Aprendizaje que implementa un entendimiento y orientación hacia el Desarrollo Sostenible, y que se base en principios, valores y prácticas sostenibles (UNESCO, 2009).

En el 2015, las Naciones Unidas presentó los 17 Objetivos del Desarrollo Sostenible entre los que se considera el Objetivo 04 Educación de calidad como un medio para lograr salir de la pobreza y mejorar la calidad de vida de la población y el Objetivo 12 Producción y Consumo Responsable, con lo que se busca hacer más y mejor cosas con menos recursos, en vista que en los años anteriores se tuvo un consumo excesivo de los recursos y lo que es peor produciendo una gran cantidad de residuos muchos de los cuales son altamente contaminantes, además busca concientizar no solo el sector productor sino también a los consumidores a través de mecanismos como el etiquetado y las normas de uso.

Al respecto, el Perú no ha sido ajeno a todo este esfuerzo global, en el 2012 el Gobierno ha aprobado el Plan Nacional de Educación Ambiental (PLANEA) como un instrumento de gestión de la Educación que se imparte no solo en los niveles de educación inicial, primaria y secundaria, sino que también se extiende al nivel superior.

Por su parte, las Universidades a nivel nacional se han enmarcado dentro de este contexto, es así que la Red Ambiental Interuniversitaria – Interuniversia Perú (RAI) está conformada por universidades públicas y privadas que promueven la inclusión de la dimensión ambiental en todas las universidades del país, para fortalecer el marco normativo y gerencial desarrollado por el gobierno a través de sus ministerios. La Universidad Andina del Cusco es parte de esta Red y en los últimos años ha tomado con mucha responsabilidad la variable ambiental dentro de lo que constituye la formación de profesionales que participen en el cuidado del medio ambiente y se proyecten hacia la comunidad a través de la Responsabilidad Social Universitaria. Por lo que, en esta casa de Estudios desde el establecimiento del programa de estudios de formación general para los ingresantes a las

cinco Facultades se desarrolla la asignatura de Ecología y Medio Ambiente, así mismo la Dirección de Responsabilidad Social y Extensión Universitaria tiene como una de las líneas de acción la Cooperación para el Desarrollo Sostenible.

Al respecto es importante que los estudiantes conozcan y entiendan la importancia de la protección, conservación y uso sostenible de los recursos que el medio ambiente nos otorga, así como del papel que a cada uno le toca desarrollar en el entorno, es necesario evaluar las consecuencias de los hábitos de consumo en relación al cuidado del medio ambiente, puesto que la formación universitaria no sólo se basa en impartir conocimientos, sino en una formación humanística pues es aquí donde se deben fortalecer los valores y principios éticos como seres humanos que permitan vivir en un ambiente más sano y agradable. De igual manera, es necesario entender que parte de la solución de los problemas ambientales no sólo es responsabilidad de las autoridades, sino que también involucra tanto al sector empresarial como la sociedad civil.

Considerando que la educación ambiental es una herramienta importante para generar cambios en la conducta frente al medio ambiente, esta se debe dar a todo nivel tanto en la educación formal como no formal y en este caso las universidades cumplen el rol fundamental de impartir conocimientos, propiciar prácticas sostenibles y promover programas de innovación que fortalezcan la relación del ser humano con su entorno, para que de esta manera no pase a un segundo plano y no se pierda de vista la urgencia del cuidado ambiental a través de los hábitos de consumo responsable. Por esta razón es necesario conocer en qué medida el nivel de conciencia ambiental se relaciona con los hábitos de consumo en los estudiantes de estudios de formación general de la Universidad Andina del Cusco, para que de esta manera la Universidad como centro de formación pueda promover actitudes responsables con el entorno por parte de cada estudiante y que coadyuven a la mejora de la calidad de vida de la población universitaria y de la ciudad.

## **1.2. Formulación del problema**

### **1.2.1. Problema general**

¿Cómo es la relación del nivel de conciencia ambiental y los hábitos de consumo en estudiantes en Formación General de la Universidad Andina del Cusco en el año 2018?

### **1.2.2. Problemas específicos**

- a) ¿Cuál es el nivel de conciencia ambiental que presentan los estudiantes?
- b) ¿Cómo son los hábitos de consumo que se presentan en los estudiantes?
- c) ¿En qué medida las dimensiones de la conciencia ambiental se relacionan con los hábitos de consumo en los estudiantes?

## **1.3. Justificación**

El medio ambiente, ese lugar donde todos los seres vivos interactuamos unos con otros y con nuestro entorno, viene siendo afectado por el ser humano quien en los últimos años además de haber presentado un crecimiento poblacional a gran escala, ha incrementado enormemente el consumo de los recursos, tal como lo señala el expresidente de Brasil Luis Ignacio Lula Da Silva en el 2005 en Porto Alegre hizo referencia que aproximadamente el 5% de la población mundial utiliza el 80% de los recursos y el resto de la población utiliza tan solo el 20% restante de los recursos (Mendiola, 2015).

Este consumo desmedido, no pensado ni planificado está deteriorando la calidad del ambiente no de 1 ó 2 personas, sino en general de todos los seres vivos, esta realidad que aparentemente es ajena a cada individuo en el sentido de que muchas veces el hombre no se siente consciente de que las acciones individuales conllevan a efectos globales puede limitar nuestra responsabilidad del daño que ocasionamos día a día.

Al respecto, una de las primeras acciones que el ser humano debe desarrollar es la toma de conciencia de las acciones que como consumidor efectúa, generando un cambio en los estilos de consumo; por lo que, se hace necesario conocer en qué medida la ciudadanía

está informada sobre la cuestión ambiental, si es consciente que sus acciones tendrán repercusión directa o indirecta sobre el entorno, si los hábitos de consumo que presenta responden a la satisfacción plena de sus necesidades vitales, secundarias o simplemente a la necesidad de ser incluido en un determinado grupo social sin considerar los efectos que se den en el ambiente.

Es así que en la presente investigación se pretende determinar si la conciencia ambiental se relaciona con los hábitos de consumo en estuديات de formación general de la Universidad Andina del Cusco, puesto que hoy por hoy se asume que los jóvenes pueden ser considerados como un segmento poblacional que es más sensible a la problemática ambiental, pero que sin embargo están más absortos por la necesidad de consumo.

Debemos asumir que en la universidad se forma a los jóvenes no sólo como profesionales en su área, sino como seres humanos con valores y principios para ser buenos ciudadanos y que su relación con el medio ambiente sea responsable y asuma que su estancia en este planeta no es aislada, sino de interrelación continua con su entorno y todos los organismos que habitan en él.

En tal sentido las universidades están llamadas a cumplir su rol de responsabilidad social en el marco del desarrollo sostenible, para lo cual este estudio busca generar información sobre la relación que existe entre el nivel de conciencia ambiental (lo que piensa, conoce, actúa, cumple) y los hábitos de consumo de estuديات de formación general para desarrollar nuevas herramientas para que los programas de educación ambiental y proyección a la sociedad sean mejor planificados y tengan los resultados deseados. No olvidemos que las universidades son el espacio clave para los procesos de transformación de la sociedad (Gomera y otros, 2012).

## **1.4. Objetivos**

### **1.4.1. Objetivo general**

Determinar el grado de relación del nivel de conciencia ambiental con los hábitos de consumo en estuديات de Formación General de la Universidad Andina del Cusco en el año 2018.

#### **1.4.2. Objetivos específicos**

- a) Determinar el nivel de conciencia ambiental que presentan los estudiantes.
- b) Determinar los hábitos de consumo que se presentan en los estudiantes.
- c) Establecer la correlación de las dimensiones de la conciencia ambiental con los hábitos de consumo en los estudiantes

## **CAPÍTULO SEGUNDO**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. Antecedentes**

La problemática ambiental hoy en día es un tema importante que a todo ser humano interesa, es por eso que se ha convertido en un tópico que es materia de estudio desde diferentes disciplinas. En tal sentido se presentan algunas investigaciones realizadas desde el ámbito educativo, sociológico, psicológico entre otros.

##### **2.1.1. Antecedentes internacionales**

Moreno, et al., (2005). En su trabajo “Escala de actitudes ambientales hacia problemas específicos” Señalan que medio ambiente y actitud son conceptos que engloban multitud de aspectos concretos (... )El objetivo de su investigación fue avanzar en la comprensión de la conciencia ecológica y en el conocimiento de la estructura interna de los factores que la componen para lo cual se diseñó una escala de 50 ítems, resultado del cruce de 5 dimensiones psicosociales con 10 problemas ambientales, de esta manera se considera una combinación única de un aspecto actitudinal y otro ambiental, dicha encuesta fue aplicada a una muestra de 1.433 madrileños de ambos sexos.(...) Las variables actitudinales, considera en el ámbito del individuo: la facilitación de la conducta pro ambiental, la información y la norma social; mientras que, en el marco personal, la obligación moral o norma personal y la valoración.(...) Las variables ambientales incluyen diez tipos de problemas ambientales divididos en dos bloques, el primero sobre la contaminación del ámbito regional y global como los productos químicos o el efecto invernadero y de ámbito local como el transporte, las basuras y el ruido en las ciudades; el segundo bloque es sobre conservación que abarca el uso y estado de recursos como la energía y el agua, la conservación de espacios naturales, biodiversidad y reciclaje. Esta investigación ha confirmado una actitud pro ambiental mayoritaria, dado el alto grado de acuerdo obtenido para el conjunto de ítems, pero algo menor en cuanto a la facilitación de la conducta pro ambiental y la norma social. Ésta aparece como factor estructural esencial de la escala, demostrando la importancia que el individuo concede al ámbito social en la formación de su



propia conciencia ecológica. (...) En conclusión, se detecta que a pesar de reconocer la gravedad de los problemas ambientales y sentir una cierta obligación moral hacia ellos, las personas opinan que no es fácil actuar en favor del medio ambiente y que los demás actúan menos pro ambientalmente que uno mismo. El estudio de esta perspectiva social y del conflicto entre las actitudes ambientalistas y el declive ecológico serán claves como garantía de la gestión sostenible de los bienes naturales compartidos por todos (Moreno y otros, 2005).

Berenger (2002). En su trabajo “La medida de las actitudes ambientales: propuesta de una escala de conciencia ambiental (Ecobarómetro)” Señalan la existencia de fuertes limitaciones teóricas de las escalas de evaluación ambiental. En este sentido se impone la necesidad de desarrollar una medida que sea capaz de superar tales limitaciones tanto a nivel teórico como práctico. Se ha diseñado un instrumento de evaluación de actitudes ambientales estructurado a partir de tres premisas. La necesidad de tener en cuenta los temas relevantes en el comportamiento ambiental dentro del nicho ecológico del sujeto, la necesidad de una medida que concrete adecuadamente la especificidad en el nivel de medida conductual y actitudinal y la necesidad de establecer claramente los contenidos de la evaluación en actitudes ambientales a nivel personal y contextual. Los datos muestran que, si bien, existe una elevada preocupación por el medio ambiente ésta no es homogénea a nivel inter e intra-actitudinal. De esta manera se comprueba la importancia de la evaluación multidimensional y específica de las actitudes ambientales para explicar la actitud y conducta ambiental a nivel teórico, así como para la implementación de programas de intervención (Berenger, 2002).

Gomera Martínez, Villamandos de la Torre y Vaquero Abellán en el 2012, realizaron la “medición y categorización de la conciencia ambiental del alumnado universitario: contribución de la universidad a su fortalecimiento” Considerándose como una herramienta para la medición y distribución en categorías de la Conciencia Ambiental en el ámbito universitario, descrita por las diferentes dimensiones que definen este concepto: cognitiva, afectiva, conativa y activa. La investigación tuvo lugar en la Universidad de Córdoba (España) durante el curso 2008-2009, en una muestra de 1082 estudiantes. A través de indicadores que describen cada dimensión, se construyó una medida sobre la que sintetizaron diferentes niveles de conciencia ambiental, alrededor de los cuales se agrupó al alumnado en tres niveles (...) conciencia ambiental mayor, conciencia ambiental menor y no

condicionados por la conciencia ambiental. Estos niveles guardan relación significativa con las variables referidas al perfil académico, el sexo y la edad, pero no con las variables relacionadas con la evolución del alumnado durante su etapa universitaria (“curso” o “ciclo”). Como conclusión, la Universidad de Córdoba aún no ha incorporado procesos efectivos para la ambientalización curricular (Gomera y otros, 2012).

En relación al consumo responsable, Guzmán Montaña en el 2017, en su trabajo de investigación intitulado “La percepción sobre consumo sostenible en los jóvenes de la Fundación Universitaria Los Libertadores, seccional Bogotá” tuvo como propósito evidenciar los procesos de toma de conciencia y los métodos de consumo sostenible usados por los estudiantes de dicha institución universitaria, con la finalidad de analizar la percepción sobre consumo sostenible que presentan los estudiantes y dar sugerencias y/o recomendaciones para generar un cambio de hábitos.(...) Se aplicó una encuesta virtual a los estudiantes y se desarrolló un grupo focal llegándose a determinar el nivel de importancia que tienen para los jóvenes las marcas comerciales que apoyan el medio ambiente y educan en consumo sostenible, se evidencia falta de concientización por parte de los jóvenes, así como falta de conocimiento y una baja puesta en práctica de hábitos de consumo sostenible (Guzmán, 2017).

Bianchi, Carmelé, Tubaro y Bruno en el 2011 realizaron un estudio sobre consumo responsable iniciados en forma conjunta por tres universidades nacionales: UNER-UNL-UNC. Con el objetivo de medir el nivel de conciencia, compromiso y de acción de las generaciones más jóvenes respecto del consumo de agua, energía, reciclaje, donaciones y de la compra en general. En este sentido, el trabajo se centra en el componente conativo de la actitud del segmento estudiado, considerando los diferentes perfiles de jóvenes universitarios, poniendo en evidencia determinadas contradicciones entre el decir y el hacer. El estudio cualitativo consistió en dinámicas grupales utilizando la técnica de collage para profundizar conceptos sobre consumo responsable, sociedad y ecología. En el cuantitativo, por medio de un cuestionario semiestructurado y a partir de una muestra de más de 400 casos de estudiantes universitarios de ambos sexos, se indagó sobre los estilos de vida de los jóvenes y también sobre los estilos de conductas responsables y sus acciones de consumo. Los hallazgos del estudio muestran que los jóvenes lejos de hacer la revolución para transformar la sociedad, van forjando valores y conductas más pro ambiente fruto de la

educación recibida. Las decisiones de consumo no son siempre racionales y conscientes, con diferencias de comportamientos según los estilos de vida donde los grupos más acorde con un estilo de consumo responsable son las jóvenes “Equilibradas” y “Workaholic” y de los jóvenes “Activistas” y “Luchadores” (Bianchi y otros, 2013).

### **2.1.2. Antecedentes nacionales**

En un estudio realizado por Zeballos (2005) en su trabajo de tesis tuvo como objetivo medir el impacto ecológico y ético en los alumnos beneficiarios de un proyecto de educación ambiental teórico y práctico, en una zona desértica. La investigación es de tipo descriptiva experimental; mediante la confrontación de datos recogidos en dos Grupos; el Grupo Experimental y el Grupo de Control. Se desarrolló en tres fases: En la primera fase se realizó una entrevista a profundidad previa a 10 personas, La segunda fase consistió en la recopilación de datos e información directamente del universo del grupo experimental y del grupo de control. La tercera fase consistió en el análisis de los datos, la confrontación y sistematización (...) lo que permitió la elaboración de las siguientes conclusiones: se ha mejorado la satisfacción en las condiciones de vida que experimentan, ha contribuido a mejorar la percepción de la vida y el incremento de los valores como la alegría, la paz y la confianza, así como sus aspiraciones y expectativas personales. ha logrado un impacto positivo y consistente en el cuidado del ambiente y el aprecio por las plantas y las áreas verdes en general de los estudiantes del Colegio (Zeballos, 2005).

Carrasco y La Rosa en el 2013, en su trabajo de tesis “Conciencia ambiental: Una propuesta integral para el trabajo docente en el II ciclo del nivel inicial” realizó una investigación descriptiva propositiva con el objeto de identificar los conocimientos sobre conciencia ambiental que manejan los docentes del II ciclo del nivel inicial. La población estuvo conformada por docentes del II ciclo del nivel Inicial de Educación Básica regular, en centros de Educación Inicial del sector público y privado, de siete distritos Lima-Metropolitana: San Miguel San Isidro, San Martín de Porres, Carabayllo, Lima-Cercado, Surco y La Victoria. Para el recojo de los datos se utilizó la técnica de la encuesta y el cuestionario como instrumento. (...) De la aplicación de tres tipos de encuestas se llegó a las siguientes conclusiones: Los docentes que laboran en distintas instituciones educativas de gestión pública y privada con niños del segundo ciclo del nivel de inicial, conocen la

importancia de trabajar la Educación Ambiental en las aulas y manejan el término de conciencia ambiental. Sin embargo, no logran definir cómo se alcanza la conciencia ambiental ni cuáles son los pasos para trabajarla en el aula. La toma de conciencia ambiental se puede lograr en los niños del nivel inicial, por medio de actividades vivenciales que los involucren directamente con su entorno natural. Se plantea un método proyecto como una forma de trabajo integral en la que se pueden cubrir todos los pasos necesarios para la toma de conciencia ambiental, realizando un seguimiento continuo para el logro de los objetivos, adaptados a la realidad en la que se encuentran los alumnos. Es posible la evaluación de la toma de conciencia ambiental en los niños, considerando los aspectos cognitivos, afectivos, conativos y actitudinales, que se ven evidenciados en el desarrollo de las distintas actividades propuestas por las maestras (Carrasco & La Rosa, 2013)

Peña en el 2017 en su trabajo de Tesis “Conocimientos y Actitudes hacia el medio Ambiente en estudiantes de la escuela profesional de Ingeniería Ambiental de la Universidad Andina del Cusco”, tuvo por objeto establecer la relación entre el conocimiento y las actitudes hacia el medio ambiente en estudiantes de la Escuela Profesional de Ingeniería Ambiental de la Universidad Andina del Cusco. Trabajó con una muestra de 225 participantes de ambos sexos, con edades de 17 a 25 años. El tipo de investigación es básica, de alcance descriptivo correlacional, con diseño no experimental de corte transversal. Se utilizó el cuestionario de conocimiento ambiental y la Escala de Actitudes hacia la conservación del medio. Los resultados determinaron que el nivel de conocimiento medio ambiental en los estudiantes, es de regular a bueno, y sus actitudes son desfavorables. Concluyéndose que existe correlación moderada entre ambas variables (Peña, 2017).

Por su parte Cáceres (2017) en su trabajo de Tesis “Percepción sobre la conservación del Medio Ambiente de los Estudiantes del Centro de Idiomas de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco” evaluó la percepción ambiental de los estudiantes del Centro de Idiomas de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco. Se diseñó un cuestionario y cuatro componentes: Formación medio ambiental, valoración del medio ambiente y de los problemas ambientales, decisión a incorporarse al cambio y responsabilidad ambiental. Consideró como muestra representativa a los estudiantes del Centro de Idiomas, quienes fueron seleccionados mediante el muestreo no probabilístico y por conveniencia, siendo un total de 150 estudiantes. Esta investigación corresponde al

tipo analítico y descriptivo. Los resultados indican que un porcentaje alto de los estudiantes universitarios presentan una percepción regular sobre la conservación ambiental (Cáceres, 2017).

Fernández en el 2018, desarrollo el trabajo “Hábitos ecológicos y la conservación del medio ambiente en estudiantes de primaria, Los Olivos, 2017” con la finalidad de determinar la relación que existe entre los hábitos ecológicos y la conservación del medio ambiente en los estudiantes del V ciclo en la I.E. 3091. Se realizó una investigación de tipo correlacional con la población de estudiantes que pertenecen al V ciclo y aplicada a una muestra final de 120 alumnos del 5º y 6º grado del nivel primaria. El diseño de la investigación corresponde a no experimental y transversal, se utilizó un instrumento para la variable hábitos ecológicos y conservación del medio ambiente para la adquisición de datos. Además, para determinar la validez se aplicó el KR 20, que se encarga de determinar la media ponderada de las correlaciones entre los ítems que forman parte de la encuesta, así mismo se hizo la prueba de normalidad de ajuste de Kolmogorov-Smirnov, asimismo se contrastó las hipótesis, empleando la estadística no paramétrica, es decir la Rho de Spearman. Finalmente, el resultado obtenido se demostró que existe una correlación directa, moderada y significativa entre los hábitos ecológico y la conservación del medio ambiente, es decir a mayor práctica de hábitos ecológicos, mayor es la conservación del medio ambiente; situación que también se repitió con las dimensiones de la conservación del ambiente: afectiva, cognitiva y activa, donde se encontró una correlación directa, moderada y significativa con los hábitos ecológicos (Fernández, 2017).

## **2.2. Bases teóricas**

### **2.2.1. Conciencia ambiental**

Al iniciar esta investigación sobre la Conciencia Ambiental, el primer paso a desarrollar fue comprender el concepto de Conciencia Ambiental, sin embargo no ha sido una tarea fácil puesto que en realidad es muy difícil llegar a una definición universal en vista que responde a una apreciación subjetiva del ser humano siendo considerado este término como un “constructo” que de acuerdo a la Real Academia Española es una construcción

teórica para comprender un problema determinado en otras palabras es algo de lo que se tiene la noción de su existencia, pero su definición se torna difícil y controvertida.

Este debate en torno a la definición de Conciencia Ambiental ha determinado que en el campo de las ciencias se den diferentes concepciones considerando principalmente una perspectiva antropocéntrica, así lo explica Ana Muñoz van den Eynde en el 2014, donde señala que en el ámbito de la sociología se tiende a analizar los recursos naturales desde el punto de vista de su utilización en la medida que esta afecte a los seres humanos, por su parte Kidner considera que La Psicología ha dedicado poca atención al estudio de la relación del ser humano con la naturaleza y Shultz alega que la rama de la psicología ambiental examina de qué manera el medio ambiente afecta al comportamiento humano y no de manera inversa; finalmente Dutcher declara que desde la ecología se ha puesto interés en las cuestiones sociales sólo cuando afectaban a los sistemas naturales. Lo cual ha repercutido en el análisis de la conciencia ambiental (Muñoz Van den Eynde, 2014, pág. 172).

Según Grob (1995) “Conciencia ambiental: incluye la información disponible sobre el grado de especificidad de la conducta, así como el reconocimiento de la existencia de problemas ambientales” (Grob, 1995).

Bravo en el 2004 citado por Carrasco y La Rosa, considera que Conciencia Ambiental es tanto el conocimiento como la actitud positiva hacia los asuntos ambientales, en el sentido de que estos constituyen variables centrales que, al lado de otras, definen la existencia de sociedades humanas y determinan sus posibilidades de desarrollo material, social y tecnológico. Así mismo existen conceptos sobre la Conciencia ambiental, que están relacionados con cambios de hábitos y actitudes sencillas, que de alguna manera, contribuyen con la reducción del deterioro de nuestro planeta, así como como el cuidado constante de este mismo, luego de haber comprendido la importancia que merece una actitud positiva con el entorno que nos rodea (Carrasco & La Rosa, 2013)

De acuerdo a estas definiciones se hace imprescindible considerar que no podemos concebir la conciencia ambiental solamente como un conjunto de conocimientos sobre el

medio ambiente, sino que debe de plasmarse a través de actitudes que promuevan mejores condiciones para el desarrollo de la vida.

Otros conceptos consideran la Conciencia Ambiental como “el conjunto de imágenes y representaciones que tienen por objeto la atención del medio ambiente o aspectos particulares del mismo, tales como la disminución de especies, la escasez de recursos naturales, la calidad ambiental entre otros” (Corraliza, 2004, pág. 106) en este entender es importante tomar en consideración el conocimiento de las consecuencias del deterioro ambiental sobre el ser humano y los ecosistemas.

Según, Febles citado por Alea en el 2006, “La conciencia Ambiental es el sistema de vivencias, conocimientos y experiencias que el individuo utiliza activamente en su relación con el medio ambiente” (Gomera y otros, 2012, pág. 214) lo que significa justamente que son las experiencias de vida las que determinan el grado de relación del ser humano con la naturaleza.

Alea en el 2006, define la Conciencia Ambiental como una conexión entre varios constructos psicológicos (conocimientos, información, normas, valores, actitudes, creencias, etc.) que desencadena comportamientos que posibilitan convivir con el entorno, preservarlo y transformarlo en función de las propias necesidades, sin comprometer con ello la posibilidad de las generaciones futuras de satisfacer las suyas. (Gomera y otros, 2012, pág. 150)

Jones y Dunlap lo definen como “el grado de preocupación por los problemas ambientales y de apoyar iniciativas para solucionarlos”, por su parte Cerrillo concluye esta definición al indicar una voluntad de contribuir personalmente a su solución (Dunlap & Jones, 2002) (Cerrillo, 2010) lo cual considera que la conciencia no solo se refiere a un mero análisis de que se está haciendo bien o mal, sino de la intención misma de ser un agente de cambio en mejora de la calidad del ambiente.

Según Jiménez y La Fuente, se refiere a determinados procesos asociados a las acciones humanas que intentan reducir el impacto ambiental de la acción humana. Dentro de este amplio marco de lo que se entiende por ambientalismo (o conciencia

ambiental, que sería su plasmación en la forma de interpretar el mundo y comportarse de las personas) lo que considera una gran variedad de constructos psicológicos que incluyen creencias, opiniones, valores, actitudes, intenciones, comportamientos, etc. Además de manera más o menos explícita, establecemos relaciones causales que tendrían en el extremo final de la cadena de causalidad la realización de comportamientos pro-ambientales (Jimenez & La Fuente, 2006, pág. 122)

En conclusión después de haber analizado las diferentes concepciones enunciadas, se puede asumir que la Conciencia Ambiental viene a ser las preocupaciones que el ser humano tiene y percibe sobre el deterioro del ambiente ocasionado por el mismo y que involucran aspectos como costumbres, valores, creencias, comportamiento entre otros que la sociedad misma nos impone de acuerdo al contexto y la realidad de cada individuo y su capacidad de una respuesta basada en actitudes positivas y responsables que conlleven a la protección y conservación del entorno.

### **2.2.2. La Conciencia Ambiental y la Educación Ambiental**

Desde la década de los 70's aproximadamente, en el mundo se ha estado viendo una continua preocupación por el problema ambiental producido por la contaminación ambiental, el crecimiento poblacional y el uso desmedido de los recursos. Por lo que a nivel mundial se ha estado trabajando para abordar esta situación.

