

Consumo sustentable socialmente responsable: el caso de estudiantes universitarios de una ciudad de Perú

Pedro Severino-González¹, Giuseppe Sarmiento-Peralta², Javier Villar-Olaeta³ y Reynier I. Ramírez-Molina⁴

(1) Facultad de Ciencias Sociales y Económicas, Departamento de Economía y Administración, Universidad Católica del Maule, Talca, Chile (correo-e: pseverino@ucm.cl)

(2) Dirección General de Responsabilidad Social, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú (correo-e: giusseppe.sarmiento@unmsm.edu.pe)

(3) Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades, Departamento de Sociología, Ciencia Política y Administración Pública, Universidad Católica de Temuco, Temuco, Chile (correo-e: jvillar@uct.cl)

(4) Universidad de la Costa, Departamento de Ciencias Empresariales, Atlántico - Colombia (correo-e: rramirez13@cuc.edu.co).

Recibido Ago. 2, 2021; Aceptado Oct. 4, 2021; Versión final Nov. 25, 2021, Publicado Feb. 2022

Resumen

La presente investigación explora las diferencias en prácticas de consumo sustentable socialmente responsable según características sociodemográficas de estudiantes universitarios en una ciudad de Perú. Se suministra un instrumento a 318 futuros profesionales constituyendo una muestra no probabilística por conveniencia y se estiman estadísticos descriptivos y de dispersión. Los resultados muestran diferencias estadísticamente significativas según las variables sociodemográficas; encontrándose el valor mayor en la dimensión "respeto a las personas y animales", mientras que el menor valor se encuentra en la dimensión "compra informada". La participación en comunidad, el desarrollo de voluntariado y los años de permanencia en la universidad aumentan la valoración expresada por los estudiantes. En consecuencia, es imprescindible indagar sobre la influencia de los niveles de ingreso familiar como represor o estimulador de conductas que evidencian un comportamiento de consumo sustentable socialmente responsable. Se concluye que es preciso promover a través de las funciones sustantivas de las universidades la integración de acciones socialmente responsables y ambientalmente conscientes.

Palabras claves: educación superior; responsabilidad social; consumo sustentable; docencia universitaria

Socially responsible sustainable consumption: the case of university students from a city in Peru

Abstract

The present research study explores differences in socially responsible sustainable consumption behavior of university students from a city in Peru according to their sociodemographic characteristics. An instrument is applied to 318 future professionals, a non-probabilistic sample for convenience. Descriptive and dispersion statistics are estimated. The results show statistically significant differences according to sociodemographic variables. The greatest significant difference is observed for the variable "respect for people and animals" while the variable that showed the least significant difference is "informed purchase." Active participation in the community, volunteering, and total years of study at university increase valuations expressed by students. The results suggest that it is essential to inquire about the influence of family income levels as a repressor or stimulator of behaviors that show socially responsible sustainable consumption. In conclusion, it is necessary to promote substantive functions of universities to integrate socially responsible and environmentally conscious activities.

Keywords: higher education; social responsibility; sustainable consumption; university teaching

INTRODUCCIÓN

El estudio de la responsabilidad social y el consumo sustentable ha evidenciado la preocupación de los actores que integran el tejido social, develando la importancia y su carácter de urgente, como consecuencia de los escándalos que han quedado al descubierto en distintos sectores de la sociedad. Todo lo cual, debe conducir a la instalación de una elevada conciencia social, medioambiental y económica, pudiendo ser una alternativa las políticas educativas. Tras lo antes señalado, en los últimos años las personas y organizaciones han desarrollado un rol activo en búsqueda de un crecimiento armónico integral y justo, desde una perspectiva social, económico y medioambiental (Petillion et al., 2019), la que pretende mitigar la crisis económica, ambiental, social y política que impera en diversos países del planeta. Dicho rol ha motivado al despliegue de manifestaciones sociales cuyos propósitos han sido la lucha contra las desigualdades, inequidades y, los estragos que ha ocasionado el cambio climático (Tyedmers et al., 2020). Sobre este último aspecto, desde 1960 se han incrementado las iniciativas ambientales lideradas por organizaciones sociales y políticas; incentivando su institucionalización a nivel global, nacional y comunitario, buscando la creación de mecanismos ambientales que fecundan el desarrollo humano en su plenitud (Mensah, 2019).

Desde el siglo XXI el proceso ha sumado a más actores, organizaciones y normativas; sin embargo, han sido insuficientes frente a una problemática que crece con mayor rapidez y fuerza, impactando negativamente las proyecciones económicas, debido a la exacerbada crisis global. Esta última, evidenciada en investigaciones que relevan y resignifican los avatares de una sociedad individualista, egoísta e indolente, la que ignora en sus decisiones las carencias que afectan a la humanidad. Si bien es cierto, la Agenda 2030 y sus Objetivos del Desarrollo Sostenible, han conducido a resultados promisorios (Pfisterer y Van Tulder, 2021), se podría incluir una visión humanística, transdisciplinaria y compleja, en búsqueda de mejorar su impacto en los territorios. Dicho abordaje, propicia el estudio de la responsabilidad social desde su actuación como un concepto multidimensional, holístico, transversal y transformador, el que reafirma su impronta fundamental en la búsqueda de la sustentabilidad y la justicia social a través de acciones personales (Acuña-Moraga et al., 2020). Esto permite la convergencia e integración, desde la óptica de diversos paradigmas como la teoría sociocognitiva (Bandura, 2018) y la teoría sociobiológica informacional (Contreras-Pulache, 2017), en correspondencia con la triple dimensionalidad de la conducta y el compromiso estudiantil: los aspectos afectivos, cognitivos y conativos (Harari et al., 2020).

