



FACULTAD DE INGENIERÍA

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
INGENIERÍA AMBIENTAL**

TESIS

**RELACIÓN ENTRE EL CONSUMO ECONÓMICO Y LA CULTURA
AMBIENTAL EN LOS JÓVENES ADULTOS PROFESIONALES DEL
DEPARTAMENTO DE MOQUEGUA, 2022**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
INGENIERO AMBIENTAL**

PRESENTADA POR:

BACH. JOSELYN ZULEMA RIVADENEYRA LIVIMORO

MOQUEGUA - PERÚ

2023

RELACIÓN ENTRE EL CONSUMO ECONÓMICO Y LA CULTURA AMBIENTAL EN LOS JÓVENES ADULTOS PROFESIONALES DEL DEPARTAMENTO DE MOQUEGUA, 2022

ORIGINALITY REPORT

19%

SIMILARITY INDEX

19%

INTERNET SOURCES

3%

PUBLICATIONS

11%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repositorio.uncp.edu.pe Internet Source	2%
2	repositorio.unsa.edu.pe Internet Source	2%
3	Submitted to Universidad Continental Student Paper	1%
4	repositorio.unsch.edu.pe Internet Source	1%
5	repositorio.ucv.edu.pe Internet Source	1%
6	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Student Paper	1%
7	www.slideshare.net Internet Source	1%
8	repositorio.unas.edu.pe Internet Source	1%

nulan.mdp.edu.ar

9	Internet Source	1 %
10	repositorio.continental.edu.pe Internet Source	1 %
11	distancia.udh.edu.pe Internet Source	1 %
12	hdl.handle.net Internet Source	1 %
13	mafiadoc.com Internet Source	<1 %
14	repositorio.unheval.edu.pe Internet Source	<1 %
15	repositorio.upao.edu.pe Internet Source	<1 %
16	revistas.ufpr.br Internet Source	<1 %
17	redi.unjbg.edu.pe Internet Source	<1 %
18	Submitted to Instituto de Educación Superior Tecnologico Privado de la Construccion CAPECO S.A.C. Student Paper	<1 %
19	repositorio.uigv.edu.pe Internet Source	<1 %

20	idoc.pub Internet Source	<1 %
21	tesis.ipn.mx Internet Source	<1 %
22	www.coursehero.com Internet Source	<1 %
23	www.un.org Internet Source	<1 %
24	pdfcoffee.com Internet Source	<1 %
25	www.scielo.org.mx Internet Source	<1 %
26	repositorio.usanpedro.edu.pe Internet Source	<1 %
27	Submitted to Corporación Universitaria Minuto de Dios, UNIMINUTO Student Paper	<1 %
28	es.scribd.com Internet Source	<1 %
29	Submitted to Universidad Internacional de la Rioja Student Paper	<1 %
30	repositorio.upeu.edu.pe Internet Source	<1 %

31	Submitted to Universidad Nacional Abierta y a Distancia, UNAD,UNAD Student Paper	<1 %
32	www.researchgate.net Internet Source	<1 %
33	Submitted to Pontificia Universidad Catolica del Peru Student Paper	<1 %
34	www.udem.edu.co Internet Source	<1 %
35	Submitted to Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga Student Paper	<1 %
36	repositorio.ug.edu.ec Internet Source	<1 %
37	repositorio.unp.edu.pe Internet Source	<1 %
38	repositorio.unu.edu.pe Internet Source	<1 %
39	taniacualitativa1.blogspot.com Internet Source	<1 %
40	alicia.concytec.gob.pe Internet Source	<1 %
41	www.scielo.unal.edu.co Internet Source	<1 %

42	repositorio.unac.edu.pe Internet Source	<1 %
43	repositorio.urp.edu.pe Internet Source	<1 %
44	repository.ut.edu.co Internet Source	<1 %
45	revistas2.uepg.br Internet Source	<1 %
46	www.patriacultural.com.mx Internet Source	<1 %
47	www.poderjudicial.es Internet Source	<1 %
48	es.slideshare.net Internet Source	<1 %
49	fr.slideshare.net Internet Source	<1 %
50	labdeurgencias.com.ar Internet Source	<1 %
51	repositorio.usmp.edu.pe Internet Source	<1 %
52	repositorioacademico.upc.edu.pe Internet Source	<1 %
53	repository.unipiloto.edu.co Internet Source	<1 %

54	ventas.emi-ventas.com.ar Internet Source	<1 %
55	www.congresodurango.gob.mx Internet Source	<1 %
56	www.eurosoftpyme.es Internet Source	<1 %
57	www.shirleys-wellness-cafe.com Internet Source	<1 %
58	www.sur.iucn.org Internet Source	<1 %
59	Allan B. I. Bernardo. " Meritocracy beliefs and intolerance towards wealth inequality among higher subjective social status Filipinos () ", International Journal of Social Psychology, 2021 Publication	<1 %
60	Submitted to CONACYT Student Paper	<1 %
61	Jorge Villadiego-Lorduy, Dennis Paul Huffman-Schwocho, Stalyn Yasid Guerrero-Gómez, Adolfo Cortecero-Bossio et al. "Factores de incidencia de conductas ambientales negativas hacia las ciénagas de Bañó y Los Negros", Revista Electrónica Educare, 2015 Publication	<1 %

62

Internet Source

<1 %

63

pdfs.semanticscholar.org

Internet Source

<1 %

64

pesquisa.bvsalud.org

Internet Source

<1 %

65

repositorio.unc.edu.pe

Internet Source

<1 %

66

repositorio.upse.edu.ec

Internet Source

<1 %

67

repositorio.upt.edu.pe

Internet Source

<1 %

68

repositorio.uss.edu.pe

Internet Source

<1 %

69

repositoriosed.educacionbogota.edu.co

Internet Source

<1 %

70

riunet.upv.es

Internet Source

<1 %

71

www.asambleasociedadcivilcuba.info

Internet Source

<1 %

72

www.scslat.org

Internet Source

<1 %

73

www.unab.edu.co

Internet Source

<1 %

Exclude quotes On

Exclude matches < 5 words

Exclude bibliography On

RELACIÓN ENTRE EL CONSUMO ECONÓMICO Y LA CULTURA AMBIENTAL EN LOS JÓVENES ADULTOS PROFESIONALES DEL DEPARTAMENTO DE MOQUEGUA, 2022

GRADEMARK REPORT

FINAL GRADE

/0

GENERAL COMMENTS

Instructor

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7

PAGE 8

PAGE 9

PAGE 10

PAGE 11

PAGE 12

PAGE 13

PAGE 14

PAGE 15

PAGE 16

PAGE 17

PAGE 18

PAGE 19

AGRADECIMIENTOS

Agradezco primeramente a Dios y a la Virgen de Chapi por todas las bendiciones derramadas en mí, a mis padres, Haydee y Adolfo por su confianza y apoyo constante durante toda mi etapa académica, a mi hermano mayor, Johswal, por servir como ejemplo de crecimiento y superación constante y a Sergio Fernández por su apoyo incondicional durante este periodo de vida.

DEDICATORIA

Dedicado a la memoria de Rosa Zulema de la Cruz Álvarez por su guía, ejemplo, cuidado y amor durante mis primeros años de vida. Y a mis hermanos pequeños, Jheykeell y Jhonnier, por servir como inspiración de superación crecimiento.

ÍNDICE

AGRADECIMIENTOS.....	2
DEDICATORIA.....	3
RESUMEN.....	9
INTRODUCCIÓN.....	11
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL ESTUDIO	13
1.1. Planteamiento y formulación del problema	13
1.1.1. Problema general	14
1.1.2. Problemas específicos.....	14
1.2. Objetivos.....	14
1.2.1. Objetivo general	14
1.2.2. Objetivos específicos.....	15
1.3. Justificación e importancia	15
1.3.1. Justificación ambiental	15
1.3.2. Justificación social.....	15
1.3.3. Justificación económica.....	15
1.3.4. Justificación metodológica	16
1.4. Hipótesis	16
1.5. Operacionalización de variables	17
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.....	18
2.1. Antecedentes de la investigación.....	18
2.1.1. Antecedentes internacionales	18
2.1.2. Antecedentes nacionales.....	20
2.1.3. Antecedentes regionales y locales	23
2.2. Bases teóricas.....	25
2.2.1. Consumo.....	25

2.2.2.	Economía	26
2.2.3.	Ambiente	28
2.2.4.	Cultura	31
2.2.5	Bases Legales	34
2.3.	Definición de términos básicos	35
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA.....		36
3.1.	Método y alcance de la investigación	36
3.1.1.	Método general	36
3.1.2.	Método específico.....	36
3.1.3.	Tipo de investigación.....	36
3.1.4.	Nivel de investigación	36
3.2.	Diseño de la investigación	36
3.3.	Población y muestra.....	37
3.3.1.	Población	37
3.3.2.	Muestra	37
3.4.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	38
3.4.1.	Materiales	39
3.4.2.	Procedimientos	39
CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN		42
4.1.	Presentación de resultados	42
4.2.	Prueba de hipótesis	58
4.3.	Discusión de resultados.....	59
CONCLUSIONES		62
RECOMENDACIONES		63
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS		64
ANEXOS		69

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Operacionalización de variables.....	17
Tabla 2: Rango de puntajes versión APEIM	38
Tabla 3: Escala Likert.....	39
Tabla 4. Nivel socioeconómico de los jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua, 2022.	42
Tabla 5. Nivel consumo económico de los jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua, 2022	43
Tabla 6. Nivel consumo económico según la frecuencia de consumo de ropa en jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua, 2022.....	44
Tabla 7. Nivel consumo económico según la frecuencia de consumo de alimento fuera de casa en jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua, 2022.....	45
Tabla 8. Nivel consumo económico según la frecuencia de realizar viajes en jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua, 2022.....	46
Tabla 9. Nivel consumo económico según la frecuencia de realizar actividades recreativas en jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua, 2022.....	46
Tabla 10. Nivel consumo económico según la frecuencia de comprar víveres en jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua, 2022.....	47
Tabla 11. Nivel consumo económico según la frecuencia utilizar transporte público en jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua, 2022.....	48
Tabla 12. Nivel de cultura ambiental de los jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua, 2022.....	49
Tabla 13. Nivel cultura ambiental según el uso de bolsas reutilizables en jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua, 2022	50
Tabla 14. Nivel cultura ambiental según la frecuencia de reciclar objetos luego de consumirlos en jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua, 2022 ..	51
Tabla 15. Nivel cultura ambiental según la frecuencia de reutilizar objetos luego de consumirlos en jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua, 2022 ..	52
Tabla 16. Nivel cultura ambiental según la frecuencia de segregar de forma correcta los residuos en jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua, 2022	53
Tabla 17. Nivel cultura ambiental según la frecuencia de uso de productos de segunda mano en jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua, 2022.....	54

Tabla 18. Nivel cultura ambiental según la frecuencia de participación en campañas a favor del medio ambiente en jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua, 2022	55
Tabla 19. Nivel cultura ambiental según la frecuencia de ahorro de agua en jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua, 2022.....	56
Tabla 20. Nivel cultura ambiental según la frecuencia de ahorro de energía en jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua, 2022.....	57
Tabla 21. Correlación de Spearman entre el consumo económico y la cultura ambiental de los jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua, 2022.	59

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Nivel socioeconómico.....	42
Gráfico 2: Nivel de consumo económico.....	43
Gráfico 3: Porcentaje de consumo económico para “compra de ropa”.....	44
Gráfico 4: Porcentaje de consumo económico para “come fuera de casa”.....	45
Gráfico 5: Porcentaje de consumo económico para “realiza viajes”.....	46
Gráfico 6: Porcentaje de consumo económico para “realiza actividades recreativas”..	47
Gráfico 7: Porcentaje de consumo económico para “compra víveres”.....	48
Gráfico 8: Porcentaje de consumo económico para “utiliza el transporte público”.....	49
Gráfico 9: Nivel de cultura ambiental.....	50
Gráfico 10: Porcentaje de cultura ambiental para “utiliza bolsas reutilizables”.....	51
Gráfico 11: Porcentaje de cultura ambiental para “recicla objetos”.....	52
Gráfico 12: Porcentaje de cultura ambiental para “reutiliza los objetos luego de consumirlos”.....	53
Gráfico 13: Porcentaje de cultura ambiental para “segrega de forma correcta los residuos”.....	54
Gráfico 14: Porcentaje de cultura ambiental para “utiliza productos de segunda mano”.....	55
Gráfico 15: Porcentaje de cultura ambiental para “participa en campañas a favor del medio ambiente”.....	56
Gráfico 16: Porcentaje de cultura ambiental para “busca ahorrar agua”.....	57
Gráfico 17: Porcentaje de cultura ambiental para “busca ahorrar energía”.....	58
Gráfico 18: Grado académico de los jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua.....	80
Gráfico 19: Margen de edad de los jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua.....	80
Gráfico 20: Genero de los jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua.....	80

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo determinar la relación entre el consumo económico y la cultura ambiental en jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua en el año 2022. El método utilizado fue el hipotético deductivo con diseño no experimental, descriptivo. Para la obtención de datos se realizaron encuestas de manera virtual las cuales fueron válidas por un grupo de expertos donde la muestra evaluada fue de 130 jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua en las cuales se analizaron las variables de consumo económico y cultura ambiental. Del mismo modo las dimensiones utilizadas para determinar el consumo económico fueron: social y económico, así mismo la dimensión utilizada para la evaluación de la cultura ambiental fue: actitud ambiental. La investigación ha mostrado que la población de jóvenes adultos profesionales de Moquegua cuenta con un nivel socioeconómico bajo superior en un 41.54%, con respecto al nivel de consumo económico se observa un nivel medio en un 77.69%, del mismo modo se observa un nivel medio en un 50.77% frente a la cultura ambiental.

Palabras claves: Consumo económico, cultura ambiental, nivel socioeconómico, jóvenes, adultos, profesionales.

ABSTRACT

The objective of this research was to determine the relationship between economic consumption and environmental culture in young professional adults in the department of Moquegua in the year 2022. The method used was the hypothetical deductive with a non-experimental, descriptive design. To obtain data, surveys were carried out virtually, which were validated by a group of experts where the sample evaluated was 130 young adult professionals from the department of Moquegua, in which the variables of economic consumption and environmental culture were analyzed. In the same way, the dimensions used to determine the economic consumption were: social and economic, likewise the dimension used for the evaluation of the environmental culture was: environmental attitude. The investigation has shown that the population of young professional adults in Moquegua has a low socioeconomic level higher by 41.54%, with respect to the level of economic consumption, an average level of 77.69% is observed, in the same way an average level is observed. in 50.77% compared to the environmental culture.

Keywords: Economic consumption, environmental culture, socioeconomic level, young people, adults, professionals.

INTRODUCCIÓN

La idea de considerar los recursos naturales inagotables es la ventana de entrada al capitalismo moderno, el avance de la tecnología y el esparcimiento de la cultura al considerarla una necesidad actualmente, nos ha llevado a una actitud consumista (1). La falta de conciencia que atribuye nuestro consumo a las generaciones futuras y la tardía incidencia que tiene la cultura y educación ambiental en nuestra sociedad nos ha llevado a un sistema donde no consumir nos vuelve culpables para el crecimiento de nuestra economía (2).

El ser humano a lo largo del tiempo ha tenido variantes significativas en las cuales se ha venido desarrollando a través del uso de los recursos naturales y su conocimiento con el medio que lo rodea convirtiéndose estos en una necesidad de todos los tiempos. Desde la primera conferencia Mundial sobre el Medio Ambiente, en Estocolmo Suecia en 1972 (3), la humanidad comienza a generar conciencia frente la afección del medio ambiente y lo que esto puede repercutir a lo largo del tiempo. Se opta por un desarrollo sostenible, que se define en el crecimiento, social, económico y ambiental en conjunto, a fin de no alterar los recursos naturales de generaciones futuras y de preservar el medio ambiente.

Nuestro avance está lleno de exceso y falta de conciencia ante los efectos adversos que conlleva en la sociedad. La naciente de nuestro consumismo se debe al avance de la tecnología y nuestra dependencia de ellos, dándole total y absoluta confianza de nuestra propia vida. El gran error de la sociedad moderna es el de no haber atendido o instruidos límites en la explotación de recursos y los usos de este, y al mismo tiempo no haber dado cabida a nuestra ética en este proceso, preguntándonos ahora ¿Qué más es lo que necesitamos? (4).

Debemos tener en cuenta que el consumo de nuestros bienes no atribuye a una necesidad individual, sino que es una función social de prestigio y distribución de jerarquía. Una vez adquirido un producto muestran el sinónimo de la manifestación de la jerarquía adquirida del mismo (5). Ser conscientes de que todas nuestras acciones y actividades repercuten directamente a la calidad ambiental, es un tema poco relevante en nuestra sociedad. Es así que autoridades nacionales, regionales y locales vienen trabajando para el cuidado de este. Sin embargo, los estudios involucrados con la mejora ambiental se vienen desarrollando recientemente, a ello se suma el hecho de que la preservación de un área se limita a sus características y necesidades únicas entre sí.

Esto nos lleva a la evaluación de cada grupo en nuestra sociedad, a fin de saber su comportamiento individual frente al medio ambiente, cuáles son los factores que intervienen a la suma de la responsabilidad ambiental y cómo está ligada a la vida diaria de cada individuo.

Por ello el objetivo de esta investigación es determinar el consumo frente a la cultura ambiental en los jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua con el fin de conocer cómo este grupo académico actúa frente a la preservación del ambiente, siendo considerada un grupo con conocimiento ante los orígenes y consecuencias ambientales que se viene experimentando en nuestra actualidad además de la necesidad de cuidado que debemos tener con este.