Una de las reuniones más importantes fue la de Estocolmo 1972 denominada Cumbre Mundial sobre el Medio Ambiente Humano a partir de la cual se desencadenaron tres hechos que marcaran el rumbo de las políticas ambientales y posteriormente de la Educación Ambiental:

- a) Creación del PNUMA (Programa para el Medio Ambiente de las Naciones Unidas) en 1973, que desde entonces coordina acciones de protección ambiental;
- b) Se promueve la creación de los primeros ministerios y áreas de Medio Ambiente en muchos de los países participantes.
- c) Se enfatiza la necesidad del desarrollo de la Educación Ambiental como uno de los instrumentos para revertir la crisis ambiental mundial entre los principios y recomendaciones consensuadas (García & Priotto, 2009)



En 1975 se crea el Programa Internacional de Educación Ambiental (PIEA) bajo la conducción de la UNESCO y el PNUMA, su primer Director fue el Dr. William Spatt investigador de la Universidad de Michigan y quien por primera vez utilizó el término de Educación Ambiental refiriéndose a ella como “una forma de concienciar a la población a través de la educación” (Semana, 2017)

Ese mismo año se desarrolla en Belgrado (Yugoslavia), el Primer Seminario Internacional sobre la Educación Ambiental en donde se plantea como Meta de la Educación Ambiental:

Llegar a una población mundial que tenga conciencia del medio ambiente y se interese por él y sus problemas conexos y que cuente con los conocimientos, aptitudes, actitudes, motivación y deseos necesarios para trabajar individual y colectivamente en la búsqueda de solución a los problemas actuales y para prevenir los que pudieran aparecer en lo sucesivo (UNESCO, 2019).

En este mismo documento se estableció los siguientes objetivos de la Educación Ambiental:

**Toma de conciencia:** concienciar a la gente de los problemas relacionados con el medio.

**Conocimientos:** ayudar a interesarse por el medio.

**Actitudes:** adquirir interés por el medio ambiente y voluntad para conservarlo.

**Aptitudes:** ayudar a adquirir aptitudes para resolver el problema.

**Capacidad de evaluación:** evaluar los programas de Educación Ambiental.

**Participación:** desarrollar el sentido de la responsabilidad para adoptar medidas adecuadas (UNESCO, 2019)

También se desarrolló la reunión de Tbilisi en cuya declaración se hace énfasis sobre el rol primordial de la educación para la protección y conservación del medio ambiente presentado en el siguiente párrafo:

La defensa y la mejora del medio ambiente para las generaciones presentes y futuras constituyen un objetivo urgente de la humanidad. Para el logro de esta empresa habrá

que adoptar con urgencia nuevas estrategias incorporándolas al desarrollo... la educación debe desempeñar una función capital con miras a crear la conciencia y la mejor comprensión de los problemas que afectan al medio ambiente. Esa educación ha de fomentar la elaboración de comportamientos positivos de conducta con respecto al medio ambiente y la utilización por las naciones de sus recursos (UNESCO, 1978)

Así mismo se han efectuado otras convenciones relacionadas al Medio Ambiente y la Educación Ambiental, en el 2004 se declaró el decenio de la Educación para el Desarrollo Sostenible teniendo como objetivo que las personas aprendan a vivir y trabajar de manera sostenible, teniendo como resultado principalmente el fortalecimiento del liderazgo político para que a futuro se pueda generar políticas encaminadas a hacer frente a los problemas del desarrollo sostenible (UNESCO, 2016)

Estas reuniones abren el camino para el desarrollo de la Educación Ambiental como un instrumento necesario y esencial para mejorar la relación del hombre con el hombre y con el medio ambiente, para lo cual es indispensable desarrollar conciencia ambiental a través del entendimiento de cómo funciona nuestro entorno y cuáles son las posibles consecuencias producto de nuestro actuar, tal como lo plantean Carrasco y La Rosa, quienes asumen que el objetivo general de la Educación Ambiental es la Conciencia Ambiental y que debe ambicionarse a ser desarrollada en todos los ciudadanos para lograr el tan ansiado desarrollo sostenible (Carrasco & La Rosa, 2013).

Pero entiéndase que la Educación Ambiental no debe verse como simplemente la impartición de conocimientos a través de una asignatura; sino, por el contrario, debe incluir a todo el grupo de personas que están involucradas en el ámbito educativo porque hay que dejar bien en claro que no se enseña educación ambiental, sino que hace referencia a la formación ético y moral de la persona (Carrasco & La Rosa, 2013)

#### **2.2.2.1. Política ambiental relacionada a la Educación Ambiental en el Perú**

El antiguo peruano desde períodos prehispánicos, no se sentía dueño de la naturaleza, sino por el contrario todas sus acciones estaban encaminadas a respetar su entorno y los

elementos conformantes de este. A través del tiempo esto cambió, pues pasamos a ser una colonia donde sólo se tenía como objetivo extraer los recursos para satisfacer el hambre de riqueza de nuestros conquistadores, en la república se sigue los procesos de explotación de los recursos a través de otro tipo de colonia (económica y tecnológica), pero que a la vez estuvo marcada por un cambio en la forma de pensar del ser humano pasando de ser parte de la naturaleza a ser dueño de la misma.

Todo eso ha llevado a la situación actual en la que los problemas de contaminación y deterioro ambiental se han dado, teniendo como resultado la modificación y destrucción de hábitats y agotamiento de recursos. Ante lo cual, nuestro País es uno de las regiones más vulnerables, pues a pesar de ser considerado un país Megadiverso y con una gran reserva de agua almacenada en la imponente Cordillera de los Andes nos hemos transformado en una región crítica pues los modelos de desarrollo aplicados están poniendo en riesgo la estabilidad y funcionamiento de uno de los más importantes ecosistemas de bosques tropicales a escala global como es la Amazonia, a lo que se suma la escasez y contaminación del agua, aire y suelos.

A pesar de esta problemática, en el Perú durante los últimos años se han establecido normas que apuntan a proteger el medio ambiente y el bienestar de la población entre las que figuran:

**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

La educación ambiental se convierte en un proceso educativo integral, que se da en toda la vida del individuo, y que busca generar en éste los conocimientos, las actitudes, los valores y las 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 una 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)

**La Décimo Novena Política de Estado sobre Gestión Ambiental y Desarrollo Sostenible del Acuerdo Nacional del año 2002 (Decreto supremo 017-2021-ED):** dispone que el Estado promoverá la participación responsable e informada del sector privado y de la sociedad civil en la toma de decisiones ambientales y en la vigilancia de su cumplimiento y fomentará una mayor conciencia ambiental.

**Ley General de Educación Ley N° 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° 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 en éste los conocimientos, las actitudes, los valores y las prácticas, necesarios para desarrollar sus actividades en forma ambientalmente adecuada, con miras a contribuir al desarrollo sostenible del país.

Esta política es resultado de 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. En su elaboración hubo un amplio proceso de análisis, participación y consulta pública. Cabe destacar que la educación ambiental, si bien tiene larga experiencia en el Perú, 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 data del año 2006.

Dentro de los lineamientos de política, el lineamiento 10 sobre educación superior universitaria y no universitaria, 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° 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.

#### **2.2.2.2. Medición de la Conciencia Ambiental**

Chuliá (1995) citado por Gomera, “propuso una definición de CA perfilada en torno a cuatro dimensiones: cognitiva (información y conocimiento), afectiva (creencias, valores,

sentimientos de preocupación), conativa (actitudes) y activa (comportamientos individuales y colectivos)” (Gomera y otros, 2012, pág. 194)

### **El Nuevo Paradigma Ecológico**

Después de la década de los 60s a nivel mundial se empieza a respirar un aparente clima de paz y tranquilidad, sin embargo, ya se estaba advirtiendo otro tipo de problemas derivados de los sistemas productivos principalmente la agricultura y la industria de los pesticidas y sus efectos letales que explica Rachel Carson en su obra *La Primavera Silenciosa*. Tal vez este es punto crucial en donde los sociólogos ambientales empiezan a percibir un cambio en la visión mundial del Paradigma Social Dominante hacia una nueva preocupación de carácter ambiental denominado Nuevo Paradigma ecológico en donde se evidencia la necesidad de comprender que el ser humano es parte de la naturaleza (Dunlap & Jones, 2002)

Riley E. Dunlap, sociólogo de profesión, es conocido como uno de los principales defensores de la llamada sociología ambiental, trabajando desde los años 70' por medio de movimientos sociales y culturales por el logro de una preocupación hacia el medio ambiente. El trabajo de Dunlap y colaboradores desarrollaron un instrumento que pueda medir ese cambio denominado “Nuevo Paradigma Ambiental”. Obra en la que se plantea que la sociología ambiental deberá abrir y consolidar una nueva línea de investigación. Pues, un elemento notorio de la obra de Dunlap es la crítica a la falta de un cuerpo teórico sobre el comportamiento ambiental o ecológico de las personas (Carrasco & La Rosa, 2013).

La propuesta de Dunlap resulta valiosa para la medición de la conciencia ambiental, pues afirma que es posible medirla por medio de instrumentos, aporta además la necesidad de considerar la teoría de las actitudes y ofrece a su vez, su propia escala (NEP) como un instrumento de evaluación. Esta escala NEP es un cuestionario dirigido a adultos con ítems que toman en cuenta los tres elementos de la teoría de las actitudes (afectivos, cognitivos y conductuales) y permite evaluar por medio de indicadores y las respuestas de los usuarios, si la conciencia ambiental se ha logrado. (Carrasco & La Rosa, 2013).

## **El Ecobarómetro Andaluz**

En el 2001 la Consejería de Medio Ambiente de la Junta de Andalucía y el Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC), desarrollaron un proyecto de investigación denominado El Ecobarómetro de Andalucía (EBA). Cuyo objetivo es analizar las diversas dimensiones de la conciencia ambiental mediante una encuesta anual dirigida a la población andaluza. Para ello se elabora un sistema de indicadores a partir de las preguntas que se realizan a los encuestados, y cuya finalidad es medir las actitudes, conocimiento y comportamiento de los andaluces respecto a diversas cuestiones ambientales. El EBA se diseñó a partir del concepto de Conciencia Ambiental, entendida como el conjunto de percepciones, opiniones y conocimientos acerca del medio ambiente, así como de disposiciones (individuales y colectivas) relacionadas con la protección y mejora de los problemas ambientales. Se trata de un concepto multidimensional en el que, desde una perspectiva analítica, se distingue cuatro dimensiones: afectiva, cognitiva, conativa y activa (Jimenez & La Fuente, 2006).

### **Dimensión Afectiva**

Jiménez en su definición de esta dimensión cita a Chilúá (1995) quien 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” (Jimenez & La Fuente, 2006, pág. 124). “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 (Jimenez & La Fuente, 2006, pág. 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) (Jimenez & La Fuente, 2006, pág. 126)

#### **2.2.3. 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.

Así mismo, García Canclini señala que “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.

Por otro lado, la concepción de consumo puede considerar nuevas valoraciones como las plantea en su obra Gudynas quien señala que el hecho de consumir puede ir más allá de satisfacer las necesidades humanas. Como, por ejemplo, “estatus social y poder económico o en todo caso los bienes quedan incluidos en fuertes relaciones afectivas con sus propietarios, y pasan a ser partes importantes de su propia identidad. Este tipo de self expandido se observa en bienes tales como un automóvil o un equipo de audio” (Gudynas, 2014).

Por su parte un aporte a la definición de consumo dentro de la teoría del comportamiento del consumidor es el realizado por Woods (1981), que incorpora elementos ecológico-ambientales asociados a las actividades de obtención y de uso; mientras que Mason (1981) sintetiza la significancia de consumo con la acción de comprar; así mismo, estudios como los de Descouvières (1998) “conciben 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 & Rodriguez, 2004, pág. 122). “El consumo es natural y es inevitable. No tiene por qué ser asumido como algo malo o indebido” (Lara, 2009)

### **Consumismo**

El consumo excesivo posee la particularidad de un intensivo uso de la materia y la energía, y por ello aumenta la extracción de recursos primarios, demandan más energía y producen más desperdicios. Esto explica que el consumismo sea también una fuerza que mueve las relaciones comerciales entre los países y los ritmos con que se extraen los recursos naturales. Ese consumo excesivo está generando un impacto social y ambiental que

trasciende las incomodidades de tener un shopping center, puesto que afecta a cada país y por ende al mundo entero (Lara, 2009).

Barrena y Almenara entienden al consumismo como aquel tipo de consumo que se encuentra por encima del sueño de alcanzar una vida confortable, se vive en la ansiedad social de poseer cada vez más, valorando incluso más el bien que no se posee que el que tenemos en nuestra propiedad. Así mismo indican que en los últimos 50 años los cambios de consumo desde 1950 hasta el 2002 han presentado una explosión consumista, tal como se aprecia en los siguientes datos:

- El consumo de agua se ha triplicado.
- El de combustibles fósiles se ha quintuplicado.
- El de carne creció un 550%.
- El calentamiento global es alimentado por un aumento de las emisiones de dióxido de carbono de un 400%.
- El PIB mundial aumentó un 716%.
- El comercio mundial creció un 1.568%.
- La publicidad ha visto aumentar los recursos económicos dirigidos a ella un 965%.
- El número de turistas que viajaron más allá de sus fronteras creció un 2.860%.
- El número de automóviles pasó de 53 millones en 1950 a 565 millones en 2009.
- El consumo de papel creció un 423% entre 1961 y 2002

El consumo llevado al extremo, irreflexivo, irresponsable e irrestricto se transforma en el consumismo o hiperconsumo, el cual resulta perjudicial pues no sólo trastorna a las personas, sino que cobra muy caros sus favores trasladando los costos a la mera naturaleza, tanto la interna del ser humano como la externa a éste (Lara, 2009).

### **Consumo Impulsivo y no planificado**

La compra impulsiva fue definida en un principio como aquel tipo de compra no planificada, sin embargo, algunos autores como Stern (1962) Kollat y Willet (1969) criticaron esta definición debido a que no necesariamente toda compra no planeada pueda

ser valorada como una compra impulsiva, al respecto Rook (1987), señala que la compra por impulso es más emocional que racional por eso se la percibe más como negativa que como positiva, a lo que se añade la falta de control del consumidor (Quintanilla y otros, 1998, pág. 11).

En este contexto es necesario que definamos que se entiende por impulso, según Goldenson (1984) define como una urgencia fuerte e irresistible, es un comportamiento repentino y no deliberado lo que complementa Wolman (1980) quien señala que “un impulso no se planea de modo consciente, pero surge inmediatamente al afrontar determinados estímulos” (Quintanilla y otros, 1998, pág. 11), por lo que podemos concluir que un impulso es un comportamiento que se da en respuesta a un estímulo sin previa antelación y el cual no se puede predecir.

Al consumo impulsivo se le ha asignado diferentes términos tal como lo citan Ortega y Rodríguez a cuando se le considera como compra emocional según Rook y Fisher, mientras que Gardner es una compra con consecuencias emocionales negativas y llegando a ser considerado por Loudon y Della Bitta como una compra conflictiva; a lo que se suma la noción de un significado simbólico que representa el poseer bienes y servicios con la finalidad de construir una identidad social positiva, influencias normativas y procesos de socialización. En otras palabras, un sector de la población considera el logro de su felicidad en la necesidad de posesión y acumulación de bienes (Raiteri, 2016). Lo que según Luna-Arocas y Denegri et al, ambos citados por Ortega y Rodríguez (2004) este tipo de consumo “implica la ausencia de la previsión en el acto del consumo, así como y la escasa atención a los recursos financieros disponibles” (Ortega & Rodríguez, 2004, pág. 123)

Por otro lado, en múltiples ocasiones la compra impulsiva muchas veces ha sido considerada como compra compulsiva, siendo esta segunda de carácter patológico y que puede originar problemas diversos. Sin embargo, “la compra impulsiva y compulsiva poseen algo en común que viene a ser el sentimiento de posesión y de urgencia que en ambos casos se da” (Quintanilla y otros, 1998, pág. 10)

## **Consumo superfluo**

De acuerdo a la Real Academia Española, se entiende por superfluo aquello que no es necesario y que esta demás, en este sentido se puede inferir que el consumo superfluo es aquel consumo que no es necesario y/o que se da sin necesariamente contribuir a la satisfacción de alguna necesidad real, que puede derivar de la presión que la sociedad ejerce como por ejemplo en el caso de la moda que a través de los medios publicitarios inducen a la gente a consumir cada vez más y más.

Este tipo de consumo puede ocasionar un gasto económico elevado e incluso llegar a ser perjudicial como cuando se consume productos que son dañinos para la salud, caso las bebidas azucaradas que triunfan por la gran inversión en medios publicitarios que buscan promover su consumo masivo pero que no indican al consumidor los riesgos sobre la salud por su uso continuo. Por otro lado, “el consumo superfluo puede en algunas ocasiones producir una pérdida de la identidad cultural por seguir formas de consumo que proceden de otras culturas” (CNICE, 2006).

## **Consumo Responsable**

Consumo responsable es una forma de consumir cuyo objetivo no es otro que contribuir a la sostenibilidad del planeta y consecuentemente al bienestar humano. Sus aportaciones a la modalidad tradicional de consumo consisten en la incorporación de la reflexión como instrumento para interpretar las posibles consecuencias que supone el acto de consumo y por otra parte la disminución de este en la medida que sea posible asociando al consumidor el concepto de responsabilidad (Castrillo, 2014)

¿Qué es el consumo consciente o responsable? La característica clave que define a los consumidores responsables es tener en cuenta el impacto social, económico y medioambiental de sus decisiones. Para ellos “consumo responsable” es un concepto muy amplio, un estilo de vida que implica una forma de entender la compra y el gasto; manifestación de valores profundos que se traducen en pautas de comportamiento (Avaria y otros, 2013)

Consumo responsable en la literatura sociológica según Burns (1995):

Hace referencia a la representada por aquellos consumidores que muestran una creciente sensibilidad en relación a sus actos de consumo y no sólo toman en consideración aspectos como el precio, la calidad y la fácil adquisición de producto, sino también dónde y cómo han sido fabricados, además quien se beneficia con su compra (Avaria y otros, 2013).

El concepto de “consumo responsable según León y Hernández Luquín, “puede englobar varios temas, como 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” (Muñoz, 2017, págs. 18-19).

Según Martínez (2007), en la modernidad se postuló al consumo como una necesidad de los individuos, pero a la vez se crearon las circunstancias, a tal grado, que se estableció como regla socioeconómica que el consumo era base del crecimiento y, por tanto, sostén fortísimo e irrenunciable del desarrollo humano (Lara, 2009).

Para establecer las dimensiones sobre el consumo responsable se tomó como base el trabajo de Iglesias 2009 (Bianchi y otros, 2013) (Carrillo, 2017) donde señala la dificultad de establecer una definición sobre consumo responsable, sintetizándola en tres ejes:

**Un Consumo Ético** (basado en valores, deliberado, consciente): en el que se introduzcan valores como una variante importante a la hora de consumir o de optar por un producto. En el que se consideran aspectos como:

- Valores a la hora de consumir,
- Pensamiento Crítico, Deliberado, Consciente y Reflexivo.
- Principio del Altruismo: prevalece el bien común a la satisfacción individual

Con especial énfasis en la austeridad como un valor en relación con la reducción para un consumo ecológico, pero también frente al crecimiento económico desenfrenado y al consumismo, como forma de alcanzar el bienestar y la felicidad.

**Un Consumo Ecológico** (3R's), que incluye, las famosas "erres" del movimiento ecologista: Reducir, Reutilizar y Reciclar, pero en el que también se incluyen la preservación y Sostenibilidad del Medioambiente y los recursos naturales. Evalúa el impacto ambiental de todo el ciclo de vida del producto o servicio que va a consumir.

**Un Consumo Social o Solidario** que considera un fuerte ideal de humanización vinculado a las relaciones sociales, laborales y de Responsabilidad Social de Consumo, en el que entraría también el Comercio Justo, es decir pagar lo justo por el trabajo realizado, tanto a gente de las zonas más cercanas como de lugares lejanos que intervienen en la producción, distribución y comercialización de los bienes y fuera del país, eliminar la discriminación , y potenciar alternativas sociales y de integración Respecto al consumo igualitario, universal y equitativo de todos los habitantes y de procurar un nuevo orden económico mundial que garantice mejores condiciones a las generaciones futuras.

Es importante considerar que “el consumo responsable abarca una concepción mayor a la de una obligación o deber, pues también es un derecho, pues implica tener y defender el derecho de elegir qué comprar, en dónde comprar, cómo consumir y en qué momento consumir”, lo que significa la necesidad de que los compradores deban estar informados sobre los productos que consumen (Salas, 2009, pág. 25).

Características del consumo responsable

Salas Cruz (2009) señala las siguientes características de un consumidor:

- Ajustar los consumos a las necesidades reales: Determinar si realmente se necesita o no el bien que se va a comprar
- Considerar el impacto ambiental, desde el punto de vista del ciclo de vida del producto que se compra, teniendo en cuenta el conjunto del proceso desde la producción, transporte, distribución, consumo y los residuos que genera al final de su vida.

- Plantear qué tipo de comercio se ha de favorecer y qué impacto social podría generar.
- Asegurar la calidad de lo que se compra con el fin de adquirir bienes más saludables y duraderos.

Entonces, ya habiendo analizado los conceptos referidos al consumo, los hábitos de consumo vendría a ser esa acción habitual que el ser humano ha realizado a través del tiempo de obtener bienes y o servicios, estableciendo diferentes comportamientos y costumbres, esto en relación a que con la industrialización , el desarrollo tecnológico y las estrategias del marketing cada vez se han ido creando nuevas necesidades originando que los comportamientos y necesidades de los consumidores vayan evolucionando así como los sistemas de comercio como por ejemplo lo sucedido con las compras en físico y ahora los nuevos y modernos sistemas de compras on line, o también la búsqueda de calidad y precio, así como la preferencia de realizar un mayor consumo en otras actividades como es el caso de las actividades de ocio.

## **CAPÍTULO TERCERO**

### **HIPÓTESIS Y VARIABLES**

#### **3.1. Hipótesis de investigación**

##### **3.1.1. Hipótesis general**

El nivel de conciencia ambiental se relaciona significativamente con los hábitos de consumo en estudiantes de la Universidad Andina del Cusco en el año 2018.

##### **3.1.2. Hipótesis específicas**

- a) El nivel de conciencia ambiental que presentan los estudiantes de la Universidad Andina del Cusco en el año 2018 es regular.
- b) Los hábitos de consumo que se presenta en estudiantes de Formación general de la Universidad Andina del Cusco son buenos.
- c) La correlación de las dimensiones de la conciencia ambiental: Afectiva, Cognitiva, Conativa y Activa con los hábitos de consumo en estudiantes de Formación General de la Universidad Andina del Cusco en el año 2018 es significativa.

##### **3.1.3. Variables**

##### **3.1.4. Identificación de variables**

- a. Nivel de conciencia ambiental
- b. Hábitos de consumo



### 3.1.5. Operacionalización de variables

**Tabla 1**

*Operacionalización de las variables: nivel de conciencia ambiental y hábitos de consumo*

Variable	Definición	Dimensión	Indicadores	Ítems
Nivel de conciencia ambiental	Es el conjunto de percepciones, opiniones y conocimientos acerca del medio ambiente, así como disposiciones y acciones relacionadas con la protección y mejora de los problemas ambientales.	Afectiva	Sensibilidad ambiental	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12
			Adhesión a valores ecologistas	
		Cognitiva	Información	13,14,15,16,17
			Conocimiento específico	
		Conativa	Disposición ante los costes	18, 19, 20,21
			Actitud ante comportamientos pro ambientales	
		Activa	Conducta individual	22,23,24,25,26,27,28,29,30
			Conducta colectiva	
Hábitos de consumo	Son aquellas acciones rutinarias y continuas que el consumidor realiza con la finalidad de poseer un bien o servicio que en alguna medida satisface una necesidad.	Consumismo	Consumo impulsivo y no planificado	B(1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13,14,15,16,17)
			Consumo superfluo	
		Consumo responsable	Consumo ético	B(18,19,20,21,22,23,24,25,26,27,28,29,30,31,32,33,34,35,36,37,38,39,40,41,42,43,44,45,46)
			Consumo ecológico	
			Consumo social o solidario	

## **CAPÍTULO CUARTO**

### **DISEÑO METODOLÓGICO**

#### **4.1. Enfoque de investigación**

La investigación se aborda desde un punto de vista cuantitativo puesto que se desarrollará mediciones para establecer el nivel de Conciencia Ambiental y los hábitos de consumo.

#### **4.2. Alcance de investigación**

El alcance de la investigación es de tipo descriptivo correlacional, descriptiva porque nos dice y refiere sobre las características, propiedad y rasgos esenciales de los hechos y fenómenos de la realidad, es decir trata de describir tendencias de un grupo o población en un tiempo establecido ya que se busca describir la situación del nivel de conciencia ambiental y los hábitos de consumo de los estudiantes de formación general de la Universidad Andina del Cusco (Carrasco S. , 2005); y es correlacional porque busca establecer la relación o grado de asociación que existe entre dos o más variables en un determinado contexto; es decir como es la relación que se da entre las variables Nivel de Conciencia Ambiental y Hábitos de Consumo en el grupo materia de investigación (Hernández y otros, 2014).

#### **4.3. Diseño de investigación**

El diseño es no experimental, porque solo se observa los fenómenos sin manipular las variables, en este caso se observa la conciencia ambiental y los hábitos de consumo en estudiantes de estudios generales de la Universidad Andina del Cusco y es de tipo transeccional o transversal porque se recolectan datos en un solo momento para describir variables y analizar en un momento determinado (Hernández y otros, 2014), en este caso la población de alumnos de Estudios Generales de la Universidad Andina del Cusco fue evaluada en una sola oportunidad.

#### 4.4. Población de estudio

Para el presente estudio la población que se consideró fue a todos los estudiantes matriculados en Estudios de Formación general de la Universidad Andina del Cusco en el semestre lectivo 2018 II, que corresponde a 2195 estudiantes.

#### 4.5. Muestra de estudio

Para el estudio de investigación se utilizó una muestra probabilística en la que fueron encuestados al azar 327 estudiantes, dicha encuesta se aplicó en el mes de diciembre del 2018, en la etapa de finalización del semestre académico, todos los estudiantes de la muestra llevaron la asignatura de Ecología y Medio Ambiente, materia que es obligatoria para los estudiantes de formación general de la Universidad Andina del Cusco.

Para la determinación de la muestra se utilizó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{(Z)^2 \cdot (N) \cdot (p) \cdot (q)}{(E)^2 \cdot (N-1) + (Z)^2 \cdot (p) \cdot (q)}$$

Donde:

n	=	Tamaño de muestra a ser determinado
z	=	Nivel de confianza al 95% = 1,96
N	=	Tamaño de la población = 2195 estudiantes
p	=	Probabilidad de éxito = 0,5
q	=	Probabilidad de fracaso = 0,5
E	=	Margen de error = 5% = 0,05

$$n = \frac{(1.96)^2 \cdot (2195) \cdot (0.5) \cdot (0.5)}{(0.05)^2 \cdot (2195-1) + (1.96)^2 \cdot (0.5) \cdot (0.5)}$$

$$n = 327.067$$

La edad promedio de los encuestados fluctúa entre los 17 y 18 años, existiendo sólo un estudiante de 15 años y 3 estudiante mayores de 30 años.