En consecuencia, la perspectiva del consumo sustentable responde a una conducta consciente y responsable del ser humano (Parekh y Klintman, 2021), la que busca disminuir el efecto negativo del consumismo, mercantilismo e irracionalidad, pasando al desarrollo de estadios para la construcción de acciones que afecten de manera positiva la sociedad y el ambiente (Pimdee, 2021); la que considera la protección de la humanidad en cubrir sus propias necesidades, sin el desmedro de las posibilidades de las generación futuras en satisfacer sus propias necesidades. En este contexto, el consumo sustentable tiene sus bases en valores como la empatía, ética, justicia y solidaridad, la que se fortalece con los principios de la responsabilidad social (Romero-Argueta et al., 2020), dando paso al consumo sustentable socialmente responsable (Severino-González et al., 2021). Lo antes señalado, puede ser analizados desde el enfoque de la consciencia fáctica y la conducta; en tal sentido, el estudiante universitario experimenta procesos-como todo ser humano-que lo define y redefine desde la dimensión personal, educativa, profesional y social (Cabana, 2020), desarrollando su consciencia social, gracias a la integran de componentes afectivos, cognitivos y conativos (Hamed, 2021), para dar paso a la manifestación de nuevas y diferentes conductas. En particular, las conductas relacionadas a la consecución de un desarrollo socioambiental sostenible están conectadas con la estructuración del componente moral de la personalidad (Contreras-Pulache, 2017).

En este aspecto, el enfoque del carácter filosófico moral, genera aportes a este marco de análisis, evidenciando a través de la presencia efectiva de una sabiduría práctica la que se vincula con una elevada conciencia del comportamiento y, las implicancias que se generan con/en un otro. Lo que podría explicar los motivos que incentivan a los estudiantes a consumir bienes que sean menos nocivos para la sociedad. Lo antes indicado, puede tener sus vínculos con el discernimiento ético, el que tiene su asidero en valores y virtudes que son propias de la construcción de la propia identidad, la que podría ser caracterizada a través de la ética del cuidado y del cuidado de sí (Rytzler, 2019), relevando al comportamiento honesto, solidario y voluntario (Sarmiento-Peralta et al., 2021).

El consumo sustentable socialmente responsable tiene sus bases en la relación intrínseca entre el consumo sustentable y la responsabilidad social (Schäfer et al., 2021). Este concepto es relativamente nuevo, siendo estudiado en diferentes contextos durante la última década (Acuña-Moraga et al., 2020), el que valora las decisiones integrales que buscan satisfacer las necesidades desde un sentido de ciudadanía, participación política y realización personal (Mylan, 2017), lo que admite señalar que el consumidor socialmente responsable, responde a un proceso formativo de la conciencia social, en particular desde su sistema conativo-volitivo conduciendo a la manifestación de actitudes de naturaleza ético-moral (Contreras-Pulache, 2017; Wakeman et al., 2021). En este contexto, las casas de estudios superiores, deben considerar en sus

declaraciones de competencias, un perfil de egreso que desarrolle conocimientos, conductas, habilidades que configuren competencias éticas; las que deben ser abordadas desde lo teórico y práctico. Lo antes señalado, se justifica en el reconocimiento de las funciones sustantivas de las instituciones de educación superior; articulando y resituando la responsabilidad social universitaria en la educación profesional situada y contextualizada.

Ahora bien, las funciones sustanciales de las instituciones de educación superior son la formación, investigación, gestión y extensión universitaria, las que responden al rol social y misional de las casas de estudios superiores (Vallaey y Álvarez-Rodríguez, 2019; Severino-González et al., 2020). Las mismas a través de las funciones antes señaladas, son actores sociales convocadas a liderar los cambios trascendentes en todo el tejido social (Severino-González et al., 2019), lo que viene a derribar las limitaciones propias como el academicismo, capitalismo cognitivo y, la mercantilización (Dewar, 2020). En ese aspecto, es preciso que cada uno de los miembros de una comunidad educativa asuman un elevado compromiso social y una inclinación clara frente a estas cuestiones que amedrenta la sociedad. En este escenario, la responsabilidad social universitaria busca redefinir las relaciones académicas con el territorio, de cara a nuevas formas de construcción del conocimiento con características propias de la innovación social, la que se fundamenta gracias a la disposición democrática y participativa del aprendizaje, para lo cual es preciso incluir a todos los actores que integran las instituciones educativas (Tapia-Gutiérrez et al., 2019). En este contexto, la perspectiva de los estudiantes universitarios es de relevancia, ya que son un grupo de jóvenes que son considerados en las estrategias comerciales y, por ende, se mimetizan con la sociedad del consumo (Olson, 2019), la que se intensifica por entornos que se caracterizan por los beneficios y estragos de la cuarta revolución tecnológica, en donde la comunicación digital propicia la generación de nuevos factores neoculturales, las que son utilizadas para la implementación de estrategias de marketing cada vez más sofisticadas. Todo lo cual, ha conducido a la construcción de un llamado homo consumens, el que se ha tensionado por la búsqueda incansable de cambios institucionales y sociales, caracterizada por su manifiesto sentido crítico, reivindicativo y propositivo de las reformas necesarias para el bien común (Burns et al., 2020).

En este sentido, las casas de estudios superiores deben contribuir a la docencia en ética, responsabilidad social y consumo sustentable, la que se justifica producto de los sucesos que han afectado la vida en sociedad. La que es tensionada por estrategias comerciales que incentivan el consumo –y en ocasiones el consumismo-, el que puede carecer de valores como la empatía, solidaridad y justicia. Es por ello que, es importante el desarrollo de investigaciones que revelen las características de los estudiantes para el diseño de estrategias de consumo sustentable socialmente responsable. En relación a lo antes señalado, recientes investigaciones identifican en los estudiantes universitarios de una región de Chile, un comportamiento socialmente responsable, dejando al descubierto la necesidad en la formación y, la consideración de las características sociodemográficas de los educandos (Severino-González et al., 2021). Así mismo, en la investigación de Szűcs et al., (2021), en donde se exploran la relación entre la conciencia ambiental en relación a la salud y el consumo de alimentos, demuestran que los estudiantes de una universidad de Hungría son consumidores conscientes reveladas en sus decisiones cotidianas y habituales. Además, según Islam et al., (2021) señalan que los jóvenes consumidores de Australia, se inclinan favorablemente en relación a la eliminación responsable de los desechos electrónicos, lo que mitiga el impacto en el medioambiente. A su vez, Pimdee (2021), explica conexiones de causalidad positiva entre las actividades de estudiantes de ciencia de Tailandia con relación al comportamiento de consumo sustentable.