En primer capítulo se plasma la problemática de la investigación, la cual deriva a los objetivos del estudio, del mismo modo muestra la justificación de la problemática e importancia, la cual llevó a la hipótesis y al planteamiento de las variables. El segundo capítulo abarca el tema referencial del cual nace este estudio bajo sus antecedentes, bases teóricas y términos que se relaciona el estudio. El tercer capítulo describe el método aplicado en la investigación, que especifica el método, alcance, diseño del estudio, población, muestra, técnicas e instrumentos para la obtención de datos, a fin de exponer el procedimiento. El cuarto capítulo describe finalmente los resultados y conclusiones de la investigación.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL ESTUDIO

1.1. Planteamiento y formulación del problema

1.1.1. Planteamiento del problema

La economía vigente hoy en día es aquella que se basa en tomar, hacer, tirar; esta se extiende en cantidades grandes, baratas y de fácil acceso tanto de insumo como de gasto energético, sumando el hecho que gran parte del producto es desechable, con el único objetivo de mantener aislado el producto (6). El desarrollo industrial ha alcanzado un nivel de crecimiento continuo donde se ve limitado por sus aspectos físicos. Este se basa en una economía lineal la cual no es sostenible en el tiempo.

Ligado a este aspecto, podemos vincular el hecho de que la economía y el consumo se complementan el uno al otro, es por este tema que las diferencias económicas en la sociedad son drásticas. Por ello el consumismo de unos individuos es el sinónimo de la carencia de otros.

Si hablamos de consumo sustentable, es tener en cuenta este mismo hecho, millones de personas no tiene acceso ni siquiera a un consumo mínimo básico. La idea se basa en no solo consumir menos, sino también a alentar a la sociedad a consumir de forma consciente (7).

El avance de la sociedad desde la edad de hierro planetaria para ingresar la era de Damocles, qué antepone el riesgo del ser humano y todas las formas de vida que lo rodea; sostiene tomar conciencia de la “Tierra patria” y así vincula las necesidades del ser humano y la naturaleza para su crecimiento en armonía; dando comienzo a la educación ambiental (8).

Esto parte desde las representaciones sociales como en una construcción colectiva de significados, vista como una población de ideas en la que interactúan dinámicamente diferentes discursos donde unos van desplazando a otros, se puede identificar una estructura concreta y las tendencias sociales que evalúan sus representaciones. Como ejemplo se identifica a los docentes de primaria no vinculan en sus materias la ciencia y tecnología como un medio de solución a los problemas medio ambientales. Lo que implica que la educación ambiental pierde consistencia al no ser planteada como una búsqueda constante, lo cual nos hace evaluar el desarrollo de la ciencia y tecnología en pro del medio ambiente (9).

El Perú establece que el medio ambiente provee lo necesario para la calidad de vida, y que estos a su vez constituyen un patrimonio cultural. Además de brindar los requerimientos necesarios como, alimentación, vivienda y energía, pero con ello también debe garantizar el bienestar y soberanía de las generaciones futuras. Actualmente estamos consumiendo aquello perteneciente a jóvenes y niños que nacerán en el Perú, que necesitarán de estos recursos para su bienestar. El Estado peruano debe proveer el bien común, tanto actual como futuro. Esta protección se hace constitucional desde 1979 cuando se regula por primera vez en el Artículo 123° el derecho de todos los peruanos a habitar en un ambiente saludable. Cap. 79 Art. 123°: “todos tienen el derecho de habitar en un ambiente saludable, ecológicamente equilibrado, adecuado para el desarrollo de la vida, la preservación del paisaje y la naturaleza. Todos tienen el deber de conservar dicho ambiente. Es obligación del Estado prevenir y controlar la contaminación ambiental” (10).

La ciudad de Moquegua, como muchas regiones del país, aún se encuentra en su etapa de desarrollo, donde los principios ambientales vienen dando cabida en la actualidad. Por este motivo las investigaciones frente al tema ambiental y evaluación de consumo son limitadas.

1.1.2. Formulación del problema

1.1.2.1. Problema general

¿Cuál es la relación entre el consumo económico y cultura ambiental en los jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua, 2022?

1.1.2.2. Problemas específicos

- ¿Cuál es el nivel socioeconómico en los jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua, 2022?
- ¿Cuál es el nivel de consumo económico en los jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua, 2022?
- ¿Cuál es el nivel de cultura ambiental en los jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua, 2022?

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo general

Determinar la relación entre el consumo económico y la cultura ambiental de los jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua, 2022.

1.2.2. Objetivos específicos

- Determinar el nivel socioeconómico de los jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua, 2022.
- Determinar el nivel de consumo económico de los jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua, 2022.
- Identificar el nivel de cultura ambiental de los jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua, 2022.

1.3. Justificación e importancia

1.3.1. Justificación ambiental

A fin de generar consciencia y límites en el desarrollo en pro de la conservación de las diferentes especies y ecosistemas existentes, los resultados dan muestra de los aspectos ambientales a mejorar e implementar para gestar una sociedad en la cual la economía y el ambiente se desarrollen de manera sostenible. Del mismo modo iniciar una nueva perspectiva de crecimiento donde se pueda abocar a la suma de la cultura ambiental dentro de la educación, haciendo del tema ambiental parte de nuestro conocimiento básico.

1.3.2. Justificación social

Evaluar el impacto que tiene el tema ambiental, en el desarrollo de la vida académica, así como esta influye en nuestro desarrollo profesional.

La investigación da una muestra visual del comportamiento de un porcentaje de la sociedad académica de la ciudad de Moquegua, y cómo esta interactúa con su entorno. Además, dar comienzo a la investigación frente al tema de economía en la ciudad de Moquegua, así buscar alternativas sostenibles y promover la conciencia ambiental.

1.3.3. Justificación económica

Se vincula el estado económico como parte del desarrollo social. En países de primer mundo, se muestra que el desarrollo económico, genera un crecimiento ramificado, que beneficia los aspectos sociales y ambientales, haciéndolos mucho más atractivos y generando mayor ganancia. Sin embargo, en los países en desarrollo, esto solo equivale a un desbalance económico mucho más grande.

1.3.4. Justificación metodológica

Al ser una muestra al azar se visualiza un resultado más general donde el vínculo común es el nivel académico superior alcanzado que se desarrolla en el departamento de Moquegua y cómo este grupo de individuos interactúan en la sociedad frente al tema ambiental. Vértice que puede formular nuevas alternativas de introducción al tema de cultura ambiental y economía. A su vez evaluar si sus diferentes variables intervienen en esta relación.

1.4. Hipótesis

Ho: No existe una relación significativa entre el consumo económico y la cultura ambiental de los jóvenes adultos profesionales en el departamento de Moquegua, 2022.

Ha: Existe una relación significativa entre el consumo económico y la cultura ambiental de los jóvenes adultos profesionales en el departamento de Moquegua, 2022.

1.5. Operacionalización de variables

Tabla 1: Operacionalización de variables

Tipo de Variable	Variable	Definición	Dimensión	Indicadores	Medición
VARIABLE INDEPENDIENTE Economía	Consumo económico	El análisis del consumo vista desde el punto social está vinculado al estudio de la clase social como categoría básica, donde se busca correlaciones en la diferencia de consumo y la estratificación de las clases sociales (11).	Nivel social	Clase social	Rango de puntajes versión APEIM (Versión modificada 2011 – 2012)
			Nivel de consumo	Patrón de consumo	Escala Likert
VARIABLE DEPENDIENTE Ambiente	Cultura ambiental	La ley ambiental 28611 establece la integración equilibrada de los aspectos sociales, económicos y ambientales en el desarrollo nacional en bien de satisfacer las necesidades actuales y futuras de las poblaciones (12).	Educación ambiental	Ética ambiental	Escala Likert

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1. Antecedentes Internacionales

El consumo sustentable como tema social viene tomando mayor importancia en los últimos años, dando la entrada a la comunidad científica de evaluar este comportamiento basado en la decisión de la sociedad. En el estudio de consumo sustentable y responsabilidad social. Una visión convergente que contribuye al desarrollo sustentable, realizado en el país de Chile, tiene como objetivo evaluar socialmente el consumo sustentable responsable del país en el cual se aplica una muestra de 354 personas del cual, en el análisis de los resultados estadísticos se utilizó el método descriptivo e inferencial como los criterios de la evaluación. Según sus resultados, se obtuvo diferencias significativas, donde el género femenino declara ser sustentables como consumidoras y responsables socialmente. Por otra parte, el ingreso es una variante que interviene en cuanto a las preferencias al consumir (13).

En el estudio Crecimiento económico y medio ambiente: una revisión analítica de la hipótesis de la curva ambiental de Kuznets se analiza la relación dada en el crecimiento económico y la calidad ambiental, donde su objetivo es determinar que el crecimiento económico a corto plazo es perjudicial para la calidad ambiental, por el contrario, el crecimiento económico a largo plazo resulta ser beneficioso para el ambiente, dando a conocer así que el crecimiento económico si atribuye beneficios ambientales. Sin embargo, hasta el momento, estos beneficios solo se han visto desarrollados en países de primer nivel. Al observar estos antecedentes, se evalúa la hipótesis planteada mediante la curva medioambiental de Kuznets en Colombia, en la cual se analiza la densidad de población, los ingresos distribuidos, la libertad política, medioambiente y la libertad de los derechos civiles. Los resultados obtenidos indican que Colombia, al ser un país en crecimiento según la curva medio ambiental de Kuznet, atribuye un deterioro ambiental con su crecimiento económico (14).

El estudio sobre la toma de decisiones para el desarrollo sostenible de los recursos naturales 2016, indica que los ecosistemas sufren un deterioro gradual continuo, donde las soluciones holísticas deben realizarse de manera integral junto con los recursos naturales. Desde este punto de vista se observa con mayor

profundidad la unión de los componentes y busca su integración donde se relacionen uno o más objetivos en común. Para plantearse este diseño, se debe contar con un abanico de actores, siendo indispensables, aquellos que se muestren principalmente beneficiados, obteniendo así un proceso diversificado, incluyente y multiobjetivo. En este estudio se explica el método solución del triángulo del desarrollo sustentable, que establece un desarrollo económico, conservador y equitativo frente a los recursos naturales. Donde las alternativas propuestas se dividen en tres aspectos fundamentales: la primera de transformación productiva, la segunda frente a los servicios sociales, y la tercera sobre la conservación de recursos naturales. Las alternativas fueron evaluadas bajo los criterios que describen a los catetos de este triángulo: crecimiento económico, sustentabilidad y equidad. De los cuales cada uno se encuentran dividido en subcriterios: social, ambiental y económico. Este algoritmo se evalúa bajo un sistema de ayuda para la toma de decisiones (DSS definite). Los resultados obtenidos muestran que las alternativas de acceso al crédito y capacitación, son los mejores cursos de acción independiente según el orden impuesto en los criterios. Con ello el análisis de sensibilidad, muestran que las alternativas son sensibles al cambio de peso en el criterio de sustentabilidad, que en los criterios de crecimiento económico y equidad (15).

La investigación *Visión e integración de la perspectiva ambiental en la Universidad Indígena de Bolivia – UNIBOL 2014*, muestra que uno de los objetivos de las universidades es la sostenibilidad ambiental, que, según sus recursos, economía y singularidades socioculturales, gradualmente, asumen este desafío. En el 2008, bajo los contextos bolivianos, inician sus valores indígenas, cuyo funcionamiento, proyección y creación están basados en los conocimientos ambientales propios de la cultura aimara, quechua y guaraní, que mediante estas instituciones se pretende transmitir, conservar y desarrollar sus conocimientos y su ideal de desarrollo, que mantiene como uno de sus principios esenciales la convivencia armoniosa de manera equilibrada con la naturaleza. Se concluye con la afirmación que la visión ambiental es transversal en todas las acciones que se desarrollan mediante estos centros de educación superior, cuya creación se fundamenta en principios de respeto y cuidado de la naturaleza, a su vez, la búsqueda de una convivencia equilibrada entre todas las formas de vida (16).

El objetivo del estudio sobre Consumo consciente, medio ambiente y desarrollo sostenible; análisis de toma de decisiones, es el de analizar a través de la heurística, las decisiones de los individuos en relación del medio ambiente. Para ello, se desarrolla una investigación aplicada, con enfoque cuantitativo exploratorio, donde se utilizan otras investigaciones y se recolectan datos mediante cuestionarios medidos en la escala de Likert, con cinco puntos. La estadística descriptiva y la correlación simple se aplicaron en el análisis de datos donde se trabajó con el software IBM SPSS Statistics 20. Se observa que las mayores correlaciones se encuentran con la comprensión de los temas abordados con el comportamiento de los individuos con respecto a los temas ambientales. Así se afirma que existe un entendimiento sobre temas ambientales y sostenibles que surgen del contexto actual; por otro lado, las actitudes hacia las acciones ambientales siguen siendo necesarias (17).

2.1.2. Antecedentes nacionales

En el estudio Factores socioculturales relacionados con la actitud ambiental de estudiantes de la Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga. Ayacucho–2013; se determina los factores socioculturales en relación de la actitud ambiental de los estudiantes de dicha universidad. Para ello el método y materiales utilizados fue cuantitativo, relacional y corte transversal; trabajaron con una muestra de 372 estudiantes de la población institucional. Para la obtención de datos se realizó encuestas; en relación de la actitud ambiental y sobre la contaminación ambiental. Se obtuvo como resultados que el 42,5% de estudiantes tiene una actitud indiferente, 31,7% positiva y 25,8% negativa. Como conclusión el 68,3% de los estudiantes dispone de falta de actitud ambiental. La zona aledaña fue la única relacionada con una actitud ambiental responsable ($p < 0,05$), la familia y lugar de procedencia no muestran relación estadística ($p > 0,05$). El conocimiento frente a la contaminación ambiental en los estudiantes es altamente significativo ($p < 0,05$). La formación profesional no tiene relación (18).

En El consumismo y su relación con los estratos socioeconómicos en la ciudad de Chepén 2018, muestra una investigación donde el diseño de la investigación es no experimental descriptiva correlacional longitudinal, se obtuvieron los datos mediante encuestas de 25 preguntas, en la primera parte se enfoca en los estratos socioeconómicos y la segunda parte es adaptada a la búsqueda del tipo de

consumidor en la localidad. La encuesta se aplicó a una población económicamente activa donde el tamaño de la muestra fue de 186 personas a fin de conocer la relación entre el consumismo y los estratos socioeconómicos. Este estudio concluye que no existe relación directamente proporcional entre las variables, puesto que muestra que la población con mayor estrato socioeconómico presenta un consumo responsable en contraste con los estratos socioeconómicos bajos (19).

En el estudio sobre Influencia de los valores y símbolos sobre el consumo de ropa en los estudiantes de pre grado de la UNSA en relación con el medio ambiente 2020, se identifica los símbolos y valores con mayor relevancia para el aumento y reducción de consumo de ropa en la comunidad estudiantil de la UNSA; según sus bases, indican que la industria textil es una de las que más repercute de manera negativa al medio ambiente, por otro lado en su etapa de consumo se muestra un alto grado de influencia. El paradigma de estado nación y la industrialización son hechos que influyen a satisfacer las necesidades físicas, a los signos de construcción social a través del lenguaje de valores, atributos y determinados bienes. De tal manera esta investigación es cuantitativa con una muestra de 379 individuos, para obtener los valores que guían el crecimiento y decrecimiento del consumo, del mismo modo cualitativa para identificar la influencia en los signos de consumo de los estudiantes, del cual se hace uso de dos medios de publicidad de dos centros comerciales. Este análisis de datos se enfoca en el análisis de texto y en el manejo de los procedimientos estadísticos inferenciales. Como resultado se obtuvo que: los valores que influyen en el crecimiento y decrecimiento del consumo se determinan por el tipo de consumidor: 31% tradicional (precio, utilidad), 63% moderno (hedonismo, placer inmediato y aceptación) y 6% postmoderno (personalización, seguridad y conocimiento), y según sus signos (asociación emocional positiva entre vida diaria y la ropa, inhibidor de dolor o preocupación, confort y seguridad) concluyendo así que los valores y símbolos si influyen en el crecimiento y decrecimiento del consumo de ropa en un 59% (20).

En el estudio de investigación La publicidad televisiva y el consumo del ciudadano ayacuchano-2016 se basa en la influencia de la comunicación y la publicidad a través de los medios de comunicación y el consumo de la sociedad ayacuchana que realiza a raíz de estos. Se analizaron las ofertas ofrecidas de

estos medios tales como la televisión local y así determinar si es que son eficaces para el uso de los pobladores, y el grado de influencia que tiene ante el espectador. Con este objetivo se estudia mediante la publicidad televisora local la influencia en el público ayacuchano y su consumo de productos conocidos por dicho medio. Este estudio es diseño descriptivo y el método utilizado es el hipotético deductivo; usó para el análisis de datos el método estadístico. De las cuales se obtuvieron dos muestras a trabajar, la primera formada por ciudadanos de 15 a 64 años de edad de la ciudad de Ayacucho de los cuales se obtuvo los resultados correspondientes sobre el consumo a través de avisos publicitarios y la segunda muestra trabajada fueron cinco productos publicitados por las emisoras locales de las cuales se determinó el impacto de la televisión local (21).

En el estudio Consumo responsable y sostenibilidad ambiental en estudiantes de la Universidad Nacional de Huancavelica 2019, tuvo como objetivo la relación entre sostenibilidad ambiental y el consumo responsable presente en los estudiantes de la Universidad Nacional de Huancavelica en el año 2014, de la sede central en la ciudad universitaria de Paturpama Huancavelica. Donde el método general es científico, el método descriptivo y el método hipotético deductivo con diseño descriptivo correccional. Para la obtención de muestras se utilizó cuestionarios validados para la evaluación de las variables de sostenibilidad ambiental y consumo responsable aplicadas a los estudiantes universitarios. Las dimensiones trabajadas para el análisis de la variable de consumo fueron: ecológico, ético, crítico y solidario; en la variable de sostenibilidad las subdivisiones de la dimensión ambiente a trabajar fueron: residuos sólidos, recursos naturales, biodiversidad y cambio climático. Como resultados se obtuvo un coeficiente “Rho” de Spearman de 0,428 considerada como una correlación positiva débil entre el consumo responsable y la sostenibilidad ambiental del mismo modo la correlación positiva débil entre las dimensiones de la variable de sostenibilidad ambiental y consumo responsable. Como conclusión se muestra que hay puntos que deben mejorar para lograr un consumo responsable como es: la mejora de hábito de consumo en los jóvenes, considerar los valores éticos de formación en la educación universitaria, la práctica de un consumo ecológico y se muestra la relación de; mayor ingreso, mayor consumo; y, por tanto, mayor demanda de recursos naturales (22).