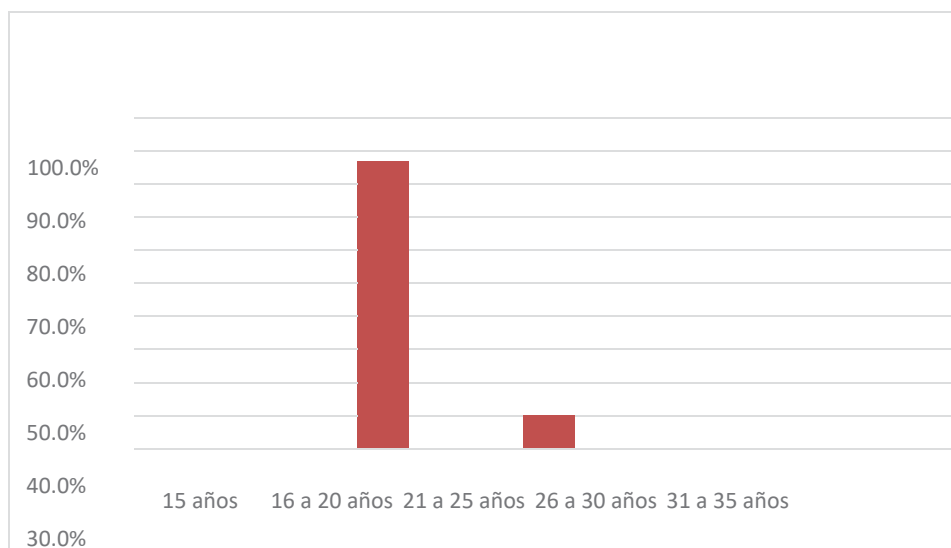
**Tabla 2**

*Distribución de Estudiante de Formación General de la UAC por edad*

Edad	Frecuencia	Porcentaje
15 años	1	0.3%
16 a 20 años	282	86.2%
21 a 25 años	37	11.4%
26 a 30 años	4	1.2%
31 a 35 años	3	0.9%
Total	327	100.0%

**Figura 1**

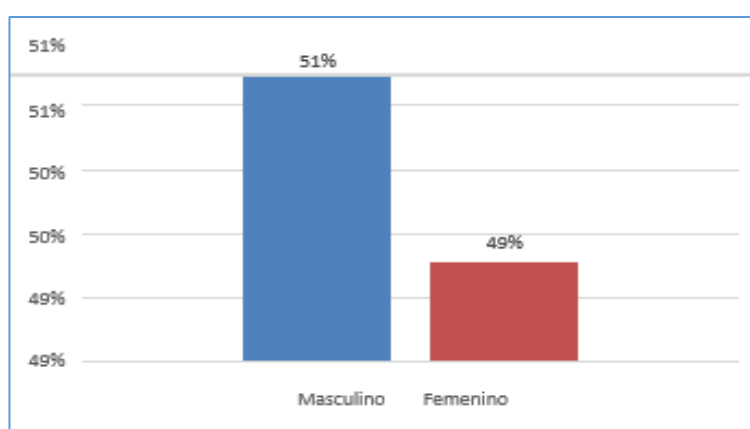
*Distribución de Estudiantes de Formación General de la UAC por edad*



Así mismo del total de la muestra, se tiene que 160 son mujeres lo que corresponde al 49 % y 167 son varones, es decir el 51%.

**Tabla 3***Distribución de estudiantes por sexo*

Sexo	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	167	51%
Femenino	160	49%
Total	327	100%

**Figura 2***Distribución de estudiante por sexo*

#### 4.6. Técnica e instrumento de recolección de datos

##### 4.6.1. Técnicas

En el presente trabajo para la recolección de datos se utilizará la técnica de Encuestas

##### 4.6.2. Instrumentos

Para la medición del nivel de conciencia ambiental y hábitos de consumo se empleó el instrumento del cuestionario, de tipo auto administrado, es decir a cada estudiante se le entregó el instrumento y ellos mismos contestaron en un contexto grupal puesto que se aplicó el cuestionario en los salones de clases donde los estudiantes realizan sus labores académicas, en las que se presentaban en grupos de 30 a 40 estudiantes por aula en un tiempo de 20 a 25 minutos. Para lo cual se les informo a los estudiantes sobre el objeto de la misma y se les dio las indicaciones para el correcto llenado.

**a) Instrumento para la medición del Nivel de Conciencia Ambiental:**

Se tomó como base el trabajo realizado por Jiménez y La Fuente en el 2012, quienes operacionalizaron el concepto de Conciencia Ambiental en las encuestas y tomaron como experiencia el Eco barómetro Andaluz, con la finalidad de afinar la medición de Conciencia Ambiental, a través de las encuestas. Este instrumento fue adaptado a la realidad local, constando de 30 ítems con 05 alternativas, considerando las 04 dimensiones de la Conciencia Ambiental de la siguiente manera:

- Dimensión afectiva con 12 ítems
- Dimensión cognitiva con 05 ítems
- Dimensión conativa con 04 ítems
- Dimensión activa con 09 ítems

En el caso de esta variable las alternativas planteadas para cada ítem no son uniformes en razón de que se ha utilizado aquellas que se acomoden mejor para dar sentido a la pregunta.

**b) Instrumento para la medición de Hábitos de Consumo:**

Se utilizó como base la encuesta de consumo responsable de Almirón et al 2001 (Bianchi, Carmelé, Tubaro, & Bruno, 2013) se revisaron los ítems, se modificaron de acuerdo a nuestra realidad, se ampliaron algunos de ellos y se reordenaron para que nos permita medir los hábitos de consumo considerando las dos dimensiones de consumismo y consumo responsable, constando de 46 ítems distribuidos de la siguiente manera:

- Consumismo con 17 ítems
- Consumo responsable con 29 ítems.

En la variable hábitos de consumo si se ha utilizado alternativas uniformes, pues si se acoplan a cada pregunta.

### 4.6.3. Validación de Instrumentos

Para presentar la validez del instrumento se solicitó a los expertos la opinión y calificación.

**Tabla 4**

*Resultados de la validación de instrumentos*

COMPONEN	INDICADOR	CRITERIOS	Dra. Haydee Quispe Berrios	Mgt. Rosa Amalia Huaranca Valderra	Mgt. Ana Irina	PROMEDIO
Forma	Redacción	Los indicadores e ítems están redactados	Muy Bueno	Muy bueno	Muy bueno	Muy bueno
	Claridad	Esta formulado con un lenguaje	Excelente	Muy bueno	Excelente	Excelente
	Objetividad	Esta expresado en conducta observable	Muy bueno	Muy bueno	Excelente	Muy bueno
Contenido	Actualidad	Es adecuado al avance de la ciencia y tecnología	Excelente	Excelente	Excelente	Excelente
	Suficiencia	Los ítems son adecuados en cantidad y claridad	Excelente	Muy bueno	Muy bueno	Muy bueno
	Intencionalidad	El instrumento mide pertinentemente las	Excelente	Muy bueno	Muy bueno	Muy bueno
Estructura	Organización	Existe una organización lógica	Muy buen	Muy bueno	Excelente	Muy bueno
	Consistencia	Se basa en aspectos teóricos científicos de la	Muy buen	Excelente	Muy bueno	Excelente
	Coherencia	Existe coherencia entre los ítems, indicadores,	Muy buen	Excelente	Muy bueno	Muy bueno
	Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnostico	Muy bueno	Excelente	Excelente	Excelente

### Determinación de la Confiabilidad

Para la confiabilidad se aplicó un pre test a un grupo de 40 estudiantes, resultados que fueron sometidos al estadístico Alfa de Cronbach para denominar la fiabilidad de los instrumentos aplicados.

**Tabla 5**

*Confiabilidad*

Variable	Alfa de Cronbach
Nivel de Conciencia Ambiental	0.868

Hábitos de consumo 0.861

---

La fiabilidad que se ha obtenido es mayor a 0.7, por lo que los instrumentos aplicados cumplen con la confiabilidad.

#### 4.6.4. Procedimiento de la Calificación

Para la calificación de cada dimensión se otorgó un puntaje de 1 a cinco, donde el valor de 1 se le atribuye a la alternativa que menos contribuye al logro de cada dimensión y 5 a la que más favorece a su cumplimiento. En las tablas 6 y 7 se detallan los puntajes para la determinación de cada dimensión del nivel de conciencia ambiental y hábitos de consumo.

**Tabla 6**

*Baremación para calificar las dimensiones de la variable Nivel de Conciencia Ambiental*

Variable	Dimensión	Bajo	Moderado	Alto	Muy Alto
Conciencia	Afectiva	De 12 a 24	De 25 a 36	De 37 a 48	De 49 a 60
	Cognitiva	De 5 a 10	De 11 a 15	De 16 a 20	De 21 a 25
Ambiental	Conativa	De 4 a 8	De 9 a 12	De 13 a 16	De 17 a 20
	Activa	De 9 a 18	De 19 a 27	De 28 a 36	De 37 a 45
	Global	De 30 a 60	De 61 a 90	De 91 a 120	De 121 a 150

**Tabla 7**

*Baremación para calificar las dimensiones de la variable Hábitos de Consumo*

Variable	Dimensión	Bajo	Moderado	Bueno	Excelente
Hábitos de	Consumismo	De 17 a 34	De 35 a 51	De 52 a 68	De 69 a 85
Consumo	Consumo responsable	De 29 a 58	De 59 a 87	De 88 a 116	De 117 a 145
	Global	De 46 a 92	De 93 a 138	De 139 a 184	De 185 a 230



### a) Procedimiento de calificación del Nivel de Conciencia Ambiental

Se evaluó las cuatro dimensiones: afectiva, cognitiva, conativa y activa; teniéndose un total de 30 ítems, con 05 alternativas que presentan un valor numérico de 1 a 5. Se utilizó una escala aditiva, es decir se fue sumando cada uno de los valores respecto de cada ítem para obtener la puntuación, determinándose cuatro categorías para el nivel de conciencia ambiental: bajo, moderado, alto y muy alto y que se detalla en la tabla 8.

**Tabla 8**

*Puntuaciones del Nivel de Conciencia Ambiental*

Nivel de Conciencia Ambiental	Puntuaciones obtenidas
Bajo	30 a 60 puntos
Moderado	61 a 90 puntos
Alto	91 a 120 puntos
Muy Alto	121 a 150 puntos

### b) Procedimiento de calificación de Hábitos de Consumo

Se utilizó la escala de Likert considerando 46 ítems con 05 alternativas, cada una con un valor numérico de 1 a 5. Se utilizó una escala aditiva, es decir se fue sumando cada uno de los valores respecto de cada ítem para obtener la puntuación y se estableció cuatro categorías para los hábitos de consumo que son: bajo, moderado, bueno y excelente y que se presenta en la tabla 9.

**Tabla 9**

*Puntuaciones para los hábitos de consumo*

Hábitos de consumo	Puntuaciones obtenidas
Bajo	46 a 92 puntos
Moderado	93 a 138 puntos
Bueno	139 a 184 puntos
Excelente	185 a 230 puntos

#### **4.7. Plan de análisis de datos**

Los datos recogidos durante el trabajo de campo, han sido procesados y analizados con ayuda del programa SPSS. Los estadísticos que se utilizaron fueron Estadística descriptiva empleando frecuencia, porcentaje e interpretación.

Para la prueba de hipótesis se ha utilizado estadístico paramétrico, el Chi cuadrado para establecer la relación entre dos variables categóricas.

## CAPÍTULO QUINTO

### RESULTADOS Y DISCUSIÓN

#### 5.1. RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A LOS ESTUDIANTES DE ESTUDIOS GENERALES DE LA UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO SOBRE CONCIENCIA AMBIENTAL.

##### 5.1.1. Evaluación de las dimensiones de Conciencia Ambiental

###### Resultado de la dimensión afectiva

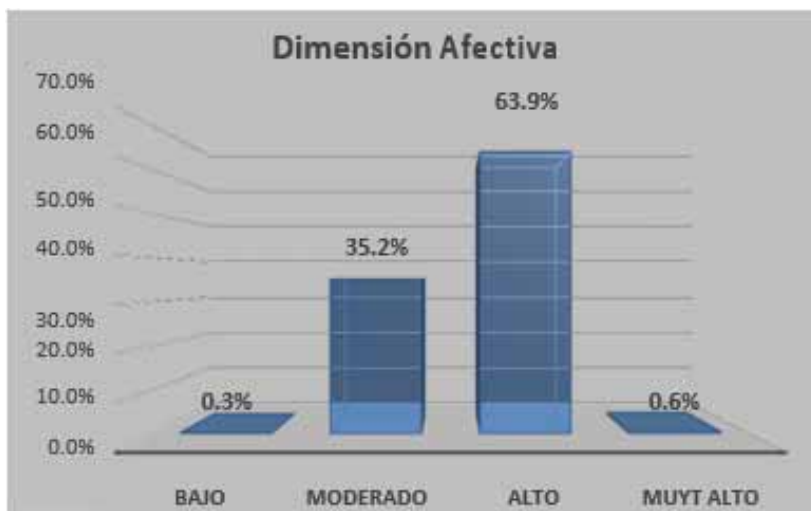
Del total de encuestados, se tiene que el 63.9% presenta un alto nivel de preocupación por la situación del medio ambiente y adhesión a valores ecologistas seguido del 35.2% que se da en forma moderada, el 0.6% muy alto y sólo un 0.3% bajo. Es decir que, si consideramos los valores de alto y muy alto, de cada 100 estudiantes, 64 si se sienten preocupados por los posibles efectos de la alteración y contaminación ambiental no solo en el mundo, sino que ya evidencia y analiza la situación local en cuanto a las mejoras o el empeoramiento de la calidad ambiental, mientras que sólo 35 estudiantes presentarían una moderada preocupación.

**Tabla 10**

*Dimensión Afectiva*

Categoría	f	%
Bajo	1	0.3%
Moderado	115	35.2%
Bueno	209	63.9%
Excelente	2	0.6%

*Fuente: Datos procesados de la encuesta aplicada*

**Figura 3***Dimensión afectiva*

*Fuente: Datos procesados de la encuesta aplicada*

En esta dimensión se aplicaron 12 ítems, para los indicadores sensibilidad ambiental y adhesión a valores ecologistas, de los que tenemos los siguientes resultados:

### **Sensibilidad Ambiental**

Sobre la pregunta de cuan preocupados se encuentran los cusqueños por el cuidado del medio ambiente, el 73.1% se encuentran entre poco y nada preocupados, seguido del 23.9% que su preocupación es regular y sólo el 3% está entre muy y demasiado preocupados

Sobre el grado de valoración de la situación del cuidado del medio ambiente a nivel mundial, el 49.8% respondió que el panorama es regular, seguido de pésimo en un 29.4%, resultados que son muy parecidos cuando se les pregunta sobre la situación del cuidado del medio ambiente en la ciudad quienes consideran que es regular en un 47.1% seguido de pésimo en 29.1%, pero a diferencia de lo que se da a nivel mundial el 10.7% lo califica como muy pésima; sin embargo, cuando se preguntó sobre la valoración del cuidado medioambiental en su distrito, el 43.1% respondió que es regular, el 26.3% si considera que es bueno, seguido del 22.6% que lo consideran pésima.

A la pregunta cómo crees que ha evolucionado la situación del medio ambiente en la ciudad del Cusco, el mayor porcentaje se muestra indiferente en un 45.6%, el 26.3% lo considera desfavorable y el 20,2% favorable; mientras que a la pregunta en la que se pide su apreciación de la situación del cuidado del medio ambiente en la ciudad del Cusco, en relación con el resto del Perú, para un 34.3% de los encuestados la considera como descuidada, seguido del 33.0% que piensa que esta igual al resto del país y el 24.5% que ha mejorado un poco, el 7.0% lo califica como muy descuidado y un pequeño sector del 1.2% percibe que ha mejorado bastante.

**Tabla 11**

*Dimensión afectiva – Indicador Sensibilidad Ambiental*

Ítems	Categorías					
¿En qué medida crees que los cusqueños se preocupan por el cuidado del medio ambiente?	Nada preocupados	Poco preocupados	Regularmente preocupados	Muy preocupados	Demasiado preocupados	
	f	89	150	78	7	3
	%	27.2%	45.9%	23.9%	2.1%	0.9%
Pensando en los problemas ambientales globales ¿Cómo valoras la situación del cuidado del medio ambiente en el mundo?	Muy pésima	Pésima	Regular	Buena	Excelente	
	f	16	96	163	48	4
	%	4.9%	29.4%	49.8%	14.7%	1.2%
Desde tu punto de vista situación del cuidado del medio ambiente en la ciudad del Cusco?	Muy pésima	Pésima	Regular	Buena	Excelente	
	f	35	95	154	40	3
	%	10.7%	29.1%	47.1%	12.2%	0.9%
Pensando en el distrito donde vives ¿Cómo valoras el cuidado del medio ambiente?	Muy pésima	Pésima	Regular	Buena	Excelente	
	f	21	74	141	86	5
	%	6.4%	22.6%	43.1%	26.3%	1.5%
¿Cómo crees que ha evolucionado la situación del medio ambiente en la ciudad del Cusco?	Muy desfavorable	Desfavorable	Indiferente	Favorable	Muy favorable	
	f	24	86	149	66	2
	%	7.3%	26.3%	45.6%	20.2%	0,6%
En relación con el resto del Perú ¿Cómo crees que está la situación del cuidado del medio ambiente en la ciudad del Cusco?	Muy descuidado	Descuidado	Regular	Ha mejorado un poco	Ha mejorado bastante	
	f	23	112	108	80	4
	%	7.0%	34.3%	33.0%	24.5%	1.2%

*Fuente: Datos procesados de la encuesta aplicada*

### **Adhesión a valores ecologistas**

A la pregunta, cómo te calificas como ecologista, se aprecia que el 44.6% de los estudiantes se considera como regularmente ecologistas, el 32,4% como buenos ecologistas, muy por debajo de estos valores se encuentran los que se consideran poco y nada ecologistas con el 17.2% y más abajo con un 5.8% los que se califican como excelentes ecologistas.

Sobre cuál es el grado de contaminación del aire que producen los vehículos automotores, el 43.7% de los encuestados indican que es bastante, seguido del 32.1% que lo considera demasiado. Por otro lado, para el 15.0% le parece que es regular y el 7.0% opina que es poco, mientras que el 2.1% indica que la contaminación que producen es ninguno.

Ante la afirmación: los avances de la ciencia y tecnología solucionarán los problemas del medio ambiente, al 36.7% le es indiferente esta posibilidad, seguido del 24.5% que, si están de acuerdo, mientras que el 23.9% se halla en desacuerdo y el 9.2% está muy en desacuerdo y apenas un 5.8% que es el más optimista considera que dicho aporte será demasiado bueno para solucionar dichos problemas.

Al enunciado: “La tierra no podrá seguir soportando el crecimiento de la población al ritmo actual” el 67.6% se encuentra de acuerdo y muy de acuerdo con que si la población sigue aumentando los recursos y la capacidad productiva del planeta no podrá mantenerse para solventar las necesidades del hombre, mientras que el 17.4% es indiferente al mensaje y el 15% se presenta entre en desacuerdo y muy en desacuerdo con dicha afirmación.

Sobre la afirmación, “está bien que se utilicen animales en experimentos médicos si con ello se logra salvar vidas humanas” la mayor proporción de los encuestados el 63.3% está muy de acuerdo y de acuerdo, por otro lado, el 18,3% se muestra indiferente y el 18.3% está en desacuerdo y muy en desacuerdo con que se experimente con animales para fines médicos. Ante la afirmación: “hay cosas más importantes que hacer en la vida que proteger el medio ambiente, el 43.4% está muy de acuerdo, seguido del 31.2% que está de acuerdo, siendo el 15.6% indiferente y sólo el 11% afirma estar de acuerdo a muy de acuerdo.

**Tabla 12***Dimensión afectiva – Indicador adhesión a valores ecológicos*

Ítems	Categorías					
Normalmente se considera ecologista a la persona preocupada por el medio ambiente y que procura preservarlo con su comportamiento. ¿Cómo te calificas como ecologista?		Nada ecologista	Poco ecologista	Regular	Bueno	Excelente
	f	9	47	146	106	19
	%	2.8%	14.4%	44.6%	32.4%	5.8%
¿Cuál es el grado de contaminación del aire que producen los vehículos automotores?		Ninguno	Poco	Regular	Bastante	Demasiado
	f	7	23	49	143	105
	%	2.1%	7.0%	15.0%	43.7%	32.1%
En su opinión: “Los avances de la ciencia y tecnología solucionarán los problemas del medio ambiente”		Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Muy de acuerdo
	f	30	78	120	80	19
	%	9.2%	23.9%	36.7%	24.5%	5.8%
Está de acuerdo con la siguiente afirmación: “La tierra no podrá seguir soportando el crecimiento de la población al ritmo actual”		Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Muy de acuerdo
	f	17	32	57	130	91
	%	5.2%	9.8%	17.4%	39.8%	27.8%
Estás de acuerdo con la siguiente afirmación: “Está bien que se experimentos médicos si con ello se logra salvar vidas humanas”		Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Muy de acuerdo
	f	8	52	60	99	108
	%	2.4%	15.9%	18.3%	30.3%	30.0%
Estás de acuerdo con la siguiente afirmación: “Hay cosas más importantes que hacer en la vida que proteger el medio ambiente”		Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Muy de acuerdo
	f	11	25	51	102	138
	%	3.4%	7.6%	15.6%	31.2%	42.2%

*Fuente: Datos procesados de la encuesta aplicada***Resultado de la dimensión cognitiva**

En cuanto al a la dimensión cognitiva referida al grado de información que se maneja sobre los problemas ambientales e instituciones encargadas de la gestión medio ambiental (Jimenez & La Fuente, 2006) se tiene que el 60.9% tiene un nivel alto de información sobre la problemática ambiental, el 26.6% posee un nivel moderado, seguido del 8.9% con un muy

alto conocimiento y sólo el 3.7% presenta un bajo nivel. Este aspecto es fundamental pues no se puede conservar algo que no se conoce. No podemos buscar una solución, si no conocemos el origen de los problemas y que efectos causan en el ser humano y en el entorno.

**Tabla 13**

*Dimensión cognitiva*

Categoría	f	%
Bajo	12	3.7%
Moderado	87	26.6%
Alto	199	60.9%
Muy Alto	29	8.9%
Total	327	100.0%

*Fuente: Datos procesados de la encuesta aplicada*

**Figura 4**

*Dimensión cognitiva*



*Fuente: Datos procesados de la encuesta aplicada*

En la medición de esta dimensión se evaluaron 5 ítems correspondientes a los indicadores información y conocimiento específico de los cuales se presentan los resultados:



## Información

Respecto a la pregunta si, estás de acuerdo con que se legisle para reducir la contaminación y deterioro del medio ambiente. El 73.4% de los estudiantes consideran estar entre muy de acuerdo y de acuerdo con esta pregunta, el 13.5% es indiferente mientras que el 13.2% está entre desacuerdo muy en desacuerdo. Ante la pregunta, en qué medida te consideras informado sobre asuntos relacionados con el medio ambiente, el 48.0% indican estar informados, el 28.1% le es indiferente estar o no informados seguido del 13,8% que señala estar desinformado mientras que con solo el 5.2% está muy informado y sólo el 4,9% se encuentran muy desinformados en dicho tema.

**Tabla 14**

### Información

Ítems		Categorías				
Estás de acuerdo con que se legisle para reducir la contaminación y deterioro del medio ambiente	f	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Muy de acuerdo
	%	9	34	44	91	149
En qué medida te consideras informado sobre asuntos relacionados con el medio ambiente	f	Muy desinformado	Poco informado	Indiferente	Informado	Muy informado
	%	16	45	92	157	17
		4.9%	13.8%	28.1%	48.0%	5.2%

*Fuente: Datos procesados de la encuesta aplicada*

## Conocimiento Específico

En referencia a la afirmación “Cada vez que utilizamos carbón, petróleo y gas natural potenciamos el efecto invernadero”, el 45.0% está de acuerdo, para el 23.9% le es indiferente seguido del 16.2% que responde estar muy de acuerdo, mientras que 8,9% está en desacuerdo y el 6.1% muy en desacuerdo sobre los efectos que ocasiona el uso continuo de los energéticos fósiles.

Sobre cómo valoras la gestión del Ministerio del Ambiente, el 42.8% indican como regular dicha administración, seguido por 41.6% que la califica de pésima a muy pésima y el 15.5%

que lo consideran como buena y excelente la labor que viene desarrollando el Ministerio del Ambiente.

Finalmente, ante la pregunta referida al grado de conocimiento de los objetivos del desarrollo sostenible, la mayor proporción presenta de un buen conocimiento 36.4% a regular 35.5% seguido del 17.1% que sabe poco, el 5.8% que domina ese aspecto y sólo el 5.2% de ellos indican que es muy poco lo que entiende sobre los objetivos del desarrollo sostenible.