Es por ello que, este trabajo propone la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuáles son las diferencias estadísticamente significativas de las prácticas de consumo sustentable socialmente responsable de los estudiantes de una ciudad ubicada en la zona central de Perú según sus características sociodemográficas? En cuanto al objetivo de investigación: explorar las diferencias estadísticamente significativas de las prácticas de consumo sustentable socialmente responsable de los estudiantes de una ciudad ubicada en la zona central de Perú según sus características sociodemográficas. En relación a las hipótesis, hipótesis nula (H0): No existen diferencias estadísticamente significativas según característica sociodemográfica sobre la percepción de los estudiantes universitarios a través de sus actitudes sobre el consumo sustentable socialmente responsable de una ciudad ubicada en la zona central de Perú y, por otro lado la hipótesis alterna (H1): Existen diferencias estadísticamente significativas según característica sociodemográfica en relación a las prácticas de consumo sustentable socialmente responsable de los estudiantes de una ciudad ubicada en la zona central de Perú. Finalmente, lo antes señalado se sustenta a través de la utilización de pruebas de hipótesis que permiten examinar diferencias estadísticamente significativas a través de las correspondientes variables sociodemográficas.

METODOLOGÍA

La presente investigación es cuantitativa de corte seccional y de tipo descriptiva, la cual considera la aplicación de un instrumento cuantitativo a estudiantes universitarios de una ciudad de Perú. Para la exploración de los resultados, se desarrollan estadísticos descriptivos, luego se utilizan pruebas para la determinación de la

distribución de datos y pruebas que permiten examinar diferencias de medias estadísticamente significativa. Esta sección considera, criterios de composición de la muestra, las características del instrumento y, finalmente, las estrategias de análisis utilizadas que permiten otorgar respuesta a la pregunta de indagación.

Muestra

En la investigación participan 318 estudiantes universitarios que cursan sus respectivos programas de estudios en una casa de estudios superiores ubicada en una ciudad en la zona central de Perú. Los datos fueron levantados a fines del tercer cuatrimestre y comienzos del cuarto cuatrimestre del año 2020. La muestra es no probabilística por conveniencia, debido a la no disposición de la lista de estudiantes según el alcance de esta propuesta investigativa, por lo tanto, no todos tienen la misma probabilidad en ser electos. El medio utilizado para la auto suministración del instrumento fue Google Forms® y, como medio de difusión las redes sociales, lo que es producto de la actual crisis sanitaria que atraviesa la población mundial. En todo momento, se señala a los estudiantes que la participación es voluntaria, libre y anónima y, además se indica que la misma no provoca daños, retribución y, la posibilidad de retiro.

En Tabla 1, se presenta las principales características sociodemográficas de los estudiantes que participaron en la investigación según género, dichas características se utilizan para la examinación de diferencias estadísticamente significativas. Se puede observar que la mayor concentración según género, en correspondencia a territorio, son las mujeres que provienen de zonas urbanas con un 32.70%, en relación a la percepción en cuanto al nivel socioeconómico familiar, el mayor valor se encuentra expresado por los hombres, particularmente en el nivel medio bajo con un 21.38%; ahora bien, en la variable años de permanencia o afiliación en una universidad, la mayor concentración se encuentra en el género mujer, siendo coincidente los porcentajes en 2 y 4 años, sumando en total 23.28%; por otro lado, al considerar el criterio ocupación, se presenta una similitud en dos criterios: en cuanto al género mujer, las que declaran solo estudiar, asciende a un 26.42%, en cambio en relación al género hombre: lo que indican estudiar y trabajar son un 26.42%; y, finalmente, en relación a la pertenencia a un grupo de voluntariado, tanto hombres y mujeres, indican la misma afiliación sumando en total 65.4%.

Tabla 1: Características sociodemográficas de los participantes

Variable	Criterios	Hombre (%)	Mujer (%)
Territorio (procedencia)	Urbano	29.87	32.70
	Rural	20.13	17.30
Nivel socioeconómico familiar (percepción)	Bajo	13.52	13.52
	Medio bajo	21.38	19.81
	Medio	13.52	15.72
	Medio alto	1.26	0.94
	Alto	0.31	0.00
Permanencia (años en la universidad)	2 años	11.01	11.64
	3 años	12.58	11.95
	4 años	10.38	11.64
	5 años	7.86	7.86
	6 años	8.18	6.92
Ocupación	Solo estudia	23.58	26.42
	Estudia y trabaja	26.42	23.58
Voluntariado (pertenece a un grupo)	Si	32.70	32.70
	No	17.3	17.30

Instrumento

El estudio de la convergencia entre la responsabilidad social y consumo sustentable, considera el abordaje del consumo sustentable socialmente responsable el cual ha dado lugar a indagaciones que dejan espacios para su indagación en diversos contextos, disciplinas y áreas del conocimiento. Ahora bien, para el levantamiento de información se acudió a la propuesta de Acuña-Moraga y Severino-González (2018), en donde se desarrolla una validación de juicio de expertos y un análisis de consistencia interna, obteniendo por cada una de las dimensiones coeficientes superiores a 0,72. Más tarde, Acuña-Moraga et al. (2020) propone un análisis factorial exploratorio y una examinación de consistencia interna: en cuanto al análisis factorial exploratorio, conduce a la reducción de número de ítems por constructo y; en relación a los coeficientes son

más bajos en esta nueva versión del cuestionario; todo lo cual, configura una versión corta del cuestionario, agrupando variables en nuevas dimensiones, lo que viene a revelar la conceptualización y, el desarrollo de nuevas prácticas de los considerados consumidores sustentables socialmente responsables (De Morais et al., 2021; Sakai et al., 2021).

Esta investigación considera un instrumento compuesto por tres apartados: el primer apartado, despliega preguntas criterio que permiten asegurar que los sujetos sean estudiantes de educación superior de una casa de estudios superiores ubicada en la ciudad ubicada en la zona central de Perú; el segundo apartado, está compuesta por variables sociodemográficas: género, territorio, nivel socioeconómico familiar, años de permanencia en la universidad, ocupación y pertenecía a grupo de voluntariado y; en el tercer apartado, se encuentra el cuestionario en su versión corta publicado por Acuña-Moraga et al. (2020), el que posee cuatro dimensiones: 1. *Compra informada*, 2. *Uso responsable*, 3. *Respeto a las personas y animales* y 4. *Calidad y territorialidad* (ver Tabla 2), las que en total suman 14 variables cuantitativas, las respuestas se despliegan a través de una escala tipo Likert, en donde: 1 = valor mínimo de acuerdo y, 6 =valor máximo de acuerdo.

