

Environmental Awareness and Responsible Consumption in University Students

Kenyi Wilfer Molina Unsihuay Bach.¹, Melina Malu Aguilar Chira Bach.¹

¹Universidad Privada del Norte (UPN), Av. Tingo María 1122, Cercado de Lima, Perú, kenyi120497@gmail.com, akanef123@gmail.com

Abstract- The objective of this research is to determine if there is a relationship between environmental awareness and responsible consumption among university students. Likewise, to evaluate levels of environmental awareness and responsible consumption, as well as to determine if there is a relationship between their dimensions. For the methodology we have a qualitative approach, of non-experimental design of transversal cut of relational type. For this study the instrument used was the questionnaire, elaborated with 70 questions to collect information on Environmental Awareness and Responsible Consumption. The sample was a total of 385 university students where we have that, 223 are males representing 58% and 162 are females representing 42% of the sample of university students. After the investigation, it was concluded that the Spearman's bilateral significance obtained is: 0.000060763 giving us a confidence of 99% (highly significant correlation). While the Spearman correlation obtained is: 0.716 which means a high positive correlation. Therefore, there is a correlation between the variables Environmental Awareness and Responsible Consumption.

Keywords- Responsible consumption, Environmental awareness, Dimensions, correlation, significance.

Digital Object Identifier: (only for full papers, inserted by LACCEI).

ISSN, ISBN: (to be inserted by LACCEI).

DO NOT REMOVE

Conciencia Ambiental y Consumo Responsable en los estudiantes de una Universidad

Kenyi Wilfer Molina Unsihuay¹, Melina Malu Aguilar Chira²

¹Universidad Privada del Norte (UPN), Av. Tingo María 1122, Cercado de Lima, Perú, kenyi120497@gmail.com, akanef123@gmail.com

Resumen– El presente trabajo de investigación tiene por objetivo determinar si existe relación entre la Conciencia ambiental y Consumo responsable en los Estudiantes de una Universidad. Así mismo evaluar niveles de Conciencia ambiental y Consumo responsable, como también determinar si existe relación entre sus dimensiones. Para la metodología se tiene un enfoque Cualitativo, de diseño no experimental de corte transversal de tipo relacional. Para este estudio el instrumento utilizado fue el cuestionario, elaborado con 70 preguntas para recoger información sobre Conciencia Ambiental y Consumo Responsable. La muestra fue un total de 385 estudiantes universitarios donde tenemos que, 223 son varones que representa el 58% y 162 son mujeres que representa el 42% de la muestra de estudiantes universitarios. Luego de la investigación se llegó a la conclusión de que, la Significancia bilateral de Spearman obtenida es de: 0.000060763 dándonos una confianza del 99% (Correlación muy significativa). Mientras que la correlación de Spearman obtenida es de: 0,716 que significa una correlación positiva alta. Por lo tanto, si existe correlación entre las variables Conciencia Ambiental y Consumo Responsable.

Palabras claves-- Consumo responsable, Conciencia ambiental, Dimensiones, correlación, significancia.

I. INTRODUCCIÓN

Actualmente, uno de los varios problemas que aquejan a la sociedad en el mundo entero, son las actividades practicadas (uso excesivo de plástico, asearnos sin cerrar el grifo, dejar las colillas en la playa, etc.) que perjudican al ambiente. El deterioro del ambiente tiene efectos perjudiciales incluso pone en un peligro latente la permanencia de la vida en la tierra [1]. Las superpotencias del mundo defienden el cuidado y mantenimiento de ecosistemas en zonas latinoamericanas. Con el pretexto de que son ecosistemas ajenos a la intervención del hombre, existen zonas no exploradas que conservan y pueden constituir mega reservas de recursos naturales potencialmente adquiribles [2].

Cabe destacar que el deterioro ambiental se ve influenciado por las actitudes negativas que tiene el ser humano frente al medio ambiente. En la medida que los efectos negativos provocados por la mano del hombre a nuestro entorno son notorios, la conciencia ambiental se despliega por diversos ámbitos de la población [3]. Recientemente, el consumo es un problema que afecta al ambiente ya que el consumo se volvió una necesidad para sobrevivir, evadiendo la cadena trófica, siendo reemplazada por la cadena del dinero, donde va desapareciendo la estrecha conexión existente con el ambiente.

Asimismo, el consumo conlleva varios procesos como: social, económico, psicológico y cultural que tiene mucha influencia e impactos negativos en el planeta. La manera correcta de recompensar y conseguir la restauración del planeta es incluir el consumo responsable en diversos aspectos de nuestras vidas [4]. Todos los mecanismos de consumo son creados con la finalidad de suscitar el consumismo, siendo ejecutadas y alineadas para conseguir el funcionamiento económico de la sociedad. Se promueven cadenas de consumismo muchas veces más extensas y fuertes, dando lugar a que el consumidor cree la necesidad de la obtención de productos que van saliendo al mercado, manteniendo esta cadena durante mucho tiempo [5]. En Latinoamérica, conservar y preservar el ambiente es admitido en pequeños sectores y es sumamente apreciado “ambicioso” por otros sectores, del mismo modo es apreciado como un lujo en Naciones tercermundistas y, solo pertinente para Países de primer mundo [6]. Los jóvenes de países tercermundistas como Perú expresan un elevado consumo para parecerse a los modelos establecidos en norteamericanos y europeos creando una excesiva dependencia por adquirir bienes y servicios, desencadenando efectos en la demanda por recursos y dar origen a residuos [7]. Para adquirir un deber con el desarrollo sostenible, es indispensable tener un alcance y grado idóneo de conciencia ambiental, partiendo con niveles óptimos en sus cuatro dimensiones conocidas, estos actuarán para tener un efecto sinérgico y dependen drásticamente de los ámbitos como geográficos, social, entre otros, en la cual el sujeto está posicionado [8]. Esta conciencia ambiental se puede ver como una posible opción para corregir las valoraciones existentes que se tienen del ambiente, enlazando aspectos como: culturales, sociales y económicos de los individuos estarán en este [9]. En el Perú también se puede evidenciar la inexistente cultura ambiental evidenciándose en la mala calidad del aire debido a las actividades de las fábricas, además del deterioro de los ríos por las actividades mineras como el relave, el arrojado de residuos sólidos y desagües por parte de las grandes ciudades, así como los asentamientos humanos emergentes en diferentes artes del Perú [10]. El consumo irresponsable es un problema muy común y sus consecuencias se pueden observar en efectos que deterioran nuestro entorno desencadenando niveles extremadamente altos en la exigencia de recursos naturales [11]. Nuestra ciudad, Lima, no es ajena a este problema que generalmente tiene sus inicios alumnos de temprana edad, en que la praxis se da en centros donde reciben educación básica y superior [12]. Se requieren iniciativas multidisciplinarias donde la familia y las diversas instituciones se vean comprometidas en la labor de concienciación del ser humano mediante el

