

UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN
ESCUELA DE POST GRADO



**“CONCIENCIA AMBIENTAL Y CONSUMO RESPONSABLE DE
LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE
HUANCAVELICA”**

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADEMICO DE MAGISTER EN MEDIO
AMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE
MENCIÓN: GESTIÓN AMBIENTAL**

**TESISTA: RAFAEL JULIAN MALPARTIDA YAPIAS
ASESOR: Dr. LORENZO PASQUEL LOARTE**

HUÁNUCO - PERÚ

2018

DEDICATORIA

A Dios, el que me brinda fortaleza en los momentos más difíciles de mi vida, a mis padres, que influyeron en mi vida con sus lecciones y experiencias para formarme como una persona de bien y preparada para los retos que pone la vida, a mis hermanos y a mi esposa, por el apoyo incondicional que me brindan y hacen que cada día sea especial.

AGRADECIMIENTO

Deseo expresar mi agradecimiento a Dios, gracias por darme la fuerza y el coraje para hacer este anhelado sueño realidad, por estar conmigo en cada momento de mi vida.

Así mismo agradezco a mi asesor Dr. Lorenzo PASQUEL LOARTE, por la dedicación y apoyo que ha brindado a este trabajo de investigación, por el respeto a mis sugerencias e ideas y por la dirección y el rigor que ha facilitado a las mismas.

Por su orientación y atención a mis consultas sobre metodología, mi agradecimiento a la Dra. Verónica Cajas Bravo, de la Universidad Hermilio Valdizan.

Gracias a mis padres Julián y Celestina, a mis hermanos, porque ellos me brindaron ejemplo de humildad, liderazgo y perseverancia en conseguir mis objetivos planteados, el cual guardo en el recuerdo y es un aliento para continuar con retos en la vida.

Gracias a mi esposa, que siempre me ha prestado un gran apoyo moral y humano, necesarios en los momentos difíciles de este trabajo y esta profesión. Pero, sobre todo en el cada día que vivimos juntos su apoyo es invaluable e insustituible, gracias Cecilia Castillo Yauri.

Gracias a los estudiantes de la Universidad Nacional de Huancavelica, por su paciencia, comprensión y solidaridad con este proyecto, por el tiempo que me han concedido. Sin su apoyo este trabajo nunca se habría escrito y, por eso, este trabajo es también el suyo.

RESUMEN

La investigación presentada y titulada “CONCIENCIA AMBIENTAL Y CONSUMO RESPONSABLE DE LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE HUANCAMELICA”; se planteó el problema general: ¿De qué manera la conciencia ambiental se relaciona con el consumo responsable de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Huancavelica, 2017? y como respuesta se diseñó la hipótesis general: Existe relación directa significativa entre la conciencia ambiental y el consumo responsable en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Huancavelica, 2017; y para comprobar esta respuesta, se propuso el objetivo general Relacionar la conciencia ambiental y el consumo responsable de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Huancavelica, 2017; lo cual reunió las condiciones metodológicas para ser considerado como una investigación aplicada; según el periodo de tiempo el presente estudio es transversal, de nivel de investigación descriptivo, con una muestra poblacional de 166 estudiantes; para la demostración de hipótesis se utilizó la Rho de Spearman para la correlación y a su vez se empleó la t de Student. Luego de la investigación es posible afirmar que sí existe correlación significativa entre la conciencia ambiental y el consumo responsable en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Huancavelica, con un nivel de significancia de 0,05, $|t_c| > |t_t|$ ($14,17 > 1,975$), la $Rho = 0,742^{**}$.

Palabras claves: Conciencia ambiental, consumo responsable, consumo ético, consumo ecológico, consumo social

ABSTRAC

The research presented and entitled "ENVIRONMENTAL AWARENESS AND RESPONSIBLE CONSUMPTION OF STUDENTS OF THE NATIONAL UNIVERSITY OF HUANCVELICA"; The general problem was raised: How does environmental awareness relate to the responsible consumption of students of the Faculty of Agricultural Sciences of the National University of Huancavelica, 2017? and as a response, the general hypothesis was designed: There is a significant direct relationship between environmental awareness and responsible consumption in the students of the Faculty of Agrarian Sciences of the National University of Huancavelica, 2017; and to verify this response, the general objective of Relating environmental awareness and responsible consumption of the students of the Faculty of Agrarian Sciences of the National University of Huancavelica, 2017 was proposed; which met the methodological conditions to be considered as applied research; according to the period of time the present study is transversal, of descriptive research level, with a population sample of 166 students; For the hypothesis demonstration Spearman's Rho was used for the correlation and Student's t was used in turn. After the investigation it is possible to affirm that there is a significant correlation between environmental awareness and responsible consumption in the students of the Faculty of Agrarian Sciences of the National University of Huancavelica, with a level of significance of 0.05, $|t_c| > |t_t|$ (14,17 > 1,975), $Rho = 0,742^{**}$.

Keywords: Environmental awareness, responsible consumption, ethical consumption, ecological consumption, social consumption

INTRODUCCIÓN

La tesis titulada “CONCIENCIA AMBIENTAL Y CONSUMO RESPONSABLE DE LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE HUANCVELICA” se llevó a cabo a base de un estudio descriptivo de nivel correlacional; aplicando un instrumento que permitió conocer la realidad respecto al problema conciencia ambiental y consumo responsable.

La investigación realizada y desarrollada ha seguido todas las indicaciones establecidas en el Reglamento de la Universidad Nacional “Hermilio Valdizán”, y está compuesta de la siguiente manera:

En el Capítulo I: El problema de investigación, se desarrolla y explica la descripción del problema y su formulación, se señalan sus objetivos, hipótesis y variables, así como la justificación e importancia, viabilidad y limitaciones propias de la investigación.

En el Capítulo II: Marco Teórico, se describen los antecedentes de la investigación, así como un desarrollo completo y puntualizado sobre las bases teóricas de las variables de investigación con los aportes de investigadores referentes al tema, también se definen conceptualmente palabras inherentes a la investigación.

En el Capítulo III denominado Marco Metodológico, contiene el tipo de investigación, diseño y esquema de la investigación, se indica y desarrolla la población y muestra, se señalan los instrumentos de recolección de datos; así como las técnicas de recojo, procesamiento y presentación de datos.

En el Capítulo IV: Resultados, se presentan en forma estadística, tabulada y gráfica los resultados a los que se han llegado en la investigación y también se explica el contraste de las hipótesis secundarias, así mismo se

desarrolla la contrastación de la hipótesis general en base a la prueba de hipótesis y se incluyen los aportes científicos de la investigación.

En el Capítulo V: Discusión de resultados, se presenta la contrastación de los resultados del trabajo de campo con los referentes bibliográficos de las bases teóricas.

Finalmente se presentan las conclusiones, sugerencias, bibliografía y los anexos respectivos.

ÍNDICE

DEDICATORIA	Pág. ii
AGRADECIMIENTO	iii
RESUMEN	iv
ABSTRACT	v
INTRODUCCIÓN	vi
ÍNDICE	viii

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

A. Descripción del problema.	11
B. Formulación del problema.	13
B.1. Problema general	13
B.2. Problemas específicos	14
C. Objetivo General y objetivos específicos.	14
C.1. Objetivo General	14
C.2. Objetivos específicos.	14
D. Hipótesis y/o sistema de hipótesis.	15
E. Variables.	16
F. Justificación e importancia.	16
G. Viabilidad.	19
H. Limitaciones	19

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

A. Antecedentes	20
B. Bases teóricas	24

C. Definiciones conceptuales.	41
-------------------------------	----

CAPITULO III

MARCO METODOLÓGICO

A. Tipo de investigación	43
B. Diseño y esquema de la investigación.	43
C. Población y muestra.	44
D. Instrumentos de recolección de datos	47
E. Técnicas de recojo, procesamiento y presentación de datos.	49

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

A. Contrastación de los Resultados del trabajo de campo.	51
B. Contrastación de las hipótesis.	61

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

A. Contrastación de los resultados de campo con los referentes bibliográficos de las bases teóricas	72
B. Constatación de la hipótesis general en base a la prueba de hipótesis.	74
C. Aporte científico a la investigación	78

CONCLUSIONES	81
---------------------	----

SUGERENCIAS	83
--------------------	----

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	84
-----------------------------------	----

ANEXOS	88
---------------	----

Anexo 1: Matriz de Consistencia	89
----------------------------------------	----

Anexo 2: Operacionalización de las variables	91
-----------------------------------------------------	----

Anexo 3: Cuestionario de encuesta sobre la conciencia ambiental y consumo responsable	95
Anexo 4: Instrumento de validación de las variables	97
Anexo 5: Datos para la prueba piloto para la confiabilidad de la prueba de la variable conciencia ambiental	98
Anexo 6: Datos para la prueba piloto para la confiabilidad de la prueba de la variable consumo responsable	99

CAPÍTULO I

EI PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

A. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

La ciencia ambiental tiene como objeto de estudio al potencial de la conciencia ambiental del ser humano. La ciencia ambiental tiene como dato a la conciencia ambiental y al consumo responsable del ser humano lo que significa la función que cumple, que es buscar y conocer las relaciones que mantiene el ser humano consigo mismo y con la naturaleza dentro del sistema del desarrollo sostenible - ser humano - sociedad. De esta forma el estudio multidisciplinario a través de una conciencia ambiental y un consumo responsable estará cooperando con la propuesta de modelos para el desarrollo sostenible.

De todos los seres vivos que habitan el planeta Tierra, el hombre es el más destructor porque durante miles de años ha ido destruyendo su entorno mediante la explotación de los recursos que encuentra a su alrededor, aprovechando la mayor facultad intelectual que posee: la capacidad de razonamiento. No obstante, esa inteligencia no le ha protegido de los efectos contraproducentes de dicha explotación¹. Desde 1950 los países industrializados consumen más de la mitad de los recursos debido a su elevado ingreso y niveles de consumo. Los países pobres y los pobres cargan con gran parte de estos costos. El consumo descontrolado de los últimos 50 años ha causado tensiones ambientales sin precedentes en la historia².

En la actualidad el consumo es un problema ambiental, porque el ser humano y la sociedad necesitan consumir para poder vivir, no respeta la cadena trófica y más bien la reemplaza con la cadena económica, donde se pierde la relación con el medio. Por tanto, el acto de consumir es un proceso social, económico, psicológico y cultural de gran importancia y de gran impacto en el Planeta. Las decisiones de compra, que toma un consumidor, se reflejan en el entorno inmediato, así como en el global.³ El camino para contrarrestar y recuperar nuestro planeta, es instalar el consumo responsable en todas las dimensiones de nuestra vida.

Se ha observado que los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Huancavelica, en el semestre 2017-II, tienen conocimiento sobre los problemas ambientales, pero una débil formación en valores ambientales y un pobre desempeño actitudinal proambiental, esto se evidencia en la escasa sensibilidad y disposición a la acción, en cuanto al cuidado del medio ambiente dentro del claustro universitario. La preocupación por el medio ambiente por parte de la población es y será un tema de constante actualidad, como la importancia fundamental que el medio ambiente tiene para nuestro bienestar y la necesidad de defenderlo y mejorarlo.

Actualmente en la Facultad de Ciencias Agrarias se ocasionan deterioros ambientales. La causa fundamental de esto se debe a las actitudes irresponsables e indiferentes de los estudiantes universitarios hacia la conservación del medio ambiente que cuenta la Universidad. Esta creciente y grave situación ha motivado una serie de valiosas iniciativas aisladas por parte de los docentes que dictan las cátedras relacionadas con el medio ambiente, que han buscado detener este proceso destructivo y de

contaminación ambiental. Los estilos de vida que practican los estudiantes son cerradas, con intereses egoístas y sin pensar en el futuro.

En Perú, la participación como un mecanismo de resolver y enfrentar problemas es incipiente. La conciencia y el conocimiento de los problemas ambientales, que afectan nuestra vida, nuestra salud y sobre todo nuestro entorno, todavía están fuera del ámbito de nuestra vida cotidiana, por tanto, no somos conscientes que somos responsables por ello.

El problema identificado es conocer los niveles de conciencia ambiental y el consumo responsable de los estudiantes universitarios de las dos Escuelas Profesionales de la Facultad de Ciencias Agrarias, con esto comprenderemos que se requiere para generar conciencia ambiental en los universitarios, además que relación guarda con el consumo responsable de los mismos; así mismo para buscar soluciones a los grandes problemas que se vienen generando por la contaminación ambiental y cuyas consecuencias afectan a la salud de la población universitaria siendo las manifestaciones inmediatas y de afectación a largo plazo.

El ámbito de intervención es la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Huancavelica ubicada en la Provincia de Acobamba, departamento de Huancavelica.

B. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

B.1. Problema general

¿De qué manera la conciencia ambiental se relaciona con el consumo responsable de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Huancavelica, 2017?

B.2. Problemas específicos

- ¿De qué manera la conciencia ambiental se relaciona con la dimensión consumo ético de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Huancavelica, 2017?
- ¿De qué manera la conciencia ambiental se relaciona con la dimensión consumo ecológico de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Huancavelica, 2017?
- ¿De qué manera la conciencia ambiental se relaciona con la dimensión consumo social de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Huancavelica, 2017?

C. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

C.1. Objetivo general

- Relacionar la conciencia ambiental y el consumo responsable de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Huancavelica, 2017.

C.2. Objetivos específicos

- a) Identificar la relación que existe entre la conciencia ambiental y la dimensión consumo ético de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Huancavelica, 2017.
- b) Determinar la relación que existe entre la conciencia ambiental y la dimensión consumo ecológico de los estudiantes de la Facultad de

Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Huancavelica, 2017.

- c) Establecer la relación que existe entre la conciencia ambiental y la dimensión consumo social de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Huancavelica, 2017.

D. HIPÓTESIS Y/O SISTEMA DE HIPÓTESIS

D.1. Hipótesis general:

- Existe una relación directa significativa entre la conciencia ambiental y el consumo responsable de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Huancavelica, 2017.

D.2. Hipótesis específicas:

- Existe una relación directa significativa entre la conciencia ambiental y la dimensión consumo ético en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Huancavelica, 2017.
- Existe una relación directa significativa entre la conciencia ambiental y la dimensión consumo ecológico en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Huancavelica, 2017.
- Existe una relación directa significativa entre la conciencia ambiental y la dimensión consumo social en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Huancavelica, 2017.

E. VARIABLES

E.1. Variable 1: Conciencia ambiental

E.2. Variable 2: Consumo responsable

F. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA

Esta problemática está circunscrita en dos Objetivos del Desarrollo Sostenible; Objetivo 04: Educación de Calidad; una de sus metas al 2030 es asegurar que todos los alumnos adquieran los conocimientos teóricos y prácticos necesarios para promover el desarrollo sostenible, entre otras cosas mediante la educación para el desarrollo sostenible y los estilos de vida sostenibles. Objetivo 12: Producción y Consumo Responsable; en donde se propone en hacer más y mejores cosas con menos recursos, incrementando las ganancias netas de bienestar de las actividades económicas mediante la reducción de la utilización de los recursos, la degradación y la contaminación durante todo el ciclo de vida, logrando al mismo tiempo una mejor calidad de vida⁴.

Desde que el hombre comenzó a darse cuenta de los cambios tan dramáticos que se estaban produciendo sobre el planeta Tierra, único planeta donde se conoce vida; comenzó a estudiar las posibles razones por las que su mundo se estaba descontrolando. Basándose en estudios de científicos y especialistas en el tema, el hombre llegó a la conclusión de que el uso indiscriminado y la mala administración de los recursos, unido a la inconsciencia social del ser humano, han sido las principales causas del maltrato a la madre naturaleza.

La novedad científica es la conciencia ambiental y consumo responsable de los estudiantes universitarios de la Facultad de Ciencias Agrarias de la

Universidad Nacional de Huancavelica, es un tema muy trascendental ante la comunidad universitaria, ello lo confirma la Ley General de Educación N° 28044, donde establece que uno de los principios de la educación peruana es la conciencia ambiental, principio que motiva el respeto, cuidado y conservación del entorno natural como garantía para el desenvolvimiento de la vida.

Identificar la Conciencia ambiental y Consumo responsable de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Huancavelica se justifica ampliamente porque, las instituciones que se encuentran en las zonas urbanas del mundo contribuyen en un alto grado a la actual crisis ambiental debido a la gran cantidad de recursos que demandan y de desechos que producen y considerando este argumento, tienen una contribución a la contaminación ambiental.

Es conveniente el trabajo para poder conocer el compromiso de las Universidades con políticas coherentes con la protección del medio ambiente y la implementación de estrategias de desarrollo sostenible, así mismo para poder identificar y contrastar las actitudes que subyacen en la preocupación ambiental de los estudiantes y establecer el perfil del estudiante “proambientalista” y “no proambientalista” de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Huancavelica.

Lo que se persigue básicamente a través de esta investigación es realizar un diagnóstico de sostenibilidad ambiental a los estudiantes dentro de su ámbito universitario: cuáles son sus ideas previas en materia medioambiental y cómo están organizadas, en qué grado se sienten informados sobre este tema en su centro de estudio, qué percepción tienen de la gravedad del problema medioambiental, qué hábitos y

comportamientos personales llevan a cabo en este campo, o cuál es su actitud o predisposición a participar o realizar determinados esfuerzos por una universidad y espacio más sostenible.

Las implicancias metodológicas que se plantean en el proyecto serán: El diseño y construcción del instrumento de investigación, la aplicación del instrumento de investigación en los estudiantes universitarios, la confiabilidad y validez del instrumento de investigación, el análisis de dato del instrumento de investigación, análisis de los datos consolidados y la contrastación de la hipótesis.

El impacto económico del trabajo de investigación será significativo debido a que el proyecto introducirá cambios en el consumo de bienes y servicios y el manejo de los recursos naturales; consecuentemente los beneficios se medirán en los incrementos de la conservación de los recursos suelo y agua, y a los beneficios externos que se desarrollan fuera del campus universitario. Los beneficios cuantificables a la protección de los recursos naturales renovables estarán dados, principalmente, por su contribución al impacto agregado en la disminución de residuos y contribución al desarrollo sostenible.

El impacto ambiental se reducirá significativamente con la aplicación del presente trabajo de investigación en la medida que los estudiantes mejoren su nivel de conciencia ambiental y consumo responsable. La investigación servirá de base para brindar información a toda la comunidad universitaria sobre la conciencia ambiental y consumo responsable de los estudiantes, cuyo propósito será generar cambio de actitudes ambientales para que permita practicar desde el ámbito educativo hacia la sociedad.

G. Viabilidad

El trabajo de investigación desarrollado fue factible económicamente, debido que la inversión realizada fue accesible a la economía del investigador, así mismo existió facilidad de la aplicación del instrumento de investigación sobre la población objeto de estudio, debido a que la investigación se desarrolló en el entorno de trabajo del investigador.