**Tabla 15**

*Conocimiento específico*

Ítems		Categorías				
Estás de acuerdo con la siguiente afirmación: “Cada vez que utilizamos carbón, petróleo o gas potenciamos el efecto invernadero”	f	Muy en desacuerdo 20	En desacuerdo 29	Indiferente 78	De acuerdo 147	Muy de acuerdo 53
	%	6.1%	8.9%	23.9%	45.0%	16.2%
En tu opinión como valoras la gestión del Ministerio del Ambiente	f	Muy en desacuerdo 27	En desacuerdo 109	Indiferente 140	De acuerdo 43	Muy de acuerdo 8
	%	8.3%	33.3%	42.8%	13.1%	2.4%
¿Cuál es el grado de conocimiento que tienes sobre los objetivos del desarrollo sostenible?	f	Muy en desacuerdo 17	En desacuerdo 56	Indiferente 116	De acuerdo 119	Muy de acuerdo 19
	%	5.2%	17.1%	35.5%	36.4%	5.8%

*Fuente: Datos procesados de la encuesta aplicada*

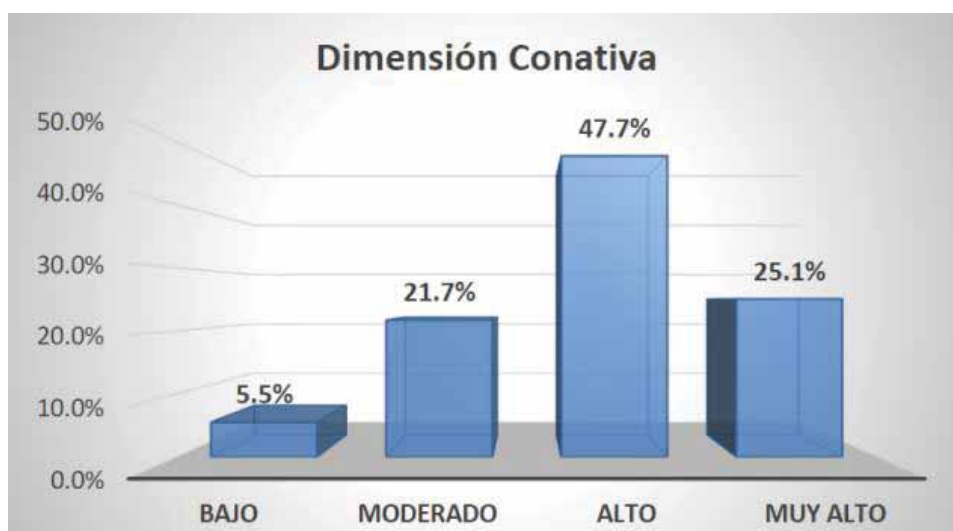
**Resultado de la dimensión conativa**

Sobre la dimensión Conativa que está relacionada a la actitud ante comportamientos pro ambientales y la capacidad de asumir los costos que refiera el mantenimiento del medio ambiente, los estudiantes poseen una gran disposición a asumir dichos costos y en gran medida, es así que el 47.7% presenta una alta probabilidad de desarrollar comportamientos pro ambientales así como también de asumir los costes, el 25.1% indica presentar un muy alto grado de hacerlo mientras que el 21.7% presenta una regular posibilidad y sólo el 5% muestra una baja posibilidad a desarrollar cambio en su proceder

**Tabla 16***Dimensión Conativa*

Categoría	f	%
Bajo	18	5.5%
Moderado	71	21.7%
Alto	156	47.7%
Muy Alto	82	25.1%
Total	327	100.0%

*Fuente: Datos procesados de la encuesta aplicada*

**Figura 5***Dimensión Conativa*

*Fuente: Datos procesados de la encuesta aplicada*

Respecto a esta dimensión, se han aplicado 04 ítems para los indicadores disposición ante los costes y actitud ante comportamientos pro ambientales:

**Disposición ante los Costes**

A la pregunta si, estarías a favor de pagar un precio más elevado por el agua con el fin de proteger el medio ambiente, el 45.6% se muestra entre de acuerdo y muy de acuerdo, para el 28,4% le es indiferente realizar o no un pago extra sobre el precio del agua, mientras que

el 26.0% indica estar en desacuerdo y muy en desacuerdo en pagar un incremento en el costo del recurso hídrico con la finalidad de proteger el medio ambiente.

Sobre si, estarías a favor de establecer un impuesto en los combustibles con el fin de proteger el medio ambiente, la mayor proporción asume estar de acuerdo 39.4% y muy de acuerdo 17.7%, mientras que el 24.5% le es indiferente hacer un pago adicional con el objetivo de mejorar las condiciones ambientales. Así mismo, el 11.9% se encuentra en desacuerdo y el 6.4% muy en desacuerdo.

En relación a si, estarías a favor de multar a los ciudadanos que no cumplan con las normas establecidas para el recojo de residuos domésticos, se aprecia que los resultados son favorables a las prácticas de la disposición adecuada de dichos desechos, es decir que el 70.3% de los encuestados indican que están de acuerdo y muy de acuerdo en multar a quienes infrinjan las normas sobre la disposición de residuos, mientras que el 14,7% le es indiferente y el 8.3% se encuentra en desacuerdo y un 6.7% señala estar muy en desacuerdo.

### **Actitud ante comportamientos pro ambientales**

A la pregunta si, estarías de acuerdo con usar bicicleta en lugar de vehículos automotores para desplazarte en la ciudad del Cusco, el 37.9% y el 30.9% de los encuestados indican que están de acuerdo y muy de acuerdo respectivamente con usar bicicleta, por otro lado, el 8.9% está en desacuerdo y el 5.5% de los encuestados indican que están muy en desacuerdo, existiendo un segmento del 16.8% que le es indiferente el uso de bicicleta en reemplazo de vehículos automotores.

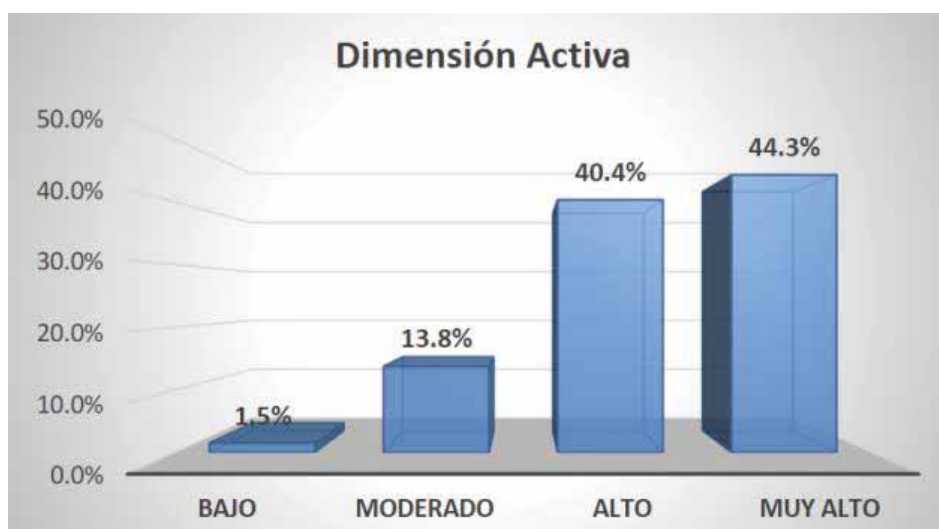
### **Resultado de la dimensión activa**

En cuanto a la dimensión activa, sobre la realización de comportamientos responsables individuales como colectivos, los encuestados presentan entre muy alta y alta disponibilidad a participar totalizando un 84.7%, es decir que de cada 10 estudiantes 8 si colaborarían en prácticas ya sea individuales y/o colectivas que tengan como fin proteger nuestro entorno y apenas un 13.8% lo haría de manera moderada y sólo un 1.5% presenta una baja participación en acciones que contribuyan a mejorar nuestra casa llamada “planeta”.

**Tabla 17***Dimensión Activa*

Categoría	f	%
Bajo	5	1.5%
Moderado	45	13.8%
Alto	132	40.4%
Muy Alto	145	44.3%
Total	327	100.0%

*Fuente: Datos procesados de la encuesta aplicada*

**Figura 6***Dimensión Activa*

*Fuente: Datos procesados de la encuesta aplicada*

En esta dimensión, se aplicó 9 ítems en las dimensiones conducta individual y colectiva,

**Conducta individual**

Al respecto, se les realizó preguntas relacionadas a la disposición final de pilas, la segregación de papel para su reciclaje, participación en manifestaciones en defensa del medio ambiente, a lo que más del 70% de los encuestados señalan estar entre de acuerdo y muy de acuerdo con estos ítems, mientras que aproximadamente sólo un poco más del 10% dijeron estar en desacuerdo y muy en desacuerdo; sin embargo existe un porcentaje que le

es indiferente participar o tomar acciones en defensa del medio ambiente, es así que el 19.9% le es indiferente participar en una manifestación al 13.5% le es indiferente depositar las pilas en contenedores especiales y el 9.2% también le es indiferente depositar el papel usado en contenedores para su reciclaje.

**Tabla 18**

*Conducta individual*

Ítems		Categorías				
		Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Muy de acuerdo
Estarías de acuerdo con depositar las pilas usadas en contenedores especiales	f	20	29	78	147	53
	%	6.1%	8.9%	23.9%	45.0%	16.2%
Estarías de acuerdo con depositar papel usado en contenedores para su reciclaje	f	9	30	30	126	132
	%	2.8%	9.2%	9.2%	38.5%	40.4%
Estarías de acuerdo con participar en una manifestación contra un proyecto que pueda dañar el medio ambiente.	f	16	25	65	125	96
	%	4.9%	7.6%	19.9%	38.2%	29.4%

*Fuente: Datos procesados de la encuesta aplicada*

**Conducta colectiva**

Sobre la conducta colectiva, en el cuestionario aplicado se les presento ítems relacionados a si estarían de acuerdo en participar como voluntario ambiental y como colaborador de alguna organización ambiental; así como, ayudar a la limpieza del río Huatanay y la erradicación de focos de contaminación como la de los hornos de las ladrilleras del distrito de San Jerónimo y del Aeropuerto Velazco Astete por la emisión de ruidos. Al respecto se aprecia una gran tendencia a estar de acuerdo y muy de acuerdo en casi el 60%, es decir que, de cada 100 estudiantes, 60 si están de acuerdo con las preguntas efectuadas sobre su participación en la protección del medio ambiente. mientras que sólo entre el 10% y 11% están muy en desacuerdo y en desacuerdo.

**Tabla 19***Conducta colectiva*

Ítems		Categorías				
		Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Muy de acuerdo
Estarías de acuerdo con participar como voluntario en alguna actuación para conservar el medio ambiente.	f	20	29	78	147	53
	%	6.1%	8.9%	23.9%	45.0%	16.2%
Estarías de acuerdo con dejar de comprar un producto por sus implicaciones negativas para el medio ambiente	f	9	30	30	126	132
	%	2.8%	9.2%	9.2%	38.5%	40.4%
Estarías de acuerdo en colaborar con alguna organización de defensa del medio ambiente.	f	16	25	65	125	96
	%	4.9%	7.6%	19.9%	38.2%	29.4%
Estarías de acuerdo en ayudar con descontaminar el Rio Huatanay	f	16	19	51	110	131
	%	4.9%	5.8%	15.6%	33.6%	40.1%
Estarías de acuerdo con erradicar los hornos ladrilleros del distrito de San Jerónimo.	f	11	24	88	131	73
	%	3.4%	7.3%	26.9%	40.1%	22.3%
Estarías de acuerdo con erradicar por problemas del ruido el Aeropuerto Velasco Astete	f	13	24	73	123	94
	%	4.0%	7.3%	22.3%	37.6%	28.7%

*Fuente: Datos procesados de la encuesta aplicada*

### 5.1.2. Determinación del Nivel de Conciencia Ambiental

El nivel de conciencia ambiental, considerando las cuatro dimensiones antes evaluadas en los estudiantes de formación General de la Universidad Andina del Cusco se presenta en un 75.8% como alto, el 15.9% moderado, el 7.3% muy alto y sólo el 0.9% bajo.

**Tabla 20**

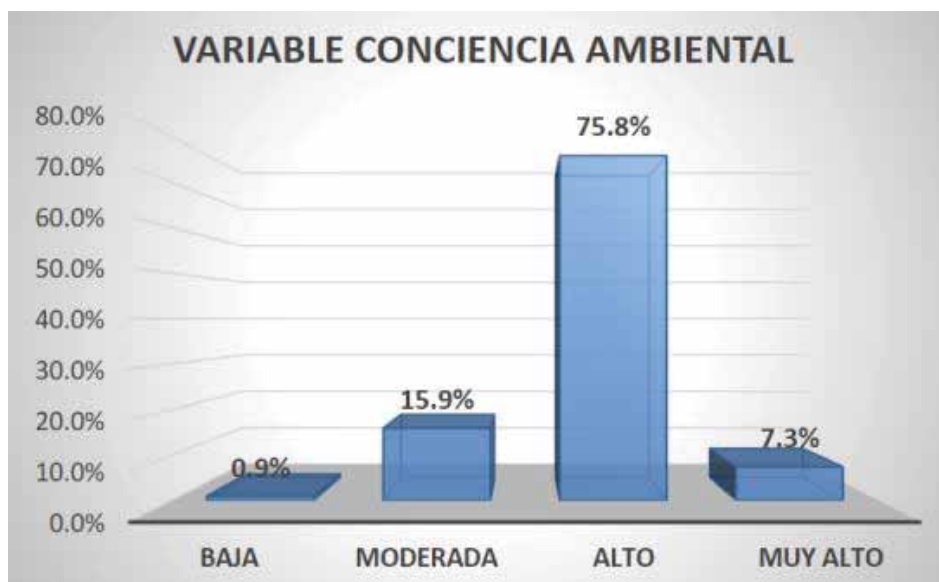
*Nivel de conciencia Ambiental*

Categoría	f	%
Bajo	3	0.9%
Moderado	52	15.9%
Alto	248	75.8%
Muy Alto	24	7.3%
Total	327	100.0%

*Fuente: Datos procesados de la encuesta aplicada*

**Figura 7**

*Nivel de conciencia Ambiental*



*Fuente: Datos procesados de la encuesta aplicada*



## 5.2. RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A LOS ESTUDIANTES DE ESTUDIOS GENERALES DE LA UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO SOBRE HÁBITOS DE CONSUMO.

### 5.2.1. Evaluación de las dimensiones de Hábitos de Consumo

#### Resultado de la dimensión Consumismo

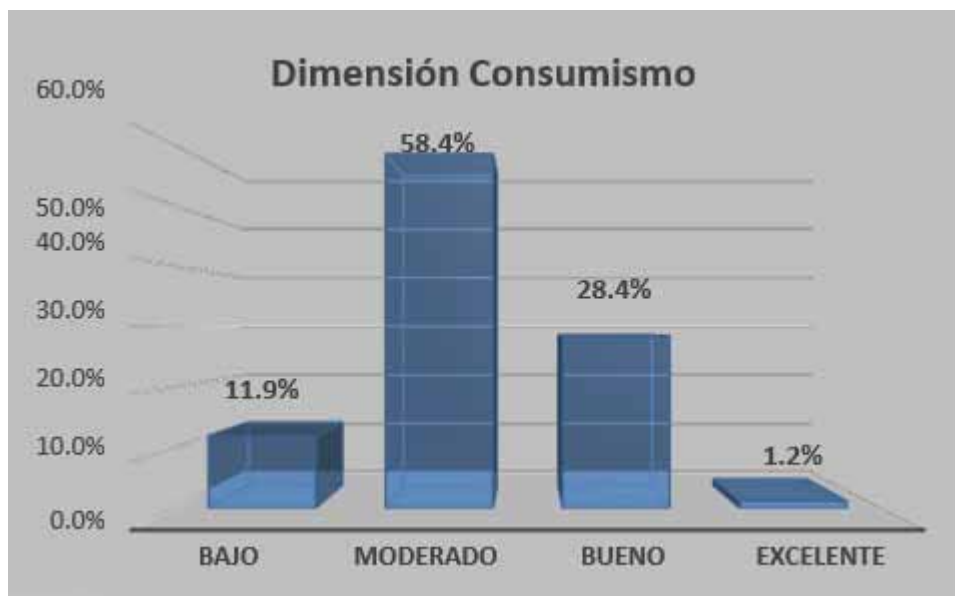
La dimensión consumismo relacionada al consumo impulsivo y no planificado así como al consumo superfluo que muestran los estudiantes de Formación General de la Universidad Andina del Cusco se presenta como moderado en un 58.4%, mientras que para el 28.4% si presenta una tendencia a este tipo de consumo y pueden ser influenciados por diferentes factores que conlleven a un consumo no planificado seguido del 11.9% que en la que se muestra bajo y sólo el 1.2% si evidencia un consumo que prioriza cuestiones superficiales en relación a sus necesidades principales.

**Tabla 21**

*Dimensión consumismo*

Categoría	f	%
Bajo	39	11.9%
Moderado	191	58.4%
Bueno	93	28.4%
Excelente	4	1.2%
Total	327	100.0%

*Fuente: Datos procesados de la encuesta aplicada*

**Figura 8***Dimensión consumismo**Fuente: Datos procesados de la encuesta aplicada*

En la evaluación de la dimensión consumismo se aplicó 17 ítems cuya escala de calificación fue de 1 a 5 puntos, donde: nunca= 1, casi nunca = 2, ocasionalmente = 3, casi siempre = 4 y siempre =5.

### **Consumo impulsivo y no planificado**

En este tipo de consumo los estudiantes respondieron a preguntas: si suelo ir a las tiendas para ver si hay ofertas el 33.9% lo realiza ocasionalmente y el 23.9% casi siempre lo realiza y el 19% casi nunca; a la interrogante, si me gusta pasar el tiempo en las grandes tiendas el 32.4% ocasionalmente le agrada mientras que al 27.8% casi nunca y el 18% nunca. Respecto a la pregunta: si cuando más compro y consumo más feliz estoy, pues el 29.1% ocasionalmente lo considera así, seguido del 29.4% y el 23.5% que nunca y casi nunca respectivamente se sienten felices por el mero hecho de comprar cosas.

Respecto a la pregunta si muchas veces compro cosas inútiles que luego me arrepiento el 37.0% ocasionalmente lo hace, seguido del 24.5% que casi nunca lo hace y el 19.6% casi siempre. En cuanto a las preguntas si suelo guardar por varios años las cosas que ya no uso

se aprecia que el 33.3% lo realizan tanto de manera ocasional como casi siempre, el 17.4% casi nunca y apenas el 6.4% nunca lo realiza.

Respecto a si siente la necesidad de salir de compras el 35.8% ocasionalmente piensa así, mientras que el 24.8% casi nunca y el 19.3% nunca. Sobre si tiene cuando ve algo que le gusta, no se lo saca de la cabeza hasta que lo compre, el 36.1% le sucede ocasionalmente, mientras que para un 18.3% siempre le sucede.

Sobre otros hábitos relacionados al consumismo, las cargas de baterías de celular las realizan más de 1 vez al día, el 28.7% ocasionalmente, el 25.1% siempre y el 23.5% casi nunca. Y ante la pregunta si acostumbra comprar cosas que le gustan sin tomar en cuenta si son ecológicas o no, el 38.8% respondió que lo realiza ocasionalmente, seguido del 25.1% que siempre lo realiza y el 20.8% casi nunca.

**Tabla 22**

*Ítems relacionados al consumo impulsivo y no planificado*

Ítems		Categorías				
		Nunca	Casi nunca	Ocasionalmente	Casi siempre	Siempre
¿Suelo ir a las tiendas para ver si hay ofertas?	f	44	62	111	78	32
	%	13.5%	19.0%	33.9%	23.9%	9.8%
¿Me gusta pasar el tiempo en las grandes tiendas (mall)?	f	59	91	106	43	28
	%	18.0%	27.8%	32.4%	13.1%	8.6%
¿Cuánto más compro y consumo más feliz estoy?	f	96	77	95	34	25
	%	29.4%	23.5%	29.1%	10.4%	7.6%
¿Muchas veces compro cosas inútiles que después me arrepiento de haber comprado?	f	43	80	121	64	19
	%	13.1%	24.5%	37.0%	19.6%	5.8%
¿Suelo guardar por varios años las cosas que ya no uso?	f	21	57	109	109	31
	%	6.4%	17.4%	33.3%	33.3%	9.5%
¿Siento la necesidad de salir de compras?	f	63	81	117	52	14
	%	19.3%	24.8%	35.8%	15.9%	4.3%
¿Cuándo veo algo que me gusta, no me lo saca de la cabeza hasta que lo compre?	f	42	78	118	60	29
	%	12.8%	23.9%	36.1%	18.3%	8.9%

¿Cargo la batería del celular más de una vez al día?	f	40	77	94	82	34
	%	12.2%	23.5%	28.7%	25.1%	10.4%
¿Compro las cosas que me gustan sin tener en cuenta si son ecológicas o no?	f	27	68	127	82	23
	%	8.3%	20.8%	38.8%	25.1%	7.0%

*Fuente: Datos procesados de la encuesta aplicada*

### **Consumo superfluo**

Una de las razones que puede motivar la compra de ciertos productos que puede darse principalmente en los jóvenes, es el comprar los productos que los compañeros suelen utilizar, los estudiantes encuestados respondieron 45,76% que lo realizan ocasionalmente, el 30% casi nunca y el 13.8% nunca acostumbran hacerlo; por otro lado, a la pregunta si muchas cosas las compramos para dar envidia a los demás, el 31.2% de los encuestados indica que nunca compra cosas por esa razón, seguido del 26.13% que casi nunca lo hacen y el 19.9% de manera ocasional, Pero quienes casi siempre y siempre hacen compras con fines de ostentar y dar envidia al resto de sus compañeros es de 14.8% y 5.7% respectivamente. En este sentido, la mayor proporción no considera esta una razón primordial que motive realizar una compra.

En algunas ocasiones algunas personas asumen que la tenencia de recursos mejora su estatus social, al respecto el 37% contesto que nunca piensa así, seguido de casi nunca en un 23.5%; el 22% ocasionalmente lo consideran así y el 13.1% contesto que siempre. Y en cuanto a si algo que tiene muy en cuenta para entablar una amistad es la ropa de marca que utiliza la gente, el 51.1% categóricamente respondió que nunca lo considera, así como casi nunca en un 18%, para el 16.5% lo realiza ocasionalmente, pero el 9.2% respondió que casi siempre toma en cuenta este detalle, así como el 5.2% que señala siempre

Del total de encuestados, el 36.4% ocasionalmente consideran que una marca de prestigio es símbolo de calidad y el 32.7% casi siempre y solo un 9.8% siempre lo hace, por otro lado, el 15.3% casi nunca considera necesario este detalle y el 5.8% nunca considera que una marca con prestigio respalda la calidad del producto.

En cuanto si al comprar ropa considera la marca como un factor determinante, el 31,5% indicaron que ocasionalmente así lo piensan, seguido del 23.2% que casi siempre lo considera y el 11.9% que siempre toma en cuenta este detalle. Sin embargo, el 17.1% casi nunca y el 16.2% nunca se fija en la marca como un factor determinante para realizar una compra.

El 30.9% de los encuestados indica que ocasionalmente carga la batería del celular más de una vez al día, mientras que el 27.5% casi nunca lo realiza y el 21.4% nunca; sin embargo, el 15.9% casi siempre y sólo el 4.3% siempre lo hace. En cuanto a que, si cambia el modelo de celular por lo menos una vez al año, el 51.4% no suelen renovar con esa frecuencia, el 26.6% lo efectúa ocasionalmente y el 13.8% casi siempre está actualizando su celular y sólo el 8.3% siempre lo realiza.

**Tabla 23**

*Hábitos relacionados al consumo superfluo*

Ítems	Categorías					
		Nunca	Casi nunca	Ocasionalmente	Casi siempre	Siempre
¿Acostumbro comprar los mismos productos que compran mis amigos?	f	45	98	149	30	5
	%	13.8%	30.0%	45.6%	9.2%	1.5%
¿Una marca con prestigio respalda la calidad del producto?	f	19	50	119	107	32
	%	5.8%	15.3%	36.4%	32.7%	9.8%
¿Cuándo compro ropa, la marca del producto es determinante?	f	53	56	103	76	39
	%	16.2%	17.1%	31.5%	23.2%	11.9%
¿Muchas cosas las compramos para dar envidia a los demás?	f	102	86	65	54	20
	%	31.2%	26.3%	19.9%	16.5%	6.1%
¿Tener dinero y comprar cosas caras como ropa de marca, me sirven para aumentar mi condición social?	f	121	77	72	43	14
	%	37.0%	23.5%	22.0%	13.1%	4.3%
¿Algo que me fijo para entablar una amistad es la ropa de marca que usan?	f	167	59	54	30	17
	%	51.1%	18.0%	16.5%	9.2%	5.2%
¿Tengo la costumbre de comprar alguna ropa o	f	70	90	101	52	14
	%					

calzado todos los meses?	%	21.4%	27.5%	30.9%	15.9%	4.3%
¿Cambio de teléfono celular por lo menos una vez al año?	f	88	80	87	45	27
	%	26.9%	24.5%	26.6%	13.8%	8.3%

*Fuente: Datos procesados de la encuesta aplicada*

### Dimensión Consumo Responsable

Esta dimensión consta de 29 ítems: Los estudiantes de Formación General de la Universidad Andina del Cusco presentan una buena tendencia a un consumo responsable en un 64.8%, seguido del 30.6% que es moderado, el 2.4% es excelente y el 2.1% muestra una baja inclinación a este tipo de consumo. Resultados que son alentadores en el sentido que un buen segmento de la población compra teniendo en cuenta valores éticos, ecológicos y de consumo social y solidario.

**Tabla 24**

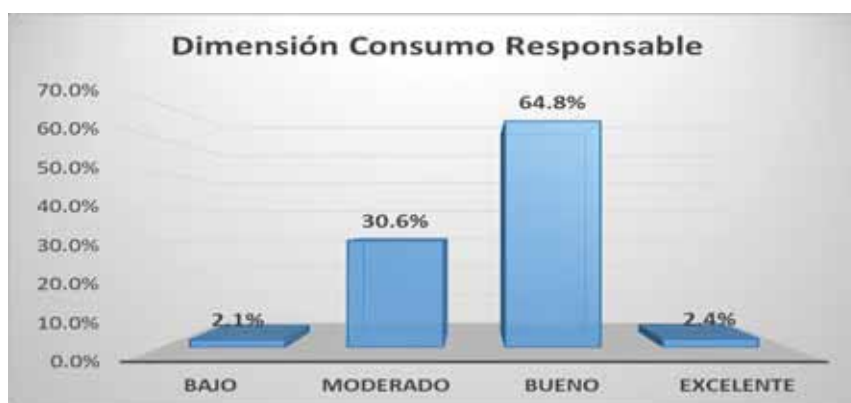
*Consumo responsable*

Categoría	f	%
Bajo	7	2.1%
Moderado	100	30.6%
Bueno	212	64.8%
Excelente	8	2.4%
Total	327	100.0%

*Fuente: Datos procesados de la encuesta aplicada*

**Figura 9**

*Consumo responsable*



*Fuente: Datos procesados de la encuesta aplicada*

En la evaluación de la dimensión consumo responsable se aplicó 29 ítems cuya escala de calificación fue de 1 a 5 puntos, donde: nunca= 1, casi nunca = 2, ocasionalmente = 3, casi siempre = 4 y siempre =5.

### **Consumo Ético**

Al respecto, se hicieron preguntas primeramente relacionado sobre el etiquetado, en donde se puede apreciar aspectos relevantes de la fecha de caducidad, al respecto los estudiantes encuestados respondieron que lo realizan ocasionalmente el 28.7%, casi siempre 25.1%, siempre 25.1% y en menor proporción casi nunca en un 12.8% y nunca el 8.0%.

En relación a si cuando compra un producto empaquetado lo primero que observa son los ingredientes, el 37,0% de los encuestados indica que ocasionalmente lo realiza, mientras que el 22.0% casi nunca lo hace y el 13.5% nunca, pero por otra parte el 21.1% indica que casi siempre revisa los componentes que contienen los productos procesados y sólo el 6.4% siempre lo realiza.

Sobre la lectura de los prospectos y la información de los envases de los productos el 41.6% ocasionalmente lo realiza, el 23.5% casi siempre, el 19.9% casi nunca, seguido del 9.8% que nunca leen las indicaciones y apenas el 6% que siempre verifica esos datos de los envases de los productos antes de comprar.

