

Variables Explicativas del Ecoconsumo en Estudiantes de la Universidad Nacional de La Rioja, Sede Regional Chamical

El presente trabajo de investigación analiza el nivel y las variables explicativas del ecoconsumo entre los estudiantes de la Universidad Nacional de La Rioja (UNLaR) Sede Regional Chamical. El ecoconsumo, también denominado consumo sostenible o responsable, se define como la elección de productos y servicios que generan un impacto ambiental y social menor en comparación con los convencionales. Este estudio es pionero en el contexto local, siendo uno de los primeros análisis sistemáticos sobre ecoconsumo en estudiantes de zonas áridas de Argentina. Su importancia radica en determinar el nivel de ecoconsumo en esta población y en identificar los factores que influyen en este comportamiento sostenible.

Marco Conceptual y Justificación

El consumo masivo en sociedades contemporáneas ha generado consecuencias significativas, transformando las prácticas sociales en comportamientos que reflejan la pertenencia a ciertos grupos. El consumo responsable busca integrar la ética en las decisiones de compra, cerrando la brecha entre el comportamiento ciudadano y el de consumidor. Investigaciones previas, principalmente de la Unión Europea y otros países latinoamericanos, han destacado la importancia de analizar a los jóvenes universitarios por ser los consumidores del futuro. Estudios en España y Latinoamérica muestran que entre el 15% y el 40% de los estudiantes universitarios adoptan prácticas sostenibles activas, dependiendo del dominio. El nivel educativo es considerado un factor crucial para integrar la responsabilidad social en las decisiones de compra. El eco-consumo es visto como un componente integral en la revolución cultural y social del desarrollo sostenible. El comportamiento de ecoconsumo está influenciado por variables como el conocimiento y la conciencia ambiental, las actitudes y valores hacia el ambiente, el acceso a la información y la educación ambiental, las influencias sociales, la disponibilidad de productos sostenibles y las motivaciones percibidas.

Objetivos del Estudio

Objetivo General:

- Contribuir al fomento del consumo consciente en la vida diaria de los individuos y la sociedad de una manera sostenible.

Objetivos Específicos:

- Sensibilizar a los estudiantes sobre las implicaciones sociales, económicas y ambientales de sus decisiones de consumo.
- Informar y educar sobre sostenibilidad y consumo responsable.
- Construir hábitos de consumo sostenible entre los estudiantes universitarios.
- Abogar por la promoción de valores y actitudes de consumo responsable y sostenible.

- Proporcionar proyectos de investigación o ejercicios de apoyo que fomenten el consumo y la vida sostenibles.

Metodología

La investigación fue de tipo descriptivo-explicativa y utilizó datos secundarios y primarios:

- **Datos Secundarios:** revisión de artículos científicos, revistas, libros y publicaciones relacionadas con el tema.

- **Datos Primarios:** se realizó un estudio cuantitativo mediante encuestas a una muestra no probabilística de 200 casos de estudiantes de la UNLaR Sede Regional Chamical. Las unidades académicas incluidas fueron Veterinaria, Contador Público, Enfermería e Ingeniería en Recursos Naturales y Renovables para Zonas Áridas.

Para la recopilación de datos, se empleó un cuestionario semiestructurado que utilizó la escala de Likert para medir actitudes y la escala del Instituto Akatu para evaluar la manifestación del consumo en la práctica. Complementariamente, se llevaron a cabo entrevistas con informantes clave del sector empresarial. El análisis de los datos primarios incluyó técnicas estadísticas y cualitativas. Específicamente, se utilizó un modelo de regresión lineal múltiple para identificar las variables explicativas del comportamiento de ecoconsumo.