H. Limitaciones

La presente investigación se enfrentó a una limitación de antecedentes locales, debido a que en la región Huancavelica, en la Universidad Nacional de Huancavelica no existen estudios similares desarrollados para poder discutir sobre los resultados encontrados.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

A. Antecedentes

A.1. Antecedentes internacionales

a) Acebal⁵, en su investigación “Conciencia Ambiental y Formación de Maestras y Maestros”, en la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad de Málaga; España; concluyendo en: 1) La sensibilidad ambiental de los encuestados se caracterizó por dar valor a los intereses ambientales sobre los económicos, pero con una aparente contradicción ya que destaca la creencia acerca de la inocuidad de sus acciones; 2) Existe una caída de la valoración familiar como transmisor de una cultura socialmente válida para cada comunidad; 3) Los futuros maestros poseen cierta predisposición hacia la Educación Ambiental como generadora de Conciencia Ambiental, puesto que la consideran movilizadora de sensibilidad y respeto; y 4) Los encuestados han demostrado una imposibilidad generalizada en demostrar acciones propias y concretas favorables hacia el medio.

b) Coya⁶, en su tesis “La ambientalización de la Universidad” en el Departamento de Teoría e Historia de la Educación de la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad de Santiago de Compostela en España. Concluyendo en que, al analizar minuciosamente la política ambiental de la Universidad de Santiago

de Compostela mediante el estudio de documentos como el Estatuto, los planes estratégicos, algunos proyectos específicos, etc., es que actualmente esta institución no mantiene desde su estructura ningún compromiso definido y ambicioso con la protección del medio ambiente y la sostenibilidad; se puede afirmar que existe una falta de concienciación y de responsabilidad de los órganos de gobierno de la Universidad de Santiago de Compostela con estos fines.

- c) Arenas⁷, en su tesis “Actitud de los estudiantes de la Universidad Autónoma Juan Misael Saracho hacia la Educación Ambiental”, desarrollado en la Universidad de Sevilla en España, llego a las siguientes conclusiones: 1) Con referencia al “interés por las noticias del medio ambiente”, no existe diferencias entre género, facultad, pero si existen diferencias entre los distintos grupos de edad y las Carreras que cursan los estudiantes, sobresaliendo la Carrera de Ingeniería Forestal, 2) Con relación a la “importancia que tiene el medio ambiente para los estudiantes”, se observa que no existen diferencias para las variables; Sexo, Edad, Facultad y Carrera. Debido a que existe una percepción positiva de la importancia que tiene el medio ambiente en los estudiantes, y 3) Con respecto a la “formación ambiental que reciben los estudiantes durante las clases de parte de los docentes”, se observa que no existe diferencias cuando se considera la variable género, pero sí, para el caso de la edad, Facultad y Carrera.

d) Contreras⁸, en su estudio “Actitudes ambientales de los estudiantes de secundaria en Baja California: características personales y académicas asociadas” desarrollado en la Universidad Autónoma de Baja California en México, cuyas conclusiones fueron las siguientes:

- 1) Los estudiantes de secundaria en Baja California presentan una actitud positiva hacia el cuidado del ambiente ya que puntúan por encima de la media de la escala de actitudes hacia el cuidado del ambiente.
- 2) Las variables de grado escolar, sexo y modalidad educativa marcan diferencias significativas respecto al tipo de actitud ambiental de los estudiantes.
- 3) Los estudiantes con actitudes anti-ambientales tienen una pobre orientación hacia el logro, no visualizan a la escuela secundaria como un medio para obtener un buen trabajo en el futuro y es probable que de aquí provenga que su autoestima académica sea baja.
- 4) Los estudiantes pro-ambientales se caracterizan por una alta orientación al logro, consideran grave el consumir sustancias como alcohol y drogas, les satisface leer, aunque algunos lo consideran una pérdida de tiempo además, consideran que asistir a la escuela secundaria es una razón por la cual obtendrán un trabajo y buen sueldo en el futuro cuando terminen la escuela.

A.2. Antecedentes nacionales:

a) Carrasco y La Rosa⁹, en la investigación “Conciencia ambiental: Una propuesta integral para el trabajo docente en el II ciclo del nivel inicial”, llegaron a las siguientes conclusiones: 1) Es indiscutible el problema ambiental en el que se ve expuesto nuestro planeta tierra,

para resarcir algo el problema se deben informar para incentivar la práctica de buenos hábitos y cuidados, más aún, cuando esta información llega a los niños, 2) Los docentes que laboran en distintas instituciones educativas de gestión pública y privada con niños del segundo ciclo del nivel de inicial, tienen conocimiento de la importancia de trabajar la Educación Ambiental en las aulas; e incluso manejan el término de conciencia ambiental, y 3) 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.

- b)** Oseda¹⁰, realizó la investigación “Programa experimental interactivo del desarrollo de actitudes y su influencia en la sostenibilidad ambiental en estudiantes de la Facultad de Ingeniería de la Universidad Peruana los Andes de Huancayo – 2009”, sus conclusiones fueron las siguientes: 1) Demostró que con un nivel de significancia del 5%, existen evidencias estadísticamente significativas entre el grupo control y grupo experimental afirmando que el Programa Experimental Interactivo del desarrollo de las actitudes ha influido favorable y significativamente en la Sostenibilidad Ambiental en los estudiantes, y 2) Con un nivel de significancia del 5% demostró que el Programa Experimental ha influido significativamente en la dimensión ambiental, dimensión social y dimensión económica de la Sostenibilidad Ambiental en estudiantes de la Facultad de Ingeniería de la Universidad Peruana Los Andes de Huancayo en el 2009.

B. Bases teóricas

B.1. Conciencia Ambiental

Dimensiones de la Conciencia Ambiental

Según Corraliza, Martín, Moreno y Berenguer¹¹, Se pueden distinguir cuatro dimensiones para la Conciencia Ambiental que nos permiten una mejor interpretación del concepto: dimensión cognitiva, dimensión afectiva, dimensión conativa y dimensión activa.

Se entiende por **dimensión cognitiva** el conjunto de ideas que ponen de manifiesto el grado de información y conocimiento sobre cuestiones relacionadas con el medio ambiente, considerado éste no sólo como “tema” sino además como una realidad cotidiana y vital conducente a descubrir el propio medio de vida mediante la exploración temporal y espacial; el aquí y el ahora de las realidades cotidianas de manera apreciativa y crítica que identifican al propio individuo en su grupo social con su herencia cultural y ambiental. Se incluye aquí la posesión de conocimientos básicos, saber buscar las informaciones pertinentes para mejorar la comprensión de los fenómenos y de las problemáticas ambientales, así como valorar el diálogo crítico entre diferentes saberes para tomar decisiones acertadas, considerando lo local y lo global y, relacionando el pasado, el presente y el futuro, desde la posibilidad de realizar un juicio moral ¹¹.

La **dimensión afectiva** se refiere al conjunto de aquellas emociones que evidencian creencias y sentimientos en la temática medioambiental. Desde esta dimensión, la consideración hacia el medio ambiente no es solamente un conjunto de problemas a resolver, sino que es también un medio de vida con respecto al cual se puede

desarrollar un sentido de pertenencia y concebir proyectos, por ejemplo, de valorización biocultural o de ecodesarrollo, desde una emotividad centrada en actitudes morales ¹¹.

La **dimensión conativa** engloba las actitudes que predisponen a adoptar conductas criteriosas e interés a participar en actividades y aportar mejoras para problemáticas medioambientales. Más allá de los comportamientos inducidos por la moral social, se incluyen las actuaciones que se corresponden a conductas deliberadas y éticamente fundamentadas. Como el ejercicio en la resolución de problemas reales y en el desarrollo de proyectos ambientales, forjando competencias que refuercen el sentimiento de “poder hacer algo”, asociando la reflexión y la acción. Podríamos también llamarlo faceta volitiva o conductas morales ¹¹.

Por último, la **dimensión activa**: aquellas conductas que llevan a la realización de prácticas y comportamientos ambientalmente responsables, tanto individuales como colectivos, incluso en situaciones comprometidas o de presión. Un estilo de conductas éticas y responsables basadas en la conciencia crítica y lúcida, que vincule “el ser con el actuar”, tanto a nivel individual como colectivo. Aprender a vivir y a trabajar juntos, en colaboración, discutir, escuchar, negociar, convencer para alcanzar una mejor comprensión e intervención ambiental más eficaz. Aptitudes de autocontrol y fortaleza moral.¹²

Para que un individuo adquiriera un compromiso con el desarrollo sostenible tal que integre la variable ambiental como valor en su toma de decisiones es necesario que este alcance un grado adecuado de Conciencia Ambiental a partir de unos niveles mínimos en las

dimensiones antes citadas. Estos niveles actúan de forma sinérgica y dependen del ámbito geográfico, social, económico, cultural o educativo en el cual el individuo se posiciona ¹².

La conciencia ambiental desde un planteamiento multidimensional según Chuliá¹³, posee cinco componentes:

- ❖ **Dimensión afectiva:** aglutina los sentimientos de preocupación por el estado del medio ambiente, el grado de adhesión a valores culturales favorables a la protección de la naturaleza y la fuerza de hábitos de acercamiento a los espacios naturales ¹³.
- ❖ **Dimensión cognitiva:** agrupa los conocimientos relacionados con el entendimiento y la definición de los problemas ecológicos, la posesión de esquemas inteligibles sobre sus posibles soluciones y sus responsables, así como el interés informativo sobre el tema ¹³.
- ❖ **Dimensión conativa** engloba la disposición a actuar personalmente con criterios ecológicos y a aceptar intervenciones gubernamentales en materia de medio ambiente ¹³.
- ❖ **Dimensión activa individual** recoge los comportamientos medioambientales de carácter privado ¹³.
- ❖ **Dimensión activa colectiva** agrega las conductas, generalmente públicas o simbólicas, de expresión de apoyo a la protección del medio ambiente ¹³.

Niveles necesarios para lograr una determinada Conciencia Ambiental

El concepto de Conciencia Ambiental es referencia prácticamente constante en múltiples estudios sobre Educación Ambiental.⁵

Al tratar de determinar las claves que condicionan especialmente esa Conciencia Ambiental se citan frecuentemente: el nivel de información, las creencias, la estimación de las condiciones ambientales y su relación con acciones proambientales, el sentimiento de obligación moral para realizar esas acciones y las normas ambientales que puedan influir para que una persona pueda implicarse en una acción proambiental ⁵.

Entre todas ellas, el nivel de información o de cognición ambiental se considera, generalmente como una variable de tipo actitudinal de gran relevancia predictora ¹¹. Este nivel reúne peculiar importancia para la disposición a la formación como educador ambiental.

De acuerdo con la teoría de Kohlberg, un enfoque educativo integral, centrado en el ámbito de la moralidad, debe dirigirse a todas las dimensiones de la persona: cognitiva (juicio moral), emotiva (actitudes morales), volitiva (conducta moral). Para que cualquier programa de educación en valores sea eficaz debería considerar no sólo la inteligencia, sino también los sentimientos, la personalidad, y la formación cultural y espiritual del alumno ¹¹.

El desarrollo moral y por consiguiente el logro de Conciencia Ambiental, tiene como meta conseguir que las personas exhiban comportamientos ambientales moralmente adecuados, ello se presenta

como especialmente urgente en el ámbito de la Educación Ambiental. Toda actividad educativa tiene por objeto un cambio optimizador en las personas; la característica intrínseca de la Educación Ambiental, es que pretende el cambio de la persona para mejorar su interacción ambiental ¹¹.

Medición de la Conciencia Ambiental

Estudios previos

Según Carrasco y La Rosa⁹, mencionan que un elemento que amerita ser considerado, luego de seguir un proceso de Educación Ambiental o haber llevado a cabo los pasos que nos permiten lograr la toma de conciencia ambiental, es poder evaluar los resultados y el impacto de éstos en las personas, ya que como lo señalan, la Carta de Belgrado y autores como Piscoya, el objetivo principal de la Educación Ambiental es el logro de la toma de conciencia ambiental; la cual implica una forma de pensar, sentir y actuar sobre nuestro medio ambiente.⁹

Evaluar la consecución de este objetivo de toma de conciencia ambiental, amerita de un proceso de medición, que permita conocer si éste se ha logrado o no. Para ello es necesario contar con la teoría, los elementos e instrumentos que permitan medir y evaluar en las personas la presencia o ausencia de una conciencia ambiental que revele sus actitudes y comportamientos en relación con el cuidado y preservación del ambiente. Sin embargo, es notoria la poca o casi inexistencia de documentos al respecto ⁹.

Al ser la Educación Ambiental un tema que recién ha cobrado importancia en los últimos años existe pocos trabajos en relación con la

medición de la conciencia ambiental. Consideramos por ello necesario desarrollar un cuerpo teórico y de instrumentos prácticos que permitan evaluar de forma directa en las personas el grado y presencia de conciencia ambiental, creemos que es necesario iniciar la discusión sobre el tema, ya que este sería el único indicador que nos permitiría apreciar el éxito o fracaso de un proceso (proyecto, programa o intervención) ⁹.

A continuación, se presentarán dos propuestas para la medición de la conciencia ambiental que han creado ítems de evaluación.

- La primera de ellas es la de Riley E. Dunlap, sociólogo Ph. D de la Universidad de Oklahoma - Estados Unidos.
- La segunda propuesta es el Ecobarómetro de la Junta de Andalucía – España. Es importante señalar que estos están orientados a ser aplicados en personas adultas, por lo que posteriormente serán reformulados para niños de nivel inicial.

Conocimiento ambiental

Los seres humanos poseen cogniciones referidas a la constitución del entorno, las cuales utilizamos para orientarnos y sobrevivir. El conocimiento que se obtiene de las interacciones con el medio también lo utilizamos para sacar provecho de las oportunidades que nos brinda el ambiente, las cuales podemos usar para aprovechar racionalmente sus recursos. La teoría constructiva plantea que todo nuestro conocimiento ambiental se “construye activamente” y no se “recibe positivamente” desde el entorno. Este enfoque sostiene que uno no descubre un mundo independiente o

preexistente fuera de la mente del que conoce, sino que el individuo crea la realidad a partir de su experiencia, y la influencia de su grupo social, su ideología y sus valores. Para los psicólogos constructivistas los contenidos de una educación ecológica basada en las nociones del medio, interacciones, nicho ecológico, ecosistemas, diversidad son suficientes. Para ello los conceptos propios de las ciencias sociales (participación, grupo social, ideología, consumo, etc.) son fundamentales como el contenido de un proceso educativo que pretende generar los conocimientos ambientales necesarios.¹⁴

Actitud ambiental

Alea¹⁵, menciona que las actitudes ambientales, son la estructura psicológica derivada del aprendizaje y la experiencia, que se conforma como una predisposición individual que ejerce una influencia dinámica sobre la conducta del individuo ante el medio ambiente y las problemáticas que presenta el mismo.

No existe una diferencia entre los conceptos De “actitudes” y “motivos”, aunque muchos investigadores las manejan como constructos independientes. Según el autor, las disposiciones reflejan indicaciones a responder favorable o desfavorablemente, a acercarse o alejarse, o preferir o rechazar un objeto o situación. Por otro lado, se reconoce que tanto las actitudes como los motivos tienen fuentes racionales (las lecciones) como irracionales (las preferencias) del proceso de toma de decisiones. Esto significa que algunas veces empleamos elementos de análisis, síntesis,

discriminación como razones para decidir, mientras que otras veces actuamos guiados por elementos holísticos de la situación o por la emoción, como guías “irracionales” del proceso de toma de decisiones.¹⁶

Hernández e Hidalgo¹⁷ enuncian que las actitudes ambientales están vinculadas con “algunos aspectos ideológicos que implican la aceptación de criterios de regulación y control ambiental, entendidos éstos en relación con el bienestar colectivo y a los patrones de vida personal”.

Conducta e impacto ambiental

Es claro que cada vez hay una mayor actitud ambiental pública entre aquellos que toman decisiones y el público en general a fin de promover un cambio importante en las políticas públicas hacia el medio ambiente. En la actualidad la publicación de datos en apoyo a indicadores ambientales claves, y un uso más amplio de foros públicos para fomentar iniciativas de desarrollo ambiental, muestra cómo la sensibilidad hacia a estos temas, está impulsando una mayor actitud pública y una necesidad de información sobre la educación ambiental.

La educación ambiental como “una educación complementaria y profundizadora que tiene el objetivo de recoger los aspectos potencialmente relevantes para el medio ambiente de diferentes sectores profesionales y subrayar su significado estructural e histórico”.¹⁸

Además, la educación ambiental, debe transmitir conocimientos técnicos o concretos sobre las interrelaciones físicas, químicas y biológicas de los sistemas naturales complejos y sobre cómo éstos reaccionan con efectos de retroalimentación ante las intervenciones humanas a escala local, regional y global¹⁸.

➤ **Percepción del ambiente.**

La percepción del ambiente es un concepto vinculado a la manera en que los individuos o sociedades aprecian el ambiente que los rodea y cómo esa experiencia los lleva a tomar decisiones de acción sobre este medio. Estas decisiones pueden ser el resultado de la interacción con un sistema de valores que nos muestra la imagen de la realidad que hemos construido gracias al sistema de información que hemos desarrollado.¹⁹

Cuando establecemos esa relación entre el ambiente percibido y nuestro sistema de valores, ocurre en nosotros un conjunto de actitudes o predisposiciones que al final nos llevan a la toma de decisiones sobre el mundo real. Las decisiones que tomamos respecto a nuestro ambiente, incluso las más pequeñas, implican modificaciones de ese mundo porque son acumulativas y así poco a poco pueden ir produciendo grandes transformaciones en él.

Cada individuo percibe el ambiente en función a su sistema de valores y al mismo tiempo, esta experiencia del ambiente tiene una influencia importante en el sistema de valores de cada persona.

Recientes estudios han demostrado que las representaciones del ambiente sugieren que los seres humanos no tienen una representación simple de todo el espacio ambiental conocido. Más bien los seres humanos mantienen una serie de representaciones separadas del medio ambiente en el que viven. El punto de vista más común entre los analistas es que el individuo establece una jerarquía organizada de representaciones de su ambiente, tal como hace por ejemplo con los espacios de una casa. Como el conocimiento del ambiente está distribuido a través de representaciones separadas en la memoria y está organizado de modo jerárquico se podría considerar que los cambios de perspectiva en un pequeño espacio ambiental pueden motivar cambios en la perspectiva de la influencia espacial general del individuo o de la comunidad.²⁰

El modo como este cambio general de la perspectiva ambiental ocurre puede variar dependiendo si el cambio ocurre en una representación simple pero jerárquicamente prioritaria o en múltiples representaciones del ambiente. Cualquier diferencia en la manera cómo cambia la actitud de la persona en cualquiera de los casos anteriores podría darnos una idea de la estructura del sistema de memoria ambiental y del proceso cognitivo que está detrás de la percepción espacial²⁰.

Se ha podido encontrar que el cambio de perspectiva entre varios elementos del ambiente es más rápido que el cambio que ocurre con un elemento simple. Esta idea sugiere que las representaciones del ambiente son independientes entre sí en

términos de perspectiva del individuo y que el cambio de una perspectiva global del ambiente envuelve un proceso que resuelve la competencia entre representaciones de distintas perspectivas singulares²⁰.

➤ **La persona en el contexto ambiental.**

La construcción de las representaciones en los adultos tiene una directa relación con su percepción en el contexto de su ambiente. Las dificultades personales de los adolescentes como la depresión, las sensaciones de soledad y abandono están también ligadas a la percepción de su ambiente¹⁹.

Los trabajos de Molfese sugieren el rol que juega el ambiente en el desarrollo de habilidades tales como la lectura, el desenvolvimiento de habilidades intelectuales y cognitivas y de habilidades artísticas¹⁹.