Digital Object Identifier: (only for full papers, inserted by LACCEI).
ISSN, ISBN: (to be inserted by LACCEI).
DO NOT REMOVE

Consumo responsable, para la protección y conservación del planeta y solo adecuarnos a consumir lo esencial. Para lograrlo es necesario empezar a cambiar nuestro comportamiento, hábitos y valores. La población actualmente se enfrenta a cambios acelerados en distintos aspectos de nuestras vidas. Por lo tanto, las diversas instituciones como las universidades juegan un papel destacable y protagónico, para los universitarios, profesores, para que puedan desarrollar múltiples habilidades para transformarse de consumistas a consumidores responsables con una elevada conciencia ambiental [13]. Pacheco *et al.* [14] explica que el ámbito universitario es el más adecuado para transmitir información relevante sobre el cuidado del medio ambiente, se debe tener en cuenta de la preocupación sobre el entorno ambiental se relaciona a un comportamiento adecuado para proteger el ambiente que lo rodea, como se muestra en [15], [16], [17] y [18] que durante los últimos años se ha sugerido el surgimiento de un nuevo tipo de consumo (Consumo Responsable) caracterizado por la influencia que sobre el mismo tendrían valores como la solidaridad, la responsabilidad social, el respeto por los derechos humanos, el multiculturalismo o la ecología, aseguran que realizar trabajos con universitarios en materia de consumo responsable es un factor clave, debido a que los conocimientos que obtienen tiene una tendencia positiva a quedarse en los jóvenes, ya que las posibles soluciones ejecutadas mediante el sistema de educación superior puede llegar a generar impactos a largo plazo beneficiosos para el ambiente y la sociedad.

De tal manera, la importancia de esta investigación resalta que cada individuo tiene la responsabilidad de lograr cambios en el ambiente en diferentes ámbitos, asimismo esta investigación busca darle respuesta a la pregunta de investigación ¿Existe relación entre la Conciencia ambiental y Consumo responsable en los Estudiantes de una Universidad?.

II. BASES TEÓRICAS

A. Conciencia Ambiental

Se entiende por conciencia ambiental lo que el individuo hace, como sistemas de vivencias, conocimientos, valores y experiencias en relación con su entorno [19]. Se presentan de manera breve las definiciones de estas 4 dimensiones, que se pueden diferenciar para Conciencia Ambiental:

1) *Dimensión Cognitiva*: Ideas que revela el grado de conocimiento e información sobre temas relacionados con el ambiente, asimismo conocer las realidades cotidianas e importantes, que conducen al descubrimiento de la propia forma de vida a través de la exploración del tiempo y el espacio, identifica las realidades cotidianas del aquí y ahora de manera apreciativa y crítica, vinculando a los individuos dentro de sus grupos sociales con su herencia ambiental y cultural [20]. Como se muestra en Restrepo *et al.* [21] mencionan en su estudio que podemos distinguir tres categorías de indicadores:

El primer grado general de información sobre temas ambientales o el grado que los individuos han expresado/o manifestada inclinación sobre información y la han obtenido de

varias fuentes, el segundo grado es la experiencia en problemas ambientales, sus causas, quiénes son los causantes y sus resultados negativos y por último el tercer grado que es la Experiencia y opinión en política ambiental, que son los programas de política ambiental y las autoridades competentes, etc.

2) *Dimensión afectiva*: Como se muestra en Diaz y Fuentes [22] y Moreno *et al.* [23] hacen referencia al conjunto de emociones donde se evidencian de manera alguna, sentimientos y creencias en la temática ambiental. La importancia hacia el ambiente desde esta dimensión no es únicamente el conjunto de problemas que hay que solucionar, es también un modo de vida donde se puede acrecentar un significado de pertenencia, por ejemplo, el ecodesarrollo y la conservación biocultural, mediante una afectividad en torno a actitudes morales.

Como se muestra en Tonello y Vallares [24], dentro de esta dimensión se distinguen dos indicadores como:

El primero se refiere a la Gravedad o grado que percibimos como un problema ya sea en el presente, pasado o futuro, que solicita injerencias más o menos urgentes. Se refleja a través de valoraciones de la situación actual del ambiente y su desarrollo conforme al tiempo y el segundo se refiere al Inquietante el estado del medio ambiente a razón de distintas problemáticas o escenarios ambientales específicos.

3) *Dimensión conativa*: Aquije [25] nos menciona que la Dimensión Conativa se distinguen tres indicadores como:

El primero es el de Percibir las acciones individuales, como eficacia y como responsabilidad personal, el segundo es Alinearse a efectuar distintas conductas pro medioambientales y el tercero es Aceptar costos vinculados a diferentes medidas de política ambiental.

4) *Dimensión activa*: Como se muestra en Del Castillo [26] esta dimensión aborda el nivel individual: como las actitudes ambientales como el consumo ecológico, apoyo energético y el reciclaje, también en la colectiva: como la cooperación con grupos que pretenden proteger el ambiente, donaciones, participación en manifestaciones, etc. En esta dimensión se puede distinguir como máximo dos aspectos o indicadores:

El primer aspecto es la Sensibilidad ambiental o aceptación de las problemáticas ambientales, incluido el nivel de preocupación, la prioridad y la gravedad percibida y el segundo aspecto es el de Adherirse a principios proambientales y utilizar diversos indicadores para explorar en qué medida las personas interpretan la realidad desde una perspectiva ecológica.

B. Consumo responsable

Forma parte de un movimiento de organizaciones sociales y ecologistas, que busca cambiar los patrones de consumo actuales, mediante acciones que respeten el ambiente e igualdad en la comunidad [27].