2.1.3. Antecedentes regionales y locales

En el estudio Ecoeficiencia para la conciencia ambiental en los trabajadores de Gobierno Regional Moquegua, provincia Mariscal Nieto, región Moquegua, año 2020, donde el objetivo es evaluar la relación entre las dos variables: conciencia ambiental y ecoeficiencia en los trabajadores del Gobierno Regional de Moquegua. Se trabajó con una muestra de 105 trabajadores, la investigación es del tipo aplicada, no experimental transversal de nivel correlacional. El instrumento de trabajo fue la encuesta medida con la escala Likert para la obtención de datos. La hipótesis se comprobó a través del coeficiente estadístico de Rho de Spearman y el procesamiento de los datos obtenidos fueron a través del programa estadístico SPSS versión 25. Los resultados muestran que las variables de ecoeficiencia y conciencia ambiental; con un coeficiente de correlación de $r = 0.765$ (Rho de Spearman), con una significancia de prueba Sig. = 0.000. Del mismo modo la relación ecoeficiencia y la dimensión afectiva de conciencia ambiental; con un coeficiente de correlación de $r = 0.512$ (Rho de Spearman), con una significancia de prueba Sig. = 0.000. Por otro lado, la ecoeficiencia y la dimensión cognitiva de conciencia ambiental; con un coeficiente correlacional de $r = 0.369$ (Rho de Spearman), con una significancia de prueba Sig. = 0.000. La relación ecoeficiencia y la dimensión activa de conciencia ambiental; con un coeficiente correlacional de $r = 0.680$ (Rho de Spearman). Todas las relaciones entre las variables se muestran de forma directa y positiva (23).

La investigación sobre la educación universitaria y no universitaria en el crecimiento económico de la región Moquegua, periodo 2001-2014 donde el objetivo es el análisis de las diferencias entre la sociedad con nivel académico superior frente a la oportunidad laboral y su nivel de ingreso. El estudio se desarrolla a través de prueba de paramétricas que analiza las variables de estudios de forma regresiva. En los resultados se muestran que la sociedad económicamente activa con nivel académico universitario tiene una relación positiva directa. Por el contrario, la relación de los otros componentes que contribuyen a la educación es menor. Se concluye que la sociedad con nivel académico universitario contribuye de manera positiva en los niveles económicos de ingreso y empleo en la región Moquegua (24).

La investigación de estrategias metodológicas para la formación de una cultura ecológica en los estudiantes de la Institución Educativa Fe y Alegría 52 Moquegua 2017, busca la actitud de cuidado ambiental y cultura ecológica en los estudiantes de la institución. La investigación fue descriptiva propositiva, con diseño en campo. Este estudio tiene un enfoque cuantitativo, se empleó el análisis estadístico para el análisis de los datos obtenidos. El análisis, caracterización y descripción de la realidad se dio a través de cuestionarios donde se evaluó a los estudiantes y docentes. Al evaluar la metodología de enseñanza sobre la cultura ecológica, se observó que los docentes carecen de estrategias adecuadas para la formación pedagógica que estimule el crecimiento e interés al estudiante frente a estos temas. Del mismo modo se pudo observar que tanto docentes como alumnos conocen el concepto que atribuye la conciencia ambiental y las diferentes problemáticas nacientes del tema ambiental, pero, dado al bajo estímulo planteado, carecen de interés al cambio y mejora ambiental. Desde este análisis se busca un nuevo enfoque de importancia a la problemática de educación ambiental en el nivel primario, donde se puede generar conciencia ambiental que beneficie la convivencia de los alumnos con el medio ambiente (25).

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Consumo

El consumo es el conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y los usos de los productos. Esta caracterización ayuda a ver los actos a través de los cuales consumimos como algo más que ejercicios de gustos, antojos y compras irreflexivas, según suponen los juicios moralistas, o actitudes individuales, tal como suelen explorarse en encuestas de mercado (26).

Una propuesta teórica descarta la definición conductista del consumo; es decir, aquella donde éste queda reducido a una simple relación entre necesidades y los bienes creados para satisfacerlas. Por otra parte, la concepción instrumentalista de los bienes, vale decir aquella que supone que los bienes tienen solo un valor de uso para satisfacer necesidades concretas (27).

Se manifiesta como algo natural, antes de nacer, desde nuestra etapa de crecimiento en vientre materno, consumimos y al mismo tiempo generamos desechos o residuos en el proceso. Consumir es un proceso natural de la vida, es parte del proceso humano de sostenimiento y reproducción de nuestra vida. Es parte de un proceso de intercambio de nuestro entorno (28).

2.2.1.1.El consumo: del moralismo a la teoría social

Exceptuando los obstáculos políticos e institucionales, una de las causas de consumo es la ideología para avanzar en un análisis de cultura de consumo. En ella se vincula la comercialización de bienes “espirituales”, que nombrado es un sinónimo de “consumismo” o “sociedad de consumo”. Si hablamos de alta cultura, el idealismo de la aristocracia que se basa el consumo en masas y a su vez distorsiona el valor de las experiencias artísticas. A pesar de que algunos museos y obras literarias llevan consigo públicos multitudinarios, los especialistas en el tema se niegan a aceptar como parte del desarrollo artístico la organización masiva de su comunicación (29).

Si hablamos de acceso, significa la posibilidad de satisfacer nuestras necesidades, pero al hablar de consumo se busca uno sustentable, que este ligado al uso de los productos y servicios en respuesta a nuestras necesidades principales, pero sin dejar de lado a la calidad de vida donde el impacto generado sea mínimo. Así

poder garantizar el bienestar de recursos naturales a las generaciones futuras como el goce a un ecosistema sano. (30).

2.2.2. Economía

Se centra en el estudio de acciones cotidianas; Alfred Marshall en el siglo XIX la definió como un estudio del género humano en sus acciones habituales de la vida diaria. Es el estudio de las economías, tanto de los individuos sociales y conjuntos de estos. Se mide a través de los bienes de una persona. Una de las subdivisiones de la economía es la economía de mercado, aquella que se basa en la decisión de producción y consumo basadas a través de sus productores y consumidores (31). Por otro lado, la economía circular tiene como objetivo generar estabilidad entre economía y medio ambiente; busca la conservación del ambiente, facilitando así el desarrollo sostenible (32).

La ciencia social de la economía, considerando la actividad del hombre, busca la satisfacción de las necesidades materiales, para referir al bienestar y a la posición social. La sociedad como tal está interpuesta por las necesidades e intereses individuales y grupales de forma que no va a ritmo de la naturaleza. Del mismo modo estas se vinculan a los aspectos políticos y sociales. La economía estudia los fenómenos y hechos económicos, tales como el consumo, la producción y la distribución, a fin de resolver los problemas del: qué, cómo y cuánto. Las relaciones de las actividades humanas realizadas de manera colectiva, la cual deriva a un bien social. Aquellos que se realizan de manera consciente para satisfacer las necesidades. Esto implica que la conciencia del hombre a través sus necesidades y cómo satisfacerlas, de tal manera esto deriva a los actos económicos. La suma de todos los actos económicos anteriores en conjunto, si estos de desarrollan de manera organizada y sistemática se deriva a una actividad económica (33).

2.2.2.1. Teoría de macroeconómicas sobre el consumo

a. John Maynard Keynes y su estudio del consumo

Fue el primer economista en afirmar que el consumo depende del ingreso y que, si bien existen otros determinantes, estos pueden ser relevantes. Así también afirmó que los hombres aumentan su consumo según su nivel de

crecimiento que crecen, aunque no tanto a nivel de crecimiento de su ingreso (34).

b. La explicación de Arthur Smithies

Él explica que la realidad de consumo de corto plazo aumentaba conforme el tiempo transcurría, por lo que la función de consumo a largo plazo de la que hablaba Kuznetz era sola la unión de puntos de equilibrio de diferentes curvas de consumo en corto plazo (35).

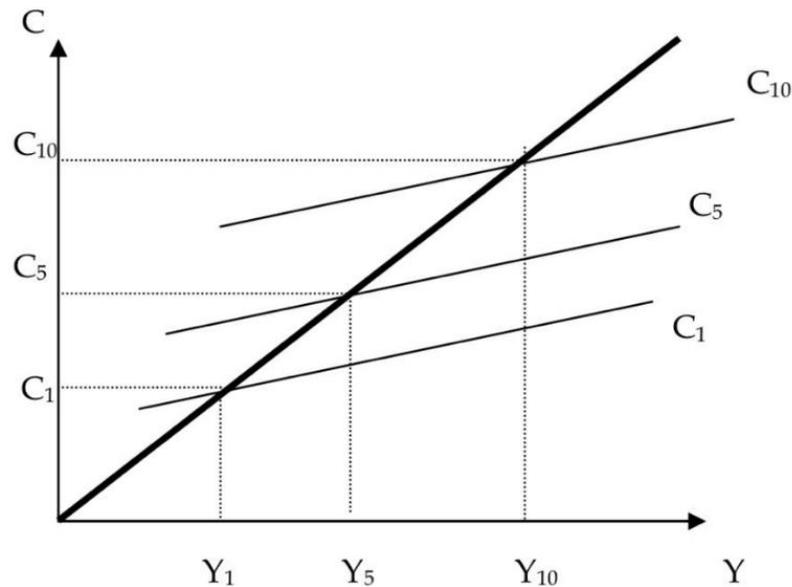


Figura 1: Explicación de Smithies

Fuente: Gardner (35)

c. La teoría del ingreso relativo de James Duesenberry

Duesenberry era un alumno de Smithies que refutaba la explicación brindada por su profesor. Creía que existía una relación proporcional entre el consumo y el ingreso, y para explicar la aparente no proporcionalidad a corto plazo, analizó el comportamiento de los cambios del ingreso y consumo.

Él indica que el consumo no solo depende del ingreso actual, sino que también del anterior, principalmente del máximo ingreso en el pasado reciente. Dado que el consumidor encuentra facilidad en aumentar su consumo, pero no reducirlo, puesto que simboliza la pérdida de calidad de vida, por ello, ante una disminución de ingreso, intentara mantener todo lo posible su consumo. Por tanto, la caída del consumo es inferior al ingreso., ante el aumento del ingreso se recuperará la tasa de ahorro para incrementar el consumo (36).

d. La hipótesis del ciclo de Franco Modigliani

Franco Modigliani junto con sus colaboradores Albert Ando y Richard Brumberg, desarrolla un modelo que explica la aparente contradicción en la teoría del consumo keynesiana. Indica que el modelo donde los consumidores buscan mantener el nivel de calidad de vida. Dado que estos solo generan ingresos en su periodo de vida activa, ahorran durante este mismo periodo y así garantizar el mismo nivel de calidad durante su periodo de vida pasiva (37).

e. La teoría del ingreso permanente de Milton Friedman

El modelo planteado por Friedman establece que existen dos modelos consumo (permanente y temporario) donde el consumo permanente, el aquel que se da manera constante, en el cual el consumidor no espera ningún cambio en el futuro. Por otro lado, el consumo temporario es aquel que se presenta de manera momentánea. La hipótesis de este modelo indica que el consumidor dispone mayormente del ingreso permanente, aunque también se le atribuye un gasto al ingreso temporario, se plantea que el consumidor en su mayoría utiliza este como una fuente de ahorro (38).

2.2.3. Ambiente

Las definiciones de medio ambiente en diferentes países son heterogéneas, estas dependen del lugar en que se encuentran en conjunto con sus cuerpos en relación. Así pues, en la legislación griega (39) define medio ambiente como el conjunto de factores y el entorno natural; antropogénicos, relacionados entre sí que generan un efecto en equilibrio biológico. Este también se considera el medio social, cultura, historia y valor estético.

La legislación portuguesa (40) define como medio ambiente a la relación de medio físico, químico y biológico; y cómo este influye en los factores económicos, sociales, culturales, además en la relación de las personas y su calidad de vida.

La Resolución del Instituto de Contabilidad y auditoría de cuentas (ICAC) señalada en España, define medio ambiente en dos delimitaciones diferentes;

- a.** Legislación administrativa: comprende a la población humana, flora, fauna, vegetación, la gea, suelo, agua, aire, clima, el paisaje estructural y la función de los ecosistemas presentes, las relaciones sociales, ruidos, vibraciones, olores y emisiones luminosas (41).

- b. Legislación penal: comprende la atmósfera, suelo, subsuelo o aguas terrestres, marítimas o subterráneas, la calidad de vida, los bosques, espacios naturales y plantaciones útiles (42).

2.2.3.1. Conducta sustentable

Este análisis deriva en el análisis psicológico ambiental, sin embargo, no existen definiciones de este término en la literatura. En este estudio se define tres etapas en la historia de la investigación, que corresponden: sustentabilidad, conducta proambiental y conducta sustentable donde se plantean similitudes y particularidades (43).

Gouvei (2002) señala que no existe la necesidad de pertenecer a una nación rica para actuar de manera sustentable, tanto naciones pobres como naciones ricas pueden establecer y desarrollar prácticas de vida sustentable, impulsando sus recursos naturales disponibles, y esto no implica una afección a su economía (44).

2.2.3.2. Dimensiones psicológicas de la conducta sustentable

- a. La efectividad: respuestas esperadas ante requerimientos. La conducta sustentable debiese basarse en el desarrollo de las habilidades que se tiene frente al cuidado del medio socio-físico y que estos respondan a criterios de las diversas culturas que esparzan a sus integrantes. Es así que la necesidad de estudiar el comportamiento sustentable como conducta se define como la tendencia de responder de manera efectiva ante las exigencias o requerimientos sustentables (45).
- b. Deliberación: acciones intencionales. Se define como una conducta que puede ser determinada o adquirida, como en la coerción, automática (como un hábito) o intencional (como una acción ambiental positiva) (46).
- c. Anticipación: propensión al futuro. El pensamiento sustentable implica en las consideraciones de las necesidades de futuras generaciones, y las presentes en crecimiento. Esta muestra una visión anticipada de los efectos de las acciones, además de analizar los beneficios y afecciones que pueden ocasionar estos (47).
- d. Solidaridad: La estrategia altruista. Busca el bienestar colectivo, tanto de las presentes como de las futuras generaciones. Esta demuestra el altruismo y se muestra como una alternativa de sobrevivencia (48).

- e. Austeridad: límites al consumo. Este se relaciona en la necesidad del hombre y la idea de que el consumo excesivo de bienes y servicios conlleva a la felicidad personal, status social y éxito (49).

2.2.3.3. Conciencia ambiental

Se basa en un sistema de vivencias, conocimientos y experiencias que las personas realizan en pro del cuidado del medio ambiente (49) estas se pueden distinguir en cuatro dimensiones:

- a. Cognitiva: El nivel de información y conocimiento sobre el medio ambiente. Repercute a las ideas.
- b. Afectivo: Percepción, sentimientos y creencias correspondientes al medio ambiente. Repercute a las emociones.
- c. Conativa: Implementar criterios en bien del cuidado del medio ambiente, conducta, interés o predisposición en activismo y buscar mejoras. Repercute a actitudes.
- d. Activa: Prácticas y comportamientos responsables en pro del medio ambiente, de manera individual o colectiva, incluyendo situaciones de presión. Repercute a las conductas (50).

2.2.3.4. Desarrollo sostenible

Lo principal al hablar de desarrollo es establecer cómo se originó este, a través de qué situaciones el hombre comenzó el llamado mundo moderno, la tecnociencia y la conciencia no se desarrollaron al mismo ritmo; la primera avanzó sin frenos bajo la economía liberal donde se adueñó del mundo. La segunda, el pensamiento individual y colectiva, bajo los ideales de la ética, encontró un bajo apoyo dentro de los intereses políticos que dejaron de lado el progreso para atribuir mayor relevancia a la economía sin medir las consecuencias. (45).

Por lo tanto, el consumismo es un acto artificial que, a largo plazo solo queda problemas difíciles de solucionar. El sistema de vida acomodado |en diferencia de los otros sistemas, antepone el valor de lo material por sobre los verdaderos deseos humanos. En este se puede ver que la economía es el eje rector de la existencia en el mundo y deriva al consumo como una estrategia que deriva al estatus en la sociedad, su producción, productividad y su reproducción para sostener ambos poderes hegemónicos (46).

2.2.4. Cultura

Es un término globalizador, que abarca a todo aquello que la sociedad ha sumado con su avance, a fin de aprovechar, obtener, transformar, relacionarse, desarrollarse y formar su propia visión del mundo que lo rodea (50).

La cultura relacionada con lo ambiental determina una forma de vida donde los seres humanos se correlacionan con el medio ambiente, como inicio de esta, se debe tener un inicio basado en valores; que, a su vez, determinan las actitudes y creencias que conforman y dan sentido al comportamiento ambiental (51).

2.2.4.1. Cultura ambiental

La cultura está influenciada por el entorno natural donde coexistimos y desarrollamos como sociedad; ello con lleva a una gran influencia en el carácter de identidad cultural de los pueblos. Cada civilización deja huella en sus recursos naturales de forma específica en cada sociedad, como resultado los procesos de transformación determinan el estado del medio ambiente. El sistema de valores materiales y espirituales se ejecutan a partir del uso racional de los recursos naturales, donde se basan en necesidades reales, esta con lleva a un desarrollo sostenible (52).