El desarrollo cognitivo de los niños está estrechamente vinculado al ambiente espacial y familiar. El desarrollo cognitivo está influenciado por relaciones e interacción entre el niño y distintos factores de la experiencia del ambiente. Las capacidades y la conducta de los niños interactúan y son afectadas por las personas que los rodean y por la experiencia en el ambiente de su desarrollo y en el paisaje que lo rodea¹⁹.

El paisaje es un elemento del medio natural, síntesis del territorio (factores físicos y biológicos) y de la acción humana que se percibe o interioriza, valorando aspectos como la estética, escasez, interés histórico o cultural, valor científico o ecológico, fragilidad, y otros. Se trata de un recurso natural no renovable y

generalmente de difícil reversibilidad, de ahí, la gran importancia de preservar de evitar o minimizar los efectos de posibles actuaciones "contaminantes del paisaje".²¹

B.2. Consumo Responsable

Consumo

El consumo es el conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y los usos de los productos.²²

Es un acto consecuente de las decisiones que toman los consumidores, las cuales están relacionadas no solo con condicionamientos económicos sino con factores culturales y comportamentales; pero si bien el acto de consumo es individual, la elección de un consumidor obedece a la necesidad personal que le encuentre, la cual no necesariamente incorpora el comportamiento de las empresas; por ende, la ausencia de información respecto de los procesos productivos e impactos del consumo en el ambiente llevan a conductas poco responsables por parte de los consumidores.²³

Consumo responsable

El consumo responsable y sustentable "es un término sombrilla que reúne en sí mismo toda una serie de factores como satisfacción de necesidades, mejoramiento de la calidad de vida, mejoramiento en la eficiencia de los recursos, incremento en el uso de recursos energéticos renovables, reducción de desperdicios, adopción de una perspectiva responsable del ciclo de vida y consideración por la dimensión de equidad. Integrar estos componentes es la cuestión

central de cómo brindar los mismos o mejores servicios para satisfacer las necesidades básicas de la vida y las aspiraciones de mejoras de las generaciones presentes y futuras, mientras se continúa reduciendo el daño ambiental y el riesgo de la salud humana”.²⁴

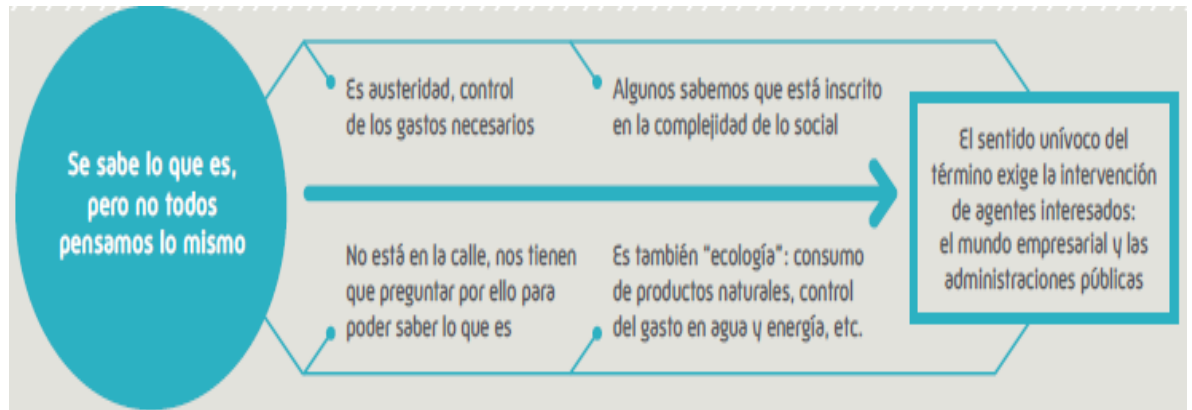


Figura 1. Consumo responsable

Fuente: Marcaide²⁵. Consumo Responsable y Desarrollo Sostenible Tendencias de Consumo Responsable.

Una de las claves del consumo consciente es su capacidad transformadora, entendiendo no sólo que si queremos cambiar nuestra sociedad hemos de cambiar nuestro consumo, entre otros muchos cambios, sino además que no podemos dejar que el consumo siga transformando nuestras vidas, nuestros barrios y pueblos, nuestro mundo.²⁶

El principio fundamental del consumo responsable es que todos somos corresponsables con nuestra compra de los impactos sociales y ambientales de la producción.²⁷

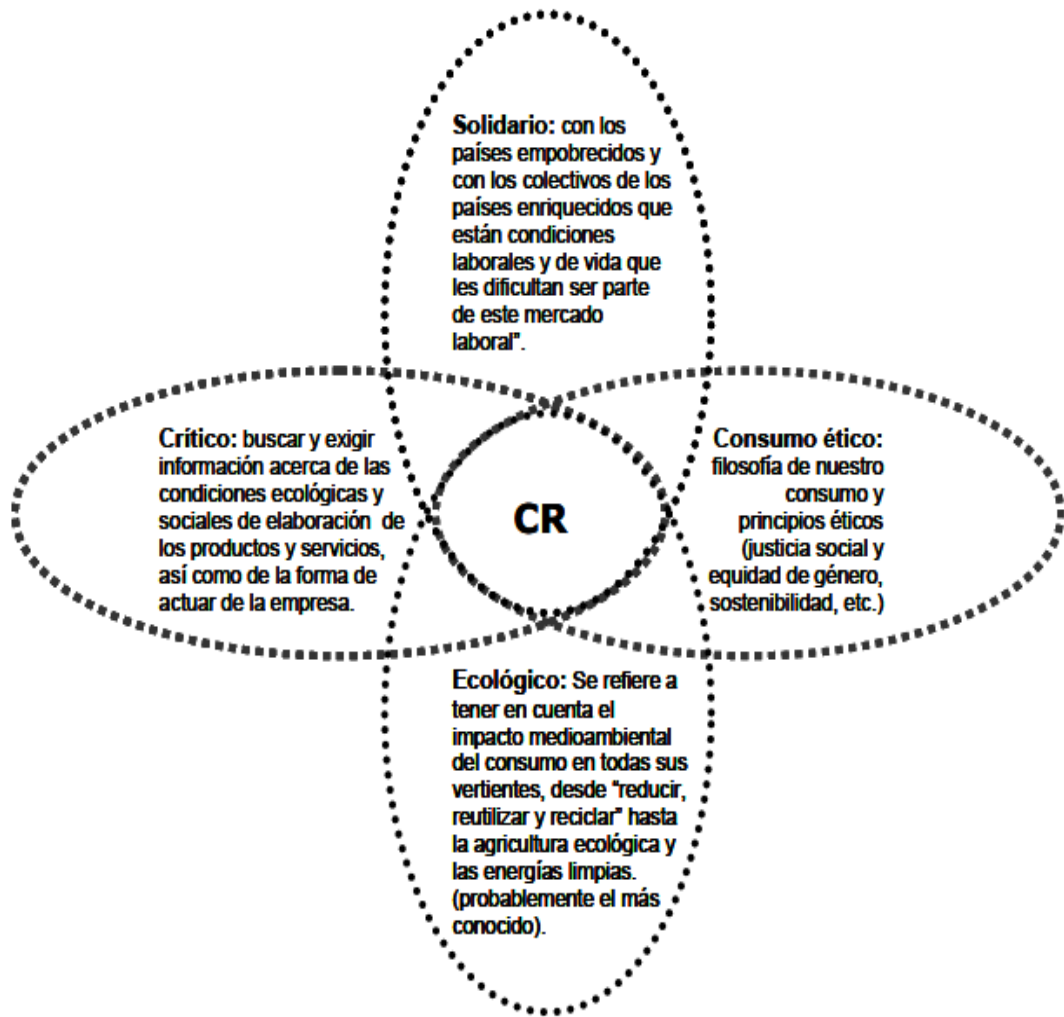


Figura 2. Aspectos que configuran el Consumo Responsable

Fuente: ConSumaResponsabilidad²⁸. Guía de Consumo responsable y solidario de la Comunidad de Madrid.

Consumidor responsable

Es una persona informada y consciente de sus hábitos de consumo, que además de conocer y exigir sus derechos como consumidor, busca la opción de consumo con el menos impacto sobre el medio ambiente y con un efecto positivo en la sociedad.²⁹

¿Qué implica ser un consumidor responsable en la sociedad?

Los seres humanos debemos asumir, nuestra responsabilidad en la disminución del impacto ambiental y la sostenibilidad de los recursos naturales; esto corrobora la Fundación Ambiente y Recursos Naturales (FARN)³⁰, mencionando que cada el compromiso de mejorar nuestros hábitos de consumo, haciéndolos sostenibles y responsables. ¿Qué quiere decir eso?... Significa que nuestro consumo debe guiarse no sólo por criterios económicos sino también por ciertos criterios sociales y ambientales para garantizar un entorno sostenible; por tanto, FARN³⁰ define a un consumidor responsable como a una persona informada y consciente de sus hábitos de consumo. Además de conocer y exigir sus derechos como consumidor, busca la opción de consumo con el menor impacto negativo posible sobre el ambiente y con un efecto positivo en la sociedad.

Dimensiones del Consumo responsable

Tres bloques o dimensiones principales:³¹

- i. **Un Consumo Ético**, en el que se introduzcan valores como una variante importante a la hora de consumir o de optar por un producto. Hacemos 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 ³¹.

Obrar éticamente significa que los individuos adquirieren algún producto o ejercen alguna acción pensando en el bien común, es

decir, siendo responsables de las consecuencias presentes y futuras a las que conlleven sus decisiones.^{32,33}

- ii. **Un Consumo Ecológico**, que incluye, por este orden, las famosas "erres" del movimiento ecologista: Reducir, Reutilizar y Reciclar, pero en el que también se incluyen elementos tan imprescindibles como la agricultura y ganadería ecológicas, la opción por la producción artesanal, etc ³¹. El consumo ecológico se sustenta en el denominado triángulo de la ecología: reducir, reutilizar y reciclar³⁴.
- iii. **Un Consumo Social o Solidario**, en el que entraría también el Comercio Justo, es decir, el consumo en lo que se refiere a las relaciones sociales y condiciones laborales en las que se ha elaborado un producto o producido un servicio. Se trata de pagar lo justo por el trabajo realizado, tanto a gente de otros países como a las más cercanas, en nuestro ámbito local; se trata de eliminar la discriminación, ya sea a causa del color de la piel o por diferente origen, o por razón de género o religión; se trata de potenciar alternativas sociales y de integración y de procurar un nuevo orden económico internacional" ³¹. El consumo social se refiere a la actitud de las personas y organizaciones por consumir productos ecológicos o de comercio justo, que provienen de procesos productivos y comerciales desarrollados con criterios ambientales, sociales y éticos, que involucran a los stakeholders y vinculan las relaciones laborales, responsabilidad social y comercio justo. ^{35,31}

Factores que afectan el consumo responsable

Los factores que afectan la toma de decisión de consumo responsable pueden ser clasificados en cinco categorías:³⁶

- ❖ **Valores:** Individualismo, colectivismo, seguridad, disfrute de la vida.
- ❖ **De Conocimiento:** conocimientos relacionados con sostenibilidad.
- ❖ **Actitudes:** importancia de pro ambiente, inconvenientes de ser pro ambiente, severidad de los problemas medio ambientales, y nivel de responsabilidad de las empresas en el cuidado ambiental.
- ❖ **Demográficos:** edad, sexo, genero, ingreso, nivel educativo, nivel de empleo, tamaño de familia, entre otros.
- ❖ **Comportamientos:** Tomar en consideración los temas medioambientales al momento de realizar la compra, reciclaje, compra de productos amigables con el medio ambiente.

Criterios para un Consumo Responsable

Criterios sociales y éticos

Para Barrena y Almenara²⁷, los criterios sociales y éticos para un consumo responsable deben ser:

- ❖ Tener en cuenta antes de adquirir un producto o servicio aspectos éticos relativos al cumplimiento de unas condiciones laborales dignas, salarios mínimos, derechos de los trabajadores y lucha contra el trabajo infantil.
- ❖ Indagar sobre los convenios y normativas al respecto y estándares como el de Comercio Justo.
- ❖ Considerar criterios sociales relacionados con el mercado laboral priorizando la compra de productos y/o servicios elaborados por

empresas de economía social, en particular aquellas que brindan oportunidades de empleo a colectivos desfavorecidos (discapacitados, personas excluidas o en riesgo de exclusión, etc.).

Criterios ambientales

Barrena y Almenara²⁷, para estos autores la incorporación de criterios ambientales en nuestras compras, o el llamado consumo ecológico, es el aspecto más conocido y extendido del consumo responsable:

- ❖ Reducir el volumen de tus compras.
- ❖ Comprar productos que cumplan una serie de requisitos ambientales y/o ecológicos.
- ❖ Rechazar productos que necesiten un elevado gasto de recursos naturales para su elaboración.
- ❖ Sustituir productos contaminantes por otros naturales o biodegradables.
- ❖ Priorizar el consumo local y cercano frente al que precisa de un transporte desmesurado.
- ❖ Evitar los productos que generen un exceso de residuos debido a su embalaje.

C. Definiciones conceptuales

- ❖ **Actitud ambiental:** Son los sentimientos favorables o desfavorables que se tienen hacia alguna característica del ambiente físico o hacia algún problema relacionado con él.³⁷

- ❖ **Conciencia ambiental:** Se entiende tanto el conocimiento como la actitud positiva hacia los asuntos ambientales, en el sentido de que éstos constituyen variables centrales que, al lado de otras, definen la existencia de las sociedades humanas y determinan sus posibilidades de desarrollo material, social y tecnológico.³⁸
- ❖ **Consumo:** Como el uso que hacemos las personas de los bienes y servicios que están a nuestra disposición con el fin de satisfacer diversas necesidades.³⁹
- ❖ **Consumo responsable:** Se esgrime que el acto de consumir no solamente es la satisfacción de una necesidad, sino que implica colaborar en los procesos económicos medioambientales y sociales que posibilitan el bien o producto consumido. Por ello se postula que deberían tenerse en cuenta en el momento de elegir entre las opciones disponibles en el mercado las que menos repercusiones negativas tengan.^{40,41}

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

A. Tipo de investigación

El tipo de estudio de la presente investigación es aplicada, porque reúne las condiciones metodológicas de este tipo de investigación, razón por la cual se consideran teorías científicas de las variables conciencia ambiental y consumo responsable.

Nivel de investigación

El nivel de investigación se refiere “al grado de profundidad con que se aborda un fenómeno u objeto de estudio”.⁴² Por tanto el estudio fue del nivel descriptivo porque comprendió la delineación, análisis e interpretación de los aspectos más relevantes de las variables objeto de estudio en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrarias de la UNH. A su vez fue correlacional porque se mide el grado de relación, como el cambio de valor de una variable altera o provoca variaciones en la otra.

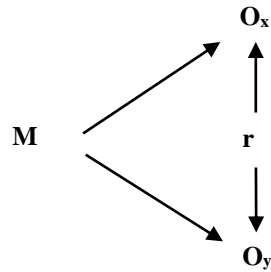
B. Diseño y esquema de la investigación

El presente estudio corresponde al diseño no experimental, debido a que en este tipo de diseños las variables carecen de manipulación intencional, no poseen grupo de control, ni mucho menos experimental, se dedican a analizar y estudiar los hechos y fenómenos de la realidad después de su ocurrencia⁴³.

Dentro de estos diseños no experimentales, este estudio corresponde a los diseños transeccionales correlacionales; porque permitió, analizar y

estudiar la relación de la conciencia ambiental y consumo responsable de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrarias – UNH en el 2017.

Esquema:



Donde:

M = muestra.

O_x : Es la observación del nivel de la conciencia ambiental.

O_y : Es la observación del consumo responsable.

r : Es la relación entre O_x y O_y .

C. Población y muestra

Población

La población de estudio motivo de la presente investigación estuvo conformado por el total de 293 estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Huancavelica del semestre 2017 -II.

Veamos la siguiente tabla:

Tabla 01: Población de estudio

Facultad de Ciencias Agrarias				Número de estudiantes	Porcentaje
Escuela	Académico	Profesional	de	109	62,80%
Agroindustrias					
Escuela	Académico	Profesional	de	184	37,20%
Agronomía					
Total				293	100,00%

Fuente: Base de datos del investigador

Muestra

Debido a las características del estudio el tipo de muestreo elegido fue el probabilístico estratificado, pues la elección de los elementos no depende solo de la probabilidad, sino también fueron escogidos en relación a estratos o categorías, pues no bastó que cada uno de los elementos muestrales tengan la misma probabilidad de ser elegidos, además, fue necesario estratificar la muestra en relación a ciclos de cada Escuela Profesional. Así que el número de sujetos de la muestra de estudio asciende a un total de 166 estudiantes. Se muestra en el procedimiento y Tabla 02.

Tamaño de la muestra:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{NE^2 + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Donde:

n = Es el tamaño de la muestra

Z = Es el nivel de confianza

p = Es la variable positiva

q = Es la variable negativa

E = Es la precisión o error

N = Es el tamaño de población

Datos:

Z = 95% => Z = 1,975

p = 0,5

q = 0,5

E = 5% => 0,05

N = 293

Reemplazando en la fórmula:

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)(293)}{(293)(0,05)^2 + (1,96)^2(0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{281,40}{1,69} = 166,22$$

Tabla 02: Muestra de estudio de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrarias del semestre 2017-II

Escuela Profesional	Ciclos	N° Población	Porcentaje	N° Muestra	Porcentaje
Agronomía	II	25	8,53	14	8,53
	IV	26	8,87	15	8,87
	V	4	1,37	2	1,37
	VI	52	17,75	29	17,75
	VIII	49	16,72	28	16,72
Ingeniería Agroindustrial	X	28	9,56	16	9,56
	II	23	7,85	13	7,85
	IV	7	2,39	4	2,39
	VI	24	8,19	14	8,19
	VIII	27	9,22	15	9,22
	X	28	9,56	16	9,56

Fuente: Elaboración propia

D. Instrumentos de Recolección de datos

Para la presente investigación se utilizó como instrumento de investigación, el cuestionario de encuesta sobre la “Conciencia ambiental y Consumo responsable” (Anexo 03). Este instrumento cumplió los siguientes requisitos:

Validez

Para la validez del instrumento se tuvo como referencia al Coeficiente de validez de contenido (Juicio de Experto), lo cual se ha sometido al criterio de “juicios de experto” a cuatro (04) profesionales de reconocida trayectoria en la investigación y docencia universitaria, los cuatro con grados académicos de Doctor, a los cuales se remitió la ficha de juicio de expertos, el instrumento de recolección de datos, la matriz de consistencia y la operacionalización de variables para que puedan evaluar.

En su informe de Juicio de Expertos el promedio de valoración del cuestionario de conciencia ambiental y consumo responsable fue de 85,5%, por lo que el cuestionario fue evaluado como apto para su aplicación al estudio (Ver Tabla 3). De acuerdo con la tabla 4 presentado por Cabanillas⁴⁴, con relación a los valores de los niveles de validez, se afirma que este cuestionario evaluado fue muy bueno.