Así mismo se les pregunto sobre si piensa en su salud cuando compra algo, el 34.3% ocasionalmente lo hace, mientras que el 26.9% siempre lo considera seguido por quienes siempre lo toma en cuenta en un 16.2%; sin embargo, el 13.8% casi nunca y el 8.9% nunca lo hacen. Lo que se relaciona con la pregunta, si cuándo compro bebidas envasadas prefiere las gaseosas o refrescos azucarados el 34.3% respondió que lo prefiere ocasionalmente, pero el 26.0% y el 20.8% casi nunca y nunca escogen ese tipo de bebidas y solo el 16.2% casi siempre lo elige, así como el 3.7% que siempre lo hace.

También se les realizó preguntas relacionadas al precio y utilidad de los productos, a lo que respondieron preguntas como si se informa sobre las ofertas y promociones disponibles para

hacer una compra conveniente, donde el 38.2% lo realiza ocasionalmente seguido del 34.3% que casi siempre y siempre se informan para realizar compras convenientes, mientras que el 18.3% casi nunca lo realiza.

Sobre si, antes de comprar un producto compara precios, el 33.3% de los encuestados indican que ocasionalmente lo efectúan, pero la gran mayoría el 50.4% si lo hace casi siempre y siempre, mientras que un pequeño sector el 11.6% casi nunca lo realiza y apenas el 4.6% nunca lo toma en cuenta.

En cuanto a si valora la utilidad de un producto antes de efectuar una compra, el 32.7% de los encuestados indica que casi siempre valora este aspecto, seguido del 28.4% que lo hace ocasionalmente y el 21.7% que lo realiza siempre. Sin embargo, el 11.0% casi nunca y el 6,1% de los encuestados indican que nunca valora si el producto es útil o necesario antes de efectuar la compra.

Ante la pregunta si se puede ser consumista y a la vez consumir de manera responsable, el 44,6% opina que ocasionalmente se puede ser así, seguido del 23.5% que casi siempre lo siente así, y el 10.7% que siempre a pesar de considerarse consumista si se puede consumir responsablemente, mientras que el 12.7% opina que casi nunca y el 9.1% cree que nunca se puede ser ambos.

Sobre si compra productos que no son originales porque le resultan más baratos, el 41.6% de los encuestados indica que ocasionalmente los compra, seguido del 26.3% que asegura que casi nunca lo hace y el 12.2% nunca; mientras que, el 16.5% casi siempre y el 3.4% de ellos siempre los adquiere.

En relación a la pregunta si compra ropa solo cuando necesita, no le importa estar a la moda, el 30.6% indica que ocasionalmente así lo hace, seguido del 26.0% que casi siempre lo realiza y el 19.0% siempre considera adquirir una prenda en caso de necesidad y estar a la moda no necesariamente es una prioridad; mientras que para el 17.1% y el 7.3% indican que casi nunca y nunca respectivamente compran ropa por necesidad, es decir que lo pueden



realizar en cuanto así lo crean conveniente y que obviamente en este caso ellos si toman en cuenta el factor moda.

**Tabla 25**

*Ítems relacionados al consumo Ético*

Ítems	Categorías					
	Nunca	Casi nunca	Ocasionalmente	Casi siempre	Siempre	
¿Siempre leo fecha de vencimiento al comprar alimentos?	f	26	42	94	83	82
	%	8.0%	12.8%	28.7%	25.4%	25.1%
¿Me informo de las ofertas y promociones disponibles para hacer una compra conveniente?	f	30	60	125	82	30
	%	9.2%	18.3%	38.2%	25.1%	9.2%
¿Antes de comprar un producto comparo precios?	f	15	38	109	108	57
	%	4.6%	11.6%	33.3%	33.0%	17.4%
¿Valoro si el producto es útil o necesario antes de efectuar la compra?	f	20	36	93	107	71
	%	6.1%	11.0%	28.4%	32.7%	21.7%
¿Leo si los prospectos y la información de los envases de los productos antes de comprar?	f	30	65	136	77	19
	%	9.2%	19.9%	41.6%	23.5%	5.8%
¿Compro productos que no son originales porque me resultan más baratos?	f	40	86	136	54	11
	%	12.2%	26.3%	41.6%	16.5%	3.4%
¿Compro ropa solo cuando necesito, no me importa estar a la moda.?	f	24	56	100	85	62
	%	7.3%	17.1%	30.6%	26.0%	19.0%
¿Se puede ser una persona consumista y a la vez consumir de manera sostenible?	f	28	41	146	77	35
	%	8.6%	12.5%	44.6%	23.5%	10.7%
¿Cuándo compro un producto empaquetado lo primero que observo son los ingredientes?	f	44	72	121	69	21
	%	13.5%	22.0%	37.0%	21.1%	6.4%
¿Cuándo compro bebidas envasadas prefiero las gaseosas o refrescos azucarados?	f	68	85	109	53	12
	%	20.8%	26.0%	33.3%	16.2%	3.7%
¿Alguna piensa en su salud cuando compra algo?	f	29	45	112	88	53
	%	8.9%	13.8%	34.3%	26.9%	16.2%

*Fuente: Datos procesados de la encuesta aplicada*

## Consumo Ecológico

Sobre el consumo ecológico, se efectuaron 10 preguntas relacionadas al ahorro de energía y del agua, manejo y reciclaje de desechos sólidos y al consumo de productos orgánicos. Es así que en relación al ahorro de energía el 53.8% casi siempre y siempre apagan las luces para aprovechar la luz solar y el 27.8% lo realiza ocasionalmente; sin embargo, ante la pregunta si en la universidad apaga la luz del aula en el día el 37.6% nunca y casi nunca lo efectúan al igual de quienes tienen esa actuar ocasionalmente mientras que el 24.7% siempre y casi siempre apagan las luces durante el día.

En relación al cuidado del agua el 37.3% realiza ocasionalmente duchas cortas, seguido del 23.9% que casi siempre lo realiza y el 17.1% que casi nunca lo hace. Sobre si cierra el caño al lavarse los dientes el 38.8% siempre lo realiza, seguido del 24.5% que siempre lo efectúa y el 17.7% solo lo realiza ocasionalmente, por otro lado, el 12.2% casi nunca lo efectúa y sólo el 6.7% nunca lo cierra.

Sobre el uso de transporte público la mayor proporción de los encuestados respondieron que si lo utilizan siempre y casi siempre en un 62.1% y apenas el 17.8% nunca y casi nunca hacen uso de este tipo de transporte, mientras que el 20.2% lo emplea ocasionalmente. A la afirmación, si nunca se subiría a un bus de transporte publico el 41.6% respondió que nunca pensaría de esa forma, el 22.0% ocasionalmente lo piensa y apenas el 9.8% si cree que jamás se subiría a un bus de transporte público, es decir casi la mitad de los estudiantes si presentan la disponibilidad de usar el transporte público.

Sobre si utiliza papel en la reimpresión de documentos, el 33.9% de los encuestados indica que ocasionalmente reutiliza papel en la reimpresión de documentos, el 30.3% casi siempre y el 14.7% siempre. Por otro lado, el 11.9% casi nunca suele hacerlo, seguido del 9.2% de ellos indica que nunca lo efectúa.

Sobre la segregación de residuos sólidos, el 37.3% de los encuestados indica que ocasionalmente en casa separan los residuos sólidos (botellas, papel, plástico, etc.) del resto, seguido del 24.2% que casi nunca lo hacen y el 21.1% que casi siempre suelen realizar dicha

actividad, sin embargo, el 8.3% nunca lo hace y el 9.2% siempre considera la necesidad de separar los residuos sólidos.

Sobre el consumo de productos orgánicos, el 39.8% de los encuestados indica que ocasionalmente los consume, seguido del 26.3% que casi siempre lo realiza, mientras que el 17.7% casi nunca y el 6.1% indica que nunca consume productos orgánicos.

**Tabla 26**

*Ítems relacionados al consumo ecológico*

Ítems	Categorías					
		Nunca	Casi nunca	Ocasionalmente	Casi siempre	Siempre
¿Elijo productos con empaque ecológico o reciclable?	f	22	69	142	70	24
	%	6.7%	21.1%	43.4%	21.4%	7.3%
¿En casa separamos los residuos sólidos (papel, botellas, plástico, etc.) del resto?	f	27	79	122	69	30
	%	8.3%	24.2%	37.3%	21.1%	9.2%
¿Realizo una ducha corta cuidando el agua?	f	32	56	122	78	39
	%	9.8%	17.1%	37.3%	23.9%	11.9%
¿Cierro el caño al lavarme los dientes?	f	22	40	58	80	127
	%	6.7%	12.2%	17.7%	24.5%	38.8%
¿Apago las luces y aprovecho al máximo las horas de luz solar?	f	21	39	91	100	76
	%	6.4%	11.9%	27.8%	30.6%	23.2%
¿En la universidad suelo apagar las luces del aula en el día?	f	48	75	123	60	21
	%	14.7%	22.9%	37.6%	18.3%	6.4%
¿Reutilizo papel en la reimpresión de documentos?	f	30	39	111	99	48
	%	9.2%	11.9%	33.9%	30.3%	14.7%
¿Consumo productos orgánicos?	f	20	58	130	86	33
	%	6.1%	17.7%	39.8%	26.3%	10.1%
¿Suelo utilizar transporte público?	f	29	29	66	89	114
	%	8.9%	8.9%	20.2%	27.2%	34.9%
¿Creo que jamás me subiría a un bus de transporte público?	f	136	44	72	43	32
	%	41.6%	13.5%	22.0%	13.1%	9.8%

*Fuente: Datos procesados de la encuesta aplicada*

## Consumo Social o Solidario

Sobre el consumo social o solidario se consideró aspectos relacionados al papel del consumidor, la responsabilidad social de las empresas y la acción del Estado. Ante la pregunta si los consumidores pueden influir para que las empresas tengan un comportamiento socialmente responsable el 31.2% opinan que siempre se da esa influencia, casi siempre el 30.3% y ocasionalmente el 24.5%, frente al 8.0% que respondió casi nunca y el 6.1% que indican que nunca. Por otro lado, el 33.0% de los encuestada cree que ocasionalmente los jóvenes tienen más conciencia sobre el cuidado del medio ambiente, seguido del 21.4% que casi nunca y el 19.0% que nunca la tienen; del mismo modo, el 19.0% casi siempre y el 7,6% de ellos indica que siempre cree que las nuevas generaciones son más reflexivas sobre la cuestión ambiental.

En cuanto a si le molesta que las empresas contaminen el medio ambiente el 40.1% de los encuestados indica que siempre le molesta, el 23.9% ocasionalmente, el 19.0% casi siempre y el 5.5% nunca le incomoda ese comportamiento por parte de las empresas.

Sobre si alguna vez se ha preocupado por el comportamiento ético de las empresas, el 40,1% de los encuestados indica que ocasionalmente ha sentido esa preocupación, seguido por el 24.8% que casi siempre lo hace. Por otro lado, el 8.6% nunca lo hace y el 6.1% de los encuestados indica que siempre se ha preocupado por el comportamiento ético de las empresas.

En relación a si conoce las políticas ambientales de las empresas de los productos que consumo el 44.1% casi nunca y/o nunca se han visto enterados de este aspecto, el 34,6% indica que si lo está de manera ocasional y sólo el 21.4% casi siempre y/o siempre esta enterado al respecto.

A la pregunta si ante dos productos similares, consideraría comprar un producto a una empresa socialmente responsable, aunque eso implique pagar un costo mayor, el 37,10% ocasionalmente lo haría, seguido del 29.1% que casi siempre lo efectuaría y el 15.9% que siempre pagaría más; por otro lado, el 11.0% casi nunca y el 7.0% de ellos indica que nunca lo efectuaría.

Sobre la pregunta si, tengo la costumbre de reclamar la factura o boleta de pago cuando no me la dan, el 30.9% de los encuestados indica que ocasionalmente tiene la costumbre de reclamar la factura o boleta de pago, el 23.2% casi siempre, el 19.6% casi nunca. Por otro lado, el 15.0% siempre reclama la boleta o factura y el 11,3% indica que nunca tiene dicha costumbre. Ante la pregunta si, el Estado debe tener un rol activo para apoyar e incentivar la situación responsable de empresas y consumidores, el 63.0% opina de manera afirmativa, para el 24.2% responde de manera ocasional y solo el 12.8% cree que casi nunca o nunca el Estado cumple con ese rol.

**Tabla 27**

*Ítems relacionados al consumo social o solidario*

Ítems	Categorías					
		Nunca	Casi nunca	Ocasionalmente	Casi siempre	Siempre
¿Ante dos productos similares, compraría el de una empresa socialmente responsable, aunque tenga que pagar más??	f	23	36	121	95	52
	%	7.0%	11.0%	37.0%	29.1%	15.9%
¿El Estado debe tener un rol activo para apoyar e incentivar la situación responsable de empresas y consumidores?	f	17	25	79	84	122
	%	5.2%	7.6%	24.2%	25.7%	37.3%
¿Los consumidores pueden influir para que las empresas tengan un comportamiento socialmente responsable?	f	20	26	80	99	102
	%	6.1%	8.0%	24.5%	30.3%	31.2%
¿Me molesta que las empresas contaminen el medio ambiente?	f	18	38	78	62	131
	%	5.5%	11.6%	23.9%	19.0%	40.1%
¿Tengo la costumbre de reclamar la factura o boleta de pago cuando no me dan?	f	37	64	101	76	49
	%	11.3%	19.6%	30.9%	23.2%	15.0%
¿Alguna vez me he preocupado por el comportamiento ético de las empresas?	f	28	67	131	81	20
	%	8.6%	20.5%	40.1%	24.8%	6.1%
¿Conozco las políticas ambientales de las empresas de los productos que consumo?	f	47	97	113	54	16
	%	14.4%	29.7%	34.6%	16.5%	4.9%
¿Creo que las nuevas generaciones tienen más conciencia sobre el cuidado del medio ambiente?	f	62	70	108	62	25
	%	19.0%	21.4%	33.0%	19.0%	7.6%

*Fuente: Datos procesados de la encuesta aplicada*

### 5.2.2. Determinación de los hábitos de consumo

En cuanto a los hábitos de consumo de los estudiantes de formación general de la Universidad Andina del Cusco se puede apreciar que tienden a ser buenos en un 57.5% y excelentes en un porcentaje muy alto 41.0%; mientras que el 1.5% presenta hábitos de consumo moderados.

**Tabla 28**

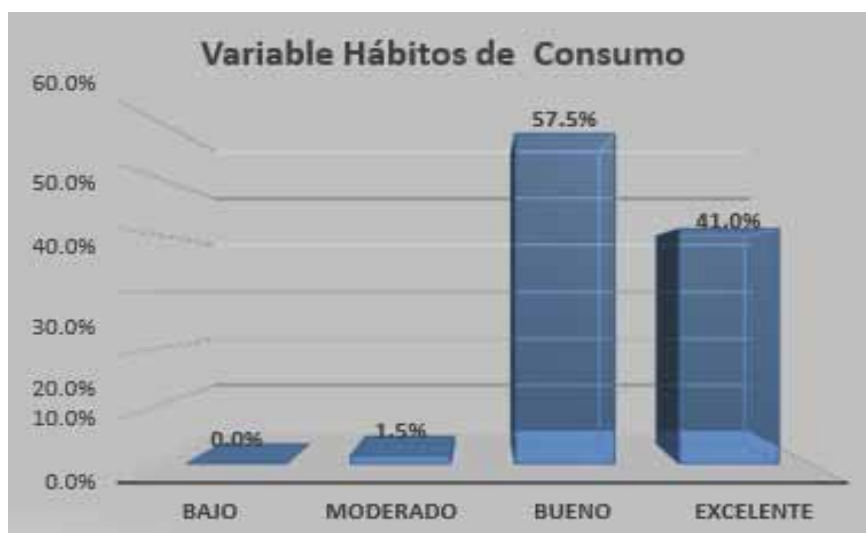
*Hábitos de Consumo*

Categoría	f	%
Bajo	0	0.0%
Moderado	5	1.5%
Bueno	188	57.5%
Excelente	134	41.0%
Total	327	100.0%

*Fuente: Datos procesados de la encuesta aplicada*

**Figura 10**

*Hábitos de Consumo*



*Fuente: Datos procesados de la encuesta aplicada*

### 5.3. RESULTADOS DE LA RELACIÓN DEL NIVEL DE CONCIENCIA AMBIENTAL CON LOS HÁBITOS DE CONSUMO EN ESTUDIANTES DE FORMACIÓN GENERAL DE LA UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO EN EL AÑO 2018.

**Tabla 29**

*Conciencia ambiental\*Hábitos de consumo*

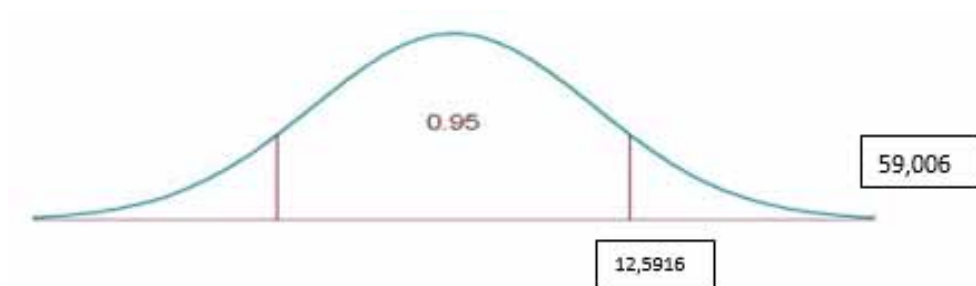
		VARIABLE CONCIENCIA AMBIENTAL*VARIABLE HÁBITOS DE CONSUMO				
		tabulación cruzada				
				VARIABLE HÁBITOS DE CONSUMO		
Moderado	Bueno			Excelente		
VARIABLE CONCIENCIA AMBIENTAL	Baja	Recuento	1	1	1	3
		% del total	0.3%	0.3%	0.3%	0.9%
	Moderada	Recuento	0	46	6	52
		% del total	0.0%	14.1%	1.8%	15.9%
	Alto	Recuento	4	137	107	248
		% del total	1.2%	41.9%	32.7%	75.8%
	Muy alto	Recuento	0	4	20	24
		% del total	0.0%	1.2%	6.1%	7.3%
	Total	Recuento	5	188	134	327
		% del total	1.5%	57.5%	41.0%	100.0%

*Fuente: Datos procesados de la encuesta aplicada*

Interpretación: En la tabla de doble entrada, se evidenció que el alto nivel de conciencia ambiental que presentan los estudiantes de formación general de la Universidad Andina del Cusco, se relaciona con los buenos hábitos de consumo en un 41.9%, y en 32.7% con hábitos de consumo excelentes. Lo que confirma que existe una tendencia que, a mayor sensibilidad, conocimiento, preocupación y participación en la cuestión ambiental, los hábitos de consumo se tornan más responsables; sin embargo, es necesario fortalecer esta relación y promover a todo nivel la toma de conciencia ambiental en los estudiantes para lograr cambios sustanciales en los estilos de consumo.

**Tabla 30***Prueba Chi-cuadrado para Nivel de Conciencia Ambiental y Hábitos de Consumo*

	Valor	gl	Sig. Asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	59,006	6	0.000
Razón de verosimilitud	48.094	6	0.000
N de casos válidos	327		



Del valor obtenido de Chi cuadrado de Pearson

Teniendo en cuenta que el valor de  $p < 0,05$  entonces se acepta la Hipótesis alterna quedando en consecuencia rechazada la hipótesis nula. Por consiguiente: “El nivel de conciencia ambiental se relaciona significativamente con los hábitos de consumo en estudiantes de formación general de la Universidad Andina del Cusco en el año 2018”



#### 5.4. RESULTADOS DE LA RELACIÓN DE LAS DIMENSIONES AFECTIVA, COGNITIVA, CONATIVA Y ACTIVA CON LOS HÁBITOS DE CONSUMO EN ESTUDIANTES DE FORMACIÓN GENERAL DE LA UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO EN EL AÑO 2018.

##### 5.4.1. Dimensión afectiva \* Hábitos de consumo

**Tabla 31**

*Distribución de la muestra según la dimensión afectiva y hábitos de consumo*

			VARIABLE HÁBITOS DE CONSUMO			Total
			Moderado	Bueno	Excelente	
Dimensión Afectiva	Baja	Recuento	0	1	0	1
		% del total	0.0%	0.3%	0.0%	0.3%
	Moderada	Recuento	1	81	33	115
		% del total	0.3%	24.8%	10.1%	35.2%
	Alto	Recuento	4	106	99	209
		% del total	1.2%	32.4%	30.3%	63.9%
	Muy alto	Recuento	0	0	2	2
		% del total	0.0%	0.0%	0.6%	0.6%
	Total	Recuento	5	188	134	327
		% del total	1.5%	57.5%	41.0%	100.0%

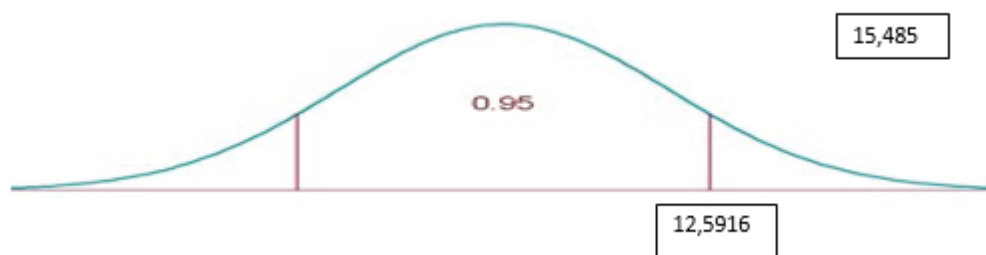
*Fuente: Datos procesados de la encuesta aplicada*

El alto nivel de la dimensión Afectiva impacta en el desarrollo de buenos y excelentes hábitos de consumo en un 32.4% y en 30.3% respectivamente; así mismo, el moderado nivel de esta dimensión, repercute en el 24.8% de los buenos hábitos de consumo.

**Tabla 32**

*Prueba Chi-cuadrado para la dimensión Afectiva y Hábitos de Consumo*

	Valor	gl	Sig. Asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	15.485	6	0.017
Razón de verosimilitud	16.830	6	0.010
N de casos válidos	327		



Del valor obtenido de Chi cuadrado de Pearson

Teniendo en cuenta que el valor de  $p < 0,05$  entonces se acepta la Hipótesis alterna quedando en consecuencia rechazada la hipótesis nula. Por consiguiente: “La dimensión afectiva de la conciencia ambiental se relaciona significativamente con los hábitos de consumo en estudiantes de la Universidad Andina del Cusco en el año 2018”

#### 5.4.2. Dimensión cognitiva \* Hábitos de consumo

**Tabla 33**

*Distribución de la muestra según la dimensión cognitiva y hábitos de consumo*

		VARIABLE HáBITOS DE CONSUMO			Total	
		Moderado	Bueno	Excelente		
Dimensión Cognitiva	Baja	Recuento	1	9	2	12
		% del total	0.3%	2.8%	0.6%	3.7%
	Moderada	Recuento	1	68	18	87
		% del total	0.3%	20.8%	5.5%	26.6%
	Alto	Recuento	3	102	94	199
		% del total	0.9%	31.2%	28.7%	60.9%
	Muy alto	Recuento	0	9	20	29
		% del total	0.0%	2.8%	6.1%	8.9%
	Total	Recuento	5	188	134	327
		% del total	1.5%	57.5%	41.0%	100.0%

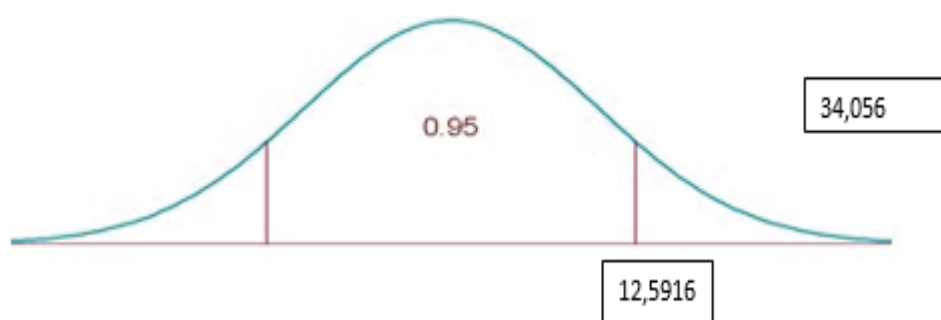
*Fuente: Datos procesados de la encuesta aplicada*

El alto nivel del conocimiento en materia ambiental impacta sobre los buenos hábitos de consumo en 31.2% y de forma excelente en un 28.7%. Es importante señalar que a nivel de los estudiantes de formación general ya se recibe la asignatura de ecología y medio ambiente como una forma de internalizar la variable ambiental en la formación profesional.

**Tabla 34**

*Prueba Chi-cuadrado para la dimensión cognitiva y Hábitos de Consumo*

	Valor	gl	Sig. Asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	34.056	6	0.000
Razón de verosimilitud	34.106	6	0.000
N de casos válidos	327		



Del valor obtenido de Chi cuadrado de Pearson

Teniendo en cuenta que el valor de  $p < 0,05$  entonces se acepta la Hipótesis alterna quedando en consecuencia rechazada la hipótesis nula. Por consiguiente: “La dimensión cognitiva de la conciencia ambiental se relaciona significativamente con los hábitos de consumo en estudiantes de la Universidad Andina del Cusco en el año 2018”.

### 5.4.3. Dimensión conativa \* Hábitos de consumo

**Tabla 35**

*Distribución de la muestra según la dimensión conativa y hábitos de consumo*

			VARIABLE HÁBITOS DE CONSUMO			Total
			Moderado	Bueno	Excelente	
Dimensión Conativa	Baja	Recuento	1	13	4	18
		% del total	0.3%	4.0%	1.2%	5.5%
	Moderada	Recuento	1	50	20	71
		% del total	0.3%	15.3%	6.1%	21.7%
	Alto	Recuento	2	99	55	156
		% del total	0.6%	30.3%	16.8%	47.7%
	Muy alto	Recuento	1	26	55	82
		% del total	0.3%	8.0%	16.8%	25.1%
Total	Recuento	5	188	134	327	
	% del total	1.5%	57.5%	41.0%	100.0%	

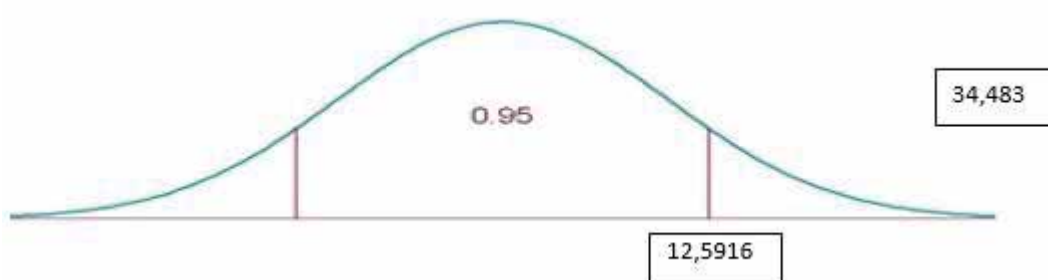
*Fuente: Datos procesados de la encuesta aplicada*

De la encuesta aplicada se observa que el alto nivel de la dimensión conativa o la alta disposición de los estudiantes asumir responsabilidades influye en un 30.3% en los buenos hábitos de consumo.