1) Consumo ético: el consumidor debe evaluar las alternativas aceptables, antes de decidir qué comprar, es decir, se deben considerar su propio interés, sino también el impacto

en la naturaleza y en la sociedad. En esta clase de consumo se da valor especial a la austeridad donde lo principal no es el consumo, porque hay otras actividades que son sumamente importantes que el este, debido a que las necesidades no todas son básicas, sino que hay otras impuestas y que son el deseo personal que mantiene el orgullo de la persona, por lo tanto, se debe evitar el mal uso de los recursos obtenidos. Es indispensable crear una conciencia crítica en el poder del cliente al terminar el proceso productivo, se debe usar este poder con fines aceptables a nivel colectivo, a partir de la obtención de insumos alimentarios, vestimenta, prestaciones, inmobiliarios, y otros. Rechazando y/o aceptando un producto que tiene influencias en el proceder por las empresas pequeñas, medianas y grandes [28].

2) Consumo Solidario: en [5] se explica que se debe dar prioridad al beneficio social más que el personal ya que este consumo no solo perjudica a los productores sino también a la sociedad. El capitalismo impone normas al comercio actual, tanto el norte y el sur del mundo, con excepción que son expresadas internacionalmente. Por ejemplo, el incremento de comestibles exportados en el planeta está causando efectos negativos a los habitantes locales, los cuales elaboran esos tipos de productos. Aumentado la biopiratería que atenta contra la estabilidad alimentaria y generando cambios en el consumo local por otros productos traídos del extranjero, al no acatar las culturas y su forma de vida de las localidades. Como respuesta a esto nace el consumo solidario, frente a estos problemas que se llevan a cabo. Se plantea diferentes objetivos los cuales es difundir y apoyar al consumo responsable con el fin de bajar los niveles de pobreza de los países que quedan en el sur mediante un sistema que implique un comercio humanitario para los países que estén limitados a la capacidad de cubrir sus necesidades para incrementarlas y disminuir el consumismo los países de hemisferio norte.

3) Consumo Ecológico: se considera los aspectos ecológicos del producto desde su producción hasta su llegada al consumidor, analizando lo que está pasando en nuestra cultura, es que la población local va disminuyendo paulatinamente debido a que estas personas conocían sus recursos y formas de aprovechamiento sustentable, los agricultores locales diversifican la producción para su propio uso, pasando al monocultivo, reduciendo la biodiversidad del campo e incentivando la producción a gran escala, priorizando modelos económicos e ignorando aspectos ecológicos. Estos cambios enfocados en mejorar la rentabilidad destruyen las culturas originarias, exterminan especies, dañan y contaminan los ecosistemas de la tierra y ponen en peligro la seguridad alimentaria [7].

III. METODOLOGÍA

A. Enfoque, Diseño y Tipo

El enfoque es Mixto, En [28] explica que este enfoque une los métodos cuantitativos y cualitativos en un solo estudio, dado que se va a recolectar datos para su posterior análisis logrando un mejor entendimiento de las variables de estudio.

El diseño es No Experimental, como alegan Hernández *et al.* [29] es la que ejecutamos sin manipular y cambiar las variables independientes.

De igual manera es de corte transversal, clasificada como un estudio observacional que suele ser descriptivo y analítico, resaltando su objetivo el cual es reconocer la frecuencia con la que aparece una condición, en un momento dado o un periodo corto de tiempo [30].

Nuestra investigación es relacional como explica Morales [31] consiste, en describir para poder conocer situaciones, que predominan describiendo las actividades, procesos y personas, cuyo objetivo no es solo la recopilación de datos, también es identificar y predecir las conexiones existentes entre dos o más variables, como se observa en la figura 1.

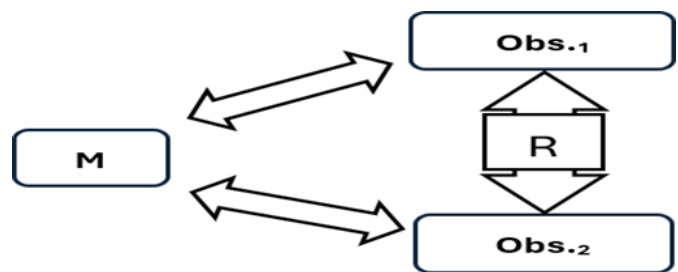


Fig.1.Relación entre variables

B. Población

En [32] explica una población se determina como un grupo definido o indefinido de individuos de los cuales buscamos conocer algo en común mediante una investigación. Por otro lado, esta investigación tiene como factor a analizar a los universitarios de la Universidad ubicada en Breña, se desconoce el número exacto de estudiantes ya que es información confidencial.

C. Muestra

En [33] argumenta que la muestra es un subgrupo o parte representativa de la población donde se llevará a cabo el estudio. Para obtener el número de individuos de nuestra muestra utilizaremos la fórmula para poblaciones infinitas, estando la muestra conformada por 385 estudiantes matriculados actualmente del primer ciclo al décimo ciclo, contando con un nivel de confianza (95%) y el error de estimación máximo aceptado (5%). Ver siguiente ecuación.

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2} \quad (1)$$

Donde:

n: Tamaño de la muestra buscada

z: Nivel de confianza (95%).

P: Probabilidad de que ocurra el evento estudiado (0.5).

q: Probabilidad de que no ocurra el evento estudiado (0.5).
 e: error de estimación máximo aceptado (5%).

D. Criterios de Exclusión

Se excluyeron estudiantes que no están actualmente matriculados y/o egresados o próximos a ingresar a estudiar en la Universidad.

E. Criterios de Inclusión

Estudiantes matriculados en el ciclo 2023-2.

F. Muestra

López [33] argumenta que la muestra es un subgrupo o parte representativa de la población donde se llevará a cabo el estudio.

G. Instrumentos

Casas *et al.* [34] explica que para los propósitos de este estudio el instrumento utilizado es el cuestionario, instrumento utilizado para recoger información de una manera adecuada y ordenada que permitirá la interpretación de variables de interés, de las cuales se puede obtener información de manera estandarizada. De igual manera, nuestro cuestionario está diseñado mediante escalas de acuerdo con 5 niveles de respuesta, el cual nos permitió reunir información acerca de “Conciencia ambiental” y como del “Consumo responsable”.

TABLA I
 ESCALA DE MEDICIÓN DE LA ENCUESTA

Escala	Respuesta
1	Nunca
2	Casi nunca
3	Indiferente/No sabe
4	Casi siempre
5	Siempre

H. Técnicas

Las técnicas aplicadas para obtener información son la encuesta oral o escrita, la entrevista, entre otros. El cual se recopila información de la población estudiada, en un intervalo de tiempo, con fines de investigación y análisis [34]. Por consiguiente, la técnica utilizada para la recolección de datos de esta investigación es la encuesta.

