9th International Interdisciplinary Congress on Renewable Energies, Industrial Maintenance, Mechatronics and Informatics

Booklets

RENIECYT
Registro Nacional de Instituciones y Empresas Científicas y Tecnológicas
1702902 CONAHCYT

RENIECYT - LATINDEX - Research Gate - DULCINEA - CLASE - Sudoc - HISPANA - SHERPA UNIVERSIA - Google Scholar DOI - REDIB - Mendeley - DIALNET - ROAD - ORCID - V|LEX

Title: Analysis of responsible consumption in relation to gender in students of a higher education institution

Authors: Galaviz-Zamora, Marisol, Murillo-Félix, Cecilia Aurora and Galvan-Corral, Alberto

Instituto Tecnológico de Sonora LBI-6241-2024 0000-0002-5704-793X 1063605
Instituto Tecnológico de Sonora LBI-6380-2024 0000-0002-2214-9880 971874
Instituto Tecnológico de Sonora LBI-7088-2024 0000-0002-9625-0324 93702

Editorial label ECORFAN: 607-8695
BCIERMMI Control Number: 2024-01
BCIERMMI Classification (2024): 241024-0001
RNA: 03-2010-032610115700-14
Pages: 13

CONAHCYT classification:
Area: Social Sciences
Field: Economic Sciences
Discipline: General economy
Subdiscipline: Consumer behavior

ECORFAN-México, S.C.
Park Pedregal Business. 3580, Anillo Perif., San Jerónimo Aculco, Álvaro Obregón, 01900 Ciudad de México, CDMX,
Phone: +52 1 55 6159 2296
Skype: ecorfan-mexico.s.c.
E-mail: contacto@ecorfan.org
Facebook: ECORFAN-México S. C.
Twitter: @EcorfanC

www.ecorfan.org

Holdings
Mexico Colombia Guatemala
Bolivia Cameroon Democratic
Spain El Salvador Republic
Ecuador Taiwan of Congo
Peru Paraguay Nicaragua

PRESENTATION CONTENT

Introduction

Methodology

Results

Annexes

Conclusions

References

Introducción

En el marco de la globalización económica, se observa una deterioro ambiental, social y cultural significativo propiciado por el consumismo.

Para hacer frente a los efectos del acelerado consumo de bienes y servicios, a nivel global se viene fomentando una cultura de consumo más responsable y empático con el medio ambiente y la sociedad. De acuerdo Webster (1975) citado por Martínez (2021) el concepto de consumo responsable implica que el individuo considera las implicaciones de su consumo personal y busca influir en el cambio social a través de decisiones de compra informadas y reflexivas.

Kosiak, Modesto y Raigada (2014), sostienen que el consumo responsable se agrupa en tres dimensiones principales: consumo ecológico, consumo ético y consumo social.

No. de Diapositivas de 7 a 14,
Sin contar la primera, segunda y última lamina de la presentación.

El archivo .pptx deberá ser nombrado de acuerdo al código de participación de su investigación ejemplo
“CIER-001 – MnlC-001 – JsI-001”

Introducción

Restrepo, Tocarruncho y Ortiz (2022) realizaron un estudio en estudiantes cuyos hallazgos indican un incremento en el compromiso con prácticas de reciclaje y actividades a favor del medio ambiente. Además, se observa una falta de conocimiento entre los estudiantes acerca de las políticas gubernamentales y las iniciativas empresariales destinadas a fomentar el consumo responsable.

En el análisis del consumo responsable, pocos estudios han abordado la variable de género. Según Carosio (2008), las mujeres tienen una inclinación natural hacia el consumo y son responsables del 80% de las decisiones de compra en los hogares. Este hallazgo contrasta con el reporte de la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (CONDUSEF 2020), que indica que tanto hombres como mujeres gastan en proporciones similares. En este punto surge el siguiente cuestionamiento de investigación

¿Existe una asociación significativa entre el consumo responsable y el género?

Introducción

Bianchi, Ferreyra y Kosiak (2013) realizaron un estudio comparativo del consumo responsable en Argentina y Uruguay, donde identificaron que la mayoría de los consumidores responsables están compuestos por mujeres. Este hallazgo coincide con lo observado por Arredondo, Maldonado y De la Garza (2011), quienes encontraron que el género femenino muestra una mayor eficacia en la adopción de prácticas de consumo socialmente responsable

Objetivos

Identificar el consumo responsable en estudiantes de una institución de educación superior, con la finalidad de establecer recomendaciones de mejora

Identificar si existen relación significativa entre las dimensiones de consumo responsable (responsabilidad individual, comportamiento de reciclaje, comportamiento ecológico) practicado por estudiantes de una universidad del Sur de Sonora y la variable género.