Tabla 03. Validación de los Instrumentos por Juicio de Expertos

N°	Criterios de selección	Evaluación de expertos
1	Experto metodólogo	77,5%
2	Experto lingüístico	90,0%
3	Experto en la especialidad	90,0%
4	Experto en la especialidad	84,5%
Promedio de valoración		85,50%

Tabla 04. Valores de los niveles de validez

Valores	Niveles de Validez
91 - 100	Excelente
81 - 90	Muy bueno
71 – 80	Bueno
61 - 70	Regular
51 - 60	Deficiente

Fuente: Cabanillas⁴⁴

Confiabilidad

La confiabilidad del cuestionario se determinó por el Coeficiente Alfa de Cronbach, debido a que este instrumento tenía los ítems polítómicos.

Se utilizó una muestra piloto de 25 estudiantes que representa aproximadamente el 15% del total de la muestra. A esta muestra piloto se le aplicó los instrumentos para evaluar la confiabilidad de estos. Para la evaluación de la confiabilidad de los instrumentos se tuvo en cuenta la escala que se muestra en la Tabla 05.

Tabla 05. Criterios de confiabilidad

Magnitud	Rangos
Muy alta	0,81 – 1,00
Alta	0,61 – 0,80
Moderada	0,41 – 0,60
Baja	0,21 – 0,40
Muy baja	0,01 – 0,20

Fuente: Ruiz⁴⁵

Luego de realizado el análisis del coeficiente Alfa de Cronbach para el cuestionario se obtuvo que el instrumento tenía Muy Alta confiabilidad y Alta Confiabilidad, por lo que fue considerado aplicable al estudio. (Ver Tabla 6).

Tabla 06. Resultados de la Confiabilidad del Cuestionario obtenida por el Coeficiente Alfa de Cronbach

Variable	Alfa de Cronbach	Interpretación
Conciencia ambiental	0,793	Alta Confiabilidad
Consumo responsable	0,863	Muy alta Confiabilidad

Fuente: Elaboración propia

E. Técnicas de recojo, procesamiento y presentación de datos

Técnicas de recolección de datos

Las técnicas utilizadas en la recolección de datos están acordes con el enfoque teórico conceptual que se ha desarrollado en la investigación.

Se utilizó la técnica de la encuesta que persigue indagar, la opinión que tienen los estudiantes sobre la Conciencia Ambiental y Consumo responsable y como instrumento el cuestionario conjunto de preguntas, empleando la Escala de Lickert; este instrumento tiene para la variable Conciencia Ambiental 4 dimensiones y 25 ítems y para la variable Consumo Responsable 3 dimensiones y 25 ítems.

Procesamiento de datos

Para el procesamiento de datos se utilizó el programa Microsoft Excel 2010 y el software estadístico SPSS versión 24; lo cual permitió obtener resultados más precisos en el análisis respectivo. Se realizaron mediante los estadígrafos descriptivos como son las Medidas de tendencia central, de Dispersión.

Los estadígrafos inferenciales, en todos los casos se trabajó con un 5% de nivel de significancia, asimismo para la contrastación de Hipótesis se trabajó con la regla para contrastar la hipótesis, especificando una correlación simple y con un nivel medición estadística nominal y no paramétrico, mediante el estadístico del Coeficiente rho de Spearman, que fue representada gráficamente mediante el diagrama de dispersión de relaciones⁴⁶; en la tabla 7 se muestra las escalas para la interpretación del coeficiente de correlación según Hernandez⁴⁷; cabe enunciar que no existe un acuerdo de los autores sobre estas interpretaciones.

Tabla 07. Baremos de interpretación del Coeficiente de correlación

Magnitud de la correlación	Significado
0,00	No existe correlación alguna entre las variables
De 0,01 a 0,10	Correlación positiva muy débil
De 0,11 a 0,25	Correlación positiva débil
De 0,26 a 0,50	Correlación positiva media
De 0,51 a 0,75	Correlación positiva considerable
De 0,76 a 0,90	Correlación positiva muy fuerte
De 0,91 a 1,00	Correlación positiva perfecta

Fuente: Hernandez⁴⁷

Presentación de datos

Para la presentación de datos se emplearon: tablas académicas y en gráficos según las variables en estudio.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

En el presente capítulo se describen los resultados y las particularidades encontradas en la aplicación del cuestionario sobre la Conciencia ambiental y el Consumo responsable de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Huancavelica, todo ello nos exige plantearnos el análisis como un proceso que se realizó de la siguiente manera:

A. CONTRASTACIÓN DE LOS RESULTADOS DEL TRABAJO DE CAMPO CON LOS REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS DE LAS BASES TEÓRICAS

**Resultados del Conciencia Ambiental y Consumo Responsable de los
estudiantes de la Facultad de ciencias Agrarias de la Universidad
nacional de Huancavelica**

A continuación, se presentan las tablas y gráficos descriptivos de los resultados:

Resultados de la Variable 1: Conciencia Ambiental

Resultados de la dimensión: Afectivo

Tabla 08. Resultado de la dimensión afectivo de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Huancavelica

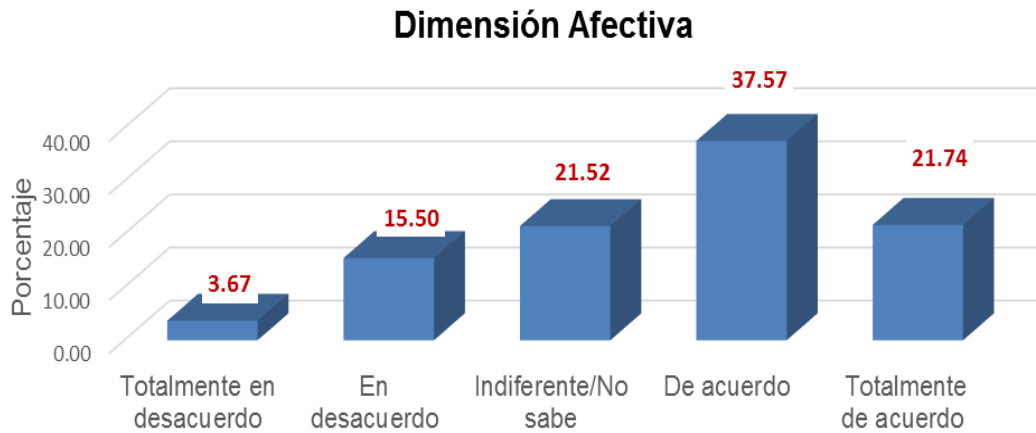
ÍTEMS	Escala de Validación					TOTAL
	1	2	3	4	5	
	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente/No sabe	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	
1	7	10	36	88	25	166
2	2	37	51	59	17	166
3	7	28	53	59	19	166
4	9	48	40	48	21	166
5	4	46	46	57	13	166
6	10	31	37	57	31	166
7	3	17	28	57	61	166
8	5	17	24	67	53	166
9	5	14	32	70	45	166
10	5	19	27	56	59	166
11	10	16	19	68	53	166
TOTAL	67	283	393	686	397	1826
%	3,67	15,50	21,52	37,57	21,74	100

Fuente: Elaboración propia

Análisis e Interpretación

Según la Tabla 08 se observa que el 37,57% de los estudiantes respondieron que el aspecto afectivo está de acuerdo; mientras que el 21,74% respondieron que están Totalmente de acuerdo asimismo respondieron en un 21,52% que no sabe y solamente precisaron en un 15,50% en desacuerdo; por lo cual se puede concluir que los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Huancavelica afirmaron que están de acuerdo en el aspecto afectivo. Para su mejor entendimiento véase el siguiente gráfico:

Gráfico 01. Resultado de la dimensión afectivo de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Huancavelica



Fuente: Elaboración propia

Resultados de la dimensión: Cognitivo

Tabla 09. Resultado de la dimensión cognitivo de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Huancavelica

ÍTEMS	Escala de Validación					TOTAL
	1	2	3	4	5	
	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente/No sabe	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	
12	4	17	25	77	43	166
13	1	14	35	76	40	166
14	5	17	19	76	49	166
15	5	10	30	78	43	166
16	5	10	30	78	43	166
TOTAL	20	68	139	385	218	830
%	2,41	8,19	16,75	46,39	26,27	100

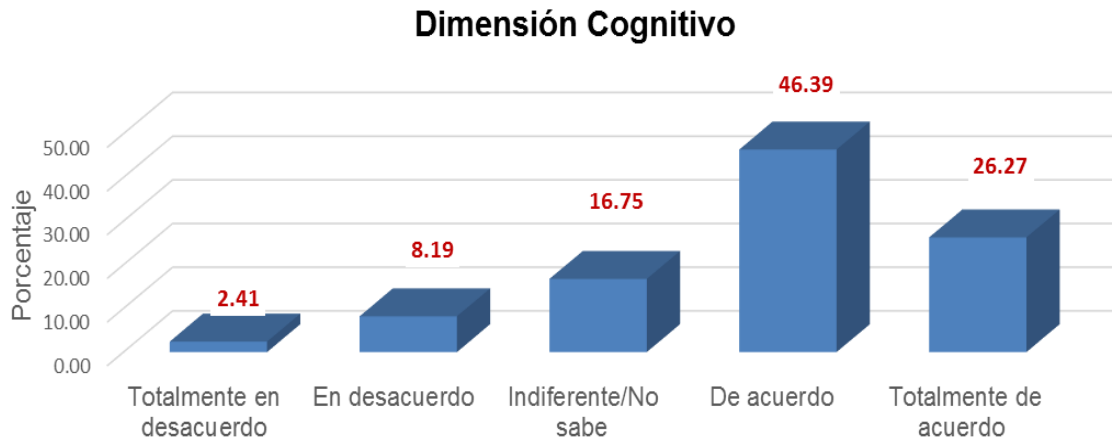
Fuente: Elaboración propia

Análisis e Interpretación

Según la Tabla 09, se observa que el 46,39% de los estudiantes respondieron que en la dimensión cognitivo se encuentran de acuerdo; mientras que el 26,27% respondieron que están totalmente de acuerdo, el 16,75% respondieron que no saben, asimismo mencionaron en 8,19% están

en desacuerdo; por lo cual se puede concluir que los estudiantes encuestados afirmaron que están de acuerdo con el aspecto cognitivo. Para su mejor entendimiento véase el siguiente gráfico:

Gráfico 02. Resultado de la dimensión cognitivo de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Huancavelica



Fuente: Elaboración propia

Resultados de la dimensión: Conativo

Tabla 10. Resultado de la dimensión conativo de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Huancavelica

ÍTEMS	Escala de Validación					TOTAL
	1	2	3	4	5	
	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente/No sabe	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	
17	5	11	27	76	47	166
18	3	17	24	89	33	166
19	3	20	32	87	24	166
20	6	26	52	54	28	166
21	11	35	40	57	23	166
TOTAL	28	109	175	363	155	830
%	3,37	13,13	21,08	43,73	18,67	100

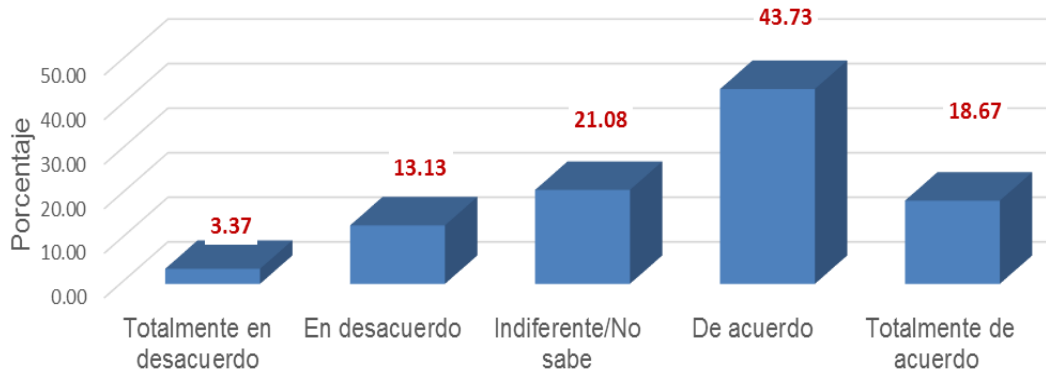
Fuente: Elaboración propia

Análisis e Interpretación

Según la Tabla 10, se observa que el 43,73% de los estudiantes respondieron que están de acuerdo en la dimensión conativo de la conciencia ambiental; mientras que el 21,08% respondieron que no saben, del mismo modo el 18,67% respondieron que están totalmente de acuerdo; por lo cual se puede concluir que los estudiantes encuestados afirmaron que están de acuerdo. Para su mejor entendimiento véase el siguiente gráfico:

Gráfico 03. Resultado de la dimensión conativo de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Huancavelica

Dimensión Conativo



Fuente: Elaboración propia

Resultados de la dimensión: Aspecto activo

Tabla 11. Resultado de la dimensión activo de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Huancavelica

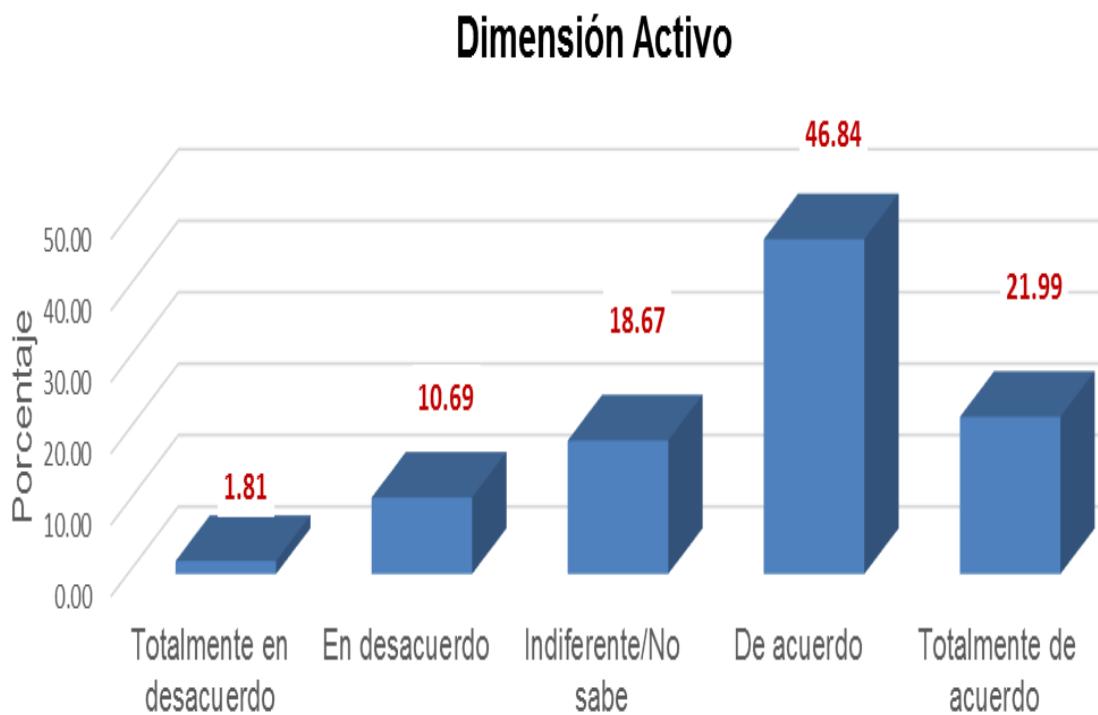
ÍTEMS	Escala de Validación					TOTAL
	1 Totalmente en desacuerdo	2 En desacuerdo	3 Indiferente/No sabe	4 De acuerdo	5 Totalmente de acuerdo	
22	2	25	40	63	36	166
23	2	23	31	82	28	166
24	2	14	24	85	41	166
25	6	9	29	81	41	166
TOTAL	12	71	124	311	146	664
%	1,81	10,69	18,67	46,84	21,99	100

Fuente: Elaboración propia

Análisis e Interpretación

Según la Tabla 11, se observa que el 46,84% de los estudiantes respondieron que están de acuerdo en el aspecto activo de la conciencia ambiental; mientras que el 21,99% respondieron que están totalmente de acuerdo del mismo modo el 18,67% respondieron que no saben; por lo cual se puede concluir que los estudiantes encuestados afirmaron que están de acuerdo. Para su mejor entendimiento véase el siguiente gráfico:

Gráfico 04. Resultado de la dimensión activo de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Huancavelica



Fuente: Elaboración propia

Resultados de la Variable 2: Consumo Responsable

Resultados de la dimensión: Consumo Ético

Tabla 12. Resultado de la dimensión consumo ético de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Huancavelica

ÍTEMS	Escala de Validación					TOTAL
	1	2	3	4	5	
	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente/No sabe	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	
1	12	33	49	62	10	166
2	9	27	47	67	16	166
3	10	21	38	60	37	166
4	8	25	52	68	13	166
5	12	23	51	62	18	166
6	10	13	55	65	23	166
7	6	20	44	73	23	166
8	7	58	42	49	10	166
9	13	43	52	43	15	166
10	16	40	47	51	12	166
TOTAL	103	303	477	600	177	1660
%	6,20	18,25	28,73	36,14	10,66	100

Fuente: Elaboración propia

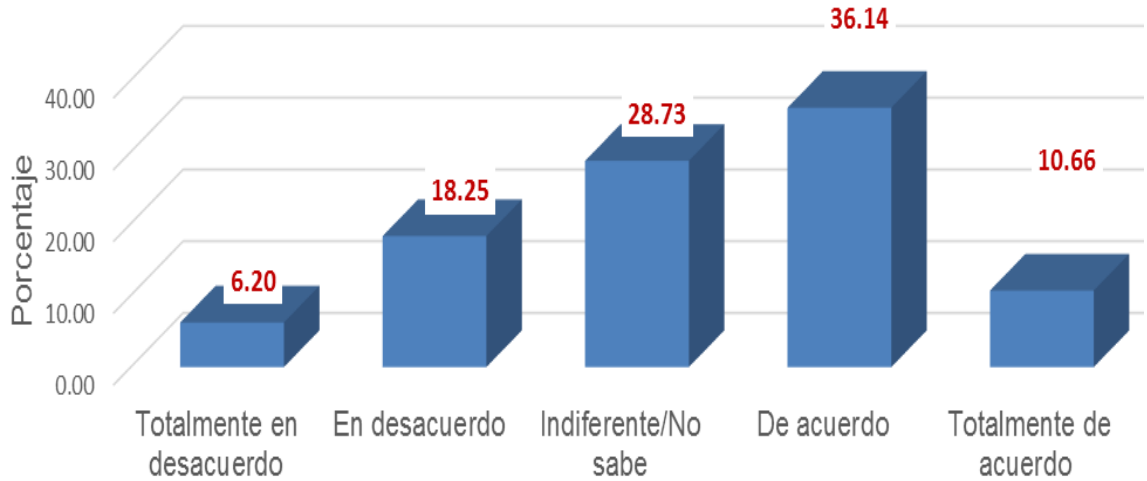
Análisis e Interpretación

Según la Tabla 12, se observa que el 36,14% de los estudiantes respondieron que se encuentran de acuerdo con el consumo ético mientras que el 28,73% respondieron “no sabe” por lo cual se puede concluir que los estudiantes encuestados afirmaron que existe un consumo ético regular.