Principales Resultados y Conclusiones

Perfil de la Población y Variables Explicativas

La población encuestada se distribuyó en las siguientes carreras: 41.5% en Veterinaria, 21.5% en Contador Público, 29.5% en Enfermería y 7.5% en Ingeniería en Recursos Naturales y Renovables para Zonas Áridas. El 83.5% eran solteros, la distribución por género fue 42% hombres y 58% mujeres, con una edad promedio de 22 años. El modelo de regresión lineal múltiple mostró que las variables explicativas significativas del ecoconsumo en esta población son la edad y el nivel educativo. Se concluyó que, a mayor nivel de educación y edad, mayor es la inclinación hacia la cultura del ecoconsumo. Por el contrario, variables demográficas como el sexo, el estado civil, el ingreso, el número de hijos y la pertenencia a un estrato social no resultaron ser significativas para la estabilidad del consumo sostenible. Además de la edad y el nivel educativo, el comportamiento de ecoconsumo está influenciado por otras variables que incluyen: conocimiento y conciencia ambiental, actitudes y valores hacia el ambiente, acceso a la información y la educación ambiental, influencias sociales, disponibilidad de productos sostenibles y motivaciones percibidas.

Niveles de Ecoconsumo en la Muestra

Los estudiantes se clasificaron en tres categorías de ecoconsumo:

- **Anti-ecoconsumidores: 43.5%.** Este grupo mantiene un estilo de vida ambientalmente insostenible.
- **Ecoconsumidores Pasivos: 56.5%.** Este grupo tiene potencial para ser motivado a adoptar prácticas más saludables.
- **Ecoconsumidores Activos: Solo 24.06%.** Esta cifra debe incrementarse para lograr una relación armoniosa con el medio ambiente.

Comparación Internacional

Al comparar los resultados de Chamical con otros estudios internacionales, se observa que el porcentaje de Ecoconsumidores Activos es menor:

- **España:** 38%.
- **Brasil:** 35%.
- **Perú:** 27%.
- **Argentina - Chamical:** 24%.

La diferencia principal es que, en Chamical, el comportamiento sostenible está más vinculado a factores personales y educativos que a la disponibilidad de productos o la presión social. Esto, en contraste con países como España y Brasil, que muestran tasas más altas gracias a mayor infraestructura de sostenibilidad y campañas educativas consolidadas.

Recomendaciones y Aportes

Se concluye que es crucial establecer estrategias educativas y culturales para crear conciencia y fomentar una mentalidad reflexiva y consciente en los jóvenes. Las políticas deben enfocarse en la educación y la cultura como vías para crear conciencia entre los consumidores.

Recomendaciones para la docencia

- Sugerir el desarrollo de un **proyecto interdisciplinario de "auditoría de consumo"** entre carreras (Contador Público, Ingeniería en Recursos Naturales, Veterinaria) para analizar el ciclo de vida de un producto de uso común.
- Crear un **módulo de "consumo responsable y sostenibilidad"** como curso fundamental u opcional, con foco en carreras con mayor población estudiantil (Veterinaria, Enfermería, Contador Público).
- Organizar **foros o talleres extra académicos** sobre ecoconsumo para concientizar sobre aspectos sociales, económicos y ambientales de las decisiones de consumo.
- Colaborar y compartir conocimientos y metodologías de enseñanza de la sostenibilidad con otras universidades en Argentina.

Aportes de Innovación del Estudio

El estudio presenta aportes innovadores, incluyendo:

- 1. Contextualización local:** análisis sistemático en estudiantes de zonas áridas de Argentina.
- 2. Metodología interdisciplinaria:** combinación de encuestas, entrevistas y escalas validadas (Likert, Instituto Akatu).
- 3. Transferencia docente:** propuesta de módulos curriculares y proyectos de auditoría de consumo integrados en las carreras.
- 4. Enfoque replicable:** diseño metodológico que puede adaptarse a otras universidades nacionales.

En el ámbito privado, el estudio es beneficioso para que las empresas comprendan los niveles de conocimiento y comportamiento de los jóvenes, permitiendo la definición de tipologías de consumidores para fundamentar estrategias comerciales adaptadas al consumo juvenil (indumentaria, música, tecnología).