**Tabla 36**

*Prueba Chi-cuadrado para la dimensión conativa y Hábitos de Consumo*

	Valor	gl	Sig. Asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	34.483	6	0.000
Razón de verosimilitud	33.857	6	0.000
N de casos válidos	327		



Del valor obtenido de Chi cuadrado de Pearson

Teniendo en cuenta que el valor de  $p < 0,05$  entonces se acepta la Hipótesis alterna quedando en consecuencia rechazada la hipótesis nula. Por consiguiente: la dimensión conativa de la conciencia ambiental se relaciona significativamente con los hábitos de consumo en estudiantes de la Universidad Andina del Cusco en el año 2018.

#### 5.4.4. Dimensión activa \* Hábitos de consumo

**Tabla 37**

*Distribución de la muestra según la dimensión conativa y hábitos de consumo*

		VARIABLE HÁBITOS DE CONSUMO			Total	
		Moderado	Bueno	Excelente		
Dimensión Activa	Baja	Recuento	1	3	1	5
		% del total	0.3%	0.9%	0.3%	1.5%
	Moderada	Recuento	0	41	4	45
		% del total	0.0%	12.5%	1.2%	13.8%
	Alto	Recuento	3	93	36	132
		% del total	0.9%	28.4%	11.0%	40.4%
	Muy alto	Recuento	1	51	93	145
		% del total	0.3%	15.6%	28.4%	44.3%
Total	Recuento	5	188	134	327	
	% del total	1.5%	57.5%	41.0%	100.0%	

*Fuente: Datos procesados de la encuesta aplicada*

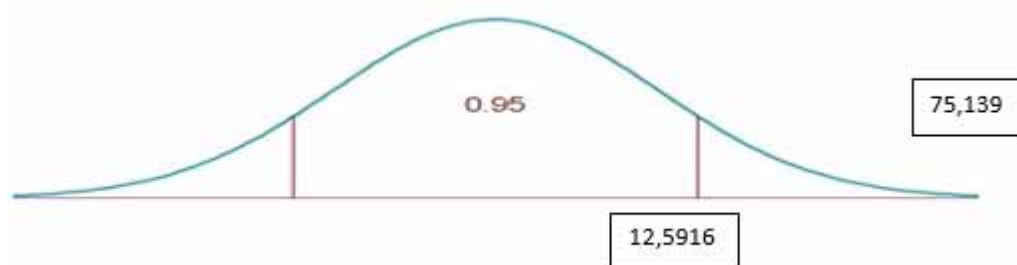
De la revisión de la tabla de doble entrada, se aprecia que el alto nivel de la dimensión activa se correlaciona con los buenos hábitos de consumo en un 28.4% así como también en esa

misma proporción se establece la relación del muy alto nivel de esta dimensión con los excelentes hábitos de consumo.

**Tabla 38**

*Prueba Chi-cuadrado para la dimensión conativa y Hábitos de Consumo*

	Valor	gl	Sig. Asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	75.139	6	0.000
Razón de verosimilitud	71.983	6	0.000
N de casos válidos	327		



Considerando el valor obtenido de Chi cuadrado de Pearson, se tiene que:  $p < 0,05$  entonces se acepta la Hipótesis alterna quedando en consecuencia rechazada la hipótesis nula. Por consiguiente: “La dimensión activa de la conciencia ambiental se relaciona significativamente con los hábitos de consumo en estudiantes de la Universidad Andina del Cusco en el año 2018”.

## 5.5. Discusión de resultados

La presente investigación se desarrolló con la finalidad de establecer si existe relación entre el nivel de conciencia ambiental y los hábitos de consumo en estudiantes de formación general de la Universidad Andina del Cusco, es preciso señalar que para este estudio una de las principales dificultades fue establecer una definición de lo que constituye la conciencia ambiental debido a que su conceptualización es multidimensional y ha sido trabajada principalmente desde el ámbito de la psicología ambiental en USA y Europa en especial en España, que en los últimos años ha convocado la atención de los investigadores de las áreas de las ciencias sociales para diseñar estrategias que conlleven a una relación más armónica con el ambiente. Así mismo los hábitos de consumo han sido estudiados sobre todo desde el

punto de vista de las ciencias económicas y el marketing, para poder generar el éxito económico dejando de lado en muchas ocasiones el impacto sobre el ambiente generado por los niveles exagerados de dicho consumo; sin embargo, los efectos que el hombre produce como resultado de sus modelos de desarrollo y crecimiento económico han hecho visible las consecuencias del uso irracional de los recursos y ha puesto en el tapete la necesidad de reorientar nuestros hábitos de consumo hacia un comportamiento más responsable.

El nivel de Conciencia Ambiental se categorizó tomando en cuenta el Ecobarómetro Andaluz, ya que en España se han realizado numerosas pesquisas sobre la conciencia ambiental y ha servido de base para innumerables investigaciones; al respecto en el presente estudio se ha categorizado la conciencia ambiental en bajo, moderado, alto y muy alto, en el sentido de cuan informada, preocupada, relacionada con criterios eco amigables y si realiza comportamientos responsables hacia el medio ambiente ya sea de carácter individual o colectivo los estudiantes Universitarios de Formación General de la Universidad Andina, lo cual se asemeja en parte a la categorización realizada por Gomera Martínez, Villamandos y Vaquero en el 2012 sobre la medición y categorización de la conciencia ambiental en estudiantes universitarios, categorizó la conciencia ambiental en conciencia ambiental C.A. mayor, conciencia ambiental C.A. menor en función del grado de prácticas pro ambientalistas y los sujetos no condicionados por la conciencia ambiental, que corresponde a sujetos cuyas acciones en alguna medida responsables hacia el medio ambiente no están condicionadas por la Conciencia Ambiental (Gomera y otros, 2012). En este último caso podríamos señalar que esta categoría se asemeja al nivel de conciencia moderado en razón que las personas pueden actuar de manera responsable pero no necesariamente lo hacen con la finalidad de contribuir a la conservación y protección del medio ambiente, sino porque simplemente consideran que es lo correcto.

La investigación realizada por Peña Farfán (2018), en su estudio sobre el conocimiento y actitudes hacia el medio ambiente en estudiantes de Ingeniería Ambiental de la Universidad Andina del Cusco señala que el nivel de conocimiento Ambiental es bueno, lo que coincide en alguna medida con la presente investigación si lo relacionamos hacia la conciencia Ambiental en la dimensión cognitiva, pero difiere en cuanto que las actitudes proambientales son desfavorables, además que tampoco se puntualiza que actitudes son.

En cuanto a la dimensión afectiva se tiene que en el indicador adhesión a valores ecologistas los estudiantes se consideran de regular a buenos ecologistas es decir personas que propugnan por la defensa de la naturaleza y la preservación del medio ambiente tal como lo señala la RAE o como lo entiende Jaksic que son personas que promueven una agenda de protección del ambiente y sus componentes, aunque no necesariamente promueven las soluciones de dichos problemas (Jaksic, 1997); así mismo, se muestran conscientes que la tierra no podrá seguir soportando el crecimiento de la población al ritmo actual. Sin embargo, algo que llama la atención es que más del 70% a pesar de que hoy en día se habla mucho sobre los problemas ambientales está de acuerdo en que existen cosas más importante que hacer en la vida que en proteger el medio ambiente, al respecto debemos considerar que esta generación de los millenials vienen a ser una generación que han encontrado múltiples beneficios que provienen de la ciencia y la tecnología y tal como lo señala Biancchi que los jóvenes hoy en día buscan disfrutar de los beneficios de un estado de bienestar forjado por otros y de las ventajas de las tecnologías y medios de comunicación (Bianchi y otros, 2013), por lo que sus prioridades son diversas.

Sobre esta dimensión es importante anotar lo que señala Gomera que no existe un consenso en su predictibilidad para establecer conductas pro ambientales pero que sí ayudan en cuanto al aspecto de creencias ambientales que permitan dar un mejor sentido a la concepción de la conciencia ambiental (Gomera y otros, 2012).

En cuanto a la dimensión cognitiva se presenta en un buen nivel, es decir los estudiantes de formación general cuentan con saberes previos traídos de su vivencias y costumbres desde el hogar, el colegio, lo que se ve reforzado a través de su formación universitaria que en el caso de la Universidad Andina del Cusco, en los últimos años ha puesto mucho interés en incorporar la variable ambiental en los procesos de formación curricular como la incorporación de las asignaturas de Educación Ambiental y de Ecología y Medio Ambiente así como extracurricular, con el fortalecimiento del programa de voluntariado ambiental.

La dimensión conativa referida al actuar con criterios ecológicos y a asumir costes no solo de carácter económico sino también en cuanto al cambio de hábitos que coadyuven al mejoramiento del medio ambiente, implica que debe efectuarse un compromiso efectivo y por qué no revalorar algunas prácticas y/o costumbres sostenibles. Al respecto existe una



tendencia a estar de acuerdo a pagar costos más elevados que garanticen la mejora de la calidad ambiental, sin embargo, es de notar que no todos los estudiantes trabajan y sus gastos son solventados por sus padres, lo que implica que para ellos si bien es cierto están de acuerdo en asumir esos costos extras, pero no tendrían como efectivizarlo.

Sin embargo, una de las actividades que si puede estar más al alcance de los estudiantes es la inclinación a reemplazar el uso de autos por el de bicicletas, pero es importante aclarar que para fomentar este medio de transporte se necesita el apoyo de la autoridad municipal que determine el acceso a ciclo vías, así como el desarrollo de campañas de educación dirigida a los conductores de vehículos motorizados y garantizar la seguridad ciudadana para evitar robos de las bicicletas.

Finalmente, la dimensión activa que considera la participación en prácticas ambientales individuales y colectivas muestran un alto nivel, teniendo en cuenta que cuando los problemas ya son visualizados la población tiene una mayor tendencia a actuar ya sea a través de acciones individuales que puedan referirse al ahorro del agua, reciclaje de papel, segregación de residuos sólidos o actividades grupales que se manifiesten en campañas de protección, marchas para apoyar grupos vulnerables frente a la agresión ambiental entre otros.

Sobre los hábitos de consumo, tal como lo señala Lara Gonzales, el consumo es una actividad natural que el hombre ha realizado desde que existe para satisfacer sus necesidades de manera habitual, pero dentro de ese consumo podemos dividirlo en un consumo irracional y otro racional, es así que se ha evaluado al respecto dos dimensiones el consumismo que se refiere a ese consumo ilimitado, considerado como un acto artificial que genera problemas que después no puede solucionar (Lara, 2009) y el consumo responsable que es ese consumo pensado, meditado y que visualiza las consecuencias de nuestras acciones hacia el medio ambiente.

Así mismo es importante analizar el mensaje de Moltedo Perfetti (2007):

...mucho se ha dialogado sobre la responsabilidad social de las empresas, pero pocas veces se ha hablado de la responsabilidad social del consumidor...Un consumo

responsable se centra en un consumo ético y solidario, y no en un consumo por el consumo” (Bianchi y otros, 2013, pág. 84), es decir que cuando se habla sobre el consumo generalmente la población se excluye de los efectos que se generan al ambiente y la sociedad debido a que aún no internaliza y es consciente de las consecuencias de sus acciones como consumidores y que está en sus manos tener el poder de decisión de consumir adecuadamente; es así que por ejemplo, se ve que cuando se pregunta a los estudiantes si apaga las luces y aprovecha al máximo las horas de luz solar el 30.6 % respondió que casi siempre lo realiza pero cuando la pregunta dice si en la universidad suelo apagar las luces del aula en el día sólo el 6.4% contestó que siempre lo hace, lo cual ratifica el enunciado anterior sobre la responsabilidad social del consumidor que al estar en espacios públicos no considera necesario coadyuvar en este caso al ahorro de energía.

La dimensión Consumismo está relacionada con la globalización que en los últimos años ha permitido que los sistemas de comercio en su mayoría no presenten barreras, logrando llegar a la mayor parte de los lugares para que las poblaciones puedan consumir sus productos, es ahí donde marcas reconocidas principalmente extranjeras cobran más fuerza ante la elección de un determinado producto.

Una de las razones por lo que la gente busca realizar compras, puede deberse a que no tiene otro tipo de actividad que les motive para sentirse bien, en el caso de los estudiantes es importante generar actividades que complementen su desarrollo y el grado de felicidad en sus vidas y de esta manera puedan optar por otras actividades que no impliquen necesariamente el hecho de comprar. Por lo que se debe promover actividades al aire libre y que implique además un desarrollo personal, como por ejemplo deporte, cultura entre otras.

Al respecto, los estudiantes presentan un nivel moderado 58.4% en la dimensión consumismo, gran parte de ellos considera que sus consumos no se ven altamente influenciados por un consumo impulsivo ni superfluo, más al contrario la tendencia es a realizar consumos que respondan a sus necesidades priorizándolas frente a otras cuestiones banales; sin embargo, existe un 28.4% que debe ser observado ya que muestra una tendencia al consumismo. Sobre lo mencionado, Mestres determinó que “de cada 10 jóvenes, 7 aceptan comprar lo que está de moda, aunque este hecho se da más entre mujeres (78,1%) que entre

hombres (62,7%)” (Guzmán, 2017, pág. 9); es decir, los jóvenes constituyen una población altamente vulnerable en el sentido del consumo; así mismo, lo establece Salcedo Arnal, A. y Garcés Prieto, J. en el 2006 citados por Bianchi et al, entre lo que destaca que “el nivel de adicción a los estímulos de compra en los jóvenes es mucho más alto que en los adultos y que su autocontrol económico es más bajo”(pág. 86), de igual manera señalan que algunas de las causas del consumo y que puede desarrollar una adicción en jóvenes se tiene:

- a) Un nivel alto de ansiedad en relación con la compra.
- b) La insatisfacción personal,
- c) La mayor aceptación de valores consumistas y la vulnerabilidad psicológica hacia los mensajes que relacionan el consumo con la felicidad, el éxito social y el prestigio personal.
- d) La atracción por los estímulos de consumo, (pasear en los hipermercados y grandes centros comerciales, ver anuncios, mirar escaparates, entrar en comercios, aunque solo sea a mirar, etc.
- e) El bajo nivel de autoestima y la desconfianza hacia las propias aptitudes o habilidades” (Bianchi y otros, 2013, pág. 86)

El consumo superfluo relacionado a las marcas de prestigio puede ser considerado como una herramienta para denotar la superioridad frente a otros a lo que también se relaciona la frecuencia con la que se suele incrementar la compra de prendas de vestir. Esto en razón, que las tendencias de moda son muy cambiantes lo cual genera la necesidad para quienes viven dependiendo de la misma, el tener que ir consumiendo constantemente.

Es decir que los jóvenes son un sector altamente susceptible a ser persuadido a realizar un mayor consumo principalmente por el factor moda, de ahí la importancia de incidir en la concientización de un consumo responsable, que evalúe las consecuencias de las acciones que cada individuo realiza en el ambiente, para lo cual la Universidad juega un rol preponderante a través del proceso de formación que en los últimos años ha llevado a insertar dentro de la Curricula educativa asignaturas transversales como educación ambiental y ecología y medio ambiente, con la finalidad de concientizar al estudiantado y de esta manera darse cuenta de los problemas que cada persona origina como producto de sus acciones que cada día efectúa.

Por otro lado, se hace evidente que la Universidad debe desarrollar una política institucional donde todos los trabajadores, considerando: personal docente, administrativos y mantenimiento; deben internalizar la variable ambiental que se evidencie en actitudes amigables con el entorno las mismas que sean valoradas por los estudiantes y que estimulen su participación activa para lograr resultados efectivos. Es decir, urge una ambientalización de la educación superior que internalice la variable ambiental a nivel de toda la formación del futuro profesional.

En cuanto a la dimensión consumo responsable, está basada en la preservación y sostenibilidad del medio ambiente y los recursos naturales, principalmente a partir de los sistemas productivos y del comportamiento del consumidor que incluye, las tres "Rs" del movimiento ecologista: Reducir, Reutilizar y Reciclar, también se evalúa el impacto ambiental de todo el ciclo de vida del producto o servicio que se va a consumir (Bianchi y otros, 2013, pág. 88) (Mónaco, 2015). En el caso de los jóvenes generalmente los aparatos tecnológicos y la moda de vestir generan gran cantidad de productos que no necesariamente son inútiles, sino que por una estrategia de mercado se han vuelto obsoletos por lo que siguen consumiendo, contaminando y deteriorando cada vez más y más el planeta.

Esta dimensión responde a criterios éticos, ecológicos y sociales en la medida que consideran los posibles efectos y daños de un consumo inadecuado, además que están más relacionados con acciones sostenibles que implica un grado de compromiso como ciudadanos y como seres humanos que no solo se interesan por el bienestar personal, sino que también buscan el bien común a través de la conservación y protección de nuestro medio ambiente.

Al hablar de un consumo responsable no solo nos referimos a las condiciones del medio ambiente, sino también del bienestar del ser humano, por lo que se ha evaluado aspectos relacionados al tipo de productos que se consume si son orgánicos o no, si consideramos la información referida en el etiquetado de muchos productos alimenticios y otros, esto debido a que el etiquetado de los productos muchas veces nos puede referir información valiosa sobre la idoneidad de un producto y si se encuentra en óptimas condiciones. En nuestro país la realidad de los etiquetados ha desarrollado una gran controversia entre el Ministerio de Salud y el Congreso de la República para que el consumidor pueda entender de manera fácil y clara la calidad del producto que consume y de esta manera reducir el riesgo de padecer

ciertas enfermedades a partir del uso excesivo de productos altos en grasas saturadas, grasas trans, azúcares y sal, a lo que se suma que la mayor parte de la población peruana no tiene por cultura revisar las etiquetas antes de comprar, y de esa manera evaluar si es conveniente su consumo.

Del mismo modo, los consumos excesivos de azúcares ponen en riesgo la salud de los estudiantes, porque es una de las causas principales de enfermedades como la diabetes y la obesidad que hoy por hoy es de gran preocupación a nivel mundial, es así que otros países han modificado el sistema de etiquetado y de esta manera hacer llegar a la población información simple y concreta sobre el peligro de consumo de este tipo de bebidas. Ante esto, nuevamente se tiene que entender lo vital que suele ser la revisión del etiquetado para la salud.

Las acciones pro consumo responsable que de alguna manera se están asumiendo por parte de los estudiantes son:

Reducir el consumo de agua al cerrar el caño al lavarse los dientes

Reducir el consumo de energía al apagar las luces y aprovechar la luz del día

Reducir el consumo de energéticos fósiles al utilizar el transporte público.

Sobre las acciones que menos se efectúan están:

Apagar las luces en la Universidad cuando es de día

Segregar los residuos sólidos.

Sobre estos dos últimos aspectos, ya mencionamos en el caso de referirse a un bien que no es propio, gran parte de los estudiantes no asumen su obligación de actuar de manera responsable y sobre los residuos sólidos en nuestra ciudad no se cuenta con un programa local que llegue a todos los hogares de la ciudad y que motiven esta práctica, solo en algunas urbanizaciones se suele desarrollar, pero de manera irregular lo que determina la falta de interés de la población en cumplir dichas acciones.

Respecto al consumo social y solidario, una de las cosas que molesta siempre a la población es cuando las empresas contaminan el medio ambiente, así mismo se hace notar que la acción del Estado como ente regulador es fundamental para fomentar la responsabilidad social de

las empresas considerando que los consumidores son quienes pueden influir de manera categórica en ese sentido.

La correlación existente entre las dos variables del presente estudio, se expresa en la relación que a un alto nivel de conciencia ambiental se tiene buenos hábitos de consumo, es decir que la conciencia ambiental es parte importante del proceso de la educación ambiental y es el inicio para el logro de comportamientos responsables, lo que concuerda con lo determinado por Bianchi et al (2013) quienes concluyen que los jóvenes van forjando valores y conductas más pro ambiente fruto de la educación recibida. Así mismo es importante mencionar que del análisis de la relación existente entre las dimensiones afectiva, cognitiva, conativa y activa, de manera general se presenta que el alto nivel de cada una de estas dimensiones afecta directamente sobre los buenos hábitos de consumo, los cuales deben ser fortalecidos a través de la práctica de acciones positivas hacia el entorno tal como lo manifiesta Quicho que “ante una mejor practica en los hábitos para la conservación la toma de conciencia frente a esta problemática se hace mucho más profunda en los escolares pero se agudiza cuando no se estimula a su práctica” (Fernández Morales, 2017, pág. 19), Es decir que no sólo el desarrollo de temas ambientales crearan más conciencia, sino el desarrollo de un programa de educación ambiental que promueva la participación activa para el fortalecimiento de acciones pro ambientales, por lo que la universidad también debe proyectar actos de responsabilidad social que inviten al estudiante a ser parte de la solución de los problemas; así como por ejemplo, debe fortalecer el papel del voluntariado ambiental que la Universidad Andina del Cusco viene dando ya hace varios años, en el que se cuenta con el apoyo de jóvenes universitarios que de manera voluntaria buscan ayudar a la colectividad con la participación en charlas de sensibilización y otras acciones promovidas por la universidad como campañas de forestación reforestación entre otros, pero que debe considerar acciones articuladas a los desempeños de los estudiantes en su formación profesional y no constar de simples acciones aisladas. Sobre lo mencionado se debe indicar que en las asignaturas referidas al medio ambiente en el aspecto de responsabilidad social se busca la participación activa de los estudiantes mediante acciones que promuevan la sensibilización y participación de las familias de los estudiantes.

Finalmente es importante reconocer que el desarrollo de la conciencia ambiental por sí sola no solucionará los problemas ambientales, sino que debe ser fortalecida a través de prácticas responsables en el uso, extracción, transformación y distribución de los recursos y que el consumismo no contribuye a la sostenibilidad, se debe de repensar y modificar los hábitos de consumo para de esta manera actuar responsablemente frente al medio ambiente y la sociedad. No por consumir más se llega a la felicidad plena, cada vez que compartimos con los demás y/o dejamos la posibilidad que el resto pueda hacer uso de los recursos para aplacar sus necesidades reales y se reduzca los procesos de contaminación, sobreexplotación de los recursos, es ahí donde el hombre estará recobrando su naturaleza de ser humano.

## CONCLUSIONES

1. El nivel de Conciencia Ambiental que presentan los estudiantes de Formación General de la Universidad Andina del Cusco en el año 2018 es alto, el 75.8% lo considera como tal, lo cual es una fortaleza en vista que los jóvenes se sienten sensibilizados respecto a la cuestión ambiental, y la posibilidad de generar respuesta positiva a actitudes amigables con el entorno es alentadora.
2. Los Hábitos de Consumo presente en estudiantes de Formación General de la Universidad Andina del Cusco en el año 2018, se presentan como bueno en un 57.5% a excelente en 41.0%, es decir que la mayor proporción de la población desarrolla acciones responsables hacia el medio ambiente.
3. El nivel de conciencia ambiental se relaciona significativamente con los hábitos de consumo, en un 41.9%; es decir, que el fortalecimiento de la conciencia ambiental puede ayudar de manera notable a reducir el consumismo, fortaleciendo nuestra relación con el entorno y con la sociedad, pues se asume que al consumir de manera responsable se evita generar más daños y contaminación de nuestro entorno, lo cual se ve evidenciado en la relación existente entre el alto nivel de las dimensiones: afectiva 32.4%, cognitiva 31.2%, conativa 30.3% y activa 28.4% con los buenos hábitos de consumo. De lo que se puede concluir que el fortalecimiento de estas dimensiones promueve buenos hábitos de consumo.



## RECOMENDACIONES

1. Se recomienda que la universidad desarrolle una política ambiental universitaria basada en la Educación Ambiental para el logro de los Objetivos del Desarrollo Sostenible, con metas claras y concretas que puedan ir cumpliéndose de manera paulatina y que involucre el accionar de la autoridad, personal docente, administrativo de servicio y el estudiantado.
2. Se recomienda que la Universidad promueva comportamientos ambientales como parte de la política institucional que impulse el actuar de la comunidad universitaria, a través de campañas de sensibilización y de acciones concretas como el ahorro de energía, segregación de residuos sólidos, reutilización y reciclaje del papel y otros materiales y que los docentes promuevan estas prácticas para la presentación de trabajos.
3. La formación profesional en las distintas ramas del saber, no debe ser ajena al desarrollo de conciencia ambiental para mejorar nuestros hábitos de consumo; por lo que, se recomienda adecuar el desarrollo de las asignaturas incorporando la variable ambiental, principalmente a través de la investigación.
4. Se recomienda que la Universidad impulse campañas en las que los estudiantes puedan sentirse motores de cambio como por ejemplo de incentivar el uso de la bicicleta como medio de transporte a través de la coordinación con las autoridades para la señalización adecuada en las ciclo vías y el resguardo y seguridad con la que deben de contar, así como zonas de parqueo.

## REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

- 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.
- Berenger, J. (2002). La medida de las actitudes ambientales: propuesta de una escala de conciencia ambiental (Ecobarometro). *Intervencion Psicosocial*, 349-358.
- Bianchi, E., Carmelé, B., Tubaro, D., & Bruno, J. (2013). Conciencia y acciones de consumo responsable en los jóvenes universitarios. *Escritos contables y de administración*, 81-107.
- Cáceres, A. (2017). *Percepción sobre la Conservación del Medio Ambiente de los Estudiantes del Centro de Idiomas de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco*. Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco.
- 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.
- Carrasco, S. (2005). *Metodología de la Investigación Científica*. San Marcos.
- Carrillo, A. (2017). Factores que impulsan y limitan el consumo responsable. *Revista ECA Sinergia*, 99-112.
- Castrillo, A. (2014). *Trabajo de Fin de Grado: Consumo responsable, ¿alternativa o necesidad?* Universidad de Burgos.
- Cerrillo, J. (2010). Medición de la conciencia ambiental: Una revisión crítica de la obra de Riley E. Dunlap. *Athenea digital*, 33-52.
- CNICE. (2006). *Consumo superfluo*. Obtenido de <http://concurso.cnice.mec.es/cnice2006/material003/Trabajos/ConsumismoB/Superfluo.pdf>
- Corraliza, J. (2004). *El estudio de la conciencia ambiental. Un estudio psicosocial*. Andalucía: Consejería de Medio Ambiente, junta de Andalucía.
- Dunlap, R., & Jones, R. (2002). *Environmental concern: Conceptual and Measurement Issues*. Handbook of environmental Sociology.
- Fernández, J. (2017). *Hábitos ecológicos y la conservación del medio ambiente en estudiantes de primaria, Los Olivos, 2017*. Lima: Universidad Cesar Vallejo.