Para su mejor entendimiento véase el siguiente gráfico:

Grafico 05. Resultado de la dimensión consumo ético de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Huancavelica

Dimensión Consumo Ético



Fuente: Elaboración propia

Resultados de la dimensión: Consumo Ecológico

Tabla 13. Resultado de la dimensión consumo ecológico de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Huancavelica

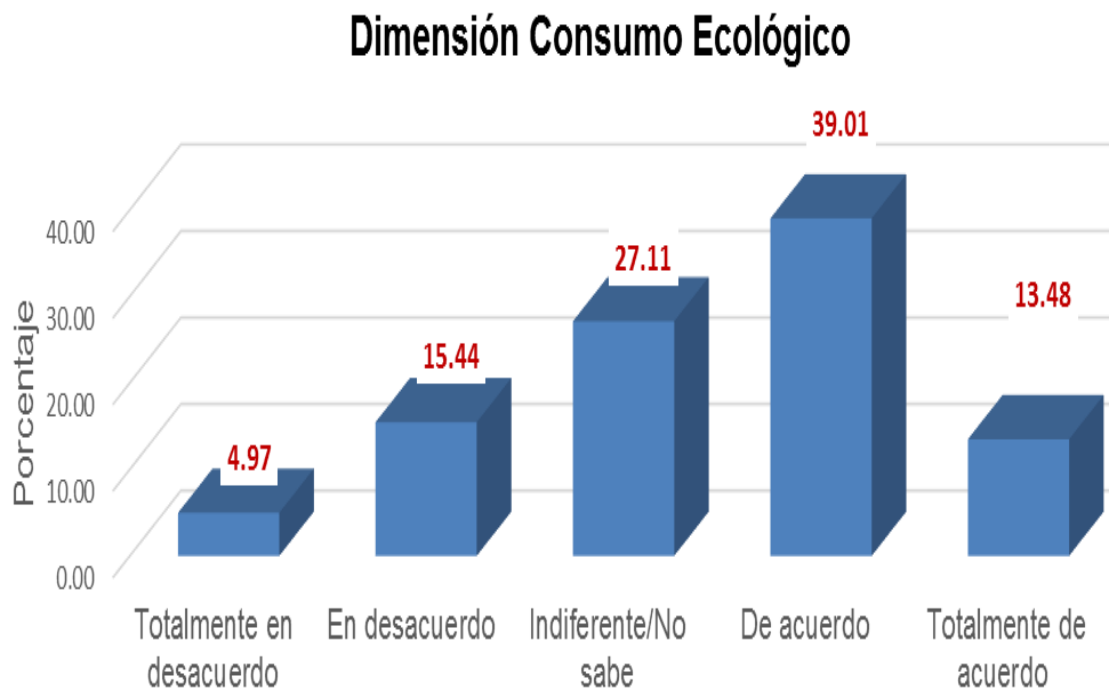
ÍTEMS	Escala de Validación					TOTAL
	1 Totalmente en desacuerdo	2 En desacuerdo	3 Indiferente/No sabe	4 De acuerdo	5 Totalmente de acuerdo	
11	11	32	42	61	20	166
12	5	22	44	61	34	166
13	9	18	51	61	27	166
14	12	32	41	66	15	166
15	8	27	50	65	16	166
16	7	27	42	69	21	166
17	9	26	39	74	18	166
18	5	21	51	61	28	166
TOTAL	66	205	360	518	179	1328
%	4,97	15,44	27,11	39,01	13,48	100

Fuente: Elaboración propia

Análisis e Interpretación

Según la Tabla 13, se observa que el 39,01% de los estudiantes respondieron que están de acuerdo en la dimensión consumo ecológico; mientras que el 27,11% respondieron “no sabe”, el 15,44% respondieron “totalmente en desacuerdo”; por lo cual se puede concluir que los estudiantes encuestados afirmaron que existe un consumo ecológico regular en la Facultad Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Huancavelica. Para su mejor entendimiento véase el siguiente gráfico:

Gráfico 06. Resultado de la dimensión consumo ecológico de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Huancavelica



Fuente: Elaboración propia

Resultados de la dimensión: Consumo Social

Tabla 14. Resultado de la dimensión consumo social de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Huancavelica

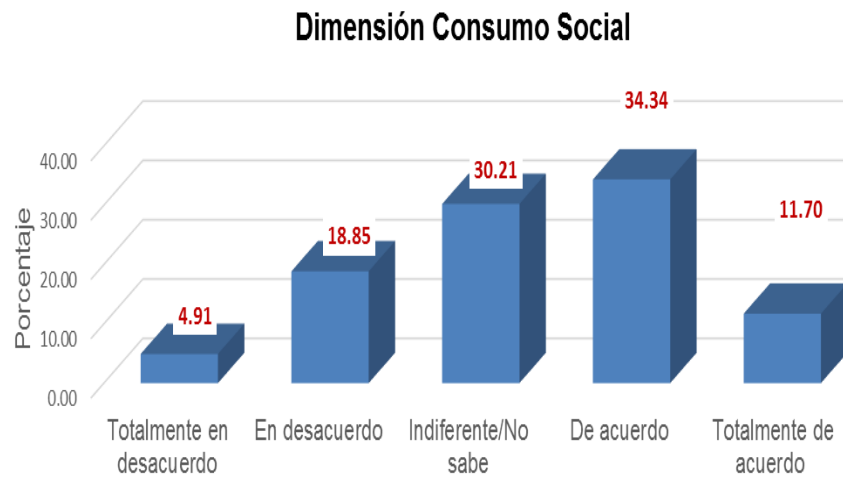
ÍTEMS	Escala de Validación					TOTAL
	1	2	3	4	5	
	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente/No sabe	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	
19	8	35	53	54	16	166
20	6	34	58	55	13	166
21	7	36	52	56	15	166
22	9	24	40	65	28	166
23	7	18	53	62	26	166
24	8	40	43	57	18	166
25	12	32	52	50	20	166
TOTAL	57	219	351	399	136	1162
%	4,91	18,85	30,21	34,34	11,70	100

Fuente: Elaboración propia

Análisis e Interpretación

Según la Tabla 14 se observa que el 34,34 % de los estudiantes respondieron sobre la dimensión consumo social que están de acuerdo; mientras que el 30,21% respondieron “Indiferente/No sabe”, el 18,85% respondieron “en desacuerdo”; por lo cual se puede concluir que los estudiantes encuestados afirmaron que están de acuerdo con el consumo social en la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Huancavelica. Para su mejor entendimiento véase el siguiente gráfico:

Gráfico 07. Resultado de la dimensión consumo social de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Huancavelica

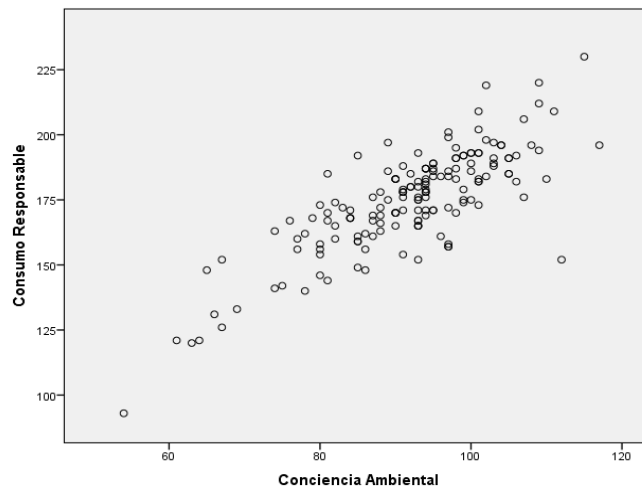


Fuente: Elaboración propia

B. CONTRASTACIÓN DE LA HIPÓTESIS GENERAL EN BASE A LA PRUEBA DE HIPÓTESIS

Contrastación de la hipótesis general conciencia ambiental y consumo responsable en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Huancavelica Prueba de correlación Spearman

Gráfico 08. Dispersión conciencia ambiental y consumo responsable de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Huancavelica.



Fuente: Elaboración propia

Tabla 15. Correlación entre conciencia ambiental y consumo responsable de los estudiantes

Correlaciones		Conciencia Ambiental	Consumo Responsable
Rho de Spearman	Conciencia ambiental	1,000	,742**
			,000
		166	166
	Consumo Responsable	,742**	
		,000	
		166	166

Fuente: Elaboración propia

Según la Tabla 15 el coeficiente de correlación de Spearman, muestra que existe correlación positiva considerable entre las dos variables y es estadísticamente muy significativo ($r = 0,742^{**}$; $p = 0,000 < 0,05$).

Hipótesis general

PASO 1: Planteamiento de la hipótesis

H₀: No existe una relación directa entre la conciencia ambiental y el consumo responsable en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Huancavelica, 2017.

H₀: $p = 0$

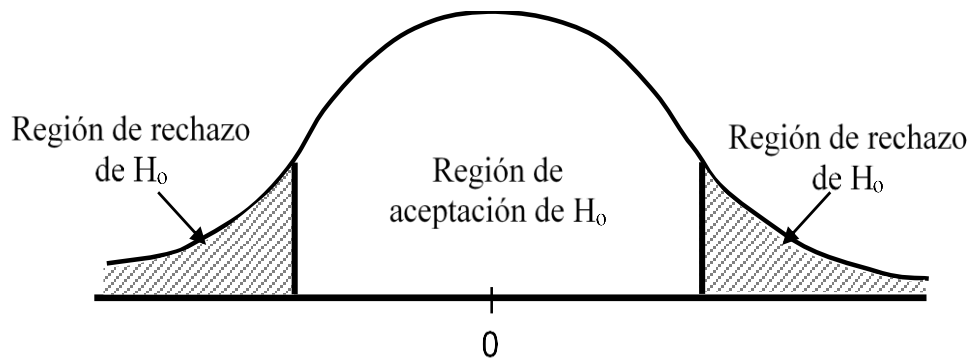
H₁: Si existe una relación directa entre la conciencia ambiental y el consumo responsable en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Huancavelica, 2017.

H₁: $p \neq 0$

PASO 2: Nivel de significancia o riesgo

$\alpha = 0,05$; $gl = N - 2 = 166 - 2 = 164$; $tt(0,05; 164) = 1,975$

Valor crítico = 1,975



PASO 3: Regla de decisión

Si $|t_c| > |t_t|$ entonces rechazar la hipótesis nula (H_0)

Si $|t_c| < |t_t|$ entonces NO rechazar la hipótesis nula (H_0)

PASO 4: Calculo del estadístico de la prueba

La relación será cuantificada mediante el coeficiente de correlación, el cual está dado por:

$$t_c = \frac{rx\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

$$t_c = \frac{0,742x\sqrt{166-2}}{\sqrt{1-0,742^2}}$$

$$t_c = 14,17$$

PASO 5: Decisión estadística

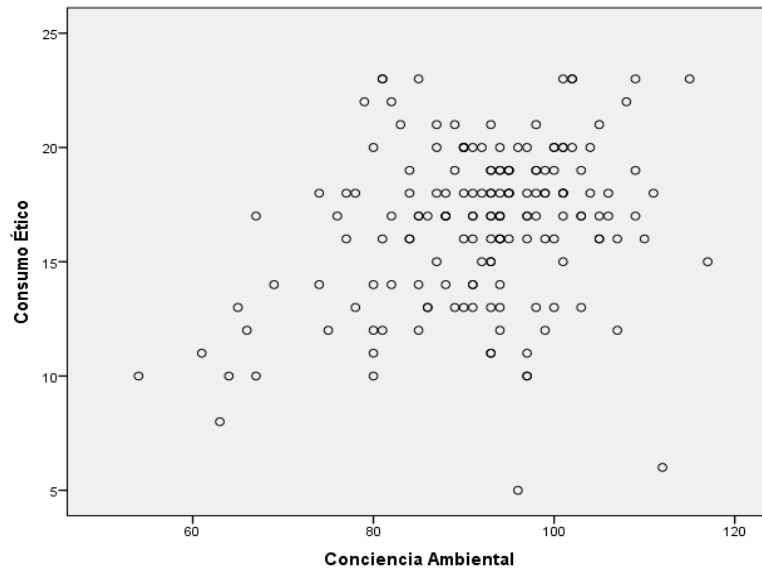
Puesto que $|t_c| > |t_t|$ en consecuencia se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna. (H_a) $14,17 > 1,975$

PASO 6: Conclusión estadística

Se concluye que la conciencia ambiental si se relaciona significativamente con el consumo responsable en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Huancavelica, 2017; con un nivel de significancia de 0,05; $|t_c| > |t_t|$; ($14,17 > 1,975$), $Rho = 0,742$.

Contrastación de la hipótesis conciencia ambiental y dimensión consumo ético en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Huancavelica Prueba de correlación Spearman

Grafico 09. Dispersión Conciencia ambiental y consumo ético



Fuente: Elaboración propia

Tabla 16. Correlación entre Conciencia ambiental y consumo ético

Correlaciones		Conciencia Ambiental	Consumo Ético
Rho de Spearman	Conciencia ambiental	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N	1,000 ,234** 166
	Consumo Ético	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N	,234** ,002 166

Fuente: Elaboración propia

Según la tabla 16 el coeficiente de correlación de Spearman, muestra que existe correlación positiva débil entre la variable conciencia ambiental y la dimensión consumo ético de la variable consumo responsable y es estadísticamente muy significativo ($r = 0,234^{**}$; $p = 0,02 < 0,05$).

Hipótesis específica 1

PASO 1: Planteamiento de la hipótesis

H₀: No existe una relación directa entre la conciencia ambiental y la dimensión consumo ético en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Huancavelica, 2017.

H₀: $\rho = 0$

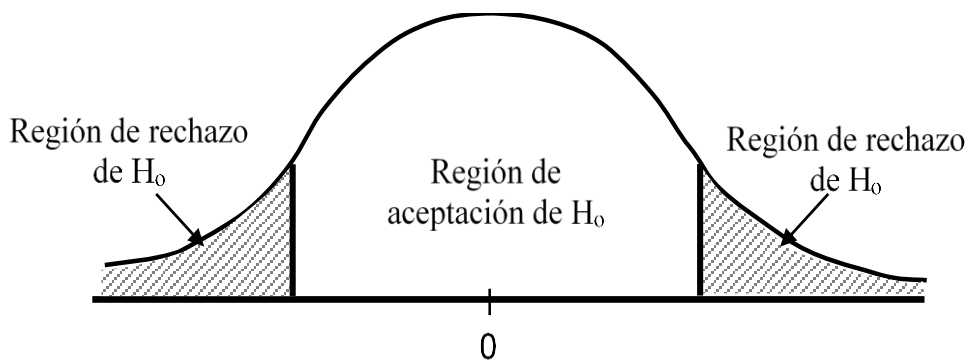
H₁: Si existe una relación directa entre la conciencia ambiental y la dimensión consumo ético en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Huancavelica, 2017.

H₁: $\rho \neq 0$

PASO 2: Nivel de significancia o riesgo

$\alpha = 0,05$; $gl = N - 2 = 166 - 2 = 164$; $tt(0,05; 164) = 1,975$

Valor crítico = 1,975



PASO 3: Regla de decisión

Si $|t_c| > |t_t|$ entonces rechazar la hipótesis nula (H_0)

Si $|t_c| < |t_t|$ entonces NO rechazar la hipótesis nula (H_0)

PASO 4: Calculo del estadístico de la prueba

La relación será cuantificada mediante el coeficiente de correlación, el cual está dado por:

$$t_c = \frac{rx\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

$$t_c = \frac{0,234\sqrt{166-2}}{\sqrt{1-0,234^2}}$$

$$t_c = 3,08$$

PASO 5: Decisión estadística

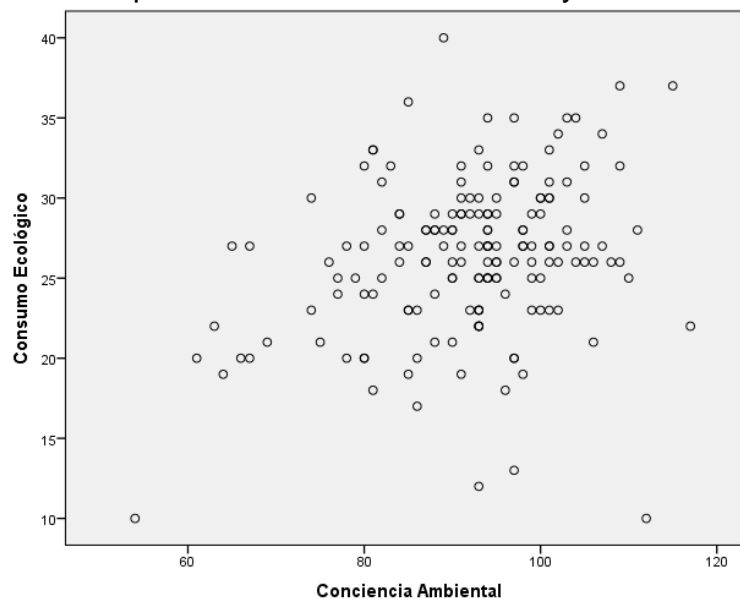
Puesto que $|t_c| > |t_t|$ en consecuencia se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna. (H_a) $3,08 > 1,975$

PASO 6: Conclusión estadística

Se concluye que la conciencia ambiental si se relaciona significativamente con la dimensión consumo ético en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Huancavelica, 2017; con un nivel de significancia de 0,05; $|t_c| > |t_t|$; ($3,08 > 1,975$), $Rho = 0,234$.

Contrastación de la hipótesis conciencia ambiental y consumo ecológico en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Huancavelica Prueba de correlación Spearman

Grafico 10. Dispersión Conciencia ambiental y consumo ecológico



Fuente: Elaboración propia

Tabla 17. Correlación entre Conciencia ambiental y consumo ecológico

Correlaciones		Conciencia Ambiental	Consumo Ecológico
Rho de Spearman	Conciencia ambiental	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,249**
		N	,001
	Consumo Ecológico	Coeficiente de correlación	166
		Sig. (bilateral)	,249**
		N	,001
		166	166

Fuente: Elaboración propia

Según la tabla 17 el coeficiente de correlación de Spearman, muestra que existe correlación positiva débil entre la variable conciencia ambiental y la dimensión consumo ecológico de la variable consumo responsable y es estadísticamente muy significativo ($r = 0,249^{**}$; $p = 0,01 < 0,05$).

Hipótesis específica 2

PASO 1: Planteamiento de la hipótesis

H₀: No existe una relación directa entre la conciencia ambiental y la dimensión consumo ecológico en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Huancavelica, 2017.

H₀: $p = 0$

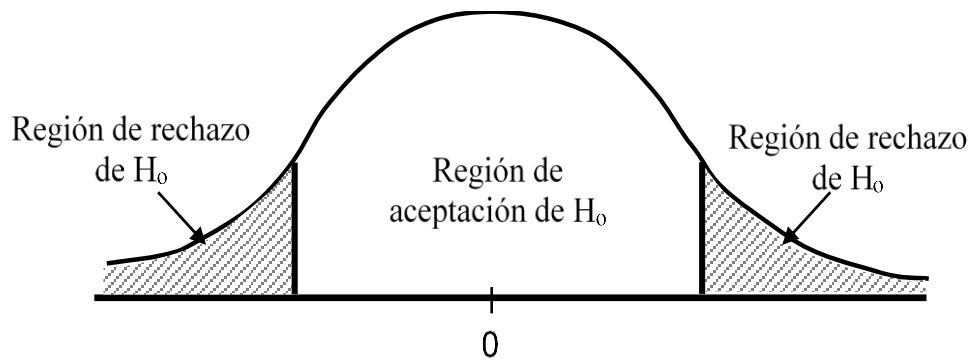
H₁: Si existe una relación directa entre la conciencia ambiental la dimensión consumo ecológico en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Huancavelica, 2017.