Los estilos de vida insostenibles están relacionados a la globalización y función de simplificar la diversidad cultural, pues esta se fundamenta en la existencia de un modelo de desarrollo que es desigual para las sociedades y nocivo para los sistemas naturales (53). Por ello, es importante la intervención de la educación ambiental que defienda y favorezca la diversidad cultural así la sociedad desarrolle sus proyectos singulares de construcción de la sostenibilidad. Esto no garantiza que al tener una cultura ambiental se genere un cambio en el comportamiento humano en beneficio del ambiente, estudios han demostrado la relación positiva entre el nivel de cultura ambiental de un individuo y la probabilidad de que este realice acciones responsables en el tema ambiental, por ello se considera que al llevar el nivel de cultura ambiental de la sociedad es una prioridad, únicamente a través de la educación el individuo interioriza la cultura siendo capaz de construir y producir conocimientos, reorientar sus valores modificando sus acciones y contribuir a la transformación de la realidad del medio ambiente (54).

a. Valores ambientales

Durante su periodo de vida, el ser humano adquiere sus propios principios y valores individuales, y estos a su vez repercuten de manera directa o indirecta sobre el medio ambiente. Desde esta perspectiva se involucra el comportamiento en relación a la temática ambiental que se compone: valores, actitudes y comportamiento (55).

Desde el punto de vista ambiental Stern, Dietz y Kalof indican que la protección, prevención y respeto ambiental están vinculadas a las actitudes del egoísmo, sociedad altruista y biosférica. Los comportamientos orientados a satisfacer las necesidades e intereses individuales corresponden a la actitud egoísta, donde el interés por el medio ambiente se involucra únicamente si este altera su bienestar. La actitud social altruista involucra una respuesta ante la preocupación frente a la problemática ambiental de la sociedad y de los ecosistemas. La actitud biosférica por su parte atribuye tanto a las metas individuales como colectivas donde en estos mismos se vincula al ambiente en el general. (56).

b. Creencias ambientales

El principio de las creencias se enfoca en la ideología planteada a través de los principios sociales y bases culturales de una comunidad. A estas se le suma importancia mediante el conocimiento de los factores culturales y convencionales, que forman parte del comportamiento individual, donde se enfoca en las similitudes de las acciones de las personas como individuos y se les atribuye aceptación en un grupo social (57).

Muchos autores coinciden que las creencias se relacionan a los aspectos cognitivos que interaccionan, evalúan, atribuyen, informan de manera cultural o individual la acción o comportamiento que pueda estar a favor o en contra del medio ambiente. Sin embargo, estos solo son algunos de los aspectos más resaltante que se vinculan a la descripción de las creencias ambientales (58).

c. Actitud ambiental

Las investigaciones realizadas indican que las actitudes tienen gran influencia cuando otros factores no intervienen, sobre todo en los comportamientos individuales de consumo y la participación ambiental. En estos se muestra que los individuos solo realizan conductas a favor del medio ambiente cuando tienen conocimiento de las problemáticas ambientales, las cuales generan interés y motivación para generar cambios positivos de forma efectiva y sin

dificultad. No obstante, también se observa que el planteamiento de conciencia ambiental de forma única sin conocimiento previo tiene una relación muy baja con el cuidado del medio ambiente, la cual no garantiza un comportamiento responsable ecológico. (59).

Por tal motivo los valores del individuo influyen de manera directa sobre sus actitudes y comportamientos, y a donde se ven orientados. Entonces sus creencias se encuentran más ligadas a sus actitudes que a sus propios valores, por ello anticipará actitudes positivas que faciliten su conducta (60).

d. Comportamiento ambiental

El comportamiento se relaciona a los objetivos del individuo. Visto de esta forma, se puede afirmar que el comportamiento ambiental posee tres características fundamentales. El primero se base en la obtención de un resultado que pueda generar uno o más cambios en el medio en el que se desarrolle. El segundo busca un medio efectivo: muestra una respuesta o solución a un requerimiento. El tercero muestra cierto nivel de complejidad: este permite trascender la situación actual, con el fin de anticipar y planear posibles resultados en busca del más efectivo. Desde el enfoque ambiental se vincula de igual manera, a las creencias, actitudes y valores ambientales planteados; sin estos el comportamiento ambiental no se vincularía de manera directa, interviniendo de así de forma inconsciente a una consecuencia ambiental (61).

2.2.5 Bases Legales

- a.** “Constitución política del Estado Peruano de 1993, Título III del régimen económico, Capítulo II del ambiente y los recursos naturales Artículo 67° Sobre Política Ambiental: El Estado determina la política nacional del ambiente. Promueve el uso sostenible de recursos naturales” (62).
- b.** “Objetivos de Desarrollo Sostenible 2015. Naciones Unidas” (63). Donde se plantean 17 Objetivos para el Desarrollo Sostenible con 169 metas las cuales abarcan principios del bien económicos, sociales y ambientales.
- c.** “Ley General del Ambiente N° 28611, Artículo 82 sobre el Consumo responsable “ (64) donde promueve el aprovechamiento de los recursos naturales, así como su producción lo cual se considera como el proceso de selección de proveedores del Estado.
- d.** “Ley Universitaria N° 30220, Artículo 6°” (65) donde en el punto 6.8 promueve el desarrollo humano de manera sostenible en cada entorno.
- e.** “Programa 21. Capítulo 4: Evolución de las modalidades de consumo” (66), en este se evalúan las modalidades insostenibles tanto de consumo y producción y a través de estos elaborar estrategias políticas para invertir su efecto.

2.3. Definición de términos básicos

- a.** Comportamiento del consumidor: Vista desde la perspectiva mercantil se definen cuatro teorías que incentivan al consumidor: económica (donde se busca maximizar el beneficio de adquisición), psicoanálisis, (donde el consumidor busca satisfacer su propia etapa), aprendizaje (este se da cuando el estímulo se vuelve repetitivo), sociopsicológica (se basa en la influencia grupal) (67).
- b.** Consumo económico: Es la acción que consiste adquiridos bienes y/o servicios a través de empresas mediante la economía de los consumidores (68).
- c.** Jóvenes adultos profesionales: El individuo tiene un papel más relevante en procesos psicosociales, comúnmente inicio de vida en pareja adoptando el rol paternal o maternal, donde se consuma la etapa de preparación académica y profesional, ingreso al mundo laboral y de independencia personal (69).
- d.** Cultura ambiental: Tiene como propósito plantear estrategias de solución ante la problemática socio-ambiental desde una perspectiva autónoma bajo la relación con nuestro entorno (70).
- e.** Educación ambiental: Se basa en el desarrollo educativo que muestra una trayectoria de más de 30 años trabajando en el bienestar del medio ambiente (71).
- f.** Nivel socioeconómico: Es una medida total económica y social que se basa en la función laboral de una persona, su posición económica, social o familiar en relación de otros individuos. Esta se basa en los ingresos y atributos (72).

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1. Método y alcance de la investigación

3.1.1. Método general

Según Sampieri, el método general empleado a la presente investigación es el método científico, dado que sigue metodologías y procedimientos preestablecidas, lo cual permite organizar los procesos y tener un mejor manejo de los resultados. Del mismo modo origina nuevos conocimientos según sus resultados y nuevas perspectivas según sus conclusiones (73).

3.1.2. Método específico

El método específico trabajado en la presente investigación es el hipotético deductivo, según Popper, es el proceso lógico al pensar que lleva al investigador en la búsqueda de buscar nuevos conocimientos y respuestas de la realidad (74).

3.1.3. Tipo de investigación

El tipo de investigación empleado es básica, cuantitativa aplicada, dado que según Sampieri busca producir conocimiento mediante teorías en la cual se recolecto datos a fin de comprobar las hipótesis planteadas, en base de un análisis estadístico y numérico (75) para evaluar el comportamiento económico frente a la cultura ambiental en los jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua.

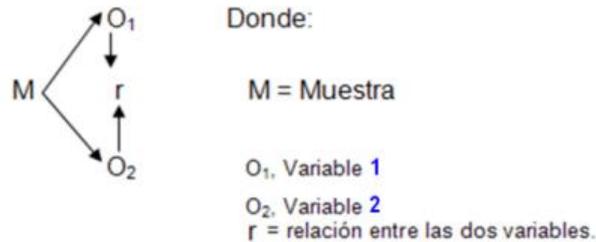
3.1.4. Nivel de investigación

Hernández Sampieri Indica que la descripción de un grupo o población corresponde a un nivel descriptivo (76). El presente estudio especifica las características, propiedades y perfil grupal, de un porcentaje de la sociedad académica formado por profesionales jóvenes adultos del departamento de Moquegua según sus procesos y objetivos económicos frente a la cultura ambiental, con el fin de evaluar su comportamiento.

3.2. Diseño de la investigación

Arias indica que el diseño no experimental o diseño de campo transeccional descriptivo, corresponde a la recolección la información y análisis de la realidad donde ocurren los hechos (77), el comportamiento de consumo en los jóvenes

adultos profesionales del departamento de Moquegua frente a la cultura a la cultura ambiental corresponde a dicho diseño.



3.3. Población y muestra

3.3.1. Población

La población trabajada son los jóvenes adultos profesionales de la ciudad de Moquegua con nivel de educación universitaria completa menores de 30 años. Según el resultado del INEI en las encuestas del 2017 se muestra una población de 2805 personas en el departamento de Moquegua que cuenta con nivel universitario completo, 27 162 personas se encuentran en el margen de edad promedio menor a 30 años donde se alcanza el nivel profesional universitario (78). La población total evaluada a través de organizaciones de organizaciones juveniles del departamento de Moquegua nos dio una población de 194 jóvenes adultos profesionales, que pertenecen o pertenecieron a estas (Consejo Provincial de la Juventud Ilo y Consejo Regional de la Juventud).

3.3.2. Muestra

Cuando:

$$Z_{\alpha} = 1,96$$

$$N = 194$$

$$p = 0,5$$

$$q = 0,5$$

$$e = 0,05$$

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 N p q}{e^2 (N - 1) + Z_{\alpha}^2 p q} = 129.1271744 \approx 130$$

Muestra trabajada son 130 profesionales elegidos al azar para obtener una muestra general de su población (egresados, bachilleres, titulados) pertenecientes a organizaciones juveniles del departamento de Moquegua.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

El instrumento utilizado para la medición de relación entre las variables: consumo económico y cultura ambiental es la encuesta donde se mide la economía, el consumo, la formación académica frente al tema ambiental y la actitud ambiental determinando escalas evaluadas por un grupo de expertos. Para el desarrollo de esta se utiliza la herramienta de cuestionario presente en Google Forms.

Para determinar el nivel socioeconómico en los jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua, se utiliza el método de APEIM versión modificada 2011 – 2012 con el cual se busca estratificar cuatro bases: económicos, sociales, de flujo y de stock (79) el cual se mide a través de las siguientes categorías y niveles nacionales, rango de puntajes en la versión APEIM:

Tabla 2: Rango de puntajes versión APEIM

Niveles	NSE	Categoría	Puntaje Versión Original APEIM 2008 - 2009	Puntaje Versión Modificada 2011 - 2012
Nivel 1	A	Alto	22 – 25 puntos	33 o más puntos
Nivel 2	B	Medio	18 – 21 puntos	27 – 32 puntos
Nivel 3	C	Bajo Superior	13 – 17 puntos	21 – 26 puntos
Nivel 4	D	Bajo Inferior	9 – 12 puntos	13 – 20 puntos
Nivel 5	E	Marginal	5 - 8 puntos	5 – 12 puntos

Fuente: Vera (79).

El instrumento utilizado después de la obtención de los datos se procedió a generar una base de datos para el procesamiento matemático respectivo, fue a través del procesamiento del programa MS Excel y el software en estadística básica como el SPSS.

Para la prueba de hipótesis se utilizó un nivel de significancia de un 5%, con el coeficiente de rangos de Rho de Spearman dado que son datos medidos en escala ordinal y por ser una investigación correlacional.

Los ítems de medición utilizados bajo la escala de Likert fueron:

Tabla 3: Escala Likert

Siempre	5
Casi siempre	4
A veces	3
Casi nunca	2
Nunca	1

Fuente: QuestionPro (80).

3.4.1. Materiales

La presente investigación se realizó de manera virtual, con el objetivo de practicidad, al mismo tiempo conservar el distanciamiento social y la participación de los profesionales en general sin restricciones.

Para ello se hace uso del programa Google Forms, que además de formular la encuesta, ayuda al proceso de los datos estadísticos que se generan mediante en MS Excel y SPSS. Dado que todos los procesos se realizan de manera virtual, los equipos utilizados únicamente fueron: una laptop e internet para el desarrollo del proceso metodológico y procesos de la investigación.

3.4.2. Procedimientos

3.4.2.1. Etapa de pre-campo

a. Delimitación de la investigación

En esta etapa de la investigación se realizó con muestras al azar a fin de analizar la interacción de las variables de: consumo económico y cultura ambiental, en los jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua como muestra de la sociedad académica.

b. Formulación de encuestas para la obtención de datos

En la formulación de encuesta se realizó a través de la escala de Likert la cual busca cuestionar al individuo según su nivel de acuerdo o desacuerdo frente a un tema. Es así como busca medir las pensamientos y actitudes frente a su comportamiento (80).

Para ello se dividió la encuesta en tres partes, a fin de la delimitación de cada uno de los objetivos las cuales fueron: socioeconómico, consumo económico y cultura ambiental.

c. Validación por juicio de expertos

La validación del instrumento utilizado para la obtención de datos fue a través de un grupo de expertos conformado por el Ingeniero Ambiental, Branco Ojeda Muñoz, del Consorcio CBA- Apipa, el Ingeniero Ambiental, Ricardo Enrique Mazuelos Sandoval, de Southern Copper Perú y la Licenciada de Psicología, Yomira Arlet Zeballos, Díaz de Anglo América Quellaveco.

d. Coordinación con organizaciones juveniles académicos

Para la agrupación de la muestra trabajada se coordinó previamente con las organizaciones juveniles del departamento para poder distribuir las encuestas a sus miembros con el nivel académico solicitado, las cuales fueron el Consejo Provincial de la Juventud Ilo (COPROJU) y Consejo Regional de la Juventud (COREJU).

e. Programación de fechas para la obtención de datos

La fecha para la obtención de datos fue planteada durante el periodo principios del mes mayo a principios del mes de junio.

3.4.2.2. Etapa de campo

a. Difusión de encuestas en organizaciones juveniles

Se realizó el envío de la solicitud de permiso para desarrollar la etapa en campo al Consejo Provincial de la Juventud Ilo (COPROJU) y Consejo Regional de la Juventud (COREJU) para la obtención de datos.

b. Presentación de encuestas para la obtención de datos

La ejecución de la encuesta en los jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua se realizó durante los días de 02/05/2022 al 10/06/2022 a través de la Consejo Provincial de la Juventud Ilo (COPROJU) y Consejo Regional de la Juventud (COREJU).

c. Supervisión de datos y número de encuestados

La supervisión durante el periodo evaluativo de los resultados se realizó cada dos días, en el cual se validaba los datos obtenidos, así como el procesamiento de los datos en MS Excel, de tal manera que no se obtuvieran complicaciones.

3.4.2.3. Etapa de gabinete

a. Consolidación de datos

Luego de la encuesta, una vez obtenidos los datos correspondientes a la muestra deseada, se pasó a generar los análisis estadísticos de dichos resultados a fin de evaluar las hipótesis planteadas en el presente estudio.

b. Procesamiento de datos

Una vez obtenidos los datos mediante los instrumentos de recolección, se procedió a realizar un análisis matemático para la comprobación de las hipótesis planteadas en el principio de la investigación, el cual se ejecutó mediante MS Excel y SPSS. Para la comprobación de las hipótesis se realizó median el análisis de Rho de Spearman.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Presentación de resultados

4.1.1. Nivel socioeconómico de los jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua, 2022.

Tabla 4. Nivel socioeconómico de los jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua, 2022.

Nivel Socioeconómico	Nº	%
Alto	04	3.08
Medio	27	20.77
Bajo superior	54	41.54
Bajo inferior	41	31.54
Marginal	04	3.08
Total	130	100.00

Fuente: Elaboración propia

Nivel socioeconómico

■ Alto ■ Medio ■ Bajo Superior ■ Bajo inferior ■ Marginal

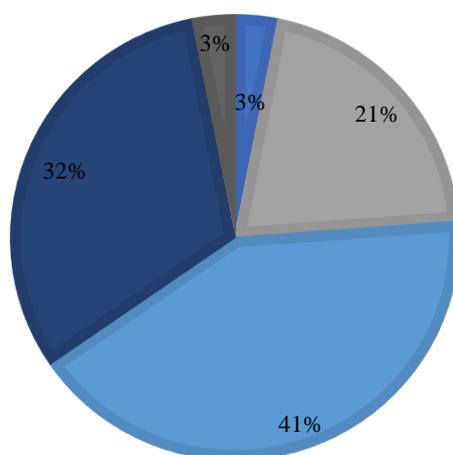


Gráfico 1: Nivel socioeconómico

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Los jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua en su mayoría presentaron un nivel socioeconómico bajo superior en un 41.54% seguido de un nivel bajo inferior en un 31.54% y nivel medio en un 20.77%, mientras que con un 3.08% presentaron un nivel alto y un nivel marginal respectivamente.