I. Procedimiento de recolección de datos

Utilizamos un cuestionario elaborado con 70 preguntas para recoger información sobre conciencia ambiental y consumo responsable, dividida en dos partes: la primera parte de nuestro cuestionario consta de 40 preguntas que evalúan las dimensiones: afectiva, cognitiva, conativa y activa de la variable Conciencia Ambiental, la segunda parte de nuestro cuestionario consta de 30 preguntas que evalúan las

dimensiones: consumo ético, ecológico y solidario de nuestra Variable Consumo Responsable.

J. Validez y confiabilidad de información

En lo que concierne a la validez del instrumento de nuestro cuestionario, la resolvimos mediante la opinión y la validación de profesionales de Ingeniería Ambiental de nuestro centro de estudio superior de la sede Breña. A fin de saber la fiabilidad de nuestro cuestionario se empleó el Coeficiente Alfa de Cronbach, que se utiliza para medir el nivel de fiabilidad de una escala de medida. Ver siguiente ecuación.

$$\alpha = \frac{(1 - \sum_{i=1}^n \frac{S_i^2}{S_t^2})}{k - 1} \tag{2}$$

Donde:

K = Número de ítems en la escala.

Si²= Sumatoria de Varianza del ítem i.

St² = Varianza de la Sumatoria de los Ítems.

α =Alfa de Cronbach

K. Análisis de información

En esta presente investigación utilizaremos el análisis inferencial, para hacer inferencias precisas sobre la población a partir de la muestra empleando el programa SPSS, que es un programa que realiza análisis estadísticos avanzados.

L. Aspectos éticos de la investigación

En este trabajo de investigación se ha protegido la identidad de las personas encuestadas y se garantiza en no exponer datos que los identifique en su participación de esta investigación. Se comprometió a respetar sus comentarios y opiniones en base a las respuestas de los temas e instrumentos aplicados. Toda participación es voluntaria y no se obliga a las personas a responder los instrumentos aplicados.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIONES

A. Edad y Sexo de los Participantes

Se pudo encuestar estudiantes de 18 a 27 años de la universidad en el distrito de Breña. La mayoría de encuestados tiene 23 años, mientras tanto la minoría tiene 27 años. De la muestra total de 385 estudiantes universitarios tenemos que, 223 son varones que representa el 58% y 162 son mujeres que representa el 42% de la muestra de encuestados.

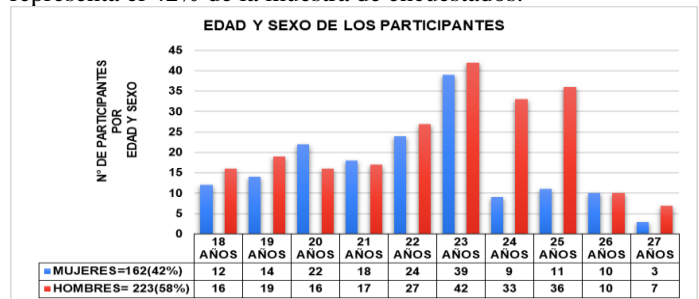


Fig. 2 Edad y Sexo de los Participantes.

B. Alfa de Cronbach:

Es un coeficiente de valores entre 0 y 1, mientras se aproxime a 1, mayor será la fiabilidad del instrumento [35]. Nuestro resultado es muy alto (0.947). Por lo tanto, el cuestionario de las variables Conciencia Ambiental y Consumo Responsable puede ser utilizado para nuestra población.

TABLA II
ESTADÍSTICAS DE FIABILIDAD

Alfa de Cronbach	Nº de elementos
0.947	70

C. Objetivo General: Determinar si existe relación entre la Conciencia ambiental y Consumo responsable en los Estudiantes de una Universidad.

La significancia obtenida es inferior a $p < 0.05$. Por lo que rechazamos la hipótesis nula, ya que no sigue una distribución normal. Realizamos la prueba no paramétrica de Spearman para medir la correlación de “Conciencia Ambiental” y “Consumo Responsable”, los datos obtenidos se pueden ver en la siguiente tabla:

TABLA III
PRUEBA DE NORMALIDAD PARA 385 ESTUDIANTES Y
CORRELACIÓN ENTRE CONCIENCIA AMBIENTAL Y CONSUMO
RESPONSABLE

Variables	Significancia (Kolmogórov-Smirnov)	Coefficiente de correlación	Significancia bilateral de Spearman
Conciencia Ambiental	0.00045349	0,716778	0.000060763
Consumo Responsable	0.000012	0,716778	0.000060763

Los resultados obtenidos en la tabla III muestran que la Significancia bilateral de Spearman obtenida es de: 0.000060763 con una confianza del 99% (Correlación muy significativa). Mientras que el coeficiente de correlación de Spearman obtenida es de: 0,716 que significa una correlación positiva alta entre Conciencia Ambiental y Consumo Responsable, aceptando la Hipótesis alternativa: Existe relación entre el Conciencia ambiental y Consumo responsable en los Estudiantes de una Universidad.

Con esta apreciación se compara con los resultados obtenidos por Malpartida [4] en su investigación titulada “Conciencia ambiental y consumo responsable de los estudiantes de la Universidad Nacional de Huancavelica “ y Guerrero y Gavidia [36] en su investigación cuyo título es “Conciencia y comportamiento ambiental del estudiante universitario, Lima 2014”, puesto que Malpartida [4] explica que la correlación existente entre ambas variables de su investigación, tienen una correlación positiva alta con un coeficiente de correlación de 0,742. Asimismo Alboreda [37] en su investigación titulada “Reconciliarse con el planeta: la

sostenibilidad como nuevo paradigma. España: EUNSA” señala que las costumbres de sostenibilidad son fuertes cuando están ligadas en valores y en normativas. Así que cuando hablamos de conciencia ambiental y consumo responsable nos referimos hasta qué nivel tienen los valores en los ciudadanos y cómo influyen en última instancia en sus hábitos de gastos.

Cabana [38] obtuvo como resultado un coeficiente de correlación de 0.665 considerada una correlación positiva moderada entre ambas variables de su investigación. Los resultados resaltantes en ambas investigaciones es que, en los estudiantes de cada universidad hay una correlación positiva alta entre ambas variables que se investigaron tanto de Conciencia Ambiental y Consumo Responsable, así como de Conciencia Ambiental y Comportamiento Ambiental.