Tabla 2: Cuestionario sobre prácticas de consumo sustentable socialmente responsable

<i>Dimensiones</i>	<i>Variables</i>
Compra informada	V1. Prefiero reciclar los envases vacíos en vez de botarlos.
	V2. Si un aparato se echa a perder, busco repararlo antes de comprar uno nuevo.
	V3. Me asocio a otras personas para comprar en grupo, y así obtener mejores precios.
	V4. Antes de decidir una compra, me informo sobre las prácticas sustentables de la empresa.
	V5. Antes de comprar un producto, exijo el máximo de información sobre sus características.
Uso responsable	V6. Cuando voy de compras llevo mi propia bolsa reutilizable, para disminuir el uso de bolsas plásticas desechables.
	V7. Antes de salir a comprar, planifico mis compras.
	V8. Ahorro energía: apago luces innecesarias, prefiero electrodomésticos de bajo consumo.
Respeto a las personas y animales	V9. Prefiero aquellos productos en cuya elaboración los animales no hayan sufrido maltrato.
	V10. No compro objetos que sean producto de trabajo infantil o esclavitud.
	V11. Es mejor comprar frutas y verduras libres de pesticidas y otros químicos.
Calidad y territorialidad	V12. En general, prefiero pagar más por un artículo de buena calidad, que comprar uno más barato, pero menos duradero.
	V13. Escojo productos de la zona, por sobre aquellos traídos de lejos.
	V14. Leo los manuales de los artículos electrónicos antes de usarlos por primera vez.

Análisis de los datos

Para el desarrollo de los respectivos análisis se utilizó el programa estadístico SPSS18. Se estimaron los estadísticos descriptivos, como media, mediana y desviación estándar por cada una de las dimensiones del cuestionario. Luego, se determinan los coeficientes de consistencia interna, otorgando confiabilidad en cuanto a la unidimensionalidad de los ítems según las dimensiones con sus respectivos ítems que construyen el concepto de consumo sustentable socialmente responsable. Posteriormente, se aplican pruebas de normalidad, para averiguar la distribución de los datos, lo que permite decidir sobre la idoneidad de la aplicación de pruebas paramétricas o no paramétricas y de correlaciones. Se evaluó la significancia en cuanto a la asociación entre las dimensiones, para identificar el grado de asociación entre cada una de las dimensiones. Finalmente, conociendo la distribución de los datos, se procede con la examinación de diferencia de medias estadísticamente significativas, según las variables sociodemográficas que caracterizan a los sujetos e investigación.

RESULTADOS

Los hallazgos que se abordan a continuación son lo que otorgan respuestas a la pregunta de investigación y, las correspondientes pruebas de hipótesis, las que revelan diferencias estadísticamente significativas, gracias a la examinación de medias según las variables sociodemográficas. En primer lugar, se presentan los estadísticos descriptivos por cada una de las dimensiones y, luego se desarrolla el análisis inferencial.

Estadísticos descriptivos

En la tabla 3, se pueden identificar medias, desviaciones estándar (DE), consistencia interna y correlaciones entre las dimensiones. Se puede identificar que el mayor valor se encuentra en la dimensión Respeto a las personas y animales, particularmente por la adquisición de bienes que estén libre de trabajo infantil y esclavitud (media=5.27; DE=1.037), en cambio el menor valor se encuentra en la dimensión Compra informada, lo que es producto de la baja asociación con otras personas para la compra en grupo para la obtención de precios más bajos (media=3.07; DE=1.385). Por otro lado, en cuanto a los coeficientes de consistencia interna pueden ser considerados suficientes y/o aceptables, lo que está en correspondencia con esta indagación que es descriptiva.

Ahora bien, en relación a las correlaciones entre las dimensiones, se utilizó el estadístico Rho de Spearman, debido a la distribución no normal de los datos, encontrando que existe una asociación significativa y positiva entre todas las dimensiones. Según el criterio señalado por Hernández-Sampieri et al. (2018), las dimensiones que presentan una correlación positiva y media, se encuentran en la asociación *Compra informada* y *Uso responsable* y la relación entre las dimensiones *Compra informada* y *Calidad y territorialidad*. En cambio, se presenta una asociación positiva débil: *Uso responsable* y *Calidad y territorialidad*. Finalmente, se presenta una relación positiva muy débil: *Compra informada* y *Respeto a las personas y animales*, *Uso responsable* y *Respeto a las personas y animales* y, *Respeto a las personas y animales* y *Calidad y territorialidad* (ver Tabla 3).

Tabla 3: Medias, desviaciones estándar, consistencia interna y correlaciones (**. significativa al nivel 0.01, bilateral)

Dimensiones	VARIABLES	Media	DE	Alfa de Cronbach	1	2	3	4
1. Compra informada	V1	3.83	1.421	0.681	1			
	V2	4.38	1.326					
	V3	3.07	1.385					
	V4	4.1	1.622					
	V5	3.91	1.139					
2. Uso responsable	V6	4.24	1.348	0.759	0.64**	1		
	V7	4.54	1.125					
	V8	4.87	1.19					
3. Respeto a las personas y animales	V9	5.24	0.994	0.629	0.17**	0.15**	1	
	V10	5.27	1.037					
	V11	4.59	1.107					
4. Calidad y territorialidad	V12	3.81	1.438	0.621	0.50**	0.46**	0.21**	1
	V13	3.91	1.204					
	V14	3.98	1.266					

En preciso señalar que, los hallazgos presentados previamente, devela una preocupación considerable de parte de los estudiantes en cuanto a su percepción en correspondencia con sus prácticas vinculadas con el consumo sustentable socialmente responsable. Lo anterior, como consecuencia de las elevadas valoraciones presenten en algunas variables y, a su vez, en las opciones de respuesta otorgadas en las dimensiones revelan la necesidad de disponer de información para el proceso de compra y, los esfuerzos desarrollados para el uso eficiente de los recursos. Todo lo cual, viene a revelar el comportamiento de los estudiantes universitarios en cuanto a sus actitudes ecológicas, socialmente sensibles, sustentables, ambientalistas y socialmente responsables.