H₁: $p \neq 0$

PASO 2: Nivel de significancia o riesgo

$\alpha = 0,05$; $gl = N - 2 = 166 - 2 = 164$; $tt(0,05; 164) = 1,975$

Valor crítico = 1,975



PASO 3: Regla de decisión

Si $|t_c| > |t_t|$ entonces rechazar la hipótesis nula (H_0)

Si $|t_c| < |t_t|$ entonces NO rechazar la hipótesis nula (H_0)

PASO 4: Calculo del estadístico de la prueba

La relación será cuantificada mediante el coeficiente de correlación, el cual está dado por:

$$t_c = \frac{rx\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

$$t_c = \frac{0,249\sqrt{166-2}}{\sqrt{1-0,249^2}}$$

$$t_c = 3,29$$

PASO 5: Decisión estadística

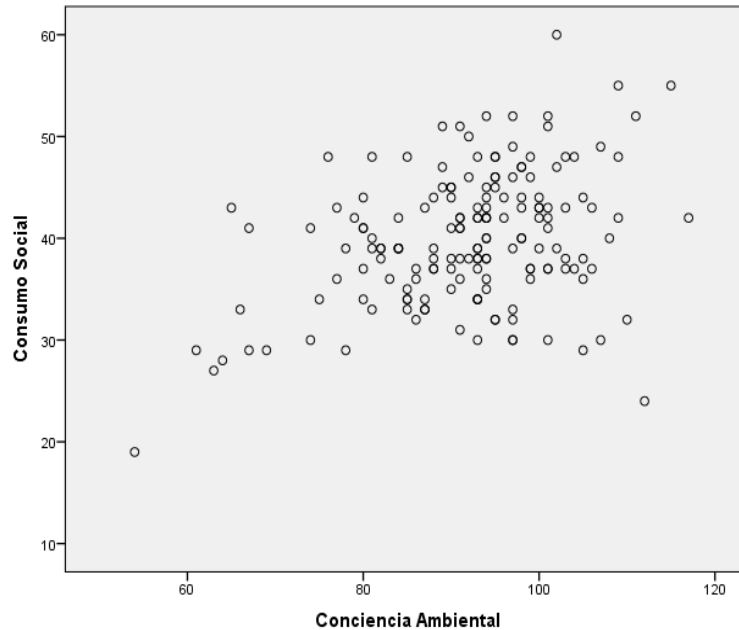
Puesto que $|t_c| > |t_t|$ en consecuencia se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna. (H_a) $3,29 > 1,975$

PASO 6: Conclusión estadística

Se concluye que la conciencia ambiental si se relaciona significativamente con la dimensión ecológico de la variable consumo responsable en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Huancavelica, 2017; con un nivel de significancia de 0,05; $|t_c| > |t_t|$; ($3,29 > 1,975$), $Rho = 0,249$.

Contrastación de la hipótesis conciencia ambiental y consumo social en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Huancavelica Prueba de correlación Spearman

Grafico 11. Dispersión Conciencia ambiental y consumo social



Fuente: Elaboración propia

Tabla 18. Correlación entre Conciencia ambiental y consumo social

Correlaciones		Conciencia Ambiental	Consumo Social
Rho de Spearman	Conciencia ambiental	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,284**
		N	166
	Consumo Social	Coeficiente de correlación	,284**
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	166	

Fuente: Elaboración propia

Según la tabla 18 el coeficiente de correlación de Spearman, muestra que existe correlación positiva media entre la variable conciencia ambiental y la dimensión consumo social de la variable consumo responsable y es estadísticamente muy significativo ($r = 0,284^{**}$; $p = 0,00 < 0,05$).

Hipótesis específica 3

PASO 1: Planteamiento de la hipótesis

H₀: No existe una relación directa entre la conciencia ambiental y la dimensión consumo social en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Huancavelica, 2017.

H₀: $\rho = 0$

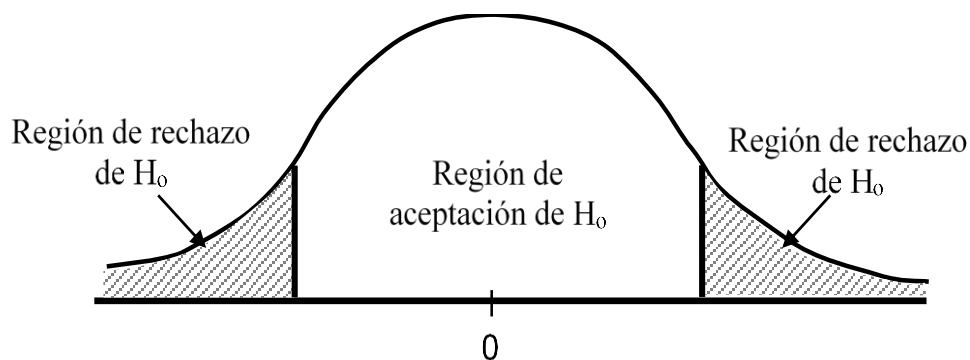
H₁: Si existe una relación directa entre la conciencia ambiental y la dimensión consumo social en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Huancavelica, 2017.

H₁: $\rho \neq 0$

PASO 2: Nivel de significancia o riesgo

$\alpha = 0,05$; $gl = N - 2 = 166 - 2 = 164$; $tt(0,05; 164) = 1,975$

Valor crítico = 1,975



PASO 3: Regla de decisión

Si $|t_c| > |t_t|$ entonces rechazar la hipótesis nula (H₀)

Si $|t_c| < |t_t|$ entonces NO rechazar la hipótesis nula (H₀)

PASO 4: Calculo del estadístico de la prueba

La relación será cuantificada mediante el coeficiente de correlación, el cual está dado por:

$$t_c = \frac{rx\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

$$t_c = \frac{0,284\sqrt{166-2}}{\sqrt{1-0,284^2}}$$

$$t_c = 3,79$$

PASO 5: Decisión estadística

Puesto que $|t_c| > |t_t|$ en consecuencia se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna. (H_a) $3,79 > 1,975$

PASO 6: Conclusión estadística

Se concluye que la conciencia ambiental si se relaciona significativamente con la dimensión social de la variable consumo responsable en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Huancavelica, 2017; con un nivel de significancia de 0,05; $|t_c| > |t_t|$; ($3,29 > 1,975$), $Rho = 0,249$.

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Antes de la aplicación de los instrumentos se validó los instrumentos por la Técnica de Juicio de Expertos. Según el informe de los expertos los instrumentos fueron considerados como aptos para ser aplicados al estudio. Asimismo, fue necesario evaluar la confiabilidad de los instrumentos, la cual se eligió una prueba piloto. Luego de la aplicación de los instrumentos en la prueba piloto se analizó el cuestionario según el coeficiente de Alfa de Cronbach. Según los resultados, los instrumentos fueron evaluados con Excelente Confiabilidad, por lo que fueron considerados como aplicables al presente estudio.

A. Contrastación de los resultados del trabajo de campo con los referentes bibliográficos de las bases teóricas

La investigación busca relacionar la variable conocimiento ambiental con el consumo responsable de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Huancavelica.

En base a los resultados obtenidos se ha determinado que existe una correlación positiva media entre las variables conocimiento ambiental y consumo responsable al obtener un coeficiente de correlación de Rho de Spearman de $r = 0,742^{**}$ (tabla 15).

Estos resultados se contrastan con otras investigaciones llevadas a cabo entre ellos se tiene a Celis⁴⁸ en su tesis “El conocimiento ambiental y la conducta hacia el medio ambiente en estudiantes de la I.E N° 32594 Yuragmarca baja, distrito de Panao, provincia de Pachitea - Huánuco 2017”. Determinó que el conocimiento ambiental se relaciona con la conducta hacia el

medio ambiente en estudiantes de la I.E N° 32594 Yuragmarca Baja, distrito de Panao, provincia de Pachitea, región Huánuco; obteniendo un coeficiente de correlación de Rho de Spearman $r=0,347^{**}$, que muestra que existe correlación positiva media entre las dos variables (conocimiento ambiental y conducta hacia el medio ambiente) y es estadísticamente muy significativo.

En la investigación sustentada por Herrera⁴⁹ en su tesis “Conciencia ambiental en los estudiantes del tercer grado de educación secundaria del colegio nacional Politécnico del Callao, 2016”; determino que el nivel de conciencia ambiental es regular para el 60% de los estudiantes de tercer grado de secundaria del colegio nacional Politécnico del Callao, 2016, alto para el 34%, y bajo para el 6%.

Carrasco y La Rosa⁹, en la investigación sobre Conciencia ambiental: Una propuesta integral para el trabajo docente en el II ciclo del nivel inicial, en los resultados su cuestionario aplicado, señalan que el 50% de la muestra indica haber recibido información sobre conciencia ambiental y cómo desarrollarla, y un 50% señala lo contrario, pero en la pregunta en la que se cuestiona si se conoce el proceso para lograr la toma de conciencia ambiental, los números cambian, un 85% señala no conocer el proceso y un 15% que sí lo conoce.

En la **hipótesis específica 1**; se señala que existe una correlación positiva débil entre la variable conocimiento ambiental y la dimensión consumo ético de la variable consumo responsable. Estos resultados se contrastan con la investigación de Mejía⁵⁰ en su investigación “Consumo responsable y conciencia ambiental: encuentros y desencuentros” quien señala que existen dos indicadores de una conciencia ambiental constituida en las personas: una es el consumo como un acto obligado que reproduce la economía y se

convierte en el motor de la misma, todo está impulsado por el crecimiento económico promovido por la revolución industrial, y la segunda la conciencia acerca del consumo indiscriminado y la escasez de recursos, aspectos evidenciados a raíz de las consecuencias insatisfactorias del proceso de desarrollo y principales motivadores de la construcción de una conciencia ambiental en las personas.

En la **hipótesis específica 2**; indica una correlación positiva débil entre la variable conocimiento ambiental y la dimensión consumo ecológico de la variable consumo responsable; Miranda⁵¹ evidencio una actitud relativamente alta de los estudiantes hacia conductas ecológicamente responsables, corroborando lo encontrado en la investigación.

En la **hipótesis específica 3**; se señala que existe una correlación positiva media entre la variable conocimiento ambiental y la dimensión consumo social de la variable consumo responsable; siendo resultados alentadores toda vez que Palafox *et al* ⁵² mencionan que la población joven teniendo la accesibilidad a la información debido al Internet y redes sociales, la mayoría de las personas desconocen la temática sobre consumo responsable, y por ende lo que es ser Consumidor Socialmente Responsable. Si bien los consumidores al parecer tienen idea de lo que sería practicar un consumo responsable, no lo hacen.

B. Contrastación de la hipótesis general en base a la prueba de hipótesis

Contraste de hipótesis general

Ante la afirmación de que: “El conocimiento ambiental se relaciona significativamente con el consumo responsable en estudiantes de la

Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Huancavelica”. Se ha podido corroborar con los resultados obtenidos, tal como se muestra en la tabla 15 de los resultados, donde se demuestra que la significancia asintótica es estadísticamente muy significativa entre el conocimiento ambiental y consumo responsable en estudiantes, puesto que a la prueba de rho de Spearman para el contraste de hipótesis muestra que el p valor = $0,000 < 0,05$.

Realizando el procesamiento de los datos mediante las herramientas estadísticas se correlacionó los puntajes obtenidos en la escala de conciencia ambiental y los puntajes de la escala de consumo responsable de los 166 estudiantes hallándose el valor del coeficiente de correlación de Spearman $\rho = 0,742^{**}$ seguidamente se realizó la prueba de hipótesis realizándose la comparación entre el valor teórico de la t de Student (1,975) y el valor de la t de Student calculado (14,17) en la muestra de investigación, llegándose a rechazar la hipótesis nula (H_0) y a aceptar la hipótesis alterna (H_1) demostrándose así que si existe una correlación directa entre los puntajes de conciencia ambiental y los puntajes de consumo responsable en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Huancavelica.

Contraste de hipótesis específica 1

Ante la afirmación de que: “El conocimiento ambiental se relaciona significativamente con la dimensión consumo ético en estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Huancavelica”. Se ha podido corroborar con los resultados obtenidos, tal como se muestra en la tabla 16 de los resultados, donde se demuestra que la significancia

asintótica es estadísticamente muy significativa entre el conocimiento ambiental y el consumo ético en estudiantes, puesto que a la prueba rho de Spearman para el contraste de hipótesis muestra que el p valor = $0,02 < 0,05$.

Realizando el procesamiento de los datos mediante las herramientas estadísticas se correlacionó los puntajes obtenidos en la escala de conciencia ambiental y los puntajes de la escala de consumo ético de los 166 estudiantes hallándose el valor del coeficiente de correlación de Spearman $\rho = 0,234^{**}$ seguidamente se realizó la prueba de hipótesis realizándose la comparación entre el valor teórico de la t de Student (1,975) y el valor de la t de Student calculado (3,08) en la muestra de investigación, llegándose a rechazar la hipótesis nula (H_0) y a aceptar la hipótesis alterna (H_1) demostrándose así que si existe una correlación directa entre los puntajes de conciencia ambiental y los puntajes de consumo ético en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Huancavelica.

Contraste de hipótesis específica 2

Ante la afirmación de que: “El conocimiento ambiental se relaciona significativamente con la dimensión consumo ecológico en estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Huancavelica”. Se ha podido corroborar con los resultados obtenidos, tal como se muestra en la tabla 17 de los resultados, donde se demuestra que la significancia asintótica es estadísticamente muy significativa entre el conocimiento ambiental y el consumo ecológico en estudiantes, puesto que a la prueba

rho de Spearman para el contraste de hipótesis muestra que el p valor = $0,01 < 0,05$.

Realizando el procesamiento de los datos mediante las herramientas estadísticas se correlacionó los puntajes obtenidos en la escala de conciencia ambiental y los puntajes de la escala de consumo ecológico de los 166 estudiantes hallándose el valor del coeficiente de correlación de Spearman $\rho = 0,249^{**}$ seguidamente se realizó la prueba de hipótesis realizándose la comparación entre el valor teórico de la t de Student (1,975) y el valor de la t de Student calculado (3,29) en la muestra de investigación, llegándose a rechazar la hipótesis nula (H_0) y a aceptar la hipótesis alterna (H_1) demostrándose así que si existe una correlación directa entre los puntajes de conciencia ambiental y los puntajes de consumo ecológico en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Huancavelica.

Contraste de hipótesis específica 3

Ante la afirmación de que: “El conocimiento ambiental se relaciona significativamente con la dimensión consumo social en estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Huancavelica”. Se ha podido corroborar con los resultados obtenidos, tal como se muestra en la tabla 18 de los resultados, donde se demuestra que la significancia asintótica es estadísticamente muy significativa entre el conocimiento ambiental y el consumo ético en estudiantes, puesto que a la prueba rho de Spearman para el contraste de hipótesis muestra que el p valor = $0,000 < 0,05$.

Realizando el procesamiento de los datos mediante las herramientas estadísticas se correlacionó los puntajes obtenidos en la escala de conciencia ambiental y los puntajes de la escala de consumo social de los 166 estudiantes hallándose el valor del coeficiente de correlación de Spearman $\rho = 0,284^{**}$ seguidamente se realizó la prueba de hipótesis realizándose la comparación entre el valor teórico de la t de Student (1,975) y el valor de la t de Student calculado (3,79) en la muestra de investigación, llegándose a rechazar la hipótesis nula (H_0) y a aceptar la hipótesis alterna (H_1) demostrándose así que si existe una correlación directa entre los puntajes de conciencia ambiental y los puntajes de consumo social en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Huancavelica.

C. Aporte científico de la investigación

Aporte científico teórico:

- El conocimiento ambiental es un factor determinante y esencial para que el estudiante presente un consumo responsable, es lo que se arriba según la investigación, contribuyendo a lo enunciado por Baudrillard⁵³ lo cual considera que una verdadera teoría de los objetos y del consumo no se debe fundar sobre una teoría de las necesidades y de su satisfacción, sino sobre una teoría de la prestación social y de la significación.
- La investigación contribuye teóricamente que los estudiantes con un nivel alto de conciencia ambiental promueven un eficiente consumo responsable, afirmado por Lorek y Fuch⁵⁴, según sus estudios realizados afirman que los consumidores reportan más intenciones ecológicas.

- La conciencia ambiental conlleva cuatro dimensiones fundamentales como: *la dimensión afectiva*; que una pequeña demostración de afecto pone en evidencia la carga afectiva a favor del ambiente, dependiendo de la sensibilidad ambiental del estudiante se caracteriza por dar valor a los intereses ambientales sobre los económicos; *la dimensión cognitiva*; es relevante desde la valoración familiar como transmisor de una cultura ambiental válida para cada comunidad; *la dimensión conativa*; el estudiante tiene que poseer responsabilidad y compromiso ambiental desde su formación profesional y a lo largo de su vida, y *la dimensión activa*; que son las conductas rutinarias en los estudiantes manifestándose en favor del ambiente.
- El consumo responsable conlleva tres dimensiones fundamentales como el consumo ético; reducir ese consumo disminuyendo los residuos y la contaminación; el consumo ecológico, la reducción por medio de la aplicación del reciclaje, reducción y reutilización de los residuos; la agricultura ecológica, entre otras actividades que contribuyan al entorno ambiental; y el consumo social, que es el desarrollo equitativo y sustentable entre consumidor y el productor.

Aporte científico práctico:

- La investigación demuestra que urge la necesidad en los estudiantes; un fortalecimiento de capacidades sobre el consumo responsable, por ser de vital importancia para la sostenibilidad ambiental; debido a que un consumo incontrolado e irresponsable de las personas, compromete a los recursos naturales de las presentes y futuras generaciones.

- Los resultados encontrados, indica que el acto de consumir no es malo ni bueno, es indispensable, por tanto, debemos realizarlo en forma eficiente y responsable, de manera tal que satisfacemos nuestras necesidades, pero con conciencia ambiental; los universitarios deben adoptar nuevos modelos de consumo en donde promuevan las capacidades de consumo necesarios para su bienestar personal; pero esto debe contrastarse con una investigación en la cual se implementé un programa de consumo responsable, y observar sus logros.

CONCLUSIONES

- Se determinó que existe una relación directa entre la conciencia ambiental y el consumo responsable en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Huancavelica; obteniendo un coeficiente de correlación de Rho de Spearman $r = 0,742^{**}$, que muestra que existe correlación positiva considerable entre las dos variables, es estadísticamente muy significativo, con un nivel de significancia de 0,05 y t calculada es mayor que la t teórica $|t_c| > |t_t|$ ($14,17 > 1,975$).
- Se identificó que existe una relación directa entre la conciencia ambiental y el consumo ético en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Huancavelica; obteniendo un coeficiente de correlación de Rho de Spearman $r = 0,234^{**}$, que muestra que existe correlación positiva débil entre las dos variables, es estadísticamente muy significativo, con un nivel de significancia de 0,05 y t calculada es mayor que la t teórica $|t_c| > |t_t|$ ($3,08 > 1,975$).
- Se determino que existe una relación directa entre la conciencia ambiental y el consumo ecológico en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Huancavelica; obteniendo un coeficiente de correlación de Rho de Spearman $r = 0,249^{**}$, que muestra que existe correlación positiva débil entre las dos variables, es estadísticamente muy significativo, con un nivel de significancia de 0,05 y t calculada es mayor que la t teórica $|t_c| > |t_t|$ ($3,29 > 1,975$).
- Se estableció que existe una relación directa entre la conciencia ambiental y el consumo social en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Huancavelica; obteniendo un coeficiente de correlación de Rho de Spearman $r = 0,284^{**}$, que muestra que existe

correlación positiva media entre las dos variables, es estadísticamente muy significativo, con un nivel de significancia de 0,05 y t calculada es mayor que la t teórica $|t_c| > |t_t|$ ($3,79 > 1,975$).