D. Objetivo Específico 1: Evaluar el nivel de conciencia ambiental en los estudiantes de una Universidad.

En la elaboración del baremo de Conciencia Ambiental tenemos las puntuaciones máximas y mínimas, con tres categorías que son el: nivel bajo con un rango de 40 a 93, el nivel medio con un rango de 94 a 147 y el nivel alto con un rango de 148 a 200.

La frecuencia de Conciencia ambiental tiene tres categorías que son el: nivel bajo con un porcentaje de 10.65% con un total de 41 encuestados, el nivel medio con un porcentaje de 52.21% con un total de 201 encuestados y el nivel alto con un porcentaje de 37.14% con un total de 143 encuestados.

TABLA IV
VARIABLE: FRECUENCIA DE CONCIENCIA AMBIENTAL.

Categoría	%	f
Bajo	10.65	41
Medio	52.21	201
Alto	37.14	143
Total	100	385

Los resultados obtenidos en la tabla IV corroboran nuestro objetivo específico 1: Evaluar el nivel de Conciencia ambiental en los estudiantes de una universidad, por lo que podemos afirmar que los niveles de conciencia ambiental de los estudiantes se encuentran en un nivel intermedio, que corresponde al 52.21% (201 encuestados); dicha información se compara con el trabajo de investigación realizado por Malpartida [4] cuyo título es “Conciencia Ambiental y Consumo Responsable de los Estudiantes de la Universidad Nacional de Huancavelica” donde una parte de los resultados obtenidos concernientes a nivel de Conciencia Ambiental afirman que el 59.03% (98 encuestados) se encuentran en un nivel intermedio.

Por su parte Cabana [38] en su investigación de título “Conciencia Ambiental, Valores y Ecoeficiencia en la Gerencia de Servicios a la Ciudad y Medio Ambiente Lima Cercado, 2016” quien obtuvo resultados donde la conciencia ambiental y los principios de las personas influyen de manera significativa

frente a la ecoeficiencia en la Gerencia de Servicios a la Ciudad y ambiente, además afirma que los hábitos de sostenibilidad son más fuertes cuando están ligados a creencias y valores. Por lo que se entiende en los resultados de ambas investigaciones, que el nivel de la variable Conciencia ambiental está en un nivel intermedio, que nos da entender, que los estudiantes en cada universidad si tienen conocimientos básicos en el cuidado del ambiente.

E. Objetivo Específico 2: Evaluar el nivel de consumo responsable en los estudiantes de una universidad.

En la elaboración del baremo de Consumo Responsable tenemos las puntuaciones máximas y mínimas, con tres categorías que son el: nivel bajo con un rango de 30 a 70, el nivel medio con un rango de 71 a 110 y el nivel alto con un rango de 110 a 150.

La frecuencia de Consumo Responsable tiene tres categorías que son el: nivel bajo con un porcentaje de 16.10% con un total de 62 encuestados, el nivel medio con un porcentaje de 47.53% de un total de 183 encuestados y el nivel alto con un porcentaje de 36.36% de un total de 140 encuestados.

TABLA V
VARIABLE: FRECUENCIA DE CONSUMO RESPONSABLE

Categoría	%	f
Bajo	16.1	62
Medio	47.53	183
Alto	36.36	140
Total	100	385

Los resultados obtenidos en la tabla V corroboran nuestro objetivo específico 2: Evaluar el nivel del Consumo Responsable en una Universidad. Podemos afirmar que los niveles de Consumo Responsable de los estudiantes se encuentran en un nivel intermedio que corresponde al 47.53% (183 encuestados); dicha información se compara con el trabajo de investigación realizado por Aquije [25] con su tesis titulada “Conciencia ambiental y consumo responsable en estudiantes de una universidad privada de Los Olivos” donde se determinó que, los niveles de consumo responsable en estudiantes de dicha universidad que el 46.21% de encuestado muestran un nivel regular.

Mientras, Peiró [39] en su publicación “Cuadernos de la Cátedra “la Caixa” de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo”, nos manifiesta que, al aplicar el consumo responsablemente, las decisiones que se tomen dependen mucho de los estándares sociales, éticos y ambientales, aunque en el discurso social, los precios y la conducta del consumidor lo hacen sujetarse a la “doble moral”. El protagonismo del consumidor responsable está relacionado con los principios de justicia, solidaridad, empatía, respeto, los cuales pueden ser influidos por los medios de comunicación para priorizar el consumismo sin preocupación por el ambiente, pero si entendemos el propósito del ser humano en la sociedad

estaríamos enfrentando el problema del consumo irresponsable.

En ambas investigaciones tienen como resultado que los porcentajes más altos de estudiantes encuestados tiene un consumo responsable en un nivel bajo a intermedio, lo cual conlleva a ser necesario para los estudiantes mejorar su consumo y participar en programas en contra del consumo irresponsable y generar conciencia ambiental en los consumidores.

F. Objetivo Específico 3: Determinar si existe relación entre las dimensiones de conciencia ambiental con las dimensiones de consumo responsable en los estudiantes de una Universidad.

Para corroborar nuestro objetivo específico 3 tenemos las correlaciones entre las dimensiones de Conciencia Ambiental y Consumo Responsable.

En la correlación entre la dimensión Cognitiva de la variable Conciencia Ambiental y las dimensiones de Consumo Ético, Consumo Solidario y Consumo Ecológico de la variable Consumo Responsable, los valores obtenidos son los siguientes:

TABLA VI
CORRELACIÓN ENTRE DIMENSIÓN COGNITIVA Y DIMENSIONES DE CONSUMO ÉTICO, SOLIDARIO Y ECOLÓGICO

Dimensión	Dimensiones	Coef.de Correlación	Sig.(bilateral)
Dimensión Cognitiva	Consumo Ético	0.582	0.0029333
	Consumo Solidario	0.567	0.0034705
	Consumo Ecológico	0.575	0.0030169

En la Tabla VI en la primera correlación entre dimensión Cognitiva y el Consumo Ético el coeficiente de correlación de Spearman evidencia que existe correlación positiva fuerte (0.582), mientras que la Significancia de Spearman (0.0029333) es muy significativa.