4.1.2. Nivel consumo económico de los jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua, 2022

Tabla 5. Nivel consumo económico de los jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua, 2022

Nivel de consumo económico	Nº	%
Bajo	00	0
Medio Bajo	09	6.92
Medio	101	77.69
Medio Alto	20	15.38
Alto	00	0
Total	130	100.00

Fuente: Elaboración propia

Nivel de consumo económico

■ Bajo ■ Medio Bajo ■ Medio ■ Medio Alto ■ Alto

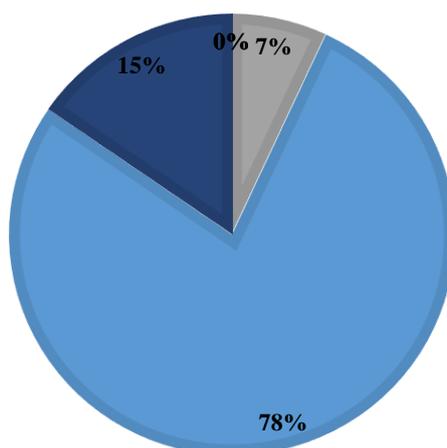


Gráfico 2: Nivel de consumo económico

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

En la tabla se observa que la mayoría de jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua consumen a veces de manera económica en un 77.69%, un 15.38% casi siempre y 6.92% casi nunca, por otro lado, ningún joven adulto reportó consumir económica nunca o siempre.

Tabla 6. Nivel consumo económico según la frecuencia de consumo de ropa en jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua, 2022

De acuerdo a su consumo con qué frecuencia usted... [Compra ropa]	Nº	%
Siempre	1	0.77
Casi siempre	12	9.23
A veces	96	73.85
Casi nunca	21	16.15
Nunca	0	0
Total	130	100

Fuente: Elaboración propia

Porcentaje de consumo económico para "compra de ropa"

■ Siempre ■ Casi siempre ■ A veces ■ Casi nunca ■ Nunca

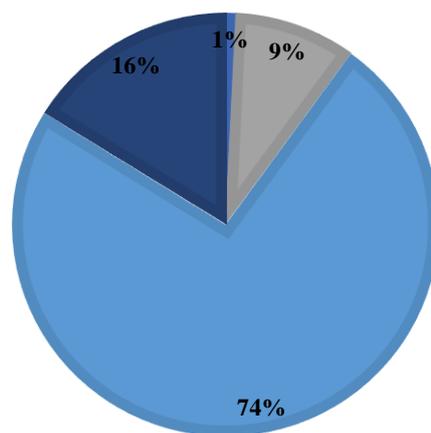


Gráfico 3: Porcentaje de consumo económico para "compra de ropa"

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: El 73.85% de jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua compraban a veces ropa, casi nunca un 16.15%, casi siempre un 9.23% y siempre un 0.77%.

Tabla 7. Nivel consumo económico según la frecuencia de consumo de alimento fuera de casa en jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua, 2022

De acuerdo a su consumo con qué frecuencia usted... [Come fuera de casa]	Nº	%
Siempre	3	2.31
Casi siempre	21	16.15
A veces	78	60
Casi nunca	27	20.77
Nunca	1	0.77
Total	130	100

Fuente: Elaboración propia

Porcentaje de consumo económico para "come fuera de casa"

■ Siempre ■ Casi siempre ■ A veces ■ Casi nunca ■ Nunca

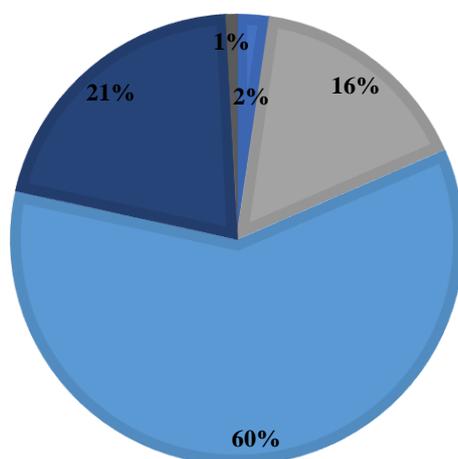


Gráfico 4: Porcentaje de consumo económico para "come fuera de casa"

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: El 60% de jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua a veces consumían alimentos fuera de casa, casi nunca un 20.77%, casi siempre un 16.15%, siempre un 02.31% y solo una persona afirmó nunca consumir alimentos fuera de casa (0.77%).

Tabla 8. Nivel consumo económico según la frecuencia de realizar viajes en jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua, 2022

De acuerdo a su consumo con qué frecuencia usted... [Realiza viajes]	Nº	%
Siempre	1	0,77
Casi siempre	6	4,62
A veces	68	52,31
Casi nunca	49	37,69
Nunca	6	4,62
Total	130	100

Fuente: Elaboración propia

Porcentaje de consumo económico para "realiza viajes"

■ Siempre ■ Casi siempre ■ A veces ■ Casi nunca ■ Nunca

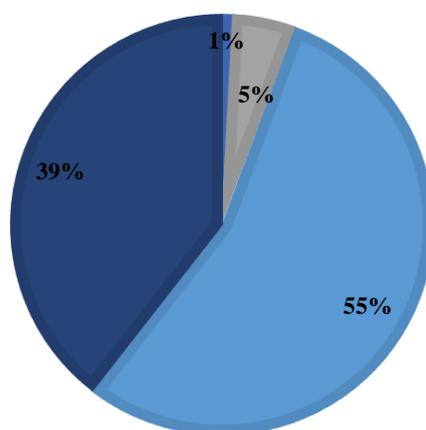


Gráfico 5: Porcentaje de consumo económico para "realiza viajes"

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: El 52.31% de jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua a veces realizaban viajes, casi nunca un 37.69%, casi siempre un 04.62%, nunca un 04.62% y solo una persona afirmó siempre realizar viajes (0.77%).

Tabla 9. Nivel consumo económico según la frecuencia de realizar actividades recreativas en jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua, 2022

De acuerdo a su consumo con qué frecuencia usted... [Realiza actividades recreativas]	Nº	%
Siempre	5	3,85
Casi siempre	27	20,77
A veces	76	58,46
Casi nunca	20	15,38
Nunca	2	1,54
Total	130	100

Fuente: Elaboración propia

Porcentaje de consumo económico para "realiza actividades recreativas"

■ Siempre ■ Casi siempre ■ A veces ■ Casi nunca ■ Nunca

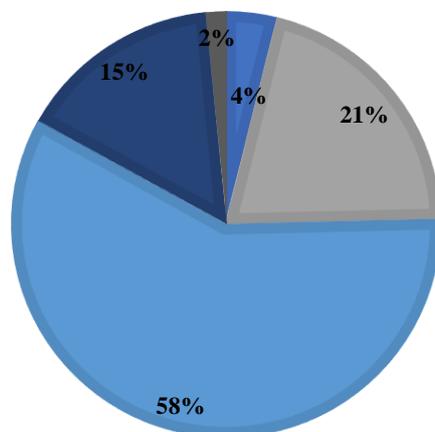


Gráfico 6: Porcentaje de consumo económico para "realizar actividades recreativas"
Fuente: Elaboración propia

Interpretación: El 58.46% de jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua a veces realizan actividades recreativas, casi siempre un 20.77%, casi nunca un 15.38%, siempre un 03.85% y solo una persona afirmó nunca realizar actividades recreativas (1.54%).

Tabla 10. Nivel consumo económico según la frecuencia de comprar víveres en jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua, 2022

De acuerdo a su consumo con qué frecuencia usted... [Compra víveres]	Nº	%
Siempre	29	22.31
Casi siempre	59	45.38
A veces	30	23.08
Casi nunca	09	6.92
Nunca	03	2.31
Total	130	100

Fuente: Elaboración propia

Porcentaje de consumo económico para "compra víveres"

■ Siempre ■ Casi siempre ■ A veces ■ Casi nunca ■ Nunca

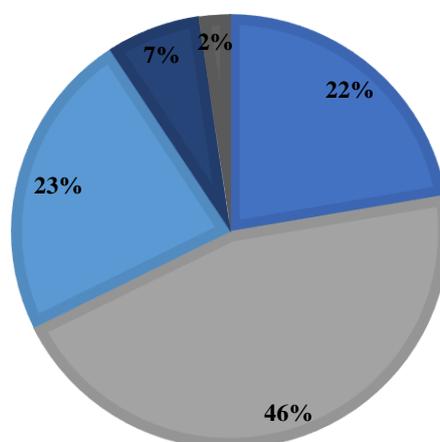


Gráfico 7: Porcentaje de consumo económico para "compra víveres"

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: El 45.38% de jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua casi siempre compran víveres, a veces un 23.08%, siempre un 22.31%, casi nunca un 06.92% y nunca un 2.31%.

Tabla 11. Nivel consumo económico según la frecuencia utilizar transporte público en jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua, 2022

De acuerdo a su consumo con qué frecuencia usted... [Utiliza el transporte público]	Nº	%
Siempre	23	17.69
Casi siempre	60	46.15
A veces	30	23.08
Casi nunca	12	9.23
Nunca	05	3.85
Total	130	100

Fuente: Elaboración propia

Porcentaje de consumo económico para "utiliza el transporte público"

■ Siempre ■ Casi siempre ■ A veces ■ Casi nunca ■ Nunca

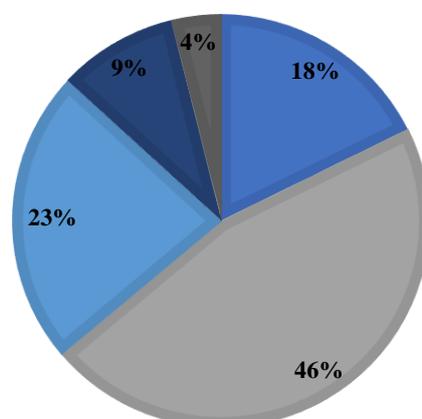


Gráfico 8: Porcentaje de consumo económico para "utiliza el transporte público"

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: El 46.15% de jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua casi siempre utilizan el transporte público, a veces un 23.08%, siempre un 17.69%, casi nunca un 9.23% y nunca un 3.85%.

4.1.3. Nivel de cultura ambiental de los jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua, 2022

Tabla 12. Nivel de cultura ambiental de los jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua, 2022

Nivel de cultura ambiental	Nº	%
Alto	09	06.92
Medio alto	42	32.31
Medio	66	50.77
Medio bajo	12	09.23
Bajo	01	0.08
Total	130	100.00

Fuente: Elaboración propia

Nivel de cultura ambiental

■ Alto ■ Medio alto ■ Medio ■ Medio bajo ■ Bajo

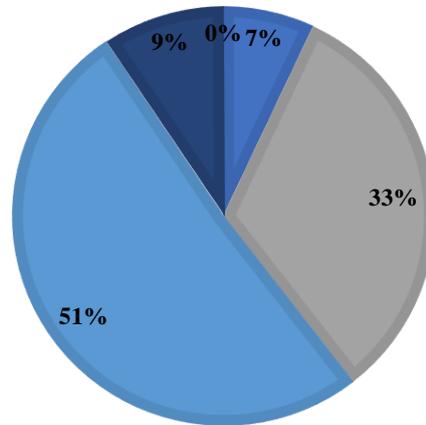


Gráfico 9: Nivel de cultura ambiental

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: En la tabla se observa que, el nivel de cultura ambiental de los jóvenes adultos profesionales fue en su mayoría de nivel medio en un 50.77%, seguido de medio alto en un 32.31%, mientras que de menor porcentaje fue los que presentaron un nivel de cultura ambiental medio bajo (09.23%), alto (06.92%) y bajo (0.08%).

Tabla 13. Nivel cultura ambiental según el uso de bolsas reutilizables en jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua, 2022

Al consumir usted... [Utiliza bolsas reutilizables]	Nº	%
Siempre	13	10
Casi siempre	38	29.23
A veces	58	44.62
Casi nunca	15	11.54
Nunca	6	4.62
Total	130	100

Fuente: Elaboración propia

Porcentaje de cultura ambiental para "utiliza bolsas reutilizables"

■ Siempre ■ Casi siempre ■ A veces ■ Casi nunca ■ Nunca

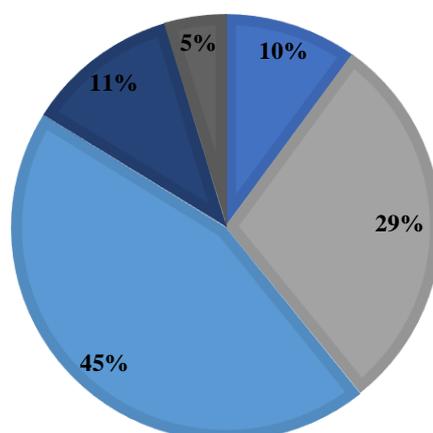


Gráfico 10: Porcentaje de cultura ambiental para "utiliza bolsas reutilizables"
Fuente: Elaboración propia

Interpretación: El 44.62% de jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua a veces hacen uso de bolsas reutilizables, casi siempre un 29.23%, casi nunca un 11.54%, siempre un 10% y nunca un 04.62%.

Tabla 14. Nivel cultura ambiental según la frecuencia de reciclar objetos luego de consumirlos en jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua, 2022

Al consumir usted... [Recicla los objetos]	Nº	%
Siempre	9	6.92
Casi siempre	36	27.69
A veces	64	49.23
Casi nunca	17	13.08
Nunca	4	3.08
Total	130	100

Fuente: Elaboración propia

Porcentaje de cultura ambiental para "recicla objetos"

■ Siempre ■ Casi siempre ■ A veces ■ Casi nunca ■ Nunca

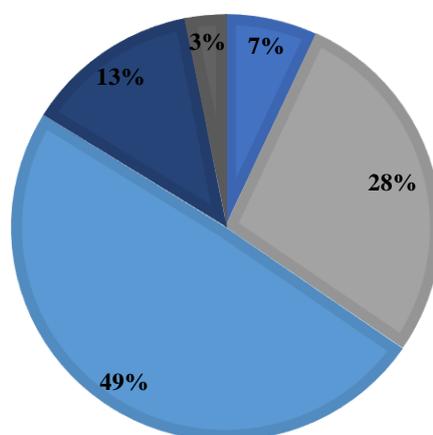


Gráfico 11: Porcentaje de cultura ambiental para "recicla objetos". Fuente: Elaboración propia

Interpretación: El 49.23% de jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua a veces reciclan objetos luego de consumirlos, casi siempre un 27.69%, casi nunca un 13.08%, siempre un 06.92% y nunca un 03.08%.

Tabla 15. Nivel cultura ambiental según la frecuencia de reutilizar objetos luego de consumirlos en jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua, 2022

Al consumir usted... [Reutiliza los objetos luego de consumirlos]	Nº	%
Siempre	8	6,15
Casi siempre	39	30,00
A veces	60	46,15
Casi nunca	19	14,62
Nunca	4	3,08
Total	130	100

Fuente: Elaboración propia

Porcentaje de cultura ambiental para "reutiliza los objetos luego de consumirlos"

■ Siempre ■ Casi siempre ■ A veces ■ Casi nunca ■ Nunca

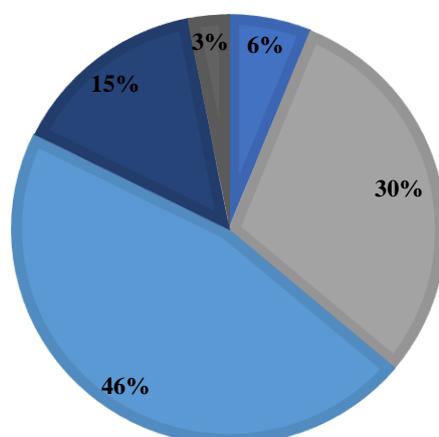


Gráfico 12: Porcentaje de cultura ambiental para "reutiliza los objetos luego de consumirlos"

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: El 46.15% de jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua a veces reutilizan objetos luego de consumirlos, casi siempre un 30%, casi nunca un 14.62%, siempre un 6.15% y nunca un 03.08%

Tabla 16. Nivel cultura ambiental según la frecuencia de segregar de forma correcta los residuos en jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua, 2022

Al consumir usted... [Segrega de forma correcta los residuos]	N°	%
Siempre	12	9.23
Casi siempre	27	20.77
A veces	69	53.08
Casi nunca	14	10.77
Nunca	8	6.15
Total	130	100

Fuente: Elaboración propia

Porcentaje de cultura ambiental para "segrega de forma correcta los residuos"

■ Siempre ■ Casi siempre ■ A veces ■ Casi nunca ■ Nunca

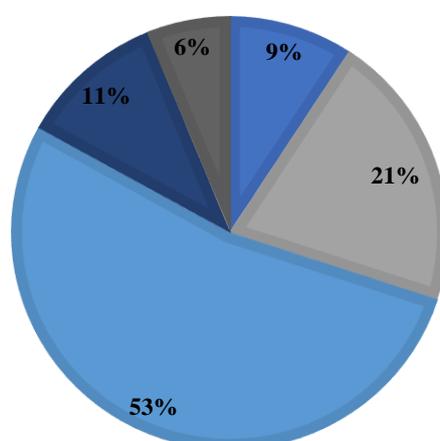


Gráfico 13: Porcentaje de cultura ambiental para "segrega de forma correcta los residuos"

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: El 53.08% de jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua a veces segregan de forma correcta los residuos luego de consumirlos, casi siempre un 20.77%, casi nunca un 10.77%, siempre un 09.23% y nunca un 06.15%.

Tabla 17. Nivel cultura ambiental según la frecuencia de uso de productos de segunda mano en jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua, 2022

Al consumir usted... [Utiliza productos de segunda mano]	Nº	%
Siempre	2	1,54
Casi siempre	18	13,85
A veces	65	50,00
Casi nunca	35	26,92
Nunca	10	7,69
Total	130	100

Fuente: Elaboración propia

Porcentaje de cultura ambiental para "utiliza productos de segunda mano"

■ Siempre ■ Casi siempre ■ A veces ■ Casi nunca ■ Nunca

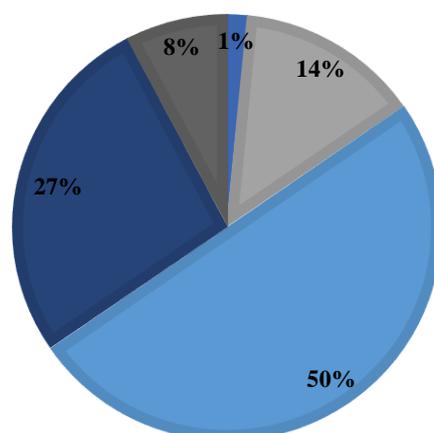


Gráfico 14: Porcentaje de cultura ambiental para "utiliza productos de segunda mano"

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: El 50.00% de jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua a veces utilizan productos de segunda mano, casi nunca un 26.92%, casi siempre un 13.85%, nunca un 07.69% y siempre un 01.54%.