SUGERENCIAS

- Promover e impulsar el desarrollo de programas de capacidades en las dos Escuelas Profesionales de Ingeniería Agroindustrial y Agronomía de la Facultad de Ciencias Agrarias de la UNH que fortalezcan el desarrollo de las dimensiones de la conciencia ambiental y consumo responsable.
- La Facultad de Ciencias Agrarias debe gestionar políticas ambientales sostenibles, para formar profesionales con conciencia ambiental, capaces de disminuir los impactos ambientales generados en su actividad.
- Capacitar a los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrarias de la UNH en valores culturales favorables a la sostenibilidad ambiental.
- La Facultad de Ciencias agrarias de la UNH, debe realizar campañas de sensibilización para el consumo responsable de papel, contribuyendo al desarrollo sostenible.
- La Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Huancavelica debe impulsar políticas activas para promover el Comercio Justo, de esta forma lograr un eficiente consumo social.
- La Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Huancavelica a través de los grupos de Proyección Social deben impulsar el consumo responsable en los diferentes niveles educativos y en la población en general.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Montilla B, Rico J, Rodríguez J, Romero E, Ruiz L y Salas L. Evolución del Programa Agenda 21 desde sus Inicios Hasta el Año 2007. Mérida, República Bolivariana de Venezuela. 2008.
2. PNUD. Informe sobre Desarrollo Humano. España: Ed. Mundi. 1998.
3. Mendiola C. Guía de Buenas Prácticas para el Consumidor Responsable. Proyecto Ciudadanía Ambiental Global. PNUMA/CI/ASPEC. Lima, 2006.
4. CEPAL/Naciones Unidas. Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible Una oportunidad para América Latina y el Caribe. Santiago. 2018.
5. Acebal M. Conciencia Ambiental y Formación de Maestras y Maestros, Tesis doctoral, Facultad de Ciencias de la Educación, Universidad de Málaga. 2010.
6. Coya M. Ambientalización de la Universidad de Santiago de Compostela. Tesis Doctoral. Universidad de Santiago de Compostela. España. 2001.
7. Arenas R. Actitud De Los Estudiantes De La Universidad Autónoma Juan Misael Saracho Hacia la Educación Ambiental, Tesis doctoral, Departamento de Didáctica y Organización Educativa, Universidad De Sevilla. 2009.
8. Contreras S. Actitudes ambientales de los estudiantes de secundaria en Baja California: características personales y académicas asociadas, Tesis maestría, Instituto de Investigación y Desarrollo Educativo, Universidad Autónoma De Baja California. 2012.
9. Carrasco M y La Rosa M. Conciencia ambiental: Una propuesta integral para el trabajo docente en el II ciclo del nivel inicial. Tesis de Pre grado. Pontificia Universidad Católica Del Perú Facultad De Educación. Perú. 2013.
10. Oseda D. Programa experimental interactivo del desarrollo de actitudes y su influencia en la sostenibilidad ambiental en estudiantes de la Facultad de Ingeniería de la Universidad Peruana los Andes de Huancayo – 2009, Tesis doctoral, Universidad Enrique Guzmán y valle cantuta. 2012.
11. Corraliza J, Martín R, Moreno M y Berenguer J. El Estudio de la Conciencia Ambiental. Revista de Medio Ambiente, 2002, 40:36-38.
12. Sauvé L. Perspectivas curriculares para la formación de formadores en Educación ambiental. I Foro Nacional sobre la incorporación de la perspectiva ambiental en la formación técnica y profesional. Universidad Autónoma de San Luis Potosí. México. 2003.

13. Chuliá E. "La conciencia medioambiental de los españoles en los noventa", *Analistas sociopolíticos*, 1995.
14. De Castro R. Educación Ambiental. En J. I. Aragonés y M. Américo (Eds.), *Psicología Ambiental*. Madrid: Pirámide. 1998.
15. Alea A. Diagnóstico y Potenciación de la Educación Ambiental en Jóvenes. 2006.
16. Corral-Verdugo V. A structural model of reuse and recycling in Mexico. *Environment and Behavior*. 1996.
17. Hernández B y Hidalgo M. Actitudes y creencias hacia el medio ambiente. En J. J. Aragonés & M. Américo (Eds.), *Psicología Ambiental* (pp. 281-302). Madrid: Pirámide. 1998.
18. UNESCO-PNUMA. 1994.
19. Zeballos M. Impacto de Un Proyecto de Educación Ambiental en Estudiantes De Un Colegio En Una Zona Marginal De Lima, Tesis maestría, Pontificia Universidad Católica Del Perú. 2005.
20. Brockmole J y Wang F. Changing Perspectives within an across Environments. *Cognition*. 2003.
21. Rodríguez R. El paisaje de las costas españolas. Mallorca: ECORED. 1991.
22. García N. El consumo sirve para pensar (*). En: *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. México, Grijalbo. 1995. pp. 41-55.
23. Vargas J. Responsabilidad Social Empresarial (RSE) desde la perspectiva de los consumidores. *RS*. 2011.
24. Lechner R. Las sombras del mañana: la dimensión subjetiva de la política. Edit. Lom, Santiago de Chile. 2002.
25. Marcaide A. Consumo Responsable y Desarrollo Sostenible Tendencias de Consumo Responsable. 2012.
26. CRIC. ¿Y eso del consumo transformador? Dándole vueltas a la propuesta. 2007.
27. Barrena P y Almenara A. Consumo Responsable. Manual para una compra consciente. 2009.
28. ConSumaResponsabilidad. Guía de Consumo responsable y solidario de la Comunidad de Madrid. Madrid: Ed. Traficantes de Sueños. 2006.

29. Cárdenas C, Ramírez A, Vásquez O, Valbuena G y Lobo I. El consumo: una responsabilidad en dos direcciones, RS, 2009; 9:19-21.
30. Fundación Ambiente y Recursos Naturales (FARN). Ciudadanía ambiental y consumo responsable de energía. Buenos Aires – Argentina. 2010.
31. Iglesias J. “La irresponsabilidad del consumo responsable como propuesta transformación social”. 2009.
32. Crane A y Matten D. Business Ethics. A European Perspective: Managing Corporate Citizenship and Sustainability in the Age of Globalization. USA: Oxford University Press. 2004.
33. Carosio A. El consumo en la encrucijada ética. Utopía y Praxis Latinoamericana, 13(41), 2008. pp. 13-45.
34. Lara J. Reducir, Reutilizar, Reciclar. Elementos: Ciencia y cultura, 15(069), 2008. pp. 45-48.
35. Reintjes C. La Economía Solidaria: innovación y transformación de la sociedad y de la economía, construyendo una verdadera democracia social, política y económica. Ecología Política (27), 2004. pp. 63-69.
36. Jiménez O, Ojeda R y López N. El consumidor con estudios de posgrado y su percepción sobre la responsabilidad social corporativa. Facultad de Contaduría y Administración – Universidad Autónoma de Yucatán. 2015.
37. Holahan J. Psicología Ambiental: Un Enfoque General. México: Limusa. 2006.
38. Bravo F. “Actores políticos y conciencia ambiental en el Perú”. Consulta: 25 de Mayo del 2018 <1Thttp://www.congreso.gob.pe/historico/cip/materiales/forestal/ArticuloConcAmbiental2.pdf1T>. 2004.
39. Álvarez M. La educación del consumidor: una temática curricular que hace posible la transversalización de los transversales en la práctica docente. Revista de ciencias de la educación, N° 159. 1994.
40. Folch R. Ambiente, emoción y ética. Barcelona: Ed. Ariel. 1988.
41. Gracia E. El trampolín fáustico: ciencia mito y poder en el desarrollo sostenible. Valencia: ediciones Tilde. 1999.
42. Arias F. El Proyecto de Investigación: Introducción a la metodología científica. Sexta edición ampliada. Impresión: Suplidora Van, C.A. 2012.
43. Carrasco S. Metodología de la Investigación Científica Lima Segunda Reimpresión, 2009.

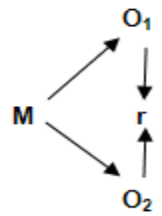
44. Cabanillas A. Técnicas de lectura y redacción de textos. San Luis Potosí-México. 2004.
45. Ruiz C. Instrumentos de Investigación Aaucativa. Venezuela: Fedupel. 2002.
46. Baptista P, Fernández C y Hernández R. Metodología de la Investigación. México: McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S.A. Sexta Edición. 2014.
47. Hernández R. Metodología de la Investigación. México: Me Graw Hill. 2006.
48. Celis E. "El conocimiento ambiental y la conducta hacia el medio ambiente en estudiantes de la I.E N° 32594 Yuragmarca baja, distrito de Panao, provincia de Pachitea - Huánuco 2017". Facultad de Ingeniería. Universidad de Huánuco. 2017.
49. Herrera J. Conciencia ambiental en los estudiantes del tercer grado de educación secundaria del colegio nacional Politécnico del Callao, 2016. Facultad de Educación e Idiomas. Universidad Cesar Vallejo. Lima, Perú. 2017.
50. Mejía M. Consumo responsable y conciencia ambiental: Encuentros y desencuentros. Facultad de Ciencias Sociales y humanas. Universidad de Antioquia. Medellín, Colombia. 2011.
51. Miranda D. Medición de la Conciencia Ambiental en estudiantes de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Tumbes. Revista Humanidades e innovación. 2017; 4(2):108.
52. Palafox C. Dulce Sarahí Elizalde D y Joel Enrique Espejel J. Comportamiento del consumidor socialmente responsable en sonora. 2015.
53. Baudrillard J. Crítica de la economía política del signo, siglo XXI. 1974.
54. Lorek S y Fuchs D. (2013) "Strong sustainable consumption governance-precondition for a degrowth path?" Journal of Cleaner Production. 2013. (38): 36-4.

Anexos

ANEXO N° 01

MATRIZ DE CONSISTENCIA

Conciencia Ambiental y Consumo Responsable de los estudiantes de la Universidad Nacional de Huancavelica

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Metodología
<p>Problema general: ¿De qué manera la conciencia ambiental se relaciona con el consumo responsable de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Huancavelica, 2017?</p>	<p>Objetivo general: Relacionar la conciencia ambiental y el consumo responsable en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Huancavelica, 2017.</p>	<p>Hipótesis general: Existe una relación directa significativa entre la conciencia ambiental y el consumo responsable en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Huancavelica, 2017.</p>	<p>Variable 1: Conciencia ambiental, Corraliza, Martín, Moreno y Berenguer (2004). Dimensiones: 1. Cognitiva. 2. Afectiva. 3. Conativa. 4. Activa.</p>	<p>Tipo de investigación: Aplicada</p> <p>Nivel de investigación: Correlacional.</p> <p>Diseño de investigación: No experimental: Descriptivo correlacional simple</p>
<p>Problemas específicos:</p> <ol style="list-style-type: none"> ¿De qué manera la conciencia ambiental se relaciona con la dimensión consumo ético de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Huancavelica, 2017? ¿De qué manera la conciencia ambiental se relaciona con la dimensión consumo ecológico en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Huancavelica, 2017? ¿De qué manera la conciencia ambiental se relaciona con la dimensión consumo social en los 	<p>Objetivos específicos:</p> <ol style="list-style-type: none"> Identificar la relación que existe entre la conciencia ambiental y la dimensión consumo ético de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Huancavelica, 2017. Determinar la relación que existe entre la conciencia ambiental y la dimensión consumo ecológico de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Huancavelica, 2017. Establecer la relación que existe entre la conciencia ambiental y la dimensión consumo social de los 	<p>Hipótesis específicas:</p> <ol style="list-style-type: none"> Existe una relación directa significativa entre la conciencia ambiental y la dimensión consumo ético en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Huancavelica, 2017. Existe una relación directa significativa entre la conciencia ambiental y la dimensión consumo ecológico en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Huancavelica, 2017. Existe una relación directa significativa entre la conciencia ambiental y la dimensión consumo social en 	<p>Variable 2: Consumo responsable. Iglesias (2009). Dimensiones: 1. Consumo ético. 2. Consumo Ecológico. 3. Consumo Social.</p>	 <p>Donde: M = muestra. O₁ = Variable 1. O₂ = Variable 2. r = relación entre variables.</p> <p>Población y Muestra: Población: Conformado por los 293 estudiantes de la</p>

<p>estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Huancavelica, 2017?</p>	<p>estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Huancavelica, 2017.</p>	<p>los estudiantes de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Huancavelica, 2017.</p>	<p>Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Huancavelica 2016.</p> <p>Muestra: Muestreo estratificado a los 166 estudiantes de ambas escuelas de la Facultad Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Huancavelica.</p> <p>Técnicas e Instrumentos de Recolección de datos: Las documentadas, (las fichas bibliográficas, de resumen, de párrafo). Las no documentadas (las encuestas).</p> <p>Técnicas Estadísticas de análisis y procesamientos de Datos: La prueba de correlación de Sperman. Además se realizó con el software MS-Excel 2010 y el SPSS para el procesamiento de datos.</p>
----------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Ing. Rafael Julián MALPARTIDA YAPIAS.

ANEXO N° 02
OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS O PREGUNTAS	N° DE PREGUNTAS	INDICE	INSTRUMENTO
CONCIENCIA AMBIENTAL Corraliza, Martín, Moreno y Berenguer (2004).	1. AFECTIVA	1.1. Interés por la sensibilidad ambiental constantemente	1.1.1. Prioriza usted el problema del medio ambiente frente a otras problemáticas sociales.	3	Escala ordinal: 1. Totalmente en desacuerdo. 2. En desacuerdo. 3. Indiferente/ no opina. 4. De acuerdo. 5. Totalmente de acuerdo	Cuestionario de encuesta.
			1.1.2. Los universitarios perciben así mismos como preocupados por el medio ambiente.			
			1.1.3. La Facultad conserva su medio ambiente a nivel local.			
		1.2. Fomenta los valores ecologistas frecuentemente	1.2.1. Muchas de las afirmaciones sobre amenazas medioambientales son exageradas.	4		
			1.2.2. ¿Se preocupa demasiado por el medio ambiente y no por los precios y la situación laboral actual?			
			1.2.3. ¿Usted cree que su actividad cotidiana esté perjudicando el medio ambiente?			
			1.2.4. Es necesario separar los residuos que generamos.			
		1.3. Se preocupa por el medio ambiente constantemente	1.3.1. ¿Le gustaría que la facultad brinde mayor información ambiental?	4		
			1.3.2. ¿Está dispuesto a cambiar su estilo de vida para que otros puedan vivir mejor?			
			1.3.3. Pienso que respetar la naturaleza es como respetarme a mí mismo porque formo parte de ella.			
	1.3.4. ¿El uso de los vehículos automotores contribuye a contaminar el aire?					
	2. COGNITIVA	2.1. Fomenta la problemática del medio ambiente habitualmente	2.1.1. ¿Reconociste que el ambiente se ha dañado con el adelanto tecnológico que se ha dado a través de los tiempos?	3		
			2.1.2. ¿Estás de acuerdo que la conciencia ambiental es el cambio de actitud que se tiene para conservar el medio ambiente?			

		2.2. Identifica factores favorables para el medio ambiente en su entorno	2.1.3. ¿Entiendes que como persona debes cuidar el medio ambiente que te rodea, para tu bien y el de tu comunidad?	2		
			2.2.1. ¿Te opones a la quema de basura, a arrojar material de desecho a los desagües o al río, a la utilización de pesticidas que malogran el suelo y el medio ambiente?			
			2.2.2. ¿Te gustaría cuidar el medio ambiente de tu hogar, universidad y comunidad?			
	3. CONATIVA	3.1. Percepción de la responsabilidad ambiental individual.	3.1.1. ¿Una persona como usted puede hacer algo por el medio ambiente?	2		
			3.1.2. ¿Tiene sentido que usted haga lo que pueda por el medio ambiente, a menos que los demás hagan lo mismo?			
		3.2. Realiza conductas pro ambientales a favor del medio ambiente	3.2.1. ¿Dejarías de usar el vehículo por razones medioambientales?	1		
		3.3. Asume costos asociados a medidas de políticas ambientales en su entorno	3.3.1. ¿Pagarías más precio por el uso del agua?	2		
	3.3.2. ¿Estás de acuerdo con que se multe a los ciudadanos que no reciclen correctamente?					
	4. ACTIVA	4.1. Participa como generador de conciencia ambiental en su entorno	4.1.1. ¿Participas en grupos de trabajo para tener una Facultad limpia con sembrado de árboles y flores y estar pendientes de su cuidado?	1		
		4.2. Se interesa por la formación ambiental frecuentemente	4.2.1. ¿Cuándo realizan curso – taller de estrategias de aprendizaje activo ambiental participarías?	3		
			4.2.2. ¿Apoyarías voluntariamente en campañas ambientales?			
			4.2.3. ¿Participarías con agrado en la realización del biohuerto?			
1. CONSUMO ÉTICO	1.1. Fomenta el consumo responsable frecuentemente	1.1.1. Consume productos que respeten el medio ambiente	7	Escala ordinal: 1. Totalmente en desacuerdo. 2. En desacuerdo. 3. Indiferente/ no	Cuestionario de encuesta.	
		1.1.2. Adquiero electrodomésticos de bajo consumo energético y agua.				
		1.1.3. Siempre leo la fecha de vencimiento cuando compro alimentos.				