Análisis inferencial

Para la exploración de diferencias estadísticamente significativas se aplicaron previamente pruebas de normalidad, para poder determinar la distribución de los datos y la correspondiente homocedasticidad. En aquellos casos en donde la muestra se divide en grupos menores de 50 observaciones se aplicó Shapiro-Wilk y, en aquellos grupos cuyas observaciones son mayores a 50, se utilizó Kolmogorov-Smirnov, lo que ha

permitido determinar que en todos los casos la muestra responde a una distribución no normal. Es por ello que, se deben utilizar pruebas no paramétricas según las divisiones de la muestra, pudiendo ser utilizada: U Mann Whitney o H de Kruskal-Wallis para variables independientes, lo que se encuentra en correspondencia con una investigación descriptiva en donde se pretende examinar las diferencias de medias según características sociodemográficas. Ahora bien, solo se encuentran diferencias en las variables: territorio, voluntariado, nivel socioeconómico familiar y años de permanencia en la universidad.

En Tabla 4, se observan las medias, medianas, desviaciones estándar (DE) y diferencias estadísticas según territorio. En la misma, se identifica tras la aplicación de la prueba no paramétrica U Mann Whitney, diferencia estadísticamente significativa en la dimensión *Calidad y territorialidad* (p-valor=0.001), la mayor valoración es expresada por el grupo de estudiantes que señalan una procedencia de un territorio rural (media=4.38; mediana=3; DE=0.748), debido a la preferencia de compra por bienes producidos en la zona, los cuales sean de alta calidad. Lo antes señalado puede estar relacionado con la manufactura de productos en menor escala de familias rurales, las cuales pueden integrar el núcleo parental de los educandos, lo que contribuye al desarrollo y progreso de comunidades rurales.

Tabla 4: Medias, medianas, desviaciones estándar y diferencias estadísticas según territorio

<i>Dimensiones</i>	<i>Territorio</i>	<i>Media</i>	<i>Mediana</i>	<i>DE</i>	<i>p-valor</i>
1. Compra informada	Urbano	3.95	4	1.158	0.375
	Rural	4.01	4	1.190	
2. Uso responsable	Urbano	3.8	4	1.064	0.163
	Rural	3.97	4	0.987	
3. Respeto a las personas y animales	Urbano	3.32	5	1.048	0.893
	Rural	2.99	5	0.888	
4. Calidad y territorialidad	Urbano	4.35	3	0.814	0.001
	Rural	4.38	3	0.748	

En Tabla 5, se observan las medias, medianas, desviaciones estándar (DE) y diferencias estadísticas según nivel socioeconómico familiar. En cuanto a la aplicación de la prueba no paramétrica H de Kruskal-Wallis se excluye el criterio alto -debido a que está integrado por solo un sujeto de investigación-, encontrando diferencias estadísticamente significativas en las dimensiones *Compra informada* (p-valor=0.046), *Uso responsable* (p-valor=0.044) y, *Calidad y territorialidad* (p-valor=0.008), quedando fuera solo la dimensión *Respeto a las personas y animales* (p-valor=0.313). En relación a la dimensión *Compra informada*, la mayor valoración se encuentra en el nivel socioeconómico familiar bajo (media=4.21; mediana=4; DE=1.247), debido a que los estudiantes para la adquisición de bienes, previamente solicitan información que consideran relevante, como, además, el desarrollo de esfuerzos para la asociación con otros y, el reciclaje y reparación de bienes. Así mismo, la mayor valoración en la dimensión *Uso responsable* se encuentra en el nivel socioeconómico familiar bajo (media=4.14; mediana=4; DE=0.984), lo que está en correspondencia con una compra planificada, la cual busca disminuir los desechos por el uso de bolsas plásticas y el ahorro de uso de energía eléctrica. Por otro lado, en cuanto a la dimensión *Calidad y territorialidad*, la mayor valoración se encuentra en el nivel de ingreso socioeconómico medio alto (media=3.86; mediana=4; DE=1.069), lo cual es fruto de la preferencia de bienes producidos en la zona y, la preferencia por pagar más por un artículo de buena calidad.

Tabla 5: Medias, medianas, desviaciones estándar y diferencias estadísticas según nivel socioeconómico

<i>Dimensiones</i>	<i>Nivel socioeconómico familiar</i>	<i>Media</i>	<i>Mediana</i>	<i>DE</i>	<i>p-valor</i>
1. Compra informada	Bajo	4.21	4	1.247	0.046
	Medio bajo	3.78	4	1.051	
	Medio	3.78	4	1.051	
	Medio alto	4.14	4	1.069	
2. Uso responsable	Bajo	4.14	4	0.984	0.044
	Medio bajo	3.77	4	1.105	
	Medio	3.77	4	1.105	
3. Respeto a las personas y animales	Medio alto	3.71	4	1.113	0.313
	Bajo	4.48	5	0.664	
	Medio bajo	4.24	4	0.971	
	Medio	4.24	5	0.971	
4. Calidad y territorialidad	Medio alto	4.71	5	0.488	0.008
	Bajo	2.97	3	0.913	
	Medio bajo	3.37	3	1.008	
	Medio	3.37	3	1.008	
	Medio alto	3.86	4	1.069	

En consecuencia, todo lo antes señalado conduce a conjeturas ya que pareciera, eventualmente, que las familias con menores ingresos son los que poseen elevadas actitudes de consumo sustentable socialmente responsable lo cual puede ser por necesidad y no por opción, lo que es relevado por su contraste y, tensionado según los hallazgos por aquellas prácticas que son mayormente valoradas por los que poseen un nivel de ingreso económico más alto, ya que propenden un mayor desembolso de dinero.

En Tabla 6, se pueden identificar las medianas, desviaciones estándar (DE) y diferencias estadísticas según años de permanencia en la universidad. Se puede identificar que solo se presentan diferencias estadísticamente significativas según la aplicación de la prueba no paramétrica H de Kruskal-Wallis en la dimensión *Calidad y territorialidad* (p -valor=0.006), se puede observar que a medida que el estudiante permanece más tiempo en la universidad aumenta sostenidamente su valoración en cuanto a la disposición de consumir bienes de alta calidad y que sean producidos en la zona, como además, la necesidad de leer manuales de aparatos electrónicos, lo cual puede ser por su complejidad para su efectivo uso.