Tabla 18. Nivel cultura ambiental según la frecuencia de participación en campañas a favor del medio ambiente en jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua, 2022

Al consumir usted... [Participa en campañas a favor del medio ambiente]	Nº	%
Siempre	6	4,62
Casi siempre	22	16,92
A veces	57	43,85
Casi nunca	33	25,38
Nunca	12	9,23
Total	130	100

Fuente: Elaboración propia

Porcentaje de cultura ambiental para "participa en campañas a favor del medio ambiente"

■ Siempre ■ Casi siempre ■ A veces ■ Casi nunca ■ Nunca

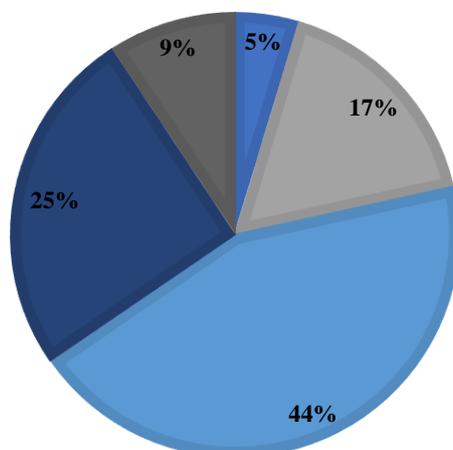


Gráfico 15: Porcentaje de cultura ambiental para "participa en campañas a favor del medio ambiente"

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: El 43.85% de jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua a veces participan en campañas a favor del medio ambiente, casi nunca un 25.38%, casi siempre un 16.92%, nunca un 09.23% y siempre un 04.62%.

Tabla 19. Nivel cultura ambiental según la frecuencia de ahorro de agua en jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua, 2022

Al consumir usted... [Busca ahorrar agua]	Nº	%
Siempre	28	21,54
Casi siempre	70	53,85
A veces	28	21,54
Casi nunca	3	2,31
Nunca	1	0,77
Total	130	100

Fuente: Elaboración propia

Porcentaje de cultura ambiental para "busca ahorrar agua"

■ Siempre ■ Casi siempre ■ A veces ■ Casi nunca ■ Nunca

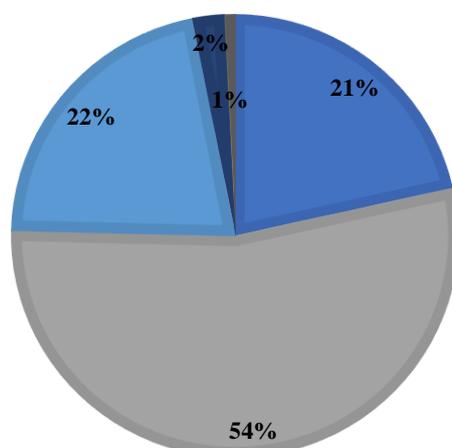


Gráfico 16: Porcentaje de cultura ambiental para "busca ahorrar agua"

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: El 53.85% de jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua casi siempre busca ahorrar agua, siempre un 21.54%, a veces 21.54%, casi nunca un 02.31% y nunca un 00.77%.

Tabla 20. Nivel cultura ambiental según la frecuencia de ahorro de energía en jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua, 2022

Al consumir usted... [Busca ahorrar energía]	Nº	%
Siempre	31	23,85
Casi siempre	60	46,15
A veces	32	24,62
Casi nunca	6	4,62
Nunca	1	0,77
Total	130	100

Fuente: Elaboración propia

Porcentaje de cultura ambiental para "busca ahorrar energía"

■ Siempre ■ Casi siempre ■ A veces ■ Casi nunca ■ Nunca

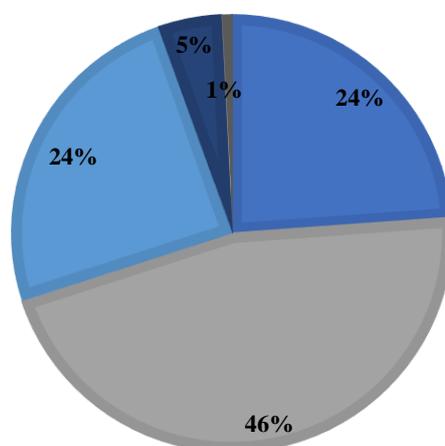


Gráfico 17: Porcentaje de cultura ambiental para "busca ahorrar energía"

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: El 46.15% de jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua casi siempre busca ahorrar energía, siempre un 23.85%, a veces 24.62%, casi nunca un 04.62% y nunca un 00.77%.

4.2. Prueba de hipótesis

4.2.1. Prueba de normalidad

Pruebas de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a		Shapiro-Wilk			
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Clasificación de consumo económico	.418	130	<.001	.635	130	<.001
Clasificación de cultura ambiental	.283	130	<.001	.854	130	<.001

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: Elaboración propia

Según su significancia indica que: Los datos no son normales dado que su significancia es menor a 0,05 (Sig 0,001 < 0,05) por tanto se trabajó con la prueba no paramétrica de Rho Spearman.

4.2.2. Estadístico de prueba

Tabla 21. Correlación de Spearman entre el consumo económico y la cultura ambiental de los jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua, 2022

		Correlaciones		
			Clasificación de cultura ambiental	Clasificación de consumo económico
Rho de Spearman	Clasificación de cultura ambiental	Coeficiente de correlación	1,000	,094
		Sig. (bilateral)	.	,287
		N	130	130
	Clasificación de consumo económico	Coeficiente de correlación	,094	1,000
		Sig. (bilateral)	,287	.
		N	130	130

Fuente: Elaboración propia

Planteamiento de hipótesis

Ho: No existe relación entre el consumo económico y la cultura ambiental de los jóvenes adultos profesionales en el departamento de Moquegua, 2022

Ha: Si existe una relación entre el consumo económico y la cultura ambiental de los jóvenes adultos profesionales en el departamento de Moquegua, 2022.

Decisión: Se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alterna dado que su significancia bilateral es mayor a 0,05 (sig = 0,287 > 0,05).

4.3. Discusión de resultados

Frente la actitud ambiental en el presente estudio los resultados muestran que la población evaluada muestra que el nivel de cultura ambiental en los jóvenes adultos profesionales fue, en su mayoría, de nivel medio en un 50.77%, seguido de medio alto en un 32.31%, mientras que de menor porcentaje fue los que presentaron un nivel de cultura ambiental medio bajo 9.23%, alto 6.92% y bajo 0.08%. Frente al estudio de Lope & Sulca sobre Factores socioculturales relacionados con la actitud ambiental de estudiantes de la Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga que indica que el 68.3% de su población evaluada muestra una actitud ambiental negativa e indiferente perjudicial,

mientras que solo la zona aledaña que corresponde a un 31.7% muestra una actitud ambiental positiva (18).

Según los resultados obtenidos se puede observar que la población de jóvenes adultos profesionales de la región Moquegua, se inclinan más a un tema de ahorro en particular que no se orienta específicamente a un apego a la cultura ambiental, si no a un tema económico según su condición socioeconómica vista en la tabla 5, que muestra que la población evaluada consta de 41.54% con nivel social bajo superior seguido de un nivel bajo inferior en un 31.54% y nivel medio en un 20.77%, mientras que con un 3.08% presentaron un nivel alto y un nivel marginal respectivamente. Se puede contrastar con los resultados de Figueroa que muestra que sí existe relación directa entre el ingreso económico de los individuos con educación universitaria y no universitaria, la cual muestra que la población universitaria tiene mayor ingresos y empleo frente a la no universitaria del departamento de Moquegua, lo que nos lleva a discutir el nivel económico en este grupo social con nivel académico universitario completo y sus niveles socioeconómicos actuales y a especificar en que márgenes de edad la población con nivel académico universitario completo comprende a una población con crecimiento económico.

Con respecto al consumo económico los resultados muestran que los jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua consumen a veces de manera económica en un 77.69%, un 15.38% casi siempre y 6.92% casi nunca, por otro lado, ningún joven adulto reportó consumir económica nunca o siempre. El estudio sobre Influencia de los valores y símbolos sobre el consumo de ropa en los estudiantes de pre grado de la UNSA en relación con el medio ambiente indica que existe tres grupos de consumidores a los que basan los valores, símbolos y consumo de ropa que son: los impulsivos que atribuye el 53.3%, los equilibrados 45.6% y los selectivos 1.1% (20). Los resultados encontrados en el presente estudio especifican que el 73.85% de jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua compraban a veces ropa, casi nunca un 16.15%, casi siempre un 9.23% y siempre un 0.77% que muestra un comportamiento diferente en ambas poblaciones estudiadas.

El presente estudio muestra que no existe relación entre el consumo económico y la cultura ambiental con un nivel de significancia de Rho Spearman de 0.287. En contraste los resultados obtenidos bajos los criterios evaluados en el estudio de Consumo responsable y sostenibilidad ambiental en estudiantes de la Universidad Nacional de

Huancavelica la cuales muestran que sí existe relación entre sus variables de consumo responsable y sostenibilidad ambiental con un 0.428 y esta misma muestra una correlación positiva débil (22). Lo que guía a una conclusión general en la cual ambos aspectos de consumo tienen una relación baja o nula frente al tema ambiental.

Los resultados obtenidos arrojan que el 54.6% del total de la muestra evaluada pertenece a la población femenina y el 45.4% a la población masculina la cual; según los resultados del INCORE del 2021 arrojan que el impacto a la población femenina durante la pandemia de la región sur que contempla Arequipa y Moquegua se redujo en 12.4%, los que corresponde al doble del porcentaje de la población masculina desempleada que corresponde 6.2% en el 2020. En el 2019 también se obtuvo una brecha laboral entre los ingresos laborales femeninos frente a los masculinos que ascendían en un 34.0%. Lo que muestra que Moquegua se mantiene como la región con mayor desigualdad de salario con un 48,9% frente a las otras regiones del país (81). Estos resultados nos pueden llevar a plantear la tasa de empleo y desigualdad de género como un factor influyente en el análisis de los resultados del presente estudio.

No existe una clara relación que defina el crecimiento económico y la calidad ambiental, lo que implica que existe diversos factores que alteran de manera directa e indirecta esta relación. Esta es la conclusión a la que llegó Francisco Correa en su estudio sobre Crecimiento económico y medio ambiente: una revisión analítica de la hipótesis de la curva ambiental de Kuznets (14). Del mismo modo, la relación en el presente estudio frente al consumo económico y la cultura ambiental se deduce que existen diversos factores como la tasa de empleo, el nivel socioeconómico, la pandemia y la desigualdad de género que influyen de forma directa e indirecta en la correlación de ambas variables.

CONCLUSIONES

- No existe relación entre el consumo económico y la cultura ambiental de jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua, 2022 puesto que el análisis de Rho Spearman que el nivel de significancia es mayor a 0.05 ($\text{sig} = 0.287 > 0.05$).
- El nivel socioeconómico de los jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua en sus valores más significativos presentó un nivel socioeconómico en un 41.54 % (bajo superior) seguido de un 31.54% (bajo inferior) y un 20.77% (nivel medio) lo que implica en términos generales que la muestra evaluada se encuentra en su mayoría en un nivel “bajo”, en contraste los resultados del nivel de cultura ambiental muestran un nivel “medio” en su mayoría con un 50.77% (medio) y un 32.31% (medio alto).
- El nivel de consumo económico de jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua en sus valores más significativos presenta un 77.69% (medio) y un 15.38% (medio alto) al igual que los resultados del nivel de cultura ambiental fue en su mayoría de un 50.77% (medio) seguido de un 32.31% (medio alto) respectivamente. Ambos resultados muestran en su mayoría un nivel “medio”.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda evaluar los distintos grupos sociales del departamento de Moquegua para conocer el comportamiento frente al consumo económico y cultura ambiental, en distintos factores para poder determinar una relación entre ambas variables.
- Evaluar si el nivel socioeconómico influye de forma directa o indirecta en la relación consumo económico y cultura ambiental en la población de jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua.
- Se recomienda conocer el margen de alcance en el crecimiento profesional frente a las oportunidades y puestos laborales en los jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua y si este influye en el crecimiento económico de esta población.
- Se recomienda determinar si el nivel académico universitario completo se encuentra relacionado con la cultura ambiental en los jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. *The ecology of giving and consuming. En Rosenblatt. Orr, D.* Washington D.C. Island Press. : Consuming desires: consumption, culture, and the pursuit of happiness., 1999.
2. *La historia de las cosas. Leonard, A.* Buenos Aires : Fondo de Cultura Económica , 2010.
3. *Investigación en Educación Ambiental. f., Raúl Calixto.* 55, México : RMIE, 2012, Vol. 17. 1405-6666.
4. **N., Maria.** *El desarrollo sostenible.* Madrid : UNIVERSITAS, S.A., 2002. 118-28006.
5. *Consumismo y Sociedad: Una visión crítica del homo consumens. D., Susana Rodríguez.* 2, Roma : Euro-Mediterranean University Institute, 2012, Vol. 34.
6. **Steffen, W., Richardson, K. y Rockstrom, j. y otros.** *planetary boundaries: Guiding human development on a changing planet. Science.* 2015. 347 (6223), 1259855 (1-10).
7. **Luis, Beltrán M.** *Consumo sustentable como derecho-obligación para disfrutar de un medio ambiente sano.* México : s.n., 2002.
8. *Introducción a la política del hombre. Morin, Edgar.* 4 ed., Buenos Aires : Gedisa, 1999.
9. *Representación social que tienen los maestros de primaria del municipio de Puebla sobre la ciencia y tecnología y su relación con el medio ambiente. B., Antonio F. & Javier.* 55, Mexico : s.n., 2012, Vol. 17. ISSN.
10. *La protección del medio ambiente y los recursos naturales en la nueva constitución del Perú. Valentín, Bartra A.* 10, 2002, Vol. 5.
11. **Ayala, Cruz López de.** *El análisis sociológico del consumo: una revisión histórica de sus desarrollos teóricos.* 2004.
12. **Perú, Congreso de la republica.** *Ley 28611 Ley General del Ambiente.* Lima : s.n., 2017.
13. **Acuña Moraga, Omar, y otros.** *Consumo Sustentable y responsabilidad social. Una visión convergente que contribuye al desarrollo sustentable.* Chile : Repositorio Universidad Católica del Maule, 2020.
14. **Francisco, correa R.** *Crecimiento económico y medio ambiente: una revisión analítica de la hipótesis de la curva ambiental de Kuznets.* Medellín : Universidad de Medellín, 2004.
15. *Toma de decisiones para el desarrollo sostenible de los recursos naturales. Sánchez, C. Ignacio, y otros.* 1, México : Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas, 2016.
16. *Visión e integración de la perspectiva ambiental en la Universidad Indígena de Bolivia - UNIBOL. Vargas Callegas, Germán.* 3, Brasil : UFPR, 2014.
17. *Consumo consciente, meio ambiente e desenvolvimento sustentável: análise da tomada de decisão com base nas heurísticas. Nespolo, D. y A., Borelli V. & Fermiano.* s.l. : Universidad Federal de Santa María, 2016, Vol. 9.
18. **Sulca Huamancusi, Yenny y Lope Pérez, Cecilia Delfina.** *Salud ambiental; Educación ambiental; Estudiantes; Factores; Consumismo; Sensibilización.* Ayacucho : s.n., 2013.

19. **Orbegozo, Karla Delgado & ana.** *El consumismo y su relación con los estratos socioeconomicos en la ciudad de Chepén.* Chepén : s.n., 2018.
20. **Zeballos Zeballos, Eliseo.** *Influencia de los valores y símbolos sobre el consumo de ropa en los estudiantes de pre grado de la UNSA en relación con el medio ambiente.* Arequipa : Universidad San Agustín de Arequipa, 2020.
21. **Vivanco Vidalón, Boris Enrique.** *La publicidad televisiva y el consumo del ciudadano ayacuchano .* Huamanga : Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga, 2016.
22. **Doc. Toribio Román, Fernando Martín.** *Consumo responsable y sostenibilidad ambiental en estudiantes de la universidad nacional de Huancavelica.* Huancayo : Universidad Nacional del Centro del Perú, 2019.
23. **Orihuela Z., Pamela A.** *Ecoeficiencia para la conciencia ambiental en los trabajadores del Gobierno Regional Moquegua, provincia Mariscal Nieto, Región Moquegua, año 2020.* Moquegua : Universidad Cesar Vallejo, 2021.
24. **Avilés F., Paola.** *La educación universitaria y no universitaria en el crecimiento económico de la Región Moquegua, periodo 2001-2014.* Moquegua : Universidad San Martín de Porres, 2015.
25. **Toala Muñoz, Sandra Ivania.** *Estrategias metodológicas para la formación de una cultura ecológica en los estudiantes de la Institución Educativa Fe y Alegría 52 Moquegua 2017.* Moquegua : Universidad San Pedro, 2019.
26. *El consumo sirve para pensar.* **Astudillo, Karen Daniela Zemanate y Canclini, Nestor Garcia.** 1995, Academia, págs. 41-55.
27. **Canclini, Nestor García.** *El consumo cultural: una propuesta teórica.* México : s.n., 1999.
28. *Vida de consumo.* **Bauman, Z.** México : Fondo Cultural de Economía, 2007.
29. **Néstor, García C.** *El consumo Cultural: Una propuesta Teórica.* México : s.n., 1999.
30. **Laura, Pérez B.** *Los derechos de la sustentabilidad: desarrollo, consumo y ambiente.* s.l. : Colihue SRL, 2007. 9505634021.
31. **Krugman Paul, Wells Robin & Olney L. Martha.** *Fundamentos de Economía.* Barcelona : s.n., 2008.
32. **Prieto S. Vanessa, Jaca Carmen & Ornazabal Marta.** *Economía Circular.* España : TECNUN, 2017. Núm. 15.
33. **Ávila, José & Lugo.** *Introducción a la Economía.* México : Plaza y Valdés, 2004.
34. **Keynes, John Maynard.** *Teoría general de la ocupación, el interés y el dinero.* Buenos Aires : Fondo de cultura económica, 1992. 2° edición.
35. **Ackley, Gardner.** *Teoría Macroeconómica.* México : UTEHA, 1970.
36. —. *Teoría Macroeconómica.* México : UTEHA, 1970.
37. **Morettini, Mariano.** *Principales teorías macroeconomicas sobre el consumo.* 2002.
38. **Liquitaya Briceño, José.** *Lateoría del ingreso permanente: Un análisis empírico.* Iztapalapa : Universidad Autónoma Metropolitana, 2011.