			1.1.4. Me informo de las ofertas y promociones disponibles para hacer una compra más conveniente.	3	opina. 4. De acuerdo. 5. Totalmente de acuerdo	
			1.1.5. Antes de comprar un producto comparo precios.			
			1.1.6. Elijo productos con envase ecológico o reciclable.			
			1.1.7. Valoro si el producto es útil o necesario antes de efectuar una compra.			
		1.2. Asume valores consumista frecuentemente	1.1.8. Acostumbro comprar los mismos productos que compran mis amigos			
			1.1.9. Cuando más compro y consumo, más feliz soy.			
			1.1.10. Muchas veces compro cosas inútiles que después me arrepiento de haber comprado.			
	2. CONSUMO ECOLÓGICO	2.1. Valora económicamente los residuos en su entorno	2.1.1. En mi casa separamos los residuos sólidos (botellas, papel, plásticos, etc.) del resto.	5		
			2.1.2. Considera usted que todos los residuos que produce la universidad se pueden reciclar.			
			2.1.3. Cree usted que reducirá la cantidad de residuos que produce no tirando cosas que estén en buen estado.			
			2.1.4. ¿Los estudiantes tienen conocimiento del valor económico que actualmente tiene los residuos sólidos?			
			2.1.5. Reutilizo papel en la impresión de documentos.			
		2.2. Usa los recursos eficientemente	2.2.1. Realizo una ducha corta cuidando el agua.	3		
2.2.2. ¿El uso del gas natural favorecerá a evitar la contaminación atmosférica?						
2.2.3. ¿El uso de los vehículos automotores contribuye a contaminar el aire?						
3. CONSUMO SOCIAL	3.1. Interés por las compras en empresas que son respetuosas con el medio ambiente	3.1.1. Consumo productos o servicios que supongan una mejora para las condiciones de vida de comunidades subdesarrolladas o en desarrollo.	4			

			<p>3.1.2. Los avisos publicitarios brindan información suficiente para la compra de productos.</p> <p>3.1.3. Cuando compro indumentaria, la marca del producto es determinante.</p> <p>3.1.4. Ante 2 productos similares, compraría el de una empresa socialmente responsable aunque tenga que pagar un poco más.</p>			
		3.2. Interés por las políticas ambientales en su entorno.	<p>3.2.1. El Estado debe tener un rol activo para apoyar e incentivar la actuación responsable de empresas y consumidores.</p> <p>3.2.2. Desconozco las políticas ambientales de las empresas a las cuales compro productos.</p> <p>3.2.3. No conozco las entidades en las que puedo reclamar mis derechos como consumidor</p>	3		



UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZAN
ANEXO N° 03

CUESTIONARIO DE ENCUESTA SOBRE LA CONCIENCIA AMBIENTAL Y CONSUMO RESPONSABLE

Código:

Fecha:

INSTRUCCIONES: Joven estudiante, a continuación, usted encontrará un conjunto de ítems referentes con la conciencia ambiental, los mismos que deberá responder con sinceridad, considerando que no existen respuestas correctas ni incorrectas, marcando con un aspa (x) aquella proposición que mejor exprese su punto de vista, de acuerdo al siguiente código.

Totalmente de acuerdo	5
De acuerdo	4
Indiferente/no sabe	3
En desacuerdo	2
Totalmente en desacuerdo	1

PARTE I: CONCIENCIA AMBIENTAL

D/N°	ITEMS O PREGUNTAS	Puntuación Likert				
		1	2	3	4	5
1	01 Prioriza usted el problema del medio ambiente frente a otras problemáticas sociales.					
	02 Los universitarios perciben así mismos como preocupados por el medio ambiente.					
	03 La Facultad conserva su medio ambiente a nivel local.					
	04 Muchas de las afirmaciones sobre amenazas medioambientales son exageradas.					
	05 ¿Se preocupa demasiado por el medio ambiente y no por los precios y la situación laboral actual?					
	06 ¿Usted cree que su actividad cotidiana esté perjudicando el medio ambiente?					
	07 Es necesario separar los residuos que generamos					
	08 ¿Le gustaría que la Facultad brinde mayor información ambiental?					
	09 ¿Está dispuesto a cambiar su estilo de vida para que otros puedan vivir mejor?					
	10 Pienso que respetar la naturaleza es como respetarme a mí mismo porque formo parte de ella.					
	11 ¿El uso de los vehículos automotores contribuye a contaminar el aire?					
2	12 ¿Reconociste que el ambiente se ha dañado con el adelanto tecnológico que se ha dado a través de los tiempos?					
	13 ¿Estás de acuerdo que la conciencia ambiental es el cambio de actitud que se tiene para conservar el medio ambiente?					
	14 ¿Entiendes que como persona debes cuidar el medio ambiente que te rodea, para tu bien y el de tu comunidad?					
	15 ¿Te opones a la quema de basura, a arrojar material de desecho a los desagües o al río, a la utilización de pesticidas que malogran el suelo y el medio ambiente?					
	16 ¿Te gustaría cuidar el medio ambiente de tu hogar, universidad y comunidad?					
3	17 ¿Una persona como usted puede hacer algo por el medio ambiente?					
	18 ¿Tiene sentido que usted haga lo que pueda por el medio ambiente, a menos que los demás hagan lo mismo?					
	19 ¿Dejarías de usar el vehículo por razones medioambientales?					
	20 ¿Pagarías más precio por el uso del agua?					
4	21 ¿Estás de acuerdo con que se multe a los estudiantes que no reciclen correctamente?					
	22 ¿Participas en grupos de trabajo para tener una Facultad limpia con sembrado de árboles y flores y estar pendientes de su cuidado?					
	23 ¿Cuándo realizan curso – taller de estrategias de aprendizaje activo ambiental participarías?					
	24 ¿Apoyarías voluntariamente en campañas ambientales?					
	25 ¿Participarías con agrado en la realización del biohuerto?					

PARTE II: CONSUMO RESPONSABLE

D/N°	ITEMS O PREGUNTAS	Puntuación Likert				
		1	2	3	4	5
1	01	Consumo productos que respeten el medio ambiente				
	02	Adquiero electrodomésticos de bajo consumo energético y agua.				
	03	Siempre leo la fecha de vencimiento cuando compro alimentos.				
	04	Me informo de las ofertas y promociones disponibles para hacer una compra más conveniente.				
	05	Antes de comprar un producto comparo precios.				
	06	Elijo productos con envase ecológico o reciclable.				
	07	Valoro si el producto es útil o necesario antes de efectuar una compra.				
	08	Acostumbro comprar los mismos productos que compran mis amigos.				
	09	Cuando más compro y consumo, más feliz soy.				
	10	Muchas veces compro cosas inútiles que después me arrepiento de haber comprado.				
2	11	En mi casa separamos los residuos sólidos (botellas, papel, plásticos, etc.) del resto.				
	12	Considera usted que todos los residuos que produce la universidad se pueden reciclar				
	13	Cree usted que reducirá la cantidad de residuos que produce no tirando cosas que estén en buen estado.				
	14	¿Los estudiantes tienen conocimiento del valor económico que actualmente tiene los residuos sólidos?				
	15	Reutilizo papel en la impresión de documentos.				
	16	Realizo una ducha corta cuidando el agua.				
	17	¿El uso del gas natural favorecerá a evitar la contaminación atmosférica?				
	18	¿El uso de los vehículos automotores contribuye a contaminar el aire?				
3	19	Consumo productos o servicios que supongan una mejora para las condiciones de vida de comunidades subdesarrolladas o en desarrollo.				
	20	Los avisos publicitarios brindan información suficiente para la compra de productos.				
	21	Cuando compro indumentaria, la marca del producto es determinante.				
	22	Ante 2 productos similares, compraría el de una empresa socialmente responsable aunque tenga que pagar un poco más.				
	23	El Estado debe tener un rol activo para apoyar e incentivar la actuación responsable de empresas y consumidores.				
	24	Desconozco las políticas ambientales de las empresas a las cuales compro productos.				
	25	No conozco las entidades en las que puedo reclamar mis derechos como consumidor				

¡Muchas gracias por su colaboración!



ANEXO N° 04

Instrumento de validación de las variables



UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZAN

FICHA DE VALIDACIÓN INFORME DE OPINIÓN DEL JUICIO DE EXPERTO DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

DATOS GENERALES:

1.1. Título de la investigación: **CONCIENCIA AMBIENTAL Y CONSUMO RESPONSABLE EN LOS ESTUDIANTES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS AGRARIAS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE HUANCAMELICA 2017**

1.2. Nombre del instrumento motivo de evaluación: Cuestionario de encuesta sobre la conciencia ambiental y consumo responsable

ASPECTOS DE VALIDACIÓN

Indicadores	Criterios	Muy deficiente				Deficiente				Regular				Buena				Muy buena			
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96
1. Claridad	Ésta formulado con lenguaje apropiado.																				
2. Objetividad	Ésta expresado en conductas observables y medibles.																				
3. Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia investigativa ambiental.																				
4. Organización	Existe una organización lógica en la operacionalización del instrumento.																				
5. Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.																				
6. Intencionalidad	Adecuado para mejorar las variables de estudio.																				
7. Consistencia	Basado en aspectos teóricos científicos.																				
8. Coherencia	Entre los índices e indicadores.																				
9. Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.																				
10. Pertinencia	Es útil y adecuado para la investigación.																				

PROMEDIO DE VALORACIÓN:

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: A) Muy deficiente b) Deficiente c) Regular d) Buena e) Muy buena

Nombres y Apellidos		DNI N°	
Dirección domiciliaria:		Teléfono/Celular:	
Título Profesional:			
Grado Académico:			
Mención			

Firma – Post firma

Investigador: Rafael Julián MALPARTIDA YAPIAS

ANEXO N° 05
Datos para la prueba piloto para la confiabilidad de la prueba
de la variable Conciencia Ambiental

Muestra	Variable 1: CONCIENCIA AMBIENTAL																								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
1	2	3	3	4	2	2	2	3	3	4	5	5	4	4	4	4	4	3	5	5	5	4	3	4	5
2	5	5	5	3	3	4	5	4	5	4	5	5	3	5	4	4	5	5	3	2	5	5	5	5	5
3	3	2	5	3	3	4	1	2	3	3	4	3	5	3	4	2	2	3	4	4	2	3	3	4	3
4	4	3	3	4	3	2	4	3	2	3	1	4	3	2	4	3	2	4	3	5	2	4	2	3	1
5	3	1	4	4	3	4	5	4	4	3	5	5	3	5	1	2	4	3	3	4	2	4	2	4	3
6	4	4	3	4	3	2	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	3	2	4	4	4	5	4
7	4	3	4	4	2	2	4	4	4	4	4	5	4	4	3	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5
8	4	3	4	2	2	4	4	5	5	5	4	4	4	5	2	5	5	4	5	3	5	5	4	4	4
9	2	3	3	4	3	4	3	4	3	2	3	4	3	4	3	3	5	2	3	2	3	3	2	3	4
10	4	4	3	3	5	2	2	2	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	2	4	4	4
11	2	3	3	2	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	2	4	4	4	1	4	3	1	4	2	2
12	4	3	3	3	4	5	3	4	4	4	5	3	4	5	1	4	4	4	2	2	2	3	3	5	3
13	4	4	2	3	2	2	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4
14	4	4	4	5	2	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	2	2	5	4	4	4	4
15	5	4	2	3	3	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4
16	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4
17	5	2	3	1	4	3	5	5	5	5	4	5	4	3	5	4	5	5	4	1	4	4	4	4	5
18	4	3	4	4	2	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	2	5	4	4	4	4
19	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	2	4	3	4	3	3	2	3	4	4	4
20	4	2	2	1	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	2	2	2	5	2	5	5	5
21	4	4	4	3	4	2	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4
22	4	3	4	1	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	3	4	4	4	4
23	4	2	1	3	3	1	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	2	3	5	4	5	5	5
24	4	4	2	1	2	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	1	4	4	3	4	5
25	1	4	2	3	1	1	2	1	2	1	1	2	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5

ANEXO N° 06
Datos para la prueba piloto para la confiabilidad de la prueba
de la variable Consumo Responsable

Muestra	Variable 2: Consumo Responsable																								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
1	5	4	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	4	2	2	2	2	3	3	3	4	4	5	4	1
2	3	5	5	5	5	5	5	3	3	5	3	5	3	2	4	5	5	5	3	4	5	5	3	2	5
3	3	4	3	4	4	4	5	2	2	2	2	5	5	2	3	3	4	3	2	3	3	4	5	3	4
4	2	3	4	2	3	2	5	3	2	4	2	3	2	3	5	2	3	2	1	3	2	1	3	2	3
5	1	3	2	2	4	3	2	3	2	3	2	2	2	3	4	4	4	1	3	1	3	1	2	3	4
6	3	3	4	4	3	3	4	3	3	2	4	5	4	3	3	4	4	5	4	3	3	3	4	4	3
7	3	4	4	5	4	3	2	2	2	2	4	4	4	3	4	4	3	4	3	2	2	4	3	4	3
8	4	4	4	4	4	5	5	2	2	4	4	4	4	3	5	5	5	5	4	4	4	5	5	3	3
9	2	3	4	2	2	3	2	2	3	2	3	2	3	3	2	1	5	1	3	2	3	2	3	2	2
10	5	4	5	4	3	5	5	2	2	5	4	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	2	4
11	2	2	3	2	3	3	3	2	4	1	1	4	3	2	2	3	2	3	2	3	4	3	3	4	3
12	3	4	4	3	4	4	4	4	2	2	2	5	5	4	2	2	2	2	3	3	2	4	4	3	3
13	4	4	5	1	2	1	1	1	1	1	1	3	4	4	4	2	1	4	3	2	1	4	4	1	2
14	4	3	5	4	4	5	4	4	2	2	4	4	5	4	3	4	4	2	4	4	4	4	5	2	2
15	4	5	5	4	4	5	4	2	2	3	2	4	4	1	2	4	2	5	4	2	2	5	5	4	4
16	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4
17	4	4	5	3	2	5	4	1	1	4	5	4	1	4	4	1	4	3	4	1	1	5	4	1	5
18	4	5	5	5	4	4	4	2	2	4	4	4	2	3	4	4	5	5	3	4	4	5	4	2	4
19	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4
20	2	4	5	2	4	4	4	2	4	5	4	5	4	1	4	4	4	4	4	4	4	2	5	4	4
21	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
22	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2
23	3	2	5	1	4	3	3	5	5	3	2	3	3	2	3	3	2	4	3	2	2	1	4	3	1
24	5	4	3	4	2	5	4	2	2	3	4	5	4	2	2	4	5	5	4	5	2	5	4	3	5
25	5	4	5	4	4	3	4	4	4	1	3	4	2	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4



**Rafael Julián MALPARTIDA
YAPIAS**

Nació en el distrito de Junín – provincia de Junín – Departamento de Junín, hijo de Don Julián Malpartida Leonardo y de Doña Celestina Yapias Ricaldi. Sus estudios de educación primaria y secundaria los realizó en su ciudad natal. Es Ingeniero Agroindustrial, por la Universidad Nacional del Centro del Perú, egresado de la Carrera Profesional de Computación e informática del Instituto Superior Tecnológico Público “San Ignacio de Loyola”, egresado de la Maestría en Planificación y Proyectos de Inversión, también egresado de la Maestría en Tecnología y Gestión de la Calidad de Alimentos, ambos cursados en la Universidad Nacional del Centro del Perú.

Ha sido Catedrático en la Universidad Nacional del Centro del Perú en los años 2006 al 2008, desde el 2009 labora en la Universidad Nacional de Huancavelica (UNH), como docente investigador; en la UNH ha sido Director de la Escuela Profesional de Ingeniería Agroindustrial y Director Universitario de Servicios Académicos de la UNH. Ha realizado diversos estudios de especialización y diplomados en Proyectos de Inversión y planes de Negocio, resaltando sus estudios en el diplomado Formulación de Planes de Agronegocios realizados en la Universidad ESAN.

Ha formulado y ejecutado diversos proyectos productivos y planes de negocios según los formatos establecidos por AGROIDEAS, ALIADOS II, PNIA y PROCOMPITE, para diversas asociaciones e instituciones públicas y privadas.

Ha desarrollado diversas investigaciones en el área agroindustrial, las cuales han sido disertados y difundidos en diversos seminarios, congresos nacionales e internacionales.



UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILO VALDIZÁN
Huánuco – Perú



ESCUELA DE POSGRADO

Campus Universitario, Pabellón V "A" 2do. Piso – Cayhuayna
Teléfono 514760 -Pág. Web. www.posgrado.unheval.edu.pe

ACTA DE DEFENSA DE TESIS DE MAESTRO

En el Auditorio de la Escuela de Posgrado, siendo las **09:00h**, del día **lunes 17 DE SETIEMBRE DE 2018**, ante los Jurados de Tesis constituido por los siguientes docentes:

Dr. Santos JACOBO SALINAS	Presidente
Dr. Rubén ROJAS PORTAL	Secretario
Dra. Marina LLANOS MELAGREJO	Vocal

Asesor de Tesis: Dr. Lorenzo PASQUEL LOARTE (Resolución N° 0471-2017-UNHEVAL/EPG-D)

El aspirante al Grado de Maestro en Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible, mención en Gestión Ambiental, Don, Rafael Julian MALPARTIDA YAPIAS.

Procedió al acto de Defensa:

Con la exposición de la Tesis titulado: **“CONCIENCIA AMBIENTAL Y CONSUMO RESPONSABLE DE LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE HUANCAMELICA”.**

Respondiendo las preguntas formuladas por los miembros del Jurado y público asistente.

Concluido el acto de defensa, cada miembro del Jurado procedió a la evaluación del aspirante a Maestro, teniendo presente los criterios siguientes:


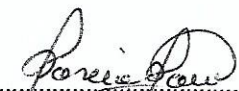
- a) Presentación personal.
- b) Exposición: el problema a resolver, hipótesis, objetivos, resultados, conclusiones, los aportes, contribución a la ciencia y/o solución a un problema social y Recomendaciones.
- c) Grado de convicción y sustento bibliográfico utilizados para las respuestas a las interrogantes del Jurado y público asistente.
- d) Dicción y dominio de escenario.

Así mismo, el Jurado plantea a la tesis **las observaciones** siguientes:

.....

Obteniendo en consecuencia el Maestría la Nota de Dieciséis (16)
Equivalente a Buena, por lo que se declara Aprobado
(Aprobado ó desaprobado)

Los miembros del Jurado, firman el presente **ACTA** en señal de conformidad, en Huánuco, siendo las 10:30 AM horas del 17 de setiembre de 2018.

 SECRETARIO DNI N° <u>06511922</u>	 PRESIDENTE DNI N° <u>22482099</u>	 VOCAL DNI N° <u>22418598</u>
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Leyenda:
19 a 20: Excelente
17 a 18: Muy Bueno
14 a 16: Bueno

(Resolución N° 02140-2018-UNHEVAL/EPG-D)

AUTORIZACIÓN PARA PUBLICACIÓN DE TESIS ELECTRÓNICA DE POSGRADO

1. IDENTIFICACIÓN PERSONAL

Apellidos y nombres: MALPARTIDA YAPIAS Rafael Julián
DNI: 40337829 Correo electrónico: rafael.malpartida@unh.edu.pe
Teléfono de casa: 388757 Celular: 964308889 Oficina:

2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

POSGRADO
Maestría: Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible
Mención: Gestión Ambiental

Grado Académico obtenido:
MAESTRO

Título de la tesis:
CONCIENCIA AMBIENTAL Y CONSUMO RESPONSABLE DE LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE HUANCVELICA.

Tipo de acceso que autoriza el autor:

Marcar "X"	Categoría de acceso	Descripción de acceso
X	PÚBLICO	Es público y accesible el documento a texto completo por cualquier tipo de usuario que consulta el repositorio.
	RESTRINGIDO	Solo permite el acceso al registro del metadato con información básica, mas no al texto completo.

Al elegir la opción "Publico" a través de la presente autorizo de manera gratuita al repositorio institucional – UNHEVAL, a pública la versión electrónica de esta tesis en el Portal Web repositorio unheval.edu.pe, por un plazo indefinido, consintiendo que dicha autorización cualquier tercero podrá acceder a dichas páginas de manera gratuita, pudiendo revisarla, imprimirla o grabarla, siempre y cuando se respete la autoría y sea citada correctamente.

En caso haya marcado la opción "Restringido", por favor detallar las razones por las que se eligió este tipo de acceso:

Asimismo, pedimos indicar el periodo de tiempo en que la tesis tendría el tipo de acceso restringido.

1 año 2 años 3 años 4 años

Luego del periodo señalado por usted(es), automáticamente la tesis pasará a ser de acceso público.

Fecha de firma:



Firma del autor