Metodología

El tipo de investigación del presente estudio es cuantitativo, descriptivo y correlacional.

Para evaluar las actitudes hacia el consumo responsable se analizaron tres dimensiones de un instrumento de medición con escala de respuesta tipo Likert con cinco opciones de respuesta, las dimensiones son: responsabilidad individual, comportamiento de reciclaje y comportamiento ecológico contando con un total de 24 ítems.

El instrumento fue validado por Amezcua, De la Peña, Ríos y Saucedo (2018), adicionalmente se determinó el estadístico de confiabilidad Alfa de Cronbach obteniendo un resultado de .948 al ser superior a .70 indica su confiabilidad

Se trabajó con una muestra por conveniencia de la investigación conformada por 111 estudiantes

Resultados

En la tabla 1. se muestra la distribución de participantes según su carrera, destacando que los porcentajes más altos corresponden a economía y finanzas con un 27%, seguido por ingeniería industrial y de sistemas con un 18.9%. En contraste, los porcentajes más bajos corresponden a licenciatura en ciencias del ejercicio físico y licenciatura en mercadotecnia.

Tabla 1 . Carrera

Carrera	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Lic. en Administración	18.0	18.0
Lic. en Ciencias del ejercicio físico	2.7	20.7
Lic. en Psicología	14.4	35.1
Lic. en educación infantil	5.4	40.5
Lic. en ciencias de la educación	10.8	51.4
Ing. industrial y de sistemas	18.9	70.3
Lic. economía y finanzas	27.0	97.3
Lic. en Mercadotecnia	2.7	100.0
Total	100.0	

En la variable sexo de los participantes se nota que el 73% corresponde al género femenino, mientras que el 27% corresponde al género masculino (Ver tabla 2).

Tabla 1 . Sexo del estudiante

Sexo	%	Porcentaje Acumulado
Femenino	73.0	73.0
Masculino	27.0	100.0
Total	100.0	

Resultados

En la dimensión de responsabilidad individual, el hábito de consumo responsable más frecuente es "Evito comprar productos o servicios de empresas que discriminan a las mujeres", con una media de respuesta de 3.90. Por otro lado, el hábito menos practicado en cuanto a consumo responsable individual es "Leo las etiquetas para determinar si las empresas realizan campañas ambientales y/o de asistencia social" (Ver tabla 5).

Tabla 3. Estadísticos descriptivos responsabilidad individual

Ítem	Media	Std. Deviation
Evito comprar productos o servicios de empresas que discriminan a las mujeres.	3.90	1.235
Leo las etiquetas para saber si manejan campañas ambientales y/o de asistencia social.	3.27	1.272

En la dimensión comportamiento de reciclaje se observa que el habito de consumo menos practicado es “reciclo latas de acero/hojalata” con una media de 2.86, mientras que el habito de consumo más practicado es “Cuando voy al supermercado llevo mi propia bolsa reutilizable” con una media de 4.05 (Ver tabla 4)

Tabla 4. Estadísticos descriptivos comportamiento de reciclaje

Item	Media	Std. Desviación
Reciclo latas de acero/hojalata.	2.86	1.455
Cuando voy al supermercado llevo mi propia bolsa reutilizable.	4.05	1.212

En la dimensión de comportamiento ecológico, se destaca que el hábito más practicado es "Evito comprar productos hechos de animales en peligro de extinción", con una media de respuesta de 4.01. En contraste, el hábito menos frecuente en ser puesto en práctica es "Siempre que es posible, camino, ando en bicicleta, comparto el coche o uso el transporte público para ayudar a reducir la contaminación ambiental", con una media de 3.50 (Ver tabla 5).

Tabla 5. Estadísticos descriptivos comportamiento ecológico

Ítem	Media	Std. Desviación
Evito comprar productos que son hechos de animales en peligro de extinción.	4.01	1.239
Siempre que es posible camino, ando en bicicleta o uso transporte público para ayudar a reducir la contaminación ambiental.	3.50	1.306

Resultados

La tabla cruzada de la dimensión responsabilidad individual con la variable sexo revela que la mayoría de las mujeres exhiben niveles altos de práctica en responsabilidad individual, mientras que la mayoría de los hombres muestran niveles medios. Además, en la tabla de análisis de asociación entre variables utilizando pruebas estadísticas como el Chi-cuadrado, se encontró un valor de significancia de 0.028, indicando una asociación significativa entre los hábitos de responsabilidad individual y el género (Ver tabla 6 y 7)