39. *Básica del Medio Ambiente Ley 11*. 1986.
40. *Básica del Medio Ambiente Ley 11*. 1978.
41. *Evaluación de Impacto Ambiental. Real Decreto 1131*. España : s.n., 1998. Art. 6.
42. *Código Penal*. España : s.n. Art. 325.
43. *Aproximaciones al estudio de la conducta sustentable*. Corral-Verdugo, Victor & Queiroz Pinheiro, Jose. 5, Brasil : Resma, 2004. 1576-6462.
44. *Self, culture and sustainable development*. Gouveia, V. Massachusetts : Kluwer Academic Publishers, 2002.
45. *Comportamiento Proambiental. Una Introducción al Estudio de las Conductas Protectoras del Ambiente*. Corral-Verdugi, V. Santa Cruz de Tenerife : RESMA, 2001.
46. *The California drought: A quasiexperimental analysis of social policy*. Agras, W.S. y Jacob R.G. y Ledebek, M. 13, s.l. : Journal of Applied Behavior Analysis, 1980.
47. *Profiles of time perspective and personality: developmental considerations*. Lennings, C. & Burns, A. 132, s.l. : The Journal of Psychology, 1998.
48. *The Moral Animal*. Wright, R. New York : First Vintage Books, 1994.
49. *What can be done to reduce overconsumption*. Brown, P. M. & Cameron, L. D. 32, s.l. : Ecological Economics, 2000.
50. *Horizontes*. Beldarrín, E. 2004. Puerto Rico : Pontificia Universidad Católica de Puerto Rico, 2004.
51. *Cultura ambiental: un estudio desde las dimensiones de valor, creencias, actitudes y comportamientos ambientales*. Luisa, Miranda M. 2, 2013, Vol. 8.
52. Roque, M. *Una concepción educativa para el desarrollo de la cultura ambiental desde una perspectiva cubana*. La Habana : IV Congreso Iberoamericano de Educación Ambiental , 2003. pp. 1-29.
53. *Educación Ambiental, participación y transformación social sostenible en cuba*. Bayón, P. 4, s.l. : Revista Interface, 2006, Vol. 2. p. 89 - 104.
54. *La cultura ambiental por un desarrollo sano y sostenible. La experiencia de Cayo Granma*. Ferrer, B. y Menéndez, L. & Gutiérrez, M. s.l. : Revista Electrónica, 2004.
55. Pato, C. & Tamayo, A. *Valores, creencias ambientales y comportamiento ecológico de activismo*. . s.l. : Medio Ambiente y Comportamiento humano, 2006. p. 3.
56. *Value Basis of Environmental Concern*. Stern, P. y Dietz, T. & Kalof, L. 3, s.l. : Journal of Social Issues, 1993, Vol. 50.
57. Obregón, F. J. *Sistemas de creencias y conducta protectora del ambiente. División de Ciencias Sociales. sonora*. Universidad de sonora : s.n., 1996.
58. *Cultura ambiental: un estudio desde las dimensiones de valor. creencias, actitudes y comportamientos ambientales*. Miranda, L. s.l. : Corporación Universitaria Adventista, 2013.

59. *Actitudes ambientales y conductas sostenibles. Implicaciones para la educación ambiental.* Álvarez, P. & Vega, P. 2, s.l. : Revista Psicodidáctica, 2009, Vol. 14. p. 248.
60. *Sistema de creencias ambientales en estudiantes de pregrado de la Universidad Metropolitana. Factores de personalidad, género y variables académicas asociadas.* Elía, S. y Valery, V. & De Martínez, F. 1, s.l. : Anales de la Universidad Metropolitana, 2009, Vol. 9. 1997-226.
61. Bolzan, C. *Sistemas de gestión ambiental y comportamiento proambiental de trabajadores fuera de la empresa: aproximación de una muestra brasileña.* Barcelona : Universidad de Barcelona, 2008. p. 43.
62. *Constitución Política del Perú.* Lima : s.n., 30 de diciembre 1993.
63. Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y cooperación. *Objetivos de Desarrollo Sostenible.* [En línea] [Citado el: 9 de Febrero de 2022.] <http://www.exteriores.gob.es/Portal/es/PoliticaExteriorCooperacion/NacionesUnidas/Paginas/ObjetivosDeDesarrolloDelMilenio.aspx#:~:text=Objetivos%20de%20Desarrollo%20Sostenible.%20La%20Asamblea%20General%20de,paz%20universal%20y%20el%20acceso%20a%20la%20ju>
64. Ley N° 28611 Ley General del Medio Ambiente. Lima : s.n., 2005.
65. Congreso de la República del Perú. Ley N° 30220 Ley Universitaria. Lima : Diario Oficial el Peruano, 2014.
66. ONU. Cumbre Mundial de Desarrollo Sostenible. *Programa 21* . 1992.
67. Rivera Camino, Jaime, Arellano Cuevaa, Rolando y Molero Ayala, Víctor M. *Conducta del consumidor. Estrategias y políticas aplicadas al marketing.* Madrid : ESIC EDITORIAL, 2009. 978-84-7356-593-6.
68. Gutierrez, Oriana. La Ciencia Económica. *Consumo.* [En línea] 12 de Diciembre de 2021. [Citado el: 28 de Octubre de 2022.] <https://www.lacienciaeconomica.com/consumo/#:~:text=En%20econom%C3%ADa%20el%20consumo%20es%20la%20acci%C3%B3n%20que,y%20logra%20satisfacer%20la%20necesidad%20del%20consumidor%20final..>
69. J.F., Martín. Los factores definitorios de los grandes grupos de edad de la población: tipos, subgrupos y umbrales. 2005, Vol. 9, 190 - 220.
70. López Hernández, Eduardo S., Rodríguez Luna, Ana Rosa y Beauregard Solís, Graciela. *Educación ambiental para la sustentabilidad y Cultura ambiental. Algunas definiciones.* Tabasco - México : s.n., 2013.
71. Novo, María. *La educación ambiental, una genuina educación para el desarrollo sostenible.* Madrid : Universidad Nacional de Educación a Distancia, 2009.
72. *National Center for Educational Statistics.* 2008.
73. *Metodología de la investigación.* Hernandez Sampieri, Roberto y Fernandez, Carlos & Baptista, María. 6, México, D.F. : McGrawHill, 2014. ISBN 978-1-4562-2396-0.
74. *La lógica de la investigación científica.* Popper, Karl. Madrid : Tecnos, 1980.

75. Hernandez Sampieri, Roberto y Fernandez, Carlos & Baptista, Maria. *Metodología de la investigación*. México : McGrawHill, 2014. ISBN 978-1-4562-2396-0.
76. *Metodología de la investigación*. Hernández Sampieri, R. y Fernandez Collado, C. & Baptista Lucio, M. 6ta ed., México : McGRAW HILL/ Interamericana Editores, S.A. DE C.V., 2014.
77. *El proyecto de investigación: Introducción a la investigación científica*. Arias, F. Caracas : Episteme, C.A., 2006, Vol. 5ta ed.
78. *Resultados definitivos de los Censos Nacionales* . Informatica, Instituto Nacional de Estadística e. Moquegua : s.n., 2017.
79. *Evaluación del nivel socioeconómico: presentación de una escala adaptada en una población de Lambayaque*. Vera, Oscar y & Vera, Franklin. 1, Chiclayo : HNAAA, 2013, Vol. 6.
80. QuestioPro. ¿Qué es la escala de Likert y cómo utilizarla? [En línea] [Citado el: 02 de Febrero de 2022.] <https://www.questionpro.com/blog/es/que-es-la-escala-de-likert-y-como-utilizarla/#:~:text=La%20escala%20de%20Likert%20es%20un%20m%C3%A9todo%20de,evaluar%20la%20opini%C3%B3n%20y%20actitudes%20de%20las%20personas..>
81. Instituto Peruano de Economía. INCORE. [En línea] 27 de Septiembre de 2021. [Citado el: 23 de Junio de 2022.] <https://www.incoreperu.pe/portal/index.php/noticias/item/146-sur-moquegua-y-arequipa-presentan-las-mayores-brechas-de-genero-salariales-en-el-pais>.
82. Villaverde, Maria N. *El desarrollo sostenible*. Madrid : Universitat, S. A., 2009. 9788479912628.
83. *Consumo y consumismo. Algunos elementos traza sobre estudiantes universitarios en México*. D., Lara G. José. 1, Roma : Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, 2009, Vol. 21. 1578-6730.
84. *Del consumismo al consumo sostenible*. Camacho Delgado, Clemencia. 6, Colombia : Punto de vista, 2013, Vol. 4.
85. *Consumed: how markets corrupt children, infantilize adults and swallow citizen whole*. Barber, B. New York : Norton & Co., 2008.
86. *Economía Circular*. Cerdá, E. y Khalilova, A. Madrid : s.n., 2016.
87. —.Prieto S., Vanessa y Jaca, Carmen & Ormazabal, Marta. 15, España : TECNUN, Universidad de Navarra, 2017.
88. Gomera M., Antonio. *La conciencia ambiental como herramienta para la educación ambiental: Conclusiones y reflexiones de un estudio en el ámbito universitario*. Córdoba : Universidad de Córdoba, 2008.
89. *Diagnóstico y potenciación de la educación ambiental en jóvenes universitarios*. Alea, A. 6, s.l. : Revista electrónica de Pedagogía, 2006.
90. *Educación científica y educación ambiental: un cruce fecundo*. Sauvé, Lucie. 1, Québec : Revista de investigación y experiencias didácticas, 2010, Vol. 28.
91. Sierra Bravo, Restituto. *Ciencias sociales, epistemología, lógica y metodología*. Madrid : Paraninfo, 1984.

ANEXO

MATRIZ DE CONSISTENCIA

Formulación del problema	Objetivos	Hipótesis	Variables y dimensiones	Metodología
<p>Problema General: ¿Cuál es la relación entre el consumo económico y cultura ambiental en los jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua, 2022?</p>	<p>Determinar la relación entre el consumo económico y la cultura ambiental de jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua, 2022.</p>	<p>Ho: No existe una relación significativa entre el consumo económico y la cultura ambiental de los jóvenes adultos profesionales en el departamento de Moquegua, 2022. Ha: Existe una relación significativa entre el consumo económico y la cultura ambiental de los jóvenes adultos profesionales en el departamento de Moquegua, 2022.</p>	<p>VARIABLE INDEPENDIENTE (Economía) Consumo Económico</p> <p>VARIABLE DEPENDIENTE (Ambiente) Cultura Ambiental</p>	<p>Tipo de investigación: Básica, cuantitativa aplicada. Nivel de investigación: Descriptivo Diseño de investigación: No experimental.</p>
<p>Problemas Específicos: •¿Cuál es el nivel socioeconómico en los jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua, 2022? •¿Cuál es el nivel de consumo económico en los jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua, 2022? •¿Cuál es el nivel de cultura ambiental en los jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua, 2022?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Determinar el nivel socioeconómico de los jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua, 2022. • Determinar el nivel de consumo económico de los jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua, 2022. • Identificar el nivel de cultura ambiental de los jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua, 2022. 			<p>Población: Jóvenes adultos profesionales menores de 30 años del departamento de Moquegua. Muestra: 130 jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua.</p>

Fuente: Elaboración propia

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Investigador: <u>Joselin Zulma Rodríguez Valencia</u>	D.N.I. N°: <u>71768658</u>
Título de la Investigación: <u>Relación entre el consumo electrónico y la cultura ambiental en los jóvenes adultos profesionales del departamento de</u>	
Instrumento e Indicador: <u>Encuesta</u>	
Universidad: <u>Universidad Autónoma de la</u>	
Experto: <u>Yomira Dikel Zaballos Díaz</u>	D.N.I. N°: <u>71806009</u>
Grado académico: Doctor(a) <input type="checkbox"/> Magister <input type="checkbox"/> Bachiller <input type="checkbox"/> Otros <input type="checkbox"/> Especifique: <u>Licenciada en Psicología</u>	
Institución donde labora: <u>Profo. Americano Quellaveco</u>	

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-50%	Bueno 51 - 70%	Muy Bueno 71 - 80%	Excelente 81 - 100%
CLARIDAD	Utiliza lenguaje apropiado			✓		
OBJETIVIDAD	Expresa conducta observable				✓	
ACTUALIDAD	Acorde al avance de la ciencia y tecnología			✓		
ORGANIZACIÓN	Persigue una organización lógica			✓		
SUFICIENCIA	La cantidad de ítems presenta calidad y es suficiente		✓			
CONSISTENCIA	Sustenta aspectos teóricos, científicos acordes a la tecnología educativa				✓	
COHERENCIA	VARIABLES, dimensiones e indicadores están relacionados			✓		
METODOLOGÍA	Persigue los objetivos a lograr en la investigación				✓	
PERTINENCIA	Es adecuado al tipo de investigación				✓	
PROMEDIO DE VALIDACIÓN						

Considerar las siguientes observaciones

Considerar retirar los preguntas de correo electrónico, preguntas 6 y 7. Para que la encuesta sea concisa en su totalidad; ya que no interfiere con los objetivos del Proyecto.


Firma

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Investigador: <i>Joselyn Zulema Rivadeneira Guimoro</i>	D.N.I. N°: <i>71765638</i>
Título de la investigación: <i>Relación entre el consumo económico y la cultura ambiental en jóvenes adultos profesionales</i>	
Instrumento e Indicador: <i>Encuesta</i>	
Universidad: <i>Universidad Privada de Tacna</i>	
Experto: <i>Ricardo Hazuelos Sandoval</i>	D.N.I. N°: <i>70805606</i>
Grado académico: Doctor(a) Magister Bachiller Otros <i>af</i> Especifique: <i>Jug Ambiental</i>	
Institución donde labora: <i>Southern Copper Corporation Perú</i>	

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-50%	Bueno 51-70%	Muy Bueno 71-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Utiliza lenguaje apropiado				✓	
OBJETIVIDAD	Expresa conducta observable					✓
ACTUALIDAD	Acorde al avance de la ciencia y tecnología					✓
ORGANIZACIÓN	Persigue una organización lógica				✓	
SUFICIENCIA	La cantidad de ítems presenta calidad y es suficiente				✓	
CONSISTENCIA	Sustenta aspectos teóricos, científicos acordes a la tecnología educativa					✓
COHERENCIA	Variables, dimensiones e indicadores están relacionados					✓
METODOLOGÍA	Persigue los objetivos a lograr en la investigación					✓
PERTINENCIA	Es adecuado al tipo de investigación				✓	
PROMEDIO DE VALIDACIÓN						

Considerar las siguientes observaciones

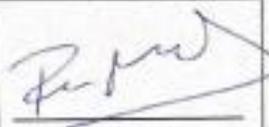

 Firma

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Investigador: <i>Joselyn Soledad Pineda Arévalo</i>	D.N.I. N°: <i>71768658</i>
Título de la investigación: <i>Relación entre consumo económico y la cultura ambiental en jóvenes adultos profesionales del departamento</i>	
Instrumento e Indicador: <i>Encuesta</i>	
Universidad: <i>Universidad César Vallejo</i>	
Experto: <i>Branco Soledad Muñoz</i>	D.N.I. N°: <i>7000884</i>
Grado académico: Doctor(a) <input type="checkbox"/> Magister <input type="checkbox"/> Bachiller <input type="checkbox"/> Otros <input checked="" type="checkbox"/> Especifique: <i>Las Ambiental</i>	
Institución donde labora: <i>Comercio CBA - Appa -</i>	

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-50%	Bueno 51-70%	Muy Bueno 71-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Utiliza lenguaje apropiado				✓	
OBJETIVIDAD	Expresa conducta observable					✓
ACTUALIDAD	Acorde al avance de la ciencia y tecnología				✓	
ORGANIZACIÓN	Persigue una organización lógica				✓	
SUFICIENCIA	La cantidad de ítems presenta calidad y es suficiente				✓	
CONSISTENCIA	Sustenta aspectos teóricos, científicos acordes a la tecnología educativa				✓	
COHERENCIA	Variables, dimensiones e indicadores están relacionados				✓	
METODOLOGÍA	Persigue los objetivos a lograr en la investigación					✓
PERTINENCIA	Es adecuado al tipo de investigación				✓	
PROMEDIO DE VALIDACIÓN					✓	

Considerar las siguientes observaciones


BRANCO SOLEDAD MUÑOZ
 Magister en Psicología
 C.P. 1000073

CONSEJO REGIONAL DE JUVENTUD Moquegua

Fri, Jun 24, 10:10 AM (9 days ago)



to me ▾

Buenos días Srta Bach. Joselyn Zulema Rivadeneyra Livimoro, se ha recepcionado su solicitud con fecha 22 de abril del presente año y se remitió días posteriores a las diferentes organizaciones juveniles de la región que pertenecen al CONSEJO REGIONAL DE LA JUVENTUD DE MOQUEGUA la encuesta con el fin de conocer su consumo económico frente a la cultura ambiental al público objetivo para sus fines académicos.