En la segunda correlación entre la dimensión Cognitiva y el Consumo solidario el coeficiente de correlación de Spearman evidencia que existe correlación positiva Moderada (0,567), mientras la Significancia de Spearman (0.0034705) es muy significativa.

En la tercera correlación entre la dimensión Cognitiva y el Consumo ecológico el coeficiente de correlación de Spearman evidencia que existe correlación positiva Moderada (0,575), mientras la Significancia de Spearman (0.0030169) es muy significativa.

En la correlación entre la dimensión Afectiva de la variable Conciencia Ambiental y las dimensiones de Consumo Ético, Consumo Solidario y Consumo Ecológico de la variable Consumo Responsable los valores obtenidos son los siguientes:

TABLA VII
CORRELACIÓN ENTRE DIMENSIÓN AFECTIVA Y CONSUMO ÉTICO, SOLIDARIO Y ECOLÓGICO

Dimensión	Dimensiones	Coef.de Correlación	Sig.(bilateral)
-----------	-------------	---------------------	-----------------

Dimensión Afectiva	Consumo Ético	0.698	0.000016553
	Consumo Solidario	0.646	0.00084393
	Consumo Ecológico	0.642	0.00048994

En la Tabla VII en la primera correlación entre la dimensión Afectiva y el Consumo Ético el coeficiente de correlación de Spearman (0,698), evidencia que existe correlación positiva fuerte, mientras la Significancia de Spearman (0.000016553) es muy significativa.

En la segunda correlación entre la dimensión Afectiva y el Consumo solidario el coeficiente de correlación de Spearman evidencia que existe correlación positiva fuerte (0,646), mientras la Significancia de Spearman (0.00084393) es muy significativa.

En la tercera correlación entre la dimensión Afectiva y el Consumo ecológico el coeficiente de correlación de Spearman evidencia que existe correlación positiva fuerte (0,642), mientras la significancia de Spearman (0.00048994) es muy significativa.

En la correlación entre la dimensión Conativa de la variable Conciencia Ambiental y las dimensiones de Consumo Ético, Consumo Solidario y Consumo Ecológico de la variable Consumo Responsable los valores obtenidos son los siguientes:

TABLA VIII
CORRELACIÓN ENTRE DIMENSIÓN CONATIVA Y CONSUMO
ÉTICO, SOLIDARIO Y ECOLÓGICO

Dimensión	Dimensiones	Coef.de Correlación	Sig.(bilateral)
Dimensión Conativa	Consumo Ético	0.616	0.0011642
	Consumo Solidario	0.584	0.0016354
	Consumo Ecológico	0.548	0.014761

En la Tabla VIII en la primera correlación entre la dimensión Conativa y el Consumo Ético el coeficiente de correlación de Spearman evidencia que existe correlación positiva fuerte (0,616), mientras la Significancia de Spearman (0.0011642) es muy significativa.

En la segunda correlación entre la dimensión Conativa y el Consumo Solidario el coeficiente de correlación de Spearman evidencia que existe correlación positiva moderada (0,584), mientras la Significancia de Spearman (0.0016354) es muy significativa.

En la tercera correlación la Significancia de Spearman (0.014761) es muy significativa, mientras el coeficiente de correlación de Spearman evidencia que existe correlación positiva moderada (0,548) entre la dimensión Conativa y el Consumo Ecológico.

En la correlación entre la dimensión Activa de la variable Conciencia Ambiental y las dimensiones de Consumo Ético, Consumo Solidario y Consumo Ecológico de la variable Consumo Responsable los valores obtenidos son los siguientes:

TABLA IX
CORRELACIÓN ENTRE DIMENSIÓN ACTIVA Y CONSUMO ÉTICO,
SOLIDARIO Y ECOLÓGICO

Dimensión	Dimensiones	Coef.de Correlación	Sig.(bilateral)
Dimensión Activa	Consumo Ético	0.666	0.00098489
	Consumo Solidario	0.657	0.00063583
	Consumo Ecológico	0.661	0.00099217

En la Tabla IX en la primera correlación entre la dimensión Activa y el Consumo Ético el coeficiente de correlación de Spearman evidencia que existe correlación positiva fuerte (0,666), mientras la significancia de Spearman (0.00098489) es muy significativa.

En la segunda correlación entre la dimensión Activa y el Consumo Solidario el coeficiente de correlación de Spearman evidencia que existe correlación positiva fuerte (0,657), mientras la Significancia de Spearman (0.00063583) es muy significativa.

En la tercera correlación entre la dimensión Activa y el Consumo Ecológico el coeficiente de correlación de Spearman evidencia que existe correlación positiva fuerte (0,661), mientras la Significancia de Spearman (0.00099217) es muy significativa.

V. CONCLUSIONES

Concerniente al objetivo general se determinó la relación existente entre la Conciencia ambiental y Consumo responsable con una correlación positiva alta, significando que los estudiantes son conscientes y están informados sobre los problemas y las medidas que pueden plantear para proteger el ambiente.

Respecto al primer objetivo específico donde se evaluó el nivel de Conciencia ambiental, se demostró que los estudiantes se hallan en un nivel medio.

Respecto al segundo objetivo específico donde se evaluó el nivel de Consumo responsable, se demostró que la mayor parte de los estudiantes encuestados se hallan en un nivel medio.

Respecto al tercer objetivo específico se determinó la relación entre las 4 dimensiones de Conciencia ambiental y las 3 dimensiones de consumo responsable, se identificó que las 4 dimensiones de Conciencia Ambiental están directamente relacionadas con las 3 dimensiones de Consumo Responsable en los estudiantes, lo que significa una correlación positiva moderada y alta.

AGRADECIMIENTOS

A todos nuestros docentes de la universidad que nos brindaron sus conocimientos, a mis padres que me motivan a seguir cumpliendo mis metas, a mi familia por su comprensión y a las personas que en algún momento me ayudaron.