Tabla 6: Medias, medianas, desviaciones estándar y diferencias estadísticas según años de permanencia

<i>Dimensiones</i>	<i>Permanencia</i>	<i>Media</i>	<i>Mediana</i>	<i>DE</i>	<i>p-valor</i>
1. Compra informada	2 años	3.99	4	1.081	0.546
	3 años	4.12	4	1.105	
	4 años	3.87	4	1.166	
	5 años	3.80	4	1.325	
	6 años	4.04	4	1.237	
	2 años	3.92	4	1.148	
2. Uso responsable	3 años	4.03	4	0.837	0.422
	4 años	3.8	4	1.058	
	5 años	3.64	4	1.156	
	6 años	3.85	4	0.989	
	2 años	4.56	5	0.554	
3. Respeto a las personas y animales	3 años	4.37	4	0.626	0.111
	4 años	4.37	5	0.935	
	5 años	4.16	4	0.955	
	6 años	4.23	4	0.857	
4. Calidad y territorialidad	2 años	2.86	3	0.924	0.006
	3 años	3.17	3	0.918	
	4 años	3.27	3	0.962	
	5 años	3.30	3	1.111	
	6 años	3.54	4	1.071	

En correspondencia con lo antes señalado la mayor valoración se encuentra en criterio 6 años (media=3.54; mediana=4; DE=1.071), lo cual viene a evidencia el acceso a información, nuevas tecnologías y, la movilidad social por encontrarse ad portas de su correspondiente titulación. En este contexto, la formación ofrecida por las instituciones de educación superior contribuye al despliegue de un comportamiento sustentable socialmente responsable, lo que contribuye al desarrollo y progreso de la sociedad. Por otro lado, en Tabla 7, se pueden identificar las medias, medianas, desviaciones estándar (DE) y diferencias estadísticas según la pertenecía a algún grupo de voluntariado.

Luego de la aplicación de la prueba no paramétrica U Mann Whitney, se encuentran diferencias estadísticamente significativas en las dimensiones *Uso responsable* (p -valor=0.015) y *Calidad y territorialidad* (p -valor=0.041). En relación a la dimensión *Uso responsable*, la mayor valoración es expresada por los estudiantes que declaran pertenecer a grupos de voluntariado (mediana=3.98; media=4; DE=0.980), debido a que los estudiantes que pertenecen a grupos de ayuda potestativa, poseen una elevada conciencia social que los motiva a planificar las compras, utilizar bolsas recicladas para disminuir la contaminación y el ahorro de energía, todo lo cual viene a contribuir a problemas medioambientales y sociales. En el mismo sentido y, en correspondencia con la dimensión *Calidad y territorialidad*, los estudiantes que declaran pertenecer a algún grupo de ayuda discrecional, enuncian una mayor valoración (media=4.44; mediana=3; DE=0.634), debido a que son educandos que poseen recursos para preferir productos de calidad, sin descuidar la adquisición de bienes producidos en la zona, lo que admite el deseo y la necesidad de poder ayudar a los más desfavorecidos, debido a sus oportunidades y alcances lo que está en directo sentido con la disposición de recursos.

Tabla 7: Medias, medianas, desviaciones estándar y diferencias estadísticas según voluntariado

<i>Dimensiones</i>	<i>Voluntariado</i>	<i>Media</i>	<i>Mediana</i>	<i>DE</i>	<i>p-valor</i>
1. Compra informada	Si	4.04	4	1.105	0.102
	No	3.84	4	1.275	
2. Uso responsable	Si	3.98	4	0.98	0.015
	No	3.65	4	1.112	
3. Respeto a las personas y animales	Si	3.12	5	0.922	0.189
	No	3.35	5	1.129	
4. Calidad y territorialidad	Si	4.44	3	0.634	0.041
	No	4.2	3	1.003	

DISCUSIÓN

La presente investigación que buscó explorar las diferencias estadísticamente significativas de las prácticas de consumo sustentable socialmente responsable de los estudiantes de una ciudad ubicada en la zona central de Perú según sus características sociodemográficas. En relación a la hipótesis, se evidencian diferencias estadísticamente significativas según las variables sociodemográficas; encontrándose el valor mayor en la dimensión *Respeto a las personas y animales*, mientras que el menor valor se encuentra en la dimensión *Compra informada*, afectando el consumo del segmento de interés en la adquisición de productos o servicios. Estos resultados contrastan con las investigaciones de Sarmiento-Peralta et al. (2021) y Severino-González et al. (2021), quienes coinciden que en oportunidades la demanda de productos en grupo podría provocar precios bajos o un efecto rebote -precios altos-; sin embargo, esto es influenciado por factores ambientales, políticos, sociales y económicos que afectan considerablemente la dinámica del mercado y que afectan negativa o positivamente de manera directa al cliente, lo que implica la compra y uso responsable de los productos, bienes o servicios adquiridos.

Los resultados antes descritos colocan de manifiesto la asociación entre la *Compra informada*, *Uso responsable*, *Respeto a las personas y animales*, y la *Calidad y territorialidad*, catalogada significativa y positiva entre todas las dimensiones, al contrastar los estudios previos efectuados por Harari et al., (2020), Bandura, (2018) y Contreras-Pulache, (2017). Además, los mismos autores manifiestan que las prácticas de consumo sustentable socialmente responsable poseen una concepción holístico y transversal, que busca la sustentabilidad, la ética y justicia social (Wakeman et al. 2021), asociado con la conducta y compromiso del ser humano, revestidos con aspectos afectivos, cognitivos y conativos. Al respecto, es importante que los estudiantes posean toda la información necesaria como las características y/o especificidades del producto o servicio, para establecer un adecuado proceso de compra, evitando algún atisbo de erros en dichos procesos y maximizar sus recursos, originado un enfoque sustentable de compra responsable en los estudiantes universitarios.

Respecto a la conducta del consumo del estudiante universitario socialmente responsable, releva, resignifica y recobra cada vez mayor fuerza por las constantes modificaciones y alteraciones del mundo global, impactada por las respuestas ambientales que emite el planeta tierra, originado en el ser humano indicios de preocupación y creación de estrategias para optimizar los recursos en miras a lo renovable, lo que maximizaría la cadena de valor y uso de los productos y servicios. Todo lo cual, cumplen con un ciclo de vida adecuado y cónsonos a la realidad del mercado, como lo señala Pfisterer y Van Tulder (2021); siendo iniciativas ahora mundiales que capitalizan las mejores prácticas del sector universitario y empresarial, reflejados en responsables estrategias para mantenerse en el mercado, con miras a la gestión verde, y desarrollo del ser del individuo, con respeto al bien común, contribuyendo a la generación de ambientes saludables.