Srta. Katherine Quispe Zambrano

Secretaria Regional de la Juventud de Moquegua

CARTA N° 010- 2022- COPROJU ILO-CKRP

Srta:

JOSELYN ZULEMA RIVADENEYRA LIVIMORO
Bach. Ing. Ambiental

Ilo, 30 de abril 2022

ASUNTO : Respuesta A La Solicitud De Permiso Para Realizar Encuesta Con Fines Académicos.

Es grato dirigirme a usted para saludarlo en nombre del Consejo Provincial de la Juventud de la Provincia de Ilo (COPROJU ILO), creado con Ordenanza Municipal N° 713-2021-MPI, como un espacio autónomo de representación, coordinación, diálogo, concertación de la política local de la juventud y participación ciudadana de jóvenes y adolescente de 15 a 29 años de edad, cuyos representantes son elegidos de manera democrática en la provincia de Ilo.

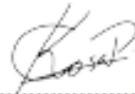
Cuyo objetivo es desarrollar un trabajo articulado entre las y los jóvenes, la municipalidad provincial y las instituciones, con la finalidad de contribuir a la promoción del desarrollo integral de las juventudes a través de su participación en la implementación de políticas públicas en la provincia.

En ese sentido le hacemos de conocimiento:

- La disponibilidad del espacio para poder socializar el link de encuesta a los miembros que cuenten el grado académico de egresado, bachiller o título universitario con el fin de conocer su consumo económico frente a la cultura ambiental con fines académicos.

Agradeciendo la atención, hago propicia la oportunidad para reiterar mi consideración y estima personal.

Atentamente;



.....
Cleidy Kely Rosa Pancca
Secretaría Provincial de la Juventud Ilo

Encuesta

Instrucciones: Lee detenidamente cada pregunta y marca. Ninguna respuesta es correcta o incorrecta, la encuesta tiene como finalidad estudiar el movimiento económico y ambiental de los adultos jóvenes profesionales del departamento de Moquegua con fines de análisis académicos.

***Obligatorio**

1. Correo *

2. Grado académico *

Marca solo un óvalo.

Egresado

Bachiller

Titulado

3. Edad *

4. Sexo *

Marca solo un óvalo.

Femenino

Masculino

Lea detenidamente las preguntas y marque.

Nivel socioeconómico

5. ¿Cuál es el grado de estudios de sus padres? *

Selecciona todos los que correspondan.

- (1) Primaria Completa / Incompleta
- (2) Secundaria Incompleta
- (3) Secundaria Completa
- (4) Superior no Universitario (p.e). Instituto Superior, otros
- (5) Estudios Universitarios Incompletos
- (6) Estudios Universitarios Completos (Bachiller, titulado)
- (7) Postgrado

6. ¿A dónde acude el jefe de hogar para atención médica cuando se tiene algún problema de * salud?

Marca solo un óvalo.

- (1) Posta médica / farmacia / naturista
- (2) Hospital del Ministerio de Salud / Hospital de la Solidaridad
- (3) Seguro Social / Hospital FFAA / Hospital de Policía
- (4) Médico particular en consultorio
- (5) Médico particular en clínica privada

7. ¿Cuál de las siguientes categorías se aproxima más al salario mensual de su casa? *

Marca solo un óvalo.

- (1) Menos de 750 soles / mes aproximadamente
- (2) Entre 750 - 1000 soles / mes aproximadamente
- (3) 1001 - 1500 soles / mes aproximadamente
- (4) > 1500 soles / mes aproximadamente

8. ¿Cuántas habitaciones tiene su hogar, exclusivamente para dormir? *

Marca solo un óvalo.

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5 a más

9. ¿Cuántas personas viven en su hogar? (sin incluir servicios de alquiler, etc.) *

Marca solo un óvalo.

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5 a más

10. ¿Cuál es el material predominante en los pisos de su vivienda? *

Marca solo un óvalo.

- (1) Tierra / Arena
- (2) Cemento sin pulir (falso piso)
- (3) Cemento pulido / Tapizó
- (4) Mayólica / loseta / cerámicos
- (5) Parquet /madera pulida / alfombra / mármol / terrazo

Lea detenidamente y marque.

Patrón de consumo

11. De acuerdo a su consumo con qué frecuencia usted...

Marca solo un óvalo por fila.

	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
Compra ropa	<input type="radio"/>				
Come fuera casa	<input type="radio"/>				
Realiza viajes	<input type="radio"/>				
Realiza actividades recreativas	<input type="radio"/>				
Compra víveres	<input type="radio"/>				
Utiliza el transporte público	<input type="radio"/>				

12. Al consumir, usted busca un producto con... *

Marca solo un óvalo.

- Menor costo
- Calidad (Procedencia, naturaleza)
- Cantidad

Lea detenidamente y marque.

Nivel de Cultura Ambiental

13. Al consumir usted... *

Marca solo un óvalo por fila.

	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
Utiliza bolsas reutilizables	<input type="radio"/>				
Recicla los objetos	<input type="radio"/>				
Reutiliza los objetos luego de consumirlos	<input type="radio"/>				
Segrega de forma correcta los residuos	<input type="radio"/>				
Utiliza productos de segunda mano	<input type="radio"/>				
Participa en campañas a favor del medio ambiente	<input type="radio"/>				
Busca ahorrar agua	<input type="radio"/>				
Busca ahorrar energía	<input type="radio"/>				

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.

Google Formularios

Fuente: Elaboración propia.

Grado académico
130 respuestas

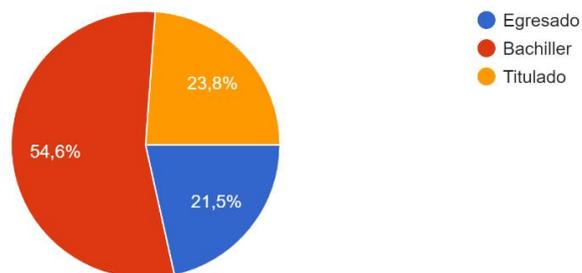


Gráfico 18: Grado académico de los jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua. Fuente: Elaboración propia.

Edad
130 respuestas

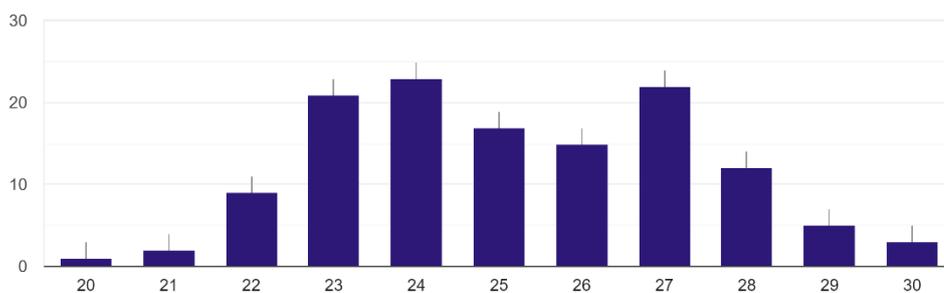


Gráfico 19: Margen de edad de los jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua. Fuente: Elaboración propia.

Sexo
130 respuestas

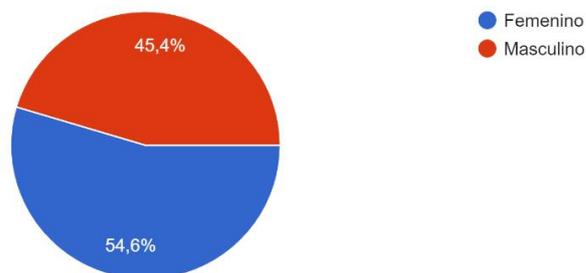


Gráfico 20: Género de los jóvenes adultos profesionales del departamento de Moquegua. Fuente: Elaboración propia.

Muestra poblacional de jóvenes adultos profesionales

Marca temporal	Dirección de correo electrónico	Grado académico
2/05/2022 9:25	diana.pilar.279@gmail.com	Bachiller
2/05/2022 9:26	eleazar.zirena@gmail.com	Bachiller
2/05/2022 9:27	gutierrezchinolauradiana@gmail.com	Bachiller
2/05/2022 9:49	danielqv1998@gmail.com	Bachiller
2/05/2022 10:02	aea@gmail.com	Titulado
2/05/2022 10:25	mamanibetty67@gmail.com	Bachiller
2/05/2022 10:27	rosalindabts75@gmail.com	Bachiller
2/05/2022 11:10	llcc.9520@gmail.com	Egresado
2/05/2022 11:45	yanira.aq25@gmail.com	Bachiller
2/05/2022 12:33	everthlhc98@gmail.com	Titulado
2/05/2022 12:41	jimmy.rivera1@unsm.edu.pe	Egresado
2/05/2022 13:04	luzportodo@gmail.com	Egresado
2/05/2022 13:56	marjory.ana64@gmail.com	Bachiller
2/05/2022 16:44	axlcc93@gmail.com	Titulado
3/05/2022 13:49	josuezapataq1995@gmail.com	Titulado
3/05/2022 14:05	maryorysg2@gmail.com	Bachiller
3/05/2022 14:07	benjaminccorimanya@gmail.com	Bachiller
3/05/2022 14:09	marily1918@gmail.com	Bachiller
3/05/2022 14:10	james.luis.manuel@gmail.com	Egresado
3/05/2022 14:18	denilssoncopa13@gmail.com	Bachiller
3/05/2022 14:26	jeanhashemin@gmail.com	Bachiller
3/05/2022 14:32	cesarinho185@gmail.com	Titulado
3/05/2022 14:39	edventurac@gmail.com	Titulado
3/05/2022 15:02	yackeliesperanza@gmail.com	Bachiller
3/05/2022 15:38	ingjhair446@gmail.com	Bachiller
3/05/2022 15:46	tatianabtdqooo@gmail.com	Bachiller
3/05/2022 15:50	lossindulhey@hotmail.com	Titulado
3/05/2022 15:53	eduard.eqc@gmail.com	Titulado
3/05/2022 16:02	lizbeth_Cr20@hotmail.com	Titulado

3/05/2022 20:23	gaby_12_28@hotmail.com	Bachiller
3/05/2022 20:24	joshuarivera7493@gmail.com	Titulado
3/05/2022 20:33	reategui.cruz99@gmail.com	Egresado
3/05/2022 20:53	xkenyaminx@gmail.com	Egresado
3/05/2022 20:56	michelletejada03@gmail.com	Titulado
3/05/2022 21:24	gisel_kindesses@hotmail.com	Titulado
3/05/2022 22:10	fcondoriv@est.unap.edu.pe	Bachiller
3/05/2022 22:15	scarto.1712@gmail.com	Egresado
3/05/2022 23:11	flaby95@gmail.com	Titulado
4/05/2022 4:49	spw_adri25@hotmail.com	Titulado
4/05/2022 8:27	diegoorihuela71@gmail.com	Bachiller
4/05/2022 9:26	keyla.karennordoo@hotmail.com	Titulado
4/05/2022 10:25	ronybustavilla16@gmail.com	Bachiller
4/05/2022 10:36	jonateinghs77@gmail.com	Bachiller
4/05/2022 10:36	mac.jcgz@gmail.com	Bachiller
4/05/2022 10:45	vartoedo96@gmail.com	Bachiller
4/05/2022 10:57	luis.salas.valdez27@gmail.com	Egresado
4/05/2022 11:09	juandiegomfmusic@gmail.com	Bachiller
4/05/2022 11:20	saul.wmm555@gmail.com	Bachiller
4/05/2022 11:24	anyela21.ct@gmail.com	Bachiller
4/05/2022 12:05	yen_y22@hotmail.com	Bachiller
4/05/2022 12:20	tecnonote.10@gmail.com	Bachiller
4/05/2022 13:03	981905554.jw@gmail.com	Egresado
4/05/2022 17:33	victormunarriz@gmail.com	Bachiller
5/05/2022 9:36	ricardo.r.quispe@gmail.com	Bachiller
5/05/2022 13:11	agusto.ac.ca@gmail.com	Bachiller
5/05/2022 13:18	Bresantc@gmail.com	Egresado
5/05/2022 15:17	yoselincndr.16@gmail.com	Egresado
5/05/2022 17:32	fernandezguadalupe500@gmail.com	Bachiller
5/05/2022 18:54	plantarrosa.nina.silvana@gmail.com	Bachiller
5/05/2022 19:13	lenkajanira09@hotmail.com	Egresado
5/05/2022 21:10	lupita.2010nova@gmail.com	Bachiller

6/05/2022 21:00	danahiperez@gmail.com	Bachiller
7/05/2022 7:04	macxchacolla@hotmail.com	Titulado
7/05/2022 7:13	alejandramiluskacolanapino@gmail.com	Egresado
7/05/2022 9:30	ruthhume24@gmail.com	Bachiller
9/05/2022 19:36	dee1998yab@gmail.com	Bachiller
11/05/2022 9:21	reynerfv@gmail.com	Egresado
11/05/2022 9:21	gonzalou096@gmail.com	Bachiller
13/05/2022 6:34	jimenezlopeyudi@gmail.com	Bachiller
13/05/2022 6:38	kathe082014@gmail.com	Bachiller
13/05/2022 7:13	anitamancheگوjuarez@gmail.com	Bachiller
13/05/2022 7:27	yahaira071899@gmail.com	Bachiller
13/05/2022 7:48	helbertgonzamendoza@gmail.com	Egresado
13/05/2022 10:52	favio_ferb_amat@hotmail.com	Bachiller
13/05/2022 11:54	mamanimarcaleandro@gmail.com	Titulado
13/05/2022 15:52	catari.pamela.999@gmail.com	Egresado
13/05/2022 21:59	leslyaliaga.garcia99@gmail.com	Bachiller
13/05/2022 22:51	copapuma@gmail.com	Egresado
14/05/2022 14:01	mariaazucenacatacora21@gmail.com	Bachiller
14/05/2022 14:01	ray_fonttis@hotmail.com	Bachiller
14/05/2022 14:04	topografobarreto@gmail.com	Bachiller
14/05/2022 14:07	zcriz_16@hotmail.com	Bachiller
14/05/2022 14:14	marukkodj@gmail.com	Egresado
14/05/2022 14:20	xiomaturpochambi@gmail.com	Titulado
14/05/2022 14:22	gloria.gonzales97@gmail.com	Egresado
14/05/2022 14:34	zilpamamani2016@gmail.com	Bachiller
15/05/2022 7:40	yani_0094@hotmail.com	Bachiller
15/05/2022 20:00	agc-assa@hotmail.com	Egresado
17/05/2022 0:01	Maritzaaliagasihuayro@gmail.com	Titulado
18/05/2022 9:06	dewson32@gmail.com	Titulado
19/05/2022 9:46	ronywieland@gmail.com	Bachiller
19/05/2022 10:59	jhalvag@gmail.com	Bachiller
19/05/2022 11:03	04.gina.20@gmail.com	Bachiller

19/05/2022 11:10	vefe_15@hotmail.com	Titulado
24/05/2022 15:06	kenia.palacincallupe@gmail.com	Titulado
25/05/2022 8:39	sangafrancom19@gmail.com	Bachiller
25/05/2022 9:05	isco9723@gmail.com	Egresado
25/05/2022 9:41	clinirindeci@gmail.com	Titulado
25/05/2022 11:38	candidaturpo@gmail.com	Bachiller
25/05/2022 12:24	ronaldosanga07@gmail.com	Titulado
25/05/2022 22:38	hilary1995h@gmail.com	Titulado
27/05/2022 9:15	paulac3017@gmail.com	Egresado
27/05/2022 11:01	jesusaurelio1692@gmail.com	Egresado
27/05/2022 19:44	mishel_pq@hotmail.com	Bachiller
27/05/2022 22:16	olz_jaja@hotmail.com	Bachiller
30/05/2022 13:48	milenaflorf@outlook.com	Titulado
31/05/2022 13:45	deyvidventura21@gmail.com	Bachiller
31/05/2022 19:28	reynavelasquez95@hotmail.com	Titulado
31/05/2022 19:45	tobalafder@gmail.com	Titulado
31/05/2022 19:57	yajiadf30@gmail.com	Titulado
1/06/2022 8:26	veronica.cutipa22@gmail.com	Egresado
1/06/2022 11:48	cinthya.lisseth.99@gmail.com	Egresado
1/06/2022 15:46	palomahyun@gmail.com	Bachiller
2/06/2022 7:55	kibarcena@gmail.com	Bachiller
2/06/2022 8:22	joselynlipaj@gmail.com	Egresado
2/06/2022 8:54	izzi_moon@gmail.com	Bachiller
2/06/2022 14:32	pilarcem1228@gmail.com	Bachiller
2/06/2022 14:48	diana_ch_mamani@hotmail.com	Bachiller
2/06/2022 17:04	brayan.avalos.t10@gmail.com	Bachiller
2/06/2022 19:57	leninr360@gmail.com	Titulado
6/06/2022 21:17	lopezbarrerafernanda@gmail.com	Bachiller
7/06/2022 8:16	lydanie97@gmail.com	Bachiller
7/06/2022 21:26	anyela21.ct@gmail.com	Bachiller
8/06/2022 7:47	alexandraelizabeth@hotmail.com	Bachiller
8/06/2022 9:34	sxiomi15@gmail.com	Bachiller

8/06/2022 12:06	vi.ctorflores.icm@gmail.com	Bachiller
8/06/2022 14:32	svilavizcarra@gmail.com	Titulado
8/06/2022 21:16	luzbetyesicahm@gmail.com	Egresado
9/06/2022 8:12	Ilove_iwant@hotmail.com	Bachiller
10/06/2022 13:49	catarif86@gmail.com	Egresado

Fuente: Elaboración propia.