Tabla 6. Tabla cruzada responsabilidad individual con variable sexo

		Responsabilidad individual			
		Bajo	Medio	Alto	Total
Sexo	Femenino	6	26	49	81
	Masculino	1	18	11	30
Total		7	44	60	111

Tabla 7. Prueba Chi cuadrado, dimensión responsabilidad individual y variable sexo

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	7.175[a]	2	.028
Razón de verosimilitud	7.098	2	.029
Asociación lineal por lineal	2.254	1	.133
N de casos válidos	111		

La tabla cruzada de la dimensión comportamiento de reciclaje con la variable sexo muestra que la mayoría de las mujeres presentan niveles medios de práctica en hábitos de reciclaje, concordando con los hombres que también exhiben un nivel medio. Además, en la tabla de análisis de asociación entre variables utilizando pruebas estadísticas como el Chi-cuadrado, se encontró un valor de significancia de 0.271, lo que indica que no existe asociación significativa entre el comportamiento de reciclaje y el género de los participantes (Ver tabla 8 y 9)

Tabla 8. Tabla cruzada comportamiento de reciclaje con variable sexo

		Comportamiento de reciclaje			
		Bajo	Medio	Alto	Total
Sexo:	Femenino	19	33	29	81
	Masculino	8	16	6	30
Total		27	49	35	111

Tabla 9. Prueba Chi cuadrado, dimensión comportamiento de reciclaje y variable sexo

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	2.613[a]	2	.271
Razón de verosimilitud	2.752	2	.253
Asociación lineal por lineal	1.417	1	.234
N de casos válidos	111		

Resultados

La tabla cruzada de la dimensión comportamiento ecológico con la variable sexo muestra que la mayoría de las mujeres exhiben niveles altos de comportamiento ecológico, de la misma manera con los hombres muestran un nivel alto en dicha dimensión. Por otra parte, en la tabla de análisis de asociación entre variables utilizando pruebas estadísticas como el Chi-cuadrado, se encontró un valor de significancia de 0.173, lo que indica que no existe asociación significativa entre el comportamiento ecológico y el género de los participantes (Ver tabla 12 y 13) .

Tabla 10. Tabla cruzada comportamiento ecológico con variable sexo

		Comportamiento ecológico			Total
		Bajo	Medio	Alto	
Sexo	Femenino	5	24	52	81
	Masculino	5	10	15	30
Total		10	34	67	111

Tabla 11. Prueba Chi cuadrado, dimensión comportamiento ecológico y variable sexo

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	3.505[a]	2	.173
Razón de verosimilitud	3.228	2	.199
Asociación lineal por lineal	3.076	1	.079
N de casos válidos	111		

Conclusiones

Los hallazgos más relevantes de la presente investigación revelan que, en la dimensión de responsabilidad individual, las mujeres presentan niveles altos de responsabilidad, mientras que los hombres muestran un nivel medio. Este patrón se alinea con la literatura existente, que sugiere que las mujeres tienden a adoptar comportamientos más responsables en comparación con los hombres.

Los resultados obtenidos corroboran los hallazgos de Bianchi, Ferreyra y Kosiak (2013), quienes identificaron una mayor prevalencia de consumidores responsables entre las mujeres en Argentina y Uruguay. Esta consistencia sugiere que el comportamiento de consumo responsable puede estar influenciado por el género, con las mujeres mostrando una mayor inclinación hacia prácticas responsables. Además, Arredondo, Maldonado y De la Garza (2011) también encontraron que las mujeres tienen una mayor eficacia en la adopción de prácticas de consumo socialmente responsable, lo que respalda nuestros hallazgos y subraya una tendencia persistente en diferentes contextos y culturas.

Conclusiones

Los hallazgos indican que las estrategias para fomentar la responsabilidad individual podrían beneficiarse de un enfoque específico para las mujeres, dado su mayor nivel de compromiso en comparación con los hombres. Para promover prácticas de reciclaje y comportamiento ecológico, es necesario desarrollar intervenciones que aborden las barreras percibidas y fomenten la adopción de hábitos responsables a través de campañas educativas y de sensibilización.

Futuras investigaciones deberían explorar las razones detrás de las diferencias de género en la responsabilidad individual y evaluar cómo se pueden mejorar las prácticas de reciclaje y comportamiento ecológico en diferentes grupos demográficos. Además, un enfoque más detallado sobre las diferencias en motivaciones y obstáculos específicos podría proporcionar una comprensión más profunda de cómo promover eficazmente comportamientos responsables y sostenibles entre los estudiantes universitarios.