REFERENCIAS

- [1] J. A. Corraliza, y J. I. Aragonés, “Psicología ambiental e intervención psicosocial”. En *Psychosocial Intervention*, vol.11, no.3, pp. 271-275, Jun. 2002. Consultado: 20 oct. 2023. [En línea]. Disponible: <https://www.redalyc.org/pdf/1798/179818139001.pdf>
- [2] E. Moyano, G. Palomo, y P. Moyano Costa, “Creencias ambientales e ideología en la población chilena”. en *Universum*, vol.30, no.2, pp. 219–236, Ag. 2015. Consultado: 20 oct. 2023. [En línea]. Disponible: <https://doi.org/10.4067/s0718-23762015000200013>
- [3] D. Riley, y R. Jones, “The Social Bases of Environmental Concern: Have They Changed Over Time?”. en *The Public Opinion Quarterly*, vol.44, no.2, pp. 181-197, Feb. 2010. [En línea]. Disponible: <https://www.jstor.org/stable/2748427?origin=JSTOR-pdf>
- [4] R. Malpartida Yapias, “Conciencia ambiental y Consumo responsable de los estudiantes de la universidad nacional de Huancavelica”, Tesis de maestría, Univ. Huancavelica, Huánuco, Perú, 2018. [En línea]. Disponible: https://repositorio.unheval.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13080/3838/P_GA%2000065%20M19.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- [5] D. M. Cabarcas, y M. C. Quintana “Consumo responsable, práctica de una ciudadanía ambiental”. en *Revista Sextante*, vol.22, pp. 25-32, Ene.- Jun. 2020. [En línea]. Disponible: <https://sextantensb.com/index.php/inicio/article/view/71>
- [6] J. E. Moreno, M. E. Prestofelippo, y J. V. Favara “Conciencia ambiental en adultos. Un estudio de la jerarquización de los Objetivos de Desarrollo Sustentable”. en *Cultura Económica*, vol.38, no.100, pp. 121-133. Dic. 2020. [En línea]. Disponible: <https://e-revistas.uca.edu.ar/index.php/CECON/article/view/3331Y>. Yorozu, M. Hirano, K. Oka, and Y. Tagawa, “Electron spectroscopy studies on magneto-optical media and plastic substrate interface,” *IEEE Translated J. Magn. Japan*, vol. 2, pp. 740-741, August 1987 [*Digest 9th Annual Conf. Magnetism Japan*, p. 301, 1982].
- [7] R. F. Toribio “Consumo responsable y sostenibilidad ambiental en estudiantes de la Universidad Nacional de Huancavelica”, Tesis de Doctorado, Dept. Ciencias, Univ. Perú. Huancayo, 2018. [En línea]. Disponible: https://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12894/5453/T010_20063065_D.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- [8] G. R. García “Gestión Ambiental y Responsabilidad Social del Programa Nacional de Conservación de Bosques para la Mitigación del Cambio Climático, Amazonas”, Tesis de maestría, Dept. Ciencias Empresariales, Univ. C. V., Chiclayo, Perú, 2018 [En línea]. Disponible: <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/31141>
- [9] M. C. Mejía “Consumo responsable y conciencia ambiental: encuentros y desencuentros”, en *Humanidades en contexto: entornos para el cuidado de la vida humana*, M. A. Gómez y F. A. Narváez, Ier, Colombia, 2011, cap.1, pp. 1-243. [En línea]. Disponible: https://www.researchgate.net/profile/Maria-Claudia-Mejia-Gil/publication/357605677_Humanidades_en_contexto/links/61d60a2fb6b5667157cc5502/Humanidades-en-contexto.pdf#page=15
- [10] D. S. Gutiérrez “La educación ambiental y el desarrollo de la conciencia ambiental en los estudiantes de la educación básica regular” Tesis de doctorado, Esc. Edu., Univ. C. V., Trujillo, Perú, 2021. [En línea]. Disponible: https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/56821/Guti%20c3%a9rez_MDAS-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- [11] E. Ortiz de Mendivil “El consumo sostenible como perspectiva innovadora”, en *Consumo*, S. I. Eumed, Madrid, 2012, cap.1, pp. 1-124. [En línea]. Disponible: <http://www.consumoresponsable.com/etico.htm>
- [12] E. G. E., Araoz, H. J. M. Uchasara, y K. H. H. Loayza “Eficacia del programa Cuidemos el ambiente en el desarrollo de la conciencia ambiental de estudiantes de educación primaria en Madre de Dios, Perú”. en *Ciencia Amazónica (Iquitos)*, vol.8, no.1, pp. 85-98. Jul. 2020. [En línea]. Disponible: <http://www.ojs.ucp.edu.pe/index.php/cienciaamazonica/article/view/282/139>
- [13] U. Saraii, S. Damberg, L. Frombling, y Ch. Ringle “Sustainable consumption behavior of Europeans: The influence of environmental knowledge and risk perception on environmental concern and behavioral intention”. en *Ecological Economics*, vol. 189, pp. 107-115. Nov. 2021. [En línea]. Disponible: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0921800921002135>
- [14] V. C. Pacheco, J. O. Lara, S. J. Garay, y M. T. Baca, “Relación entre conciencia ambiental y conducta proambiental en estudiantes de primer ciclo de la Universidad María Auxiliadora Lima-Perú”. en *Ciencia & Desarrollo*, vol.18, no. 24, pp. 66-73. Ene. 2019. [En línea]. Disponible: <https://revistas.unjbg.edu.pe/index.php/cyd/article/view/787/840>
- [15] M. Mason, y R. Pauluzzo “Recycling habits and environmental responses to fast-fashion consumption: Enhancing the theory of planned behavior to predict Generation Y consumers’ purchase decisions”. en *Waste Management*. Vol.139, pp. 146-157. Ene.-Jun.2022 [En línea]. Disponible: Scopus.<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0956053X21006577?via%3DIihub>
- [16] B. L. Méndez Gómez “Consumo responsable para el desarrollo sostenible”, Estructeplan <https://estructeplan.com.ar/consumo-responsable-para-el-desarrollo-sostenible/> (Consultado Nov., 2023)
- [17] R. Lopez Goig “Consumo responsable y globalización reflexiva un estudio referido al comercio justo en España”, Dialnet <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2971678> (Consultado Ene., 2022).
- [18] G. Goodwin-Gill, y J. McAdam “ACNUR: Cambio climático, desastres y desplazamientos” ACNUR <https://www.acnur.org/fileadmin/Documentos/BDL/2017/11327.pdf> (Consultado Ene., 2023)
- [19] J. A. Corraliza, y J. I. Aragonés “Psicología ambiental e intervención psicosocial”. en *Psychosocial Intervention*, vol.11 no.3, pp. 271-275. 2002. [En línea]. Disponible: <https://www.redalyc.org/pdf/1798/179818139001.pdf>