CONCLUSIONES

En relación a la investigación desarrollada y en conjunto con sus hallazgos se presentan las siguientes conclusiones:

1. La convergencia de la responsabilidad social y consumo sustentable, admite el estudio del comportamiento en relación a las prácticas que caracterizan la conciencia social, medioambiental y económica de los consumidores, motivando su exploración en diversos contextos, lo que coadyuva a la toma de decisiones organizacionales. En el caso de las universidades, la utilidad de esta investigación se refuerza con el hecho de que la responsabilidad social universitaria incorpora, como parte de sus procesos de mejora, la dimensión

del cuidado medioambiental como uno de los indicadores de implementación y, por tanto, se encuentra presente en las decisiones organizacionales vinculadas a todas las dimensiones de su quehacer universitario, y entre ellas la educación de los estudiantes universitarios en responsabilidad social.

2. La vida en comunidad propio de las zonas rurales y, la pertenencia a grupos de voluntariado, contribuyen a una elevada preocupación del actuar de parte de los estudiantes, lo que motiva un notorio proceder que revela la importancia del ser humano y, su entorno natural y social. Lo antes señalado, invita a las universidades a reforzar sus planes de estudio a través de estrategias que propicien el comportamiento socialmente responsable, como aprendizaje servicio, aprendizaje basado en problemas, aprendizaje basado en proyectos, entre otros; lo que puede incluir en cada una de las estrategias enunciadas, espacios para el voluntariado universitario de forma articulada e integrada. Lo cual supone una inserción de las diversas comunidades del territorio como actores educativos relevantes hacia una corresponsabilidad social de la formación profesional, gracias a un diálogo de saberes permanente para la construcción de un conocimiento válido, significativo y transformador.

3. El estudiante universitario socialmente responsable, al ejercer un consumo sustentable, se destaca como un actor clave del entretejido social integrando el efecto mediador de las políticas educativas enfocadas a la sustentabilidad con las tendencias globales de consumo. Es por ello que, la responsabilidad social universitaria posee una importancia transformadora como eje fundamental para la implementación de las políticas educativas en las casas de estudios superiores, lo que viene a reforzar esta dimensión práctica de las personas mediante no sólo formación curricular, sino en los demás ámbitos sustantivos, como la gestión, investigación y extensión.

4. Los hallazgos develados en esta indagación, pueden ser empleados por las casas de estudios superiores para el diseño de estrategias que propendan una elevada conciencia social y por las organizaciones de diversos rubros, para la constitución de perfiles de clientes; manejando los necesarios recaudos para su adecuada utilización, para lo cual es preciso fortalecer las prácticas de la responsabilidad social universitaria, lo que considera desde el modelo educativo, plan de desarrollo institucional, hasta las acciones que contribuyen al logro de objetivos.

5. Uno de los desafíos que presenta esta indagación es la determinación de los motivos que constituyen las prácticas de consumo sustentable socialmente responsable de los estudiantes, que declaran poseer un bajo ingreso familiar, para la clarificación de una voluntad basada en una opción libre y no por la obligatoriedad que subyace de las necesidades. Por otro lado, otros de los desafíos es la incorporación del valor de lo comunitario y su relación con las influencias que ejerce en la gestión universitaria, como articulador de la conciencia social y la resignificación del cuidado del medioambiental.

6. Entre las limitaciones que presenta esta indagación, es el proceso muestral y la necesaria aplicación de técnicas estadísticas más complejas. En este sentido, es recomendable aumentar la indagación de las variables sociodemográficas para una mayor comprensión del fenómeno de estudio. Además, es preciso desarrollar indagaciones que permitan la comparación entre países, lo que permite develar las prácticas y las realidades de los diversos actores sociales, políticos y culturales que caracterizan los sistemas educativos.

REFERENCIAS

Acuña-Moraga, O., Severino-González, P., Garrido-Véliz, V., y Martín-Friorino, V., Consumo sustentable y responsabilidad social. Una visión convergente que contribuye al desarrollo sustentable, *Interciencia*, 45(8), 384-389 (2020).

Acuña-Moraga, O., y Severino-González, P., Sustentabilidad y comportamiento del consumidor socialmente responsable, *Revista Opción*, 34(87), 299-324 (2018).

Bandura, A., Toward a Psychology of Human Agency: Pathways and Reflections, <https://doi.org/10.1177/1745691617699280>, *Perspectives on Psychological Science*, 13(2), 130-136 (2018).

Burns, D., Dagnall, N., y Holt, M., Assessing the impact of the COVID-19 Pandemic on Student Wellbeing at Universities in the United Kingdom: A Conceptual Analysis, <https://doi.org/10.3389/feduc.2020.582882>, *Frontiers in Education*, 5(14), 1-18 (2020).

Cabana, S.R., Zamarreño, R., Véliz, R. P., y Sierra, M.J., Predictores de una conducta sustentable en estudiantes de pregrado de la Universidad de la Serena, Chile, <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062020000600169>, *Formación Universitaria*, 13(6), 169-180 (2020).

Contreras-Pulache, H., Introducción a una Psicobiología del hombre; en *Psicobiología Social*, 1ed., P. Ortiz, 11-23, Fondo Editorial de la Universidad de Ciencias y Humanidades, Lima, Perú (2017).