- García, D., & Priotto, G. (2009). La Construcción Política del campo de la Educación Ambiental. *Educaciónn Ambiental*, 95-131.
- Gomera, Villamandos, & Vaquero. (2012). Medición y categorización de la conciencia ambiental del alumnado universitario: contribución de la Universidad a su fortalecimiento. *Profesorado*, 193-212.
- Grob, A. (1995). A structural model of environmental attitudes and behavior. *Journal of environmental psychology*, 209-220.
- Gudynas, E. (2014). *El nuevo consumismo*.  
<https://doi.org/http://www.lasociedadcivil.org/wp-content/uploads/2014/11/gudynas.pdf>
- Guzmán, P. (2017). *La percepción sobre consumo sostenible en los jóvenes de la Fundación Universitaria Los Libertadores*. Bogotá: Fundación Universitaria Los Libertadores.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, L. (2014). *Metodología de la Investigación*. McGrawHill.
- Jaksic, F. (1997). Ecología, ecologistas y ciencias ambientales. *Revista Chilena de Historia Natural*, 177-180.
- Jimenez, 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>
- Lara, J. (2009). Consumo, consumismo. Algunos elementos traza sobre estudiantes universitarios en México. *Nómadas. Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas*, 19.
- Maloney, M., & Ward, M. (1973). Ecología: Escuchemos a la gente: Una escala objetiva para la medición de actitudes y conocimientos ecológicos. *Psicólogo Estadounidense*, 28(7), 583-586.
- Mendiola, C. (Diciembre de 2015). *Consumo Responsable*. Obtenido de [https://www.administracion.usmp.edu.pe/institutoconsumo/wp-content/uploads/2015/12/CONSUMO\\_RESPONSABLE.pdf](https://www.administracion.usmp.edu.pe/institutoconsumo/wp-content/uploads/2015/12/CONSUMO_RESPONSABLE.pdf)
- Ministerio de Ambiente. (2005). *Ley General del Ambiente 28611*. Lima: Editorial Supergráfica.
- Mónaco, Y. (2015). *Consumo responsable. Estudio comparado de prácticas en América Latina*. Universidad Nacional del Litoral.

- Moreno, M., Corraliza, J., & Ruz, J. (2005). Escala de actitudes ambientales hacia problemas específicos. . *Psicothema*, 502-508.
- Muñoz Van den Eynde, A. (2014). *La Salud del medio Ambiente*. Madrid.
- 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.
- ONU. (2014). *La situación demográfica en el mundo 2014. informe conciso*. New York.
- Ortega, V., & Rodriguez, J. (2004). Escala de Hábitos y Conductas de Consumo: evidencias sobre dimensionalidad. *International Journal of Clinical and Health Psychology*, 121-136.
- Peña, W. (2017). *Conocimiento y Actitudes hacia el Medio Ambiente en estudiantes de la Escuela Profesional de Ingeniería Ambiental de la Universidad Andina del Cusco*. Cusco: Universidad Andina del Cusco.
- Quintanilla, I., Luna, R., & Berenguer, G. (1998). *La compra impulsiva y la compra patológica: El modelo CAC*. Valencia: Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas.
- Salas, C. (2009). *El consumo responsable en Colombia*. Pontificia Universidad Javeriana.
- Semana. (25 de Enero de 2017). *Semana Sostenible*. . Obtenido de <https://sostenibilidad.semana.com/medio-ambiente/articulo/dia-mundial-de-la-educacion-ambiental-por-que-se-celebra/34489>
- UNESCO. (1977). *Declaración de la Conferencia Intergubernamental de Tbilisi sobre educación Ambiental*. Conferencia Intergubernamental sobre Educación Ambiental. Tbilisi - Georgia.
- UNESCO. (1978). *Conferencia Intergubernamental sobre Educación Ambiental*. Conferencia Intergubernamental sobre Educación Ambiental.
- UNESCO. (2009). *Conferencia Mundial sobre la Educación para el Desarrollo Sostenible*. Bonn - Alemania.
- UNESCO. (2016). *Formando el futuro. Decenio de las Naciones Unidas de la Educación para el Desarrollo Sostenible (2005-2014)*. París: UNESCO.
- UNESCO. (15 de Enero de 2019). *UNESDOC, Biblioteca digital*. Obtenido de [https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000017772\\_spa](https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000017772_spa)
- Vera, V. (2017). *Nivelles de conocimiento ambiental y la internacionalización de actitudes ambientalistas de los estudiantes de 2º Semestre de la Escuela Profesional de Ingeniería Ambiental de la UAC - Cusco 2017*. Universidad Andina del Cusco.

Vlek, C. (2000). Essential Psychology for Environmental Policy Making. *International Journal of Psychology*, 153-167.

Zeballos, M. (2005). *Impacto de un Proyecto de Educacion Ambiental en estudiantes de un colegio en una zona marginal de Lima*. Pontificia Universidad Católica del Perú.

**ANEXO 1**  
**INSTRUMENTO PARA MEDIR EL NIVEL DE CONCIENCIA AMBIENTAL**

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO**

**ESCUELA DE POSTGRADO – MAESTRIA EN CIENCIAS**

**MENCIÓN EN ECOLOGÍA Y MEDIO AMBIENTE**

**NIVEL DE CONCIENCIA AMBIENTAL Y HÁBITOS DE CONSUME EN ESTUDIANTES EN  
FORMACIÓN GENERAL EN LA UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO- AÑO 2018**

Cuestionario para medir el nivel de Conciencia ambiental y hábitos de consumo

Edad: \_\_\_\_\_

Sexo: (Masculino) (Femenino)

Apreciado Estudiante:  
Marcar con un aspa la  
alternativa que  
consideres más  
apropiada a la  
pregunta formulada

Escuela  
Profesional: \_\_\_\_\_

1	¿En que medida crees en que los estudiantes universitarios de la UAC se preocupan por el cuidado del medio ambiente?	Nada preocupados	Poco preocupados	Regularmente preocupados	Muy preocupados	Demasiado preocupados
2	Pensando en los problemas ambientales globales ¿Cómo valoras la situación del cuidado del medio ambiente en el mundo?	Muy pésima	Pésima	Regular	Buena	Excelente
3	Desde tu punto de vista ¿Cómo valoras la situación del cuidado del medio ambiente en la ciudad del Cusco?	Muy pésima	Pésima	Regular	Buena	Excelente
4	Pensando en el distrito donde vives ¿Cómo valoras el cuidado del medio ambiente?	Muy pésima	Pésima	Regular	Buena	Excelente
5	¿Como crees que ha evolucionado la situación del medio ambiente en la ciudad	Muy desfavorable	Desfavorable	Indiferente	Favorable	Muy favorable

	del cusco durante los ultimos años?					
6	En relación con el resto del Perú ¿Cómo crees que está la situación del cuidado del medio ambiente en la ciudad del Cusco?	Muy descuidado	Descuidado	Esta igual	Ha mejorado un poco	Ha mejorado bastante
7	Normalmente se considera <b>ecologista</b> a la persona preocupada por el medio ambiente y que procura preservarlo con su comportamiento. ¿Cómo te calificas como ecologista?	Nada ecologista	Poco ecologista	Regular	Bueno	Excelente
8	¿Cuál es el grado de contaminación del aire que producen los vehículos automotores?	Ninguno	Poco	Regular	Bastante	Demasiado
9	En su opinión: “Los avances de la ciencia y tecnología solucionarán los problemas del medio ambiente”	Nada	Poco	Regular	Bastante	Demasiado
10	Estás de acuerdo con la siguiente afirmación: “La tierra no podrá seguir soportando el crecimiento de la población al ritmo actual”	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Muy de acuerdo
11	Estás de acuerdo con la siguiente afirmación: “Esta bien que se utilicen animales en experimentos médicos si con ello se logra salvar vidas humanas”	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Muy de acuerdo
12	Estás de acuerdo con la siguiente afirmación: “Hay cosas más importantes que hacer en la vida que proteger el medio ambiente”	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Muy de acuerdo
13	Estás de acuerdo con que se legisle para reducir la contaminación y deterioro del medio ambiente	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Muy de acuerdo
14	En qué medida te consideras informado sobre asuntos relacionados con el medio ambiente	Muy desinformado	Desinformado	Indiferente	Informado	Muy Informado

15	En qué medida te encuentras informado sobre las consecuencias del uso del carbón, petróleo y gas en el calentamiento global	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Muy de acuerdo
16	En tu opinión como valoras la gestión del Ministerio del Ambiente	Muy pésima	Pésima	Regular	Buena	Excelente
17	¿Cuál es el grado de conocimiento que tienes sobre los objetivos del desarrollo sostenible?	Muy poco	Poco	Regular	Buena	Excelente
18	Estarías a favor de pagar un precio más elevado por el agua con el fin de proteger el medio ambiente	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Muy de acuerdo
19	Estarías a favor de establecer un impuesto en los combustibles con el fin de proteger el medio ambiente.	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Muy de acuerdo
20	Estarías a favor de multar a los ciudadanos que no cumplan con las normas establecidas para el recojo de residuos domésticos	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Muy de acuerdo
21	Estarías de acuerdo con usar bicicleta en lugar de vehículos automotores para desplazarte en la ciudad del Cusco	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Muy de acuerdo
22	Estarías de acuerdo con depositar las pilas usadas en contenedores especiales	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Muy de acuerdo
23	Estarías de acuerdo con depositar papel usado en contenedores para su reciclaje	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Muy de acuerdo
24	Estarías de acuerdo con participar en una manifestación contra un proyecto que pueda dañar el medio ambiente.	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Muy de acuerdo
25	Estarías de acuerdo con participar como voluntario en alguna actuación para conservar el medio ambiente.	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Muy de acuerdo
26	Estarías de acuerdo con dejar de comprar un producto por sus implicaciones negativas para el medio ambiente	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Muy de acuerdo



27	Estarías de acuerdo en colaborar con alguna organización de defensa del medio ambiente.	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Muy de acuerdo
28	Estarías de acuerdo en ayudar con descontaminar el Rio Huatanay	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Muy de acuerdo
29	Estarías de acuerdo con erradicar los hornos ladrilleros del distrito de San Jerónimo.	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Muy de acuerdo
30	Estarías de acuerdo con erradicar por problemas del ruido el Aeropuerto Velasco Astete	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Muy de acuerdo

**ANEXO 2**  
**UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO**  
**INSTRUMENTO PARA MEDIR HÁBITOS DE CONSUMO**

N°	PREGUNTAS	RESPUESTAS				
		Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
B1	¿Cuándo más compro y consumo más feliz estoy?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
B2	Muchas veces me arrepiento de haber comprado cosas inútiles	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
B3	¿Siento la necesidad de salir de compras?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
B4	¿Me gusta pasar el tiempo en las grandes tiendas (mall)?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
B5	¿Tengo la costumbre de comprar alguna ropa o calzado todos los meses?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
B6	Suelo comprar cosas que las guardo por varios años sin utilizarlas	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
B7	¿Suelo ir a las tiendas para ver si hay ofertas?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
B8	¿Cuándo veo algo que me gusta, no me lo saco de la cabeza hasta que lo compre?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
B9	¿Compro las cosas que me gustan sin tener en cuenta si son ecológicas o no?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
B10	¿Acostumbro comprar los mismos productos que compran mis amigos?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
B11	¿Muchas cosas las compramos para dar envidia a los demás?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
B12	¿Cargo la batería del celular más de una vez al día?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
B13	¿Cambio de teléfono celular por lo menos una vez al año?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
B14	¿Tener dinero y comprar cosas caras como ropa de marca, me sirven para aumentar mi condición social?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
B15	¿Una marca con prestigio respalda la calidad del producto?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
B16	¿Cuándo compro ropa, la marca del producto es determinante?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
B17	¿Algo que me fijo para entablar una amistad es la ropa de marca que usan?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
B18	¿Siempre leo fecha de vencimiento al comprar alimentos?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
B19	¿Se puede dejar de ser consumista?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre

B20	¿Cuándo compro un producto empaquetado lo primero que observo son los ingredientes?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
B21	¿Compro productos que no son originales porque me resultan más baratos?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
B22	¿Me informo de las ofertas y promociones disponibles para hacer una compra conveniente?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
B23	¿Antes de comprar un producto comparo precios?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
B24	¿Valoro si el producto es útil o necesario antes de efectuar la compra?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
B25	¿Compro ropa solo cuando necesito, no me importa estar a la moda??	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
B26	¿Leo los prospectos y la información de los envases de los productos antes de comprar?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
B27	Alguna vez piensa en su salud cuando compra algo	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
B28	¿Cuándo compra bebidas prefiero las gaseosa o refrescos azucarados antes de agua o bebidas naturales?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
B29	¿Apago las luces y aprovecho al máximo las horas de luz solar?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
B30	¿En la universidad suelo apagar las luces del aula en el día?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
B31	¿Realizo una ducha corta cuidando el agua?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
B32	¿Cierro el caño al lavarme los dientes?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
B33	¿Reutilizo papel en la reimpresión de documentos?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
B34	En casa separamos los residuos sólidos orgánicos e inorgánicos (botellas, papel, plásticos, etc)	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
B35	¿Suelo utilizar transporte público?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
B36	Creo que nunca me subiría a un bus de transporte público	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
B37	¿Consumo productos orgánicos?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
B38	¿Elijo productos con empaque ecológico o reciclable?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
B39	¿Creo que las nuevas generaciones tienen más conciencia sobre el cuidado del medio ambiente?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
B40	¿Ante dos productos similares, compraría el de una empresa socialmente responsable, aunque tenga que pagar más??	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
B41	¿El Estado debe tener un rol activo para apoyar e incentivar la situación responsable de empresas y consumidores?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre

B42	¿Los consumidores pueden influir para que las empresas tengan un comportamiento socialmente responsable?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
B43	¿Me molesta que las empresas contaminen el medio ambiente?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
B44	¿Tengo la costumbre de reclamar la factura o boleta de pago cuando no me la dan?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
B45	¿Alguna vez me he preocupado por el comportamiento ético de las empresas?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
B46	¿Conozco las políticas ambientales de las empresas de los productos que consumo?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre

**Foto N° 01 Estudiantes llenando la encuesta**



**Foto N° 02 Estudiantes de formación general respondiendo las encuestas elaboradas**



**Foto N° 03**

**Estudiantes respondiendo la encuesta en un aula de Estudios de formación general.**



**Foto N° 04**

**Estudiantes en Aula de Estudios de Formación General**





## ANEXO 4

## VALIDACION DE INSTRUMENTO

## DATOS GENERALES

1.1. TÍTULO DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN: NIVEL DE CONCIENCIA AMBIENTAL Y HÁBITOS DE CONSUMO EN ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO- AÑO 2018

1.2. INVESTIGADOR: Br. Karina Del Castillo Pardo

## DATOS DEL EXPERTO

2.1. NOMBRES Y APELLIDOS: Mgt. Rosa Amalia Huaranca Valderrama

2.2. ESPECIALIDAD: Maestro en Educación- Mención Educación Superior

2.3. LUGAR Y FECHA: Cusco, 16 de noviembre del 2018

2.4. CARGO E INSTITUCIÓN DONDE LABORA: Docente- Universidad Andina del Cusco


COMPONENTE	INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 0-20%	REGULAR 21-40%	BUENO 41-60%	MUY BUENO 61-80%	EXCE 81-
Forma	Redacción	Los indicadores e ítems están redactados considerando los elementos necesarios				X	
	Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado				X	
	Objetividad	Esta expresado en conducta observable				X	
Contenido	Actualidad	Es adecuado al avance de la ciencia y tecnología					X
	Suficiencia	Los ítems son adecuados en cantidad y claridad				X	
	Intencionalidad	El instrumento mide pertinentemente las variables de investigación				X	
Estructura	Organización	Existe una organización lógica				X	
	Consistencia	Se basa en aspectos teóricos científicos de la investigación educativo					X
	Coherencia	Existe coherencia entre los ítems, indicadores, dimensiones y variables					X
	Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					X

I. Opinión de aplicabilidad: Favorable

II. Promedio de Valoración: 84 %

III. Luego de revisado el instrumento:  
Procede su aplicación ( X )

Debe corregirse ( )

Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco  
  
 Mgt. Rosa Amalia Huaranca Valderrama

Sello y firma del experto  
DNI N° 23858362

## VALIDACION DE INSTRUMENTO

## DATOS GENERALES

1.1. TÍTULO DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN: **NIVEL DE CONCIENCIA AMBIENTAL Y HÁBITOS DE CONSUMO EN ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO- AÑO 2018**

1.2. INVESTIGADOR: Br. Karina Del Castillo Pardo

## DATOS DEL EXPERTO

2.1. NOMBRES Y APELLIDOS: Dra. Haydee Quispe Berrios

2.2. ESPECIALIDAD: Dra. Ciencias de la Educación

2.3. LUGAR Y FECHA: Cusco, 15 de noviembre del 2018

2.4. CARGO E INSTITUCIÓN DONDE LABORA: Docente- Universidad Andina del Cusco

COMPONENTE	INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 0-20%	REGULAR 21-40%	BUENO 41-60%	MUY BUENO 61-80%	EXCELENTE 81-100%
Forma	Redacción	Los indicadores e ítems están redactados considerando los elementos necesarios				X	
	Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado					X
	Objetividad	Esta expresado en conducta observable				X	
Contenido	Actualidad	Es adecuado al avance de la ciencia y tecnología					X
	Suficiencia	Los ítems son adecuados en cantidad y claridad					X
	Intencionalidad	El instrumento mide pertinentemente las variables de investigación					X
Estructura	Organización	Existe una organización lógica				X	
	Consistencia	Se basa en aspectos teóricos científicos de la investigación educativo				X	
	Coherencia	Existe coherencia entre los ítems, indicadores, dimensiones y variables				X	
	Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnóstico				X	

I. Opinión de aplicabilidad: **APLICA**

II. Promedio de Valoración: **85%**

III. Luego de revisado el instrumento:

Procede su aplicación ( **X** )

Debe corregirse ( )



Haydee Quispe Berrios  
DNI N° 23858362



## VALIDACION DE INSTRUMENTOS

## DATOS GENERALES

- 1.1. TITULO DEL TRABAJO DE INVESTIGACION: NIVEL DE CONCIENCIA AMBIENTAL Y HABITOS DE CONSUMO EN ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO- AÑO 2018
- 1.2. INVESTIGADOR: Br. Karina Del Castillo Pardo

## DATOS DEL EXPERTO

- 2.1. NOMBRES Y APELLIDOS: Ana Inna Cáceres Vizarrata
- 2.2. ESPECIALIDAD: Maestría en Educación Superior
- 2.3. LUGAR Y FECHA: 19 de noviembre del 2018
- 2.4. CARGO E INSTITUCION DONDE LABORA: Universidad Tecnológica de los Andes

COMPONENTE	INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 0 - 20 %	REGULAR 21 - 40 %	BUENO 41 - 60 %	MUY BUENO 61 - 80 %	EXCELENTE 81 - 100 %
Forma	Redacción	Los indicadores e ítems están redactados considerando los elementos necesarios				X	
	Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado					X
	Objetividad	Esta expresado en conducta observable					X
Contenido	Actualidad	Es adecuado al avance de la ciencia y tecnología					X
	Suficiencia	Los ítems son adecuados en cantidad y claridad				X	
	Intencionalidad	El instrumento mide pertinentemente las variables de investigación				X	
Estructura	Organización	Existe una organización lógica					X
	Consistencia	Se basa en aspectos teóricos científicos de la investigación educativo				X	
	Coherencia	Existe coherencia entre los ítems, indicadores, dimensiones y variables				X	
	Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnostico					X

- I. Opinión de aplicabilidad: Aplicable
- II. Promedio de valoración: 90%
- III. Luego de revisado el instrumento:  
Procede su aplicación (X) Debe corregirse ( )

Ana Inna  
M<sup>g</sup>. Ana Inna Cáceres Vizarrata  
CBP. 3596

Sello y firma del experto  
DNI N° 23894389

## ANEXO 5

### AUTORIZACIÓN PARA LA APLICACIÓN DE ENCUESTA A ESTUDIANTES

La Coordinadora de Estudios de Formación General de la Universidad Andina del Cusco.

Hace constar que, la señora KARINA DEL CASTILLO PARDO con DNI N° 23944947, solicitó autorización para la aplicación de una encuesta a los estudiantes de Formación General de la Universidad Andina del Cusco, para realizar el trabajo de Tesis : **“NIVEL DE CONCIENCIA AMBIENTAL Y HÁBITOS DE CONSUMO EN ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO – AÑO 2018”**, por lo que se le AUTORIZA la aplicación de las mismas teniendo en consideración que las encuestas deben ser aplicadas de manera voluntaria por los estudiantes y sólo podrán ser utilizadas con fines para la presente investigación.

Se expide la presente, con la finalidad de brindar las facilidades a la docente y pueda cumplir satisfactoriamente su investigación.

Cusco, 05 de diciembre de 2018.



---

Dra. HAYDEÉ QUISPE BERRÍOS  
Coordinadora de Estudios de Formación General

## ANEXO 6

### ENCUESTAS APLICADAS

CUESTIONARIO PARA MEDIR HABITOS DE CONSUMO RESPONSABLE Y CONCIENCIA AMBIENTAL

Edad 17

Sexo: (Masculino) (Femenino)

Aprendiz Estudiante. Marcar con un x las alternativas que considere más apropiada a la pregunta formulada.

Escuela Profesional: Tec Ing Ambiental

	<input checked="" type="checkbox"/> Muy preocupado	<input type="checkbox"/> Poco preocupado	<input type="checkbox"/> Regularmente preocupado	<input type="checkbox"/> Muy preocupado	<input type="checkbox"/> Desinteresado
1. ¿En qué medida cree que los cusqueños se preocupan por el cuidado del medio ambiente?	<input checked="" type="checkbox"/> Muy preocupado	<input type="checkbox"/> Poco preocupado	<input type="checkbox"/> Regularmente preocupado	<input type="checkbox"/> Muy preocupado	<input type="checkbox"/> Desinteresado
2. Paralelo a las preocupaciones ambientales globales ¿Cómo valoras la situación del cuidado del medio ambiente en la ciudad?	<input checked="" type="checkbox"/> Muy buena	<input type="checkbox"/> Buena	<input checked="" type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Mala	<input type="checkbox"/> Excelente
3. Desde tu punto de vista ¿Cómo valoras la situación del cuidado del medio ambiente en la ciudad del Cusco?	<input checked="" type="checkbox"/> Muy buena	<input type="checkbox"/> Buena	<input checked="" type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Mala	<input type="checkbox"/> Excelente
4. Paralelo a las preocupaciones ambientales globales ¿Cómo valoras el cuidado del medio ambiente?	<input checked="" type="checkbox"/> Muy buena	<input type="checkbox"/> Buena	<input checked="" type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Mala	<input type="checkbox"/> Excelente
5. ¿Cómo crees que ha evolucionado la situación del medio ambiente en la ciudad del Cusco?	<input checked="" type="checkbox"/> Muy deteriorado	<input type="checkbox"/> Deteriorado	<input checked="" type="checkbox"/> Indiferente	<input type="checkbox"/> Mejorado	<input type="checkbox"/> Muy Deteriorado
6. En relación con el resto del Perú ¿Cómo crees que está la situación del cuidado del medio ambiente en la ciudad del Cusco?	<input type="checkbox"/> Muy preocupado	<input checked="" type="checkbox"/> Deteriorado	<input checked="" type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> No responde	<input type="checkbox"/> No responde
7. Normalmente se considera ecologista a la persona preocupada por el medio ambiente y que procura preservarlo con su comportamiento. ¿Cómo te calificas como ecologista?	<input checked="" type="checkbox"/> Totalmente ecologista	<input type="checkbox"/> Poco ecologista	<input checked="" type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Buena	<input type="checkbox"/> Excelente
8. ¿Cuál es el grado de contaminación del aire que producen los vehículos automotores?	<input type="checkbox"/> Ninguna	<input type="checkbox"/> Poca	<input checked="" type="checkbox"/> Regular	<input checked="" type="checkbox"/> Bastante	<input type="checkbox"/> Demasiado
9. En su opinión ¿Los avances de la ciencia y tecnología solucionarán los problemas del medio ambiente?	<input type="checkbox"/> Nunca	<input type="checkbox"/> Poca	<input checked="" type="checkbox"/> Regular	<input checked="" type="checkbox"/> Bastante	<input type="checkbox"/> Demasiado
10. ¿Estás de acuerdo con la siguiente afirmación: "La tierra no podrá seguir soportando el crecimiento de la población al ritmo actual"?	<input type="checkbox"/> Muy en desacuerdo	<input type="checkbox"/> En desacuerdo	<input checked="" type="checkbox"/> Indiferente	<input checked="" type="checkbox"/> De acuerdo	<input type="checkbox"/> Muy de acuerdo
11. ¿Estás de acuerdo con la siguiente afirmación: "Esta bien que se utilicen animales en experimentos médicos si con esto se logra salvar vidas humanas"?	<input type="checkbox"/> Muy en desacuerdo	<input type="checkbox"/> En desacuerdo	<input checked="" type="checkbox"/> Indiferente	<input checked="" type="checkbox"/> De acuerdo	<input type="checkbox"/> Muy de acuerdo
12. ¿Estás de acuerdo con la siguiente afirmación: "Hay cosas más importantes que hacer en la vida que proteger el medio ambiente"?	<input type="checkbox"/> Muy en desacuerdo	<input type="checkbox"/> En desacuerdo	<input checked="" type="checkbox"/> Indiferente	<input checked="" type="checkbox"/> De acuerdo	<input type="checkbox"/> Muy de acuerdo
13. ¿Estás de acuerdo con que se legisle para que en las zonas urbanas existan más áreas verdes?	<input type="checkbox"/> Muy en desacuerdo	<input type="checkbox"/> En desacuerdo	<input checked="" type="checkbox"/> Indiferente	<input checked="" type="checkbox"/> De acuerdo	<input type="checkbox"/> Muy de acuerdo
14. En qué medida te consideras informado sobre asuntos relacionados con el medio ambiente?	<input type="checkbox"/> Muy desinformado	<input type="checkbox"/> Desinformado	<input checked="" type="checkbox"/> Indiferente	<input checked="" type="checkbox"/> Informado	<input type="checkbox"/> Muy informado
15. ¿Estás de acuerdo con la siguiente afirmación: "Cada vez que utilizamos carbón, petróleo o gas potenciamos el efecto invernadero"?	<input type="checkbox"/> Muy en desacuerdo	<input type="checkbox"/> En desacuerdo	<input checked="" type="checkbox"/> Indiferente	<input checked="" type="checkbox"/> De acuerdo	<input type="checkbox"/> Muy de acuerdo
16. En tu opinión como valoras la gestión del Ministerio del Ambiente?	<input checked="" type="checkbox"/> Muy buena	<input checked="" type="checkbox"/> Buena	<input checked="" type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Mala	<input type="checkbox"/> Excelente
17. ¿Cuál es el grado de conocimiento que tienes sobre los objetivos del desarrollo sostenible?	<input checked="" type="checkbox"/> Muy poco	<input type="checkbox"/> Poca	<input checked="" type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Buena	<input type="checkbox"/> Excelente
18. ¿Estarías a favor de pagar un precio más elevado por el agua con el fin de proteger el medio ambiente?	<input type="checkbox"/> Muy en desacuerdo	<input type="checkbox"/> En desacuerdo	<input checked="" type="checkbox"/> Indiferente	<input checked="" type="checkbox"/> De acuerdo	<input type="checkbox"/> Muy de acuerdo
19. ¿Estarías a favor de establecer un impuesto en los combustibles con el fin de proteger el medio ambiente?	<input type="checkbox"/> Muy en desacuerdo	<input type="checkbox"/> En desacuerdo	<input checked="" type="checkbox"/> Indiferente	<input checked="" type="checkbox"/> De acuerdo	<input type="checkbox"/> Muy de acuerdo
20. ¿Estarías a favor de multar a los ciudadanos que no reciclan correctamente sus residuos domésticos?	<input type="checkbox"/> Muy en desacuerdo	<input type="checkbox"/> En desacuerdo	<input checked="" type="checkbox"/> Indiferente	<input checked="" type="checkbox"/> De acuerdo	<input type="checkbox"/> Muy de acuerdo
21. ¿Estarías de acuerdo con usar bicicleta en lugar de vehículos automotores para desplazarte en la ciudad del Cusco?	<input type="checkbox"/> Muy en desacuerdo	<input type="checkbox"/> En desacuerdo	<input checked="" type="checkbox"/> Indiferente	<input checked="" type="checkbox"/> De acuerdo	<input type="checkbox"/> Muy de acuerdo
22. ¿Estarías de acuerdo con depositar las pilas usadas en contenedores especiales?	<input type="checkbox"/> Muy en desacuerdo	<input type="checkbox"/> En desacuerdo	<input checked="" type="checkbox"/> Indiferente	<input checked="" type="checkbox"/> De acuerdo	<input type="checkbox"/> Muy de acuerdo
23. ¿Estarías de acuerdo con depositar papel usado en contenedores para su reciclaje?	<input type="checkbox"/> Muy en desacuerdo	<input type="checkbox"/> En desacuerdo	<input checked="" type="checkbox"/> Indiferente	<input checked="" type="checkbox"/> De acuerdo	<input type="checkbox"/> Muy de acuerdo
24. ¿Estarías de acuerdo con participar en una manifestación contra un proyecto que pueda dañar el medio ambiente?	<input type="checkbox"/> Muy en desacuerdo	<input type="checkbox"/> En desacuerdo	<input checked="" type="checkbox"/> Indiferente	<input checked="" type="checkbox"/> De acuerdo	<input type="checkbox"/> Muy de acuerdo
25. ¿Estarías de acuerdo con participar como voluntario en alguna actividad para conservar el medio ambiente?	<input type="checkbox"/> Muy en desacuerdo	<input type="checkbox"/> En desacuerdo	<input checked="" type="checkbox"/> Indiferente	<input checked="" type="checkbox"/> De acuerdo	<input type="checkbox"/> Muy de acuerdo
26. ¿Estarías de acuerdo con dejar de comprar un producto por sus implicaciones negativas para el medio ambiente?	<input type="checkbox"/> Muy en desacuerdo	<input type="checkbox"/> En desacuerdo	<input checked="" type="checkbox"/> Indiferente	<input checked="" type="checkbox"/> De acuerdo	<input type="checkbox"/> Muy de acuerdo
27. ¿Estarías de acuerdo en colaborar con alguna organización de defensa del medio ambiente?	<input type="checkbox"/> Muy en desacuerdo	<input type="checkbox"/> En desacuerdo	<input checked="" type="checkbox"/> Indiferente	<input checked="" type="checkbox"/> De acuerdo	<input type="checkbox"/> Muy de acuerdo
28. ¿Estarías de acuerdo en ayudar con descontaminar el Río Huatanay?	<input type="checkbox"/> Muy en desacuerdo	<input type="checkbox"/> En desacuerdo	<input checked="" type="checkbox"/> Indiferente	<input checked="" type="checkbox"/> De acuerdo	<input type="checkbox"/> Muy de acuerdo
29. ¿Estarías de acuerdo con emitir los ruidos inadmisibles del distrito de San Jerónimo?	<input type="checkbox"/> Muy en desacuerdo	<input type="checkbox"/> En desacuerdo	<input checked="" type="checkbox"/> Indiferente	<input checked="" type="checkbox"/> De acuerdo	<input type="checkbox"/> Muy de acuerdo
30. ¿Estarías de acuerdo con erradicar por problemas del ruido el Aeropuerto Velasco Astete?	<input type="checkbox"/> Muy en desacuerdo	<input type="checkbox"/> En desacuerdo	<input checked="" type="checkbox"/> Indiferente	<input checked="" type="checkbox"/> De acuerdo	<input type="checkbox"/> Muy de acuerdo