- [20] M. Jiménez, y R. La fuente “La operacionalización del concepto de conciencia ambiental en las encuestas: La experiencia del Ecobarómetro andaluz”. ResearchGate https://www.researchgate.net/profile/Manuel-Jimenez-Sanchez/publication/324058660_La_operacionalizacion_del_concepto_conciencia_ambiental_en_las_encuestas_La_experiencia_del_Ecobarometro_andaluz/links/5d8b9857458515202b68934c/La-operacionalizacion-del-concepto-conciencia-ambiental-en-las-encuestas-La-experiencia-del-Ecobarometro-andaluz.pdf (Consultado Jun., 2023)
- [21] M. J. Restrepo, L. X. Tocarruncho, y M. C. Ortiz “Consumo responsable en estudiantes de pregrado de tres universidades públicas en Bogotá, Colombia”. en *Revista de Investigación Desarrollo e Innovación*, vol.12 no.1, pp. 7–20, Ene.-Jun., 2022. [En línea]. Disponible: <https://doi.org/10.19053/20278306.v12.n1.2022.14201>
- [22] J. Díaz, & F. Fuentes “Desarrollo de la conciencia ambiental en niños de sexto grado de educación primaria. Significados y percepciones”. en *CPU-e. Revista de Investigación Educativa*, no.26, pp. 136-163. 2018. [En línea]. Disponible: https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S1870-53082018000100136&script=sci_abstract&tlng=pt
- [23] J. E. Moreno, L. M. Rodríguez, y J. V. Favara “Conciencia ambiental en estudiantes universitarios: un estudio de la jerarquización de los Objetivos de Desarrollo Sustentable”. en *Revista de Psicología*, vol.15, no.29, pp. 113-119, Jun., 2019. [En línea]. Disponible: <https://repositorio.uca.edu.ar/handle/123456789/9559>
- [24] Tonello, y N. Vallares “Conciencia ambiental y conducta sustentable relacionada con el uso de energía para iluminación”. en *Gestión y Ambiente*, vol.18 no.1, pp. 45-59. Jun. 2015. [En línea]. Disponible: <https://revistas.unal.edu.co/index.php/gestion/article/view/44906/51440>
- [25] B. Aquije “Conciencia ambiental y consumo responsable en estudiantes de una universidad privada de Los Olivos”, Tesis de maestría, Esc. Edu., Univ. C.V., Lima, Perú, 2018. [En línea]. Disponible: https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/36868/Aquije_RK.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- [26] P. K. Del Castillo “Nivel de Conciencia ambiental y hábitos de Consumo en estudiantes en formación general de la universidad Andina del Cusco - año 2018”, Tesis de maestría, Depto. Cien. Eco. Y RR, Cusco, Perú, 2018. [En línea]. Disponible: https://repositorio.unsaac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12918/6632/253T20221065_TC.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- [27] G.D. Oseda, G.M. Oseda, y R.R. Toledo “Conciencia ambiental en estudiantes universitarios de una universidad pública de Lima”. en *Sendas*, vol.1, no.3, pp. 1–18, Sep.2020. [En línea]. Disponible: <https://revistas.infoc.edu.pe/index.php/sendas/article/view/46/53>
- [28] M. A. G. Bejarano “La investigación cualitativa”. en *INNOVA Research Journal*, vol.1, no.2, pp.1-9. Feb. 2016. [En línea]. Disponible: <http://201.159.222.115/index.php/innova/article/view/7/8>
- [29] R. Hernández, C. Fernández, y P. Baptista “Metodología de la investigación” en *McGRAW-HILL*, Vol.6, pp. 102-256, Abr. 2014. [En línea]. Disponible: <https://www.esup.edu.pe/wp-content/uploads/2020/12/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20Baptista-Metodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf>
- [30] M. Rodríguez, y F. Mendivelso “Diseño de investigación de corte transversal”. en *Revista médica sanitas*, vol.21, no.3, pp. 141-146, Sep. 2018. [En línea]. Disponible: https://www.researchgate.net/profile/Fredy-Mendivelso/publication/329051321_Diseño_de_investigacion_de_Corte_Transversal/links/5c1aa22992851c22a3381550/Diseño-de-investigacion-de-Corte-Transversal.pdf
- [31] F. Morales “Conozca 3 tipos de investigación: Descriptiva, Exploratoria y Explicativa”. Studocu https://www.ucipfg.com/Repositorio/MSCG/Practica_independiente/UNIDAD1/Tipos%20de%20investigaci%C3%B3n.docx (Consultado Nov., 2023)
- [32] A. Fidiás “El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica”. en *Editorial Episteme*, vol.6, 2013. [En línea]. Disponible: <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf-1.pdf>
- [33] P. L. López “Población muestra y muestreo”. en *Punto Cero*, vol.9, no.8, 2004. [En línea]. Disponible: http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012.
- [34] J. Casas, J. P. Repullo, y J. Donad “La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos”. en *Atención Primaria*, vol.31, no.8, pp. 527-538, 2003. [En línea]. Disponible: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0212656703707288>
- [35] J. Rodríguez, y M. Reguant “Calcular la fiabilidad de un cuestionario o escala mediante el SPSS: el coeficiente alfa de Cronbach”. en *REIRE Revista d'Innovació i Recerca en Educació*, vol.13, no.2, pp.1-13, 2020. [En línea]. Disponible: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7672166>
- [36] J. Guerreo, y R. Gavidia “Conciencia y Comportamiento Ambiental del estudiante universitario, Lima 2014”. Tesis de Maestría, Esc. Edu., Univ. C. V., Lima, Perú. [En línea]. Disponible: <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/14575>
- [37] S. Alboreda “Reconciliarse con el planeta: la sostenibilidad como nuevo paradigma España”. en *EUNSA*, vol.13, no.2, 2020. [En línea]. Disponible: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7672166>
- [38] A. F. Cabana Urquia “Conciencia ambiental, valores y ecoeficiencia en la Gerencia de Servicios a la Ciudad y Medio Ambiente. Lima Cercado. 2016”. Tesis de Doctorado, Dept. CC, Univ. C.V., Lima, Perú. [En línea]. Disponible: <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/4373>
- [39] A. Peiró “Las responsabilidades de la empresa y del consumidor” en *Cuadernos de la Cátedra «La Caixa» de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo*, no.19, Jun. 2013. [En línea]. Disponible: <https://www.iese.edu/media/research/pdfs/ESTUDIO-301.pdf>