En conclusión, este estudio aporta valiosa información sobre los hábitos de consumo responsable de los estudiantes universitarios, revelando la influencia del género en la responsabilidad individual y sugiriendo áreas clave para futuras investigaciones y desarrollo de políticas.

Referencias

Antecedents

Armenteros, E. M. M. (2016). El consumo socialmente responsable: Un enfoque conceptual. *Antropología Experimental, (16)*. https://doi.org/10.17561/rae.v0i16.3286

Maldonado, C. I., Aguirre, I. V., & Campar, R. M. (2018). El nuevo sujeto social del consumo responsable. *Estudios de la Gestión, (4)*, 97–123. https://doi.org/10.32719/25506641.2018.4.5

Dueñas Ocampo, S., Perdomo-Ortiz, J., & Villa Castaño, L. E. (2014). El concepto de consumo socialmente responsable y su medición: Una revisión de la literatura. Estudios Gerenciales, 30(132), 287–300. https://doi.org/10.1016/j.estger.2014.01.022

Kosiak Hernández de Gesualdo, G., Modesto, M. F., & Raigada, M. O. (2014). Hacia una escala de consumo responsable. *Actas de las XI Jornadas de Investigación de la Facultad de Ciencias Económicas, 1*(12).

Basics

Martínez, J. (2021). *Consumo responsable en tiempos de emergencia en Lima Metropolitana*. https://doi.org/10.5281/zenodo.5108906

Punina, Á. C. (2017). Factores que impulsan y limitan el consumo responsable. *Eca Sinergia, 8*(2), 99–112. https://doi.org/10.33936/eca_sinergia.v8i2.728

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (Vol. 6, pp. 102–256). McGraw-Hill.

Referencias

Supports

Restrepo Santiesteban, M. J., Tocarruncho Parra, L. X., & Ortiz-Riaga, M. C. (2022). Consumo responsable en estudiantes de pregrado de tres universidades públicas en Bogotá, Colombia. *Revista de Investigación, Desarrollo e Innovación*, *12*(1), 7–20. https://doi.org/10.19053/20278306.v12.n1.2022.14201

Amezcua, B., De la Peña, A., Ríos, M. T., & Saucedo Soto, J. M. (2018). Escala para la medición del comportamiento de consumo responsable en consumidores hispanohablantes. *Archivos*, *14*(2), 123–145.

Carosio, A. (2008). El género del consumo en la sociedad de consumo. *La ventana. Revista de estudios de género*, *3*(27), 130-169.

Differences

Acurio Quispe, C. R. (2023). *Diagnóstico del consumo responsable en la generación millennial de la ciudad de Chiclayo, 2021*.

Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (CONDUSEF).Dueñas (2020, febrero). *Rompe con el mito: ¿Los productos financieros sólo están diseñados para personas ricas?*. *Revista CONDUSEF*. https://revista.condusef.gob.mx/2020/02/rompe-con-el-mito

Discussions

Arredondo Trapero, F. G., Maldonado De Lozada, V. D. C., & De la Garza García, J. (2011). El consumidor ante la responsabilidad social corporativa: Actitudes según edad y género. *Cuadernos de Administración*, *24*(43), 285–305.

Bianchi, E. C., Ferreyra, S., & Kosiak, D. G. (2013). Consumo responsable: Diagnóstico y análisis comparativo en la Argentina y Uruguay. *Escritos Contables y de Administración*, *4*(1), 43–79. https://doi.org/10.52292/j.eca.2013.280

ECORFAN®

© ECORFAN-Mexico, S.C.

No part of this document covered by the Federal Copyright Law may be reproduced, transmitted or used in any form or medium, whether graphic, electronic or mechanical, including but not limited to the following: Citations in articles and comments Bibliographical, compilation of radio or electronic journalistic data. For the effects of articles 13, 162,163 fraction I, 164 fraction I, 168, 169,209 fraction III and other relative of the Federal Law of Copyright. Violations: Be forced to prosecute under Mexican copyright law. The use of general descriptive names, registered names, trademarks, in this publication do not imply, uniformly in the absence of a specific statement, that such names are exempt from the relevant protector in laws and regulations of Mexico and therefore free for General use of the international scientific community. BCIERMMI is part of the media of ECORFAN-Mexico, S.C., E: 94-443.F: 008- (www.ecorfan.org/ booklets)