- De Morais, L., Pinto, D., y Cruz-Jesús, F., Circular economy engagement: Altruism, status, and cultural orientations as drivers for sustainable consumption, <https://doi.org/10.1016/j.spc.2021.01.019>, *Sustainable Production and Consumption*, 27, 523-533 (2021).
- Dewar, J., The role of universities in time of crisis: a vice chancellor's perspective, <https://doi.org/10.1108/QRJ-06-2020-0072>, *Qualitative Research Journal*, 20(4), 405-410 (2020).
- Hamed, S., Morón-Monge, H., y Rivero, A., Evaluación de las actitudes de estudiantes de maestros de educación infantil hacia la enseñanza y aprendizaje de la ciencia: validación de un cuestionario para el contexto español, <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062021000200085>, *Formación Universitaria*, 14(2), 85-94 (2021).
- Harari, G., Vaid, S., y otros seis autores, Personality sensing for theory development and assessment in the digital age, <https://doi.org/10.1002/per.2273>, *European Journal of Personality*, 34(5), 649-669 (2020).
- Hernández-Sampieri, R., y Mendoza-Torres, Ch., Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta, 1ª ed., 346, McGraw Hill, ISBN: 978-1-4562-6096-5, México D.F., México (2018).
- Islam, T., Dias, P., y Huda, N., Young consumers' e-waste awareness, consumption, disposal, and recycling behavior: A case study of university students in Sydney, Australia, <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.124490>, *Journal of Cleaner Production*, 282, 1-18 (2021).
- Mensah, J., Sustainable development: Meaning, history, principles, pillars, and implications for human action: Literature review, <https://doi.org/10.1080/23311886.2019.1653531>, *Cogent Social Sciences*, 5(1), 1-21 (2019).
- Mylan, J., The business of "behaviour change": Analysing the consumer-oriented corporate sustainability journey of low-temperature laundry, <https://doi.org/10.1177/1086026616677169>, *Organiz. Environ.*, 30, 283-303 (2017).
- Olson, C., Lanthorn, y otros tres autores, Producing PSAs on consumer culture: youth reception of advertising, <https://doi.org/10.1080/15295036.2018.1526390>, *Critical Studies in Media Communication*, 36(1), 58-74 (2019).
- Parekh, V., y Klintman, M., The practice approach in practice: Lessons for Civil Society Organizations (CSOs) that Work Towards Sustainable Food Consumption in Sweden, <https://doi.org/10.1016/j.spc.2020.12.011>, *Sustainable Production and Consumption*, 26, 480-492 (2021).
- Petillion, R., Freeman, T., y Mcneil, W., United Nations Sustainable Development Goals as a Thematic Framework for an Introductory Chemistry Curriculum, <https://doi.org/10.1021/acs.jchemed.9b00307>, *Journal of Chemical Education*, 96(12), 2845-2851 (2019).
- Pfisterer, S., y Van Tulder, R., Navigating governance tensions to enhance the impact of partnerships with the private sector for the SDGs, <https://doi.org/10.3390/su13010111>, *Sustainability*, 13(1), 1-17 (2021).
- Pimdee, P., An Analysis of the Casual Relationships in Sustainable Consumption Behaviour (SCB) of Thai Student Science Teachers, <https://doi.org/10.29333/iji.2021.14159a>, *International Journal of Instruction*, 14(1), 999-1018 (2021).
- Romero-Argueta, J.J., Coreas-Flores, E. O., y Severino-González, P., Responsabilidad social del estudiante universitario en El Salvador: Género y territorio, <https://doi.org/10.31876/rcs.v26i0.34137>, *Revista Ciencias Sociales (Ve)* 26(Esp.2), 426-441 (2020).
- Rytzler, J., Turning the gaze to the self and away from the self—Foucault and Weil on the matter of education as attention formation, <http://dx.doi.org/10.1080/17449642.2019.1617452>, *Ethics and Education*, 14(3), 285-297 (2019).
- Sakai, A., Maruhashi, H., y otros tres autores, An analytics on consumers' behavior of buying olive oil and its application to local physical shop, https://dx.doi.org/10.1527/tjsai.36-1_wi2-i, *Transactions of the Japanese Society for Artificial Intelligence*, 36(1), 1-12 (2021).
- Sarmiento-Peralta, G., Severino-González, P., y Santander-Ramírez, V., Responsabilidad social: voluntariado universitario y comportamiento virtuoso. El caso de una ciudad de Perú, *Revista Formación Universitaria*, 14(5), 19-28 (2021).
- Schäfer, M., de Figueiredo, M.D., y otros cinco autores, Imitation, adaptation, or local emergency? A cross-country comparison of social innovations for sustainable consumption in Brazil, Germany, and Iran, <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.124740>, *Journal of Cleaner Production*, 284, 124740 (2021).
- Severino-González, P., Acuña-Moraga, O., Astete-Tapia, K., y Medel-Maturana, J., Responsabilidad social y consumo sustentable: el caso de estudiantes de formación superior de Talca (Chile), <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642021000100143>, *Información Tecnológica*, 32(1), 143-150 (2021).
- Severino-González, P., Martín-Friorino, V., y González-Soto, N., Responsabilidad Social. De la toma de decisiones a la educación de carácter: percepciones de docentes y no docentes de un establecimiento educacional chileno, <https://doi.org/10.15581/004.37.69-90>, *Estudios sobre Educación*, 37, 69-90 (2019).
- Severino-González, P., Villalobos Antúnez, J. V., Romero-Argueta, J., y Garrido-Véliz, V.V., Social responsibility of higher education students. Motivations for its development in times of Covid-19 in Chile and El Salvador, <http://doi.org/10.5281/zenodo.4009788>, *Utopía y Praxis Latinoamericana*, 25(7), 439-452 (2020).
- Szűcs, I., Gáthy, A.B., Soltész, A., y Mihály-Karnai, L., Examination of the perceived and real Environmental and health consciousness of Students attending the University of Debrecen, <https://doi.org/10.1556/1848.2020.00185>, *International Review of Applied Sciences and Engineering*, 12 (1), 92-100 (2021).

- Tapia-Gutiérrez, C., Villar-Olaete, J., y Carrillo-Mardones, O., La Escuela como Espacio de Articulación y Comprensión de la Convivencia, la Ciudadanía y la Transparencia. Una Mirada desde los Estudiantes, <http://dx.doi.org/10.15665/encuent.v17i02.1805>, Revista Encuentros, 17(2), 152-164 (2019).
- Tyedmers, E., Malik, A., y otros cuatro autores, Sustainable development opportunities in small island nations: A case study of the Cool Islands, <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.123045>, Journal of Cleaner Production, 277, 1-19 (2020).
- Vallaëys, F., y Álvarez-Rodríguez, J., Hacia una definición latinoamericana de responsabilidad social universitaria. Aproximación a las preferencias conceptuales de los universitarios, <https://doi.org/10.5944/educXX1.19442>, Educación XX1, 22(1), 93-116 (2019).
- Wakeman, S. W., Tsalis, G., Jensen, B. B., y Aschemann-Witzel, J., Seeing the Issue Differently (Or Not at All): How Bounded Ethicality Complicates Coordination Towards Sustainability Goals, <https://doi.org/10.1007/s10551-021-04823-2>, Journal of Business Ethics, 1-14 (2021).