1	¿Sueno ir a las tiendas para ver si hay ofertas?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
2	¿Me gusta pasar el tiempo en las grandes tiendas (mall)?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
3	¿Cuándo más consumo y consumo más alta calidad?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
4	Muchas veces me arrepiento de haber comprado cosas inútiles.	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
5	Solo comprar cosas que las guardo por varios años sin utilizarlas.	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
6	¿Siento la necesidad de salir de compras?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
7	¿Cuanto sea algo que me gusta, no me lo saca de la cabeza hasta que lo compro?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
8	¿Cierro la tarjeta del crédito más de una vez al día?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
9	¿Compro las cosas que me gustan sin tener en cuenta si son ecológicas o no?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
10	¿Acostumbro comprar los mismos productos que compran mis amigos?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
11	¿Una marca con prestigio respalda la calidad del producto?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
12	¿Cuándo compro ropa, la marca del producto es determinante?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
13	¿Muchas cosas las compramos para dar regalos a los demás?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
14	¿Tener dinero y comprar cosas caras como ropa de marca, me sirven para aumentar mi condición social?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
15	¿Algo que me llevo para cambiar una amistad es la ropa de marca que uso?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
16	¿Tengo la costumbre de comprar alguna ropa o calzado todos los meses?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
17	¿Controlo de telefono celular por lo menos una vez al año?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
18	¿Siempre leo fechas de vencimiento al comprar alimentos?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
19	¿Me informo de las ofertas y promociones disponibles para hacer una compra conveniente?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
20	¿Antes de comprar un producto comparo precios?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
21	¿Visito el el producto es del el necesario antes de efectuar la compra?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
22	¿Leo las protecciones y la información de los envases de los productos antes de comprar?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
23	¿Compro productos que no ecológicos porque me ofrecen más servicios?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
24	¿Compro ropa solo cuando necesito, no me importa estar a la moda?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
25	¿Se puede dejar de ser consumista y a la vez consumir de manera responsable?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
26	¿Cuándo compro un producto empacado lo primero que observo son los ingredientes?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
27	¿Cuándo compro bebidas prefiero las gaseosas o refrescos saborizados antes de agua o bebidas naturales?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
28	Alguna vez pienso en su salud cuando compro algo?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
29	¿Elego productos con empaques ecológicos o reciclables?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
30	En casa separamos los residuos sólidos orgánicos e inorgánicos (botellas, papel, plásticos etc)?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
31	¿Revisas una ducha corta cuando el agua?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
32	¿Cierro el agua al lavarme los dientes?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
33	¿Aprovecho las luces y aprovecho al máximo las horas de luz solar?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
34	En la universidad suelo apagar las luces del aula en el día?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
35	¿Reciclo papel en la impresión de documentos?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
36	¿Consumo productos orgánicos?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
37	¿Suelo utilizar transporte público?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
38	¿Cada vez que voy me subo a un bus de transporte público?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
39	¿Ante dos productos similares, compran el de una empresa socialmente responsable, aunque sea que pagar más?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
40	¿El Estado debe tener un rol activo para apoyar o incentivar la situación responsable de empresas y consumidores?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
41	¿Los consumidores pueden influir para que las empresas tengan un comportamiento socialmente responsable?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
42	¿Me molesta que las empresas contaminen el medio ambiente?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
43	¿Tengo la costumbre de reciclar la basura o botar de pago cuando no me la llevo?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
44	¿Alguna vez me he preocupado por el comportamiento ético de las empresas?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
45	¿Comparo las políticas ambientales de las empresas de los productos que consumo?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
46	¿Creo que las nuevas generaciones serán más conscientes sobre el medio ambiente?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre



CUESTIONARIO PARA MEDIR HABITOS DE CONSUMO RESPONSABLE Y CONCIENCIA AMBIENTAL

Edad 16 Sexo ~~(Masculino)~~ (Femenino)

Aprobado Estudiante: Marcar con un aspa la alternativa que consideras mas apropiada a la pregunta formulada

Escuela Profesional: Economía

		<del>Muy preocupado</del>	<del>Poco preocupado</del>	<del>Regulamente preocupado</del>	<del>Muy preocupado</del>	<del>Demasiado preocupado</del>
1	¿En qué medida crees que los cuasquños se preocupan por el cuidado del medio ambiente?	Muy buena	Buena	Regular	Buena	Excelente
2	Pensando en los problemas ambientales globales ¿Cómo valoras la situación del cuidado del medio ambiente en el mundo?	Muy buena	Buena	Regular	Buena	Excelente
3	Desde tu punto de vista ¿Cómo valoras la situación del cuidado del medio ambiente en la ciudad del Cusco?	Muy buena	Buena	Regular	Buena	Excelente
4	Pensando en el distrito donde vives ¿Cómo valoras el cuidado del medio ambiente?	Muy buena	Buena	Regular	Buena	Excelente
5	¿Cómo crees que ha evolucionado la situación del medio ambiente en la ciudad del Cusco?	Muy desastrosa	Desastrosa	Indiferente	Excelente	Muy terrible
6	En relación con el resto del Perú ¿Cómo crees que está la situación del cuidado del medio ambiente en la ciudad del Cusco?	Muy desastrosa	Desastrosa	Indiferente	No hay opción	No relacionado
7	Normalmente se considera ecologista a la persona preocupada por el medio ambiente y que procura preservarlo con su comportamiento. ¿Cómo te calificas como ecologista?	Muy ecológica	<del>Ecologista</del>	Regular	Buena	Excelente
8	¿Cuál es el grado de contaminación del aire que producen los vehículos automotores?	Negativo	Poco	Regular	<del>Regular</del>	Demasiado
9	En su opinión: "Los avances de la ciencia y tecnología solucionarán los problemas del medio ambiente"	Muy en desacuerdo	Poco	Regular	<del>Regular</del>	Demasiado
10	Estás de acuerdo con la siguiente afirmación: "La tierra no podrá seguir soportando el crecimiento de la población al ritmo actual"	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	<del>De acuerdo</del>	Muy de acuerdo
11	Estás de acuerdo con la siguiente afirmación: "Esta bien que se usen animales en experimentos médicos si con ello se logra salvar vidas humanas"	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	<del>Indiferente</del>	De acuerdo	Muy de acuerdo
12	Estás de acuerdo con la siguiente afirmación: "Hay cosas más importantes que hacer en la vida que proteger el medio ambiente"	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Muy de acuerdo
13	Estás de acuerdo con que se legisle para que en las zonas urbanas existan más áreas verdes.	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Muy de acuerdo
14	En qué medida te consideras informado sobre asuntos relacionados con el medio ambiente	Muy desinformado	Desinformado	Indiferente	<del>Indiferente</del>	Muy informado
15	Estás de acuerdo con la siguiente afirmación: "Cada vez que utilizamos carbón, petróleo o gas potenciamos el efecto invernadero"	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	<del>Indiferente</del>	De acuerdo	Muy de acuerdo
16	En tu opinión cómo valoras la gestión del Ministerio del Ambiente	Muy buena	Buena	<del>Regular</del>	Buena	Excelente
17	¿Cuál es el grado de conocimiento que tienes sobre los objetivos del desarrollo sostenible?	Muy poco	Poco	<del>Poco</del>	Buena	Excelente
18	Estarías a favor de pagar un precio más elevado por el agua con el fin de proteger el medio ambiente	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	<del>De acuerdo</del>	Muy de acuerdo
19	Estarías a favor de establecer un impuesto en los combustibles con el fin de proteger el medio ambiente.	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Muy de acuerdo
20	Estarías a favor de multar a los ciudadanos que no reciclan correctamente sus residuos domésticos.	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Muy de acuerdo
21	Estarías de acuerdo con usar bicicleta en lugar de vehículos automotores para desplazarte en la ciudad del Cusco	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Muy de acuerdo
22	Estarías de acuerdo con depositar las pilas usadas en contenedores especiales	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Muy de acuerdo
23	Estarías de acuerdo con depositar papel usado en contenedores para su reciclaje	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Muy de acuerdo
24	Estarías de acuerdo con participar en una manifestación contra un proyecto que pueda dañar el medio ambiente.	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Muy de acuerdo
25	Estarías de acuerdo con participar como voluntario en alguna actividad para conservar el medio ambiente.	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Muy de acuerdo
26	Estarías de acuerdo con dejar de comprar un producto por sus implicaciones negativas para el medio ambiente	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	<del>Indiferente</del>	De acuerdo	Muy de acuerdo
27	Estarías de acuerdo en colaborar con alguna organización de defensa del medio ambiente.	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	<del>De acuerdo</del>	Muy de acuerdo
28	Estarías de acuerdo en ayudar con descontaminar el Río Huatanay	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Muy de acuerdo
29	Estarías de acuerdo con erradicar los terrenos ladrilleros del distrito de San Jerónimo.	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Muy de acuerdo
30	Estarías de acuerdo con erradicar por problemas del ruido el Aeropuerto Velasco Astete	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Muy de acuerdo

1	¿Suelo ir a las ferias para ver si hay ofertas?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	<del>Siempre</del>
2	¿Me gusta pasar el tiempo en las grandes tiendas (mall)?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	<del>Casi Siempre</del>	Siempre
3	¿Cuándo más compro y consumo más feliz estoy?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
4	Muchas veces me arrepiento de haber comprado cosas inútiles.	Nunca	<del>Casi Nunca</del>	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
5	Suelo comprar cosas que las guardo por varios años sin utilizarlas.	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
6	¿Siento la necesidad de salir de compras?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
7	¿Cuando veo algo que me gusta, no me lo sacó de la cabeza hasta que lo compre?	Nunca	<del>Casi Nunca</del>	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
8	¿Carga la batería del celular más de una vez al día?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	<del>Casi Siempre</del>	Siempre
9	¿Compro las cosas que me gustan sin tener en cuenta si son ecológicas o no?	<del>Nunca</del>	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
10	¿Acostumbro comprar los mismos productos que compran mis amigos?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
11	¿Una marca con prestigio respalda la calidad del producto?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
12	¿Cuando compro ropa, la marca del producto es determinante?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	<del>Casi Siempre</del>	Siempre
13	¿Hago cosas las compramos para dar envidia a los demás?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
14	¿Tener dinero y comprar cosas caras como ropa de marca, me sirven para aumentar mi posición social?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	<del>Casi Siempre</del>	Siempre
15	¿Algo que me fijo para entablar una amistad es la ropa de marca que usas?	Nunca	<del>Casi Nunca</del>	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
16	¿Tengo la costumbre de comprar alguna ropa o calzado todos los meses?	Nunca	<del>Casi Nunca</del>	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
17	¿Cambio de teléfono celular por lo menos una vez al año?	<del>Nunca</del>	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
18	¿Siempre leo fecha de vencimiento al comprar alimentos?	Nunca	<del>Casi Nunca</del>	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
19	¿Me informo de las ofertas y promociones disponibles para hacer un compra conveniente?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	<del>Casi Siempre</del>	Siempre
20	¿Antes de comprar un producto comparo precios?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
21	¿Valoro si el producto es útil o necesario antes de efectuar la compra?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	<del>Casi Siempre</del>	Siempre
22	¿Leo los prospectos y la información de los envases de los productos antes de comprar?	Nunca	<del>Casi Nunca</del>	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
23	¿Compro productos que no son originales porque me resultan más baratos?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
24	¿Compro ropa solo cuando necesito, no me importa estar a la moda?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	<del>Casi Siempre</del>	Siempre
25	¿Se puede dejar de ser consumista y a la vez consumir de manera responsable?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
26	¿Cuando compro un producto empaquetado lo primero que observo son los ingredientes?	<del>Nunca</del>	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
27	¿Cuando compro bebidas prefiero las gaseosas o refrescos azucarados antes de agua o bebidas naturales?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	<del>Casi Siempre</del>	Siempre
28	Alguna vez pierda en su salud cuando compra algo	<del>Nunca</del>	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
29	¿Elego productos con empaque ecológico o reciclable?	Nunca	<del>Casi Nunca</del>	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
30	En casa separamos los residuos sólidos orgánicos e inorgánicos (restos, papel, plásticos, etc.)	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
31	¿Mientras una ducha corta quedando el agua?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	<del>Casi Siempre</del>	Siempre
32	¿Cierro el caño al lavarme los dientes?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	<del>Siempre</del>
33	¿Apago las luces y aprovecho al máximo las horas de luz solar?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	<del>Casi Siempre</del>	Siempre
34	¿En la universidad suelo apagar las luces del aula en el día?	Nunca	<del>Casi Nunca</del>	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
35	¿Reutilizo papel en la impresión de documentos?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
36	¿Consumo productos orgánicos?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
37	¿Suelo utilizar transporte público?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	<del>Siempre</del>
38	Creo que nunca me subire a un bus de transporte público	<del>Nunca</del>	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
39	Ante dos productos similares, compro el de una empresa socialmente responsable, aunque tenga que pagar más?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	<del>Siempre</del>
40	¿El Estado debe tener un rol activo para apoyar e incentivar la situación responsable de empresas y consumidores?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	<del>Siempre</del>
41	¿Los consumidores pueden influir para que las empresas tengan un comportamiento socialmente responsable?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
42	¿Me molesta que las empresas contaminen el medio ambiente?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	<del>Siempre</del>
43	¿Tengo la costumbre de reciclar la factura o boleto de pago cuando no me lo dan?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	<del>Casi Siempre</del>	Siempre
44	¿Alguna vez me he preocupado por el comportamiento ético de las empresas?	<del>Nunca</del>	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
45	¿Conozco las políticas ambientales de las empresas de los productos que consumo?	<del>Nunca</del>	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
46	Creo que las nuevas generaciones tienen más conciencia sobre el cuidado del medio ambiente?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	<del>Siempre</del>

QUESTIONARIO PARA MEDIR HABITOS DE CONSUMO RESPONSABLE Y CONCIENCIA AMBIENTAL

Ejeda 17 Sexo: (Masculino) (Femenino)

Escuela Profesional: Economía

Apreciado Estudiante: Marcar con un signo la alternativa que consideres más apropiada a la pregunta formulada

	Nada preocupado	Muy preocupado	Regularmente preocupado	Muy preocupado	Demasiado preocupado
1. ¿En qué medida crees que los cusqueños se preocupan por el cuidado del medio ambiente?	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Pensando en los problemas ambientales globales ¿Cómo valoras la situación del cuidado del medio ambiente en el mundo?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Desde tu punto de vista ¿Cómo valoras la situación del cuidado del medio ambiente en la ciudad del Cusco?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Pensando en el distrito donde vives ¿Cómo valoras el cuidado del medio ambiente?	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. ¿Cómo crees que ha evolucionado la situación del medio ambiente en la ciudad del Cusco?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. En relación con el resto del Perú ¿Cómo crees que está la situación del cuidado del medio ambiente en la ciudad del Cusco?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Normalmente se considera <b>ecologista</b> a la persona preocupada por el medio ambiente y que procura preservarlo con su comportamiento. ¿Cómo te calificas como ecologista?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. ¿Cuál es el grado de contaminación del aire que producen los vehículos automotores?	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. En su opinión: "Los avances de la ciencia y tecnología solucionarán los problemas del medio ambiente"	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Estoy de acuerdo con la siguiente afirmación: "La tierra no podrá seguir soportando el crecimiento de la población al ritmo actual"	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Estoy de acuerdo con la siguiente afirmación: "Esta tierra que se utiliza con armarios en departamentos médicos si con ello se logra salvar vidas humanas"	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Estoy de acuerdo con la siguiente afirmación: "Hay cosas más importantes que hacer en la vida que proteger el medio ambiente"	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. Estoy de acuerdo con que se legisle para que en las zonas urbanas existan más áreas verdes.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
14. En qué medida te consideras informado sobre asuntos relacionados con el medio ambiente	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. Estoy de acuerdo con la siguiente afirmación: "Cada vez que utilizamos carbón, perdido o gas potenciamos el efecto invernadero"	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. En tu opinión como valoras la gestión del Ministerio del Ambiente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17. ¿Cuál es el grado de conocimiento que tienes sobre los objetivos del desarrollo sostenible?	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18. Estarías a favor de pagar un precio más elevado por el agua con el fin de proteger el medio ambiente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19. Estarías a favor de establecer un impuesto en los combustibles con el fin de proteger el medio ambiente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20. Estarías a favor de multar a los ciudadanos que no reciclan correctamente sus residuos domésticos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21. Estarías de acuerdo con usar bicicleta en lugar de vehículos automotores para desplazarse en la ciudad del Cusco	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22. Estarías de acuerdo con depositar las pilas usadas en contenedores especiales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23. Estarías de acuerdo con depositar papel usado en contenedores para su reciclaje	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24. Estarías de acuerdo con participar en una manifestación contra un proyecto que pueda dañar el medio ambiente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25. Estarías de acuerdo con participar como voluntario en alguna actividad para conservar el medio ambiente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26. Estarías de acuerdo con dejar de comprar un producto por sus implicaciones negativas para el medio ambiente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
27. Estarías de acuerdo en colaborar con alguna organización de defensa del medio ambiente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
28. Estarías de acuerdo en ayudar con descontaminar el Río Huatanay	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
29. Estarías de acuerdo con erradicar los hornos ladreros del distrito de San Jerónimo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
30. Estarías de acuerdo con erodificar por problemas del ruido al Aeropuerto Velasco Astete	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>



1	¿Suelo ir a las tiendas para ver si hay ofertas?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	<del>Casi Siempre</del>	Siempre
2	¿Me gusta pasar el tiempo en las grandes tiendas (mas)?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
3	¿Cuándo más comprar y consumo más feliz estoy?	<del>Nunca</del>	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
4	Muchas veces me arrepiento de haber comprado cosas inútiles	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
5	Suelo comprar cosas que las guardo por varios años sin utilizarlas	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	<del>Casi Siempre</del>	Siempre
6	¿Siento la necesidad de saber de compras?	Nunca	<del>Casi Nunca</del>	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
7	¿Cuando veo algo que me gusta, no me lo saco de la cabeza hasta que lo compre?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	<del>Siempre</del>
8	¿Carga la batería del celular más de una vez al día?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	<del>Siempre</del>
9	¿Cumpla las cosas que me gustan sin tener en cuenta si son ecológicas o no?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
10	¿Acostumbro comprar los mismos productos que compran mis amigos?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
11	¿Una marca con prestigio respalda la calidad del producto?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
12	¿Cuando compro ropa, la marca del producto es determinante?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	<del>Casi Siempre</del>	Siempre
13	¿Muchas veces las compramos para dar envío a los demás?	Nunca	<del>Casi Nunca</del>	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
14	¿Tener dinero y comprar cosas caras como ropa de marca me sirven para aumentar mi condición social?	Nunca	<del>Casi Nunca</del>	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
15	¿Algo que me fijó para establecer una amistad es la ropa de marca que uso?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
16	¿Tengo la costumbre de comprar alguna ropa o celular todos los meses?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
17	¿Cambio de teléfono celular por lo menos una vez al año?	<del>Nunca</del>	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
18	¿Siempre leo fecha de vencimiento al comprar alimentos?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	<del>Casi Siempre</del>	Siempre
19	¿Me informo de las ofertas y promociones disponibles para hacer una compra conveniente?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	<del>Casi Siempre</del>	Siempre
20	¿Antes de comprar un producto comparo precios?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
21	¿Verifico si el producto es útil o necesario antes de efectuar la compra?	<del>Nunca</del>	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
22	¿Leo los prospectos y la información de los empaques de los productos antes de comprar?	Nunca	<del>Casi Nunca</del>	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
23	¿Compro productos que no son originales porque me resultan más baratos?	<del>Nunca</del>	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
24	¿Compro ropa solo cuando necesito, no me imporia estar a la moda?	<del>Nunca</del>	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
25	¿Se puede dejar de ser consumista y a la vez consumir de manera responsable?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
26	¿Cuando compro un producto empaquetado si permito que el envío sea en un paquete grande?	Nunca	<del>Casi Nunca</del>	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
27	¿Cuando compro bebidas prefiero las pasadas o refresco azucarados antes de agua o bebidas naturales?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	<del>Casi Siempre</del>	Siempre
28	Alguna vez pienso en su salud cuando compro algo	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
29	¿Ejemplo productos con empaque ecológico o reciclable?	Nunca	<del>Casi Nunca</del>	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
30	En casa separamos los residuos sólidos orgánicos e inorgánicos (botellas, papel, plásticos, etc)	<del>Nunca</del>	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
31	¿Mevato una ducha corta cada día al agua?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	<del>Casi Siempre</del>	Siempre
32	¿Cuido el pelo al lavarme los dientes?	Nunca	<del>Casi Nunca</del>	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
33	¿Aprieto las luces y aprieto el máximo las cosas de mi casa?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	<del>Siempre</del>
34	¿En la universidad suelo apagar las luces del aula en el día?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
35	¿Reciclo papel en la reimpresión de documentos?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
36	¿Consumo productos orgánicos?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
37	¿Suelo utilizar transporte público?	Nunca	<del>Casi Nunca</del>	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
38	Creo que nunca me subo a un bus de transporte público	Nunca	<del>Casi Nunca</del>	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
39	¿Ante dos productos similares, compro el de una empresa socialmente responsable, aunque tenga que pagar más?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	<del>Casi Siempre</del>	Nunca
40	¿El Estado debe tener un rol activo para apoyar e impulsar la situación responsable de empresas y consumidores?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
41	¿Los consumidores pueden influir para que las empresas tengan un comportamiento socialmente responsable?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
42	¿Me molesta que las empresas contaminen el medio ambiente?	Nunca	<del>Casi Nunca</del>	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
43	¿Tengo la costumbre de recargar la batería o billetes de pago cuando no me lo dan?	<del>Nunca</del>	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
44	¿Alguna vez me he preocupado por el comportamiento ético de las empresas?	<del>Nunca</del>	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
45	¿Conozco las prácticas ambientales de las empresas de los productos que consumo?	<del>Nunca</del>	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi Siempre	Siempre
46	¿Creo que los nuevos generaciones tienen más conciencia sobre el cuidado del medio ambiente?	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	<del>Casi Siempre</del>	Siempre