

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CALLAO
FACULTAD DE INGENIERÍA AMBIENTAL Y DE RECURSOS
NATURALES

ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA AMBIENTAL Y DE
RECURSOS NATURALES



**“CONCIENCIA AMBIENTAL Y EL CONSUMO DE ROPA DE LA
MODA RÁPIDA DE LOS ESTUDIANTES DE 7MO A 10MO CICLO
DE LA FACULTAD DE INGENIERÍA AMBIENTAL Y DE
RECURSOS NATURALES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL
DEL CALLAO, SEDE CALLAO - 2024”**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE INGENIERO
AMBIENTAL Y DE RECURSOS NATURALES**

AUTORES:

ROCÍO LEIVA CISNEROS

AXEL ROJAS CHAVEZ

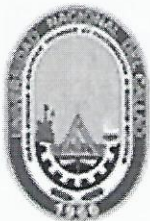
ASESOR:

JOSÉ PABLO RIVERA RODRIGUEZ

LÍNEA DE INVESTIGACION: CIENCIAS DEL AMBIENTE

Callao, 2024

PERÚ



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CALLAO
FACULTAD DE INGENIERIA AMBIENTAL Y DE RECURSOS NATURALES

VIII CICLO TALLER DE TESIS



ANEXO 3

ACTA N° 011-2024 DE SUSTENTACIÓN DE TESIS CON CICLO DE TESIS PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO PROFESIONAL DE INGENIERO AMBIENTAL Y DE RECURSOS NATURALES.

LIBRO 01 FOLIO No. 180 ACTA N°011-2024 DE SUSTENTACIÓN DE TESIS CON CICLO DE TESIS PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO PROFESIONAL DE INGENIERO AMBIENTAL Y DE RECURSOS NATURALES.

A los 16 días del mes de junio del año 2024, siendo las 12:00 horas, se reunieron en el auditorio de la Facultad de Ingeniería Ambiental y de Recursos Naturales, el **JURADO DE SUSTENTACIÓN DE TESIS** para la obtención del **TÍTULO Profesional de Ingeniero Ambiental y de Recursos Naturales** de la Facultad de Ingeniería Ambiental y de Recursos Naturales, conformado por los siguientes docentes ordinarios de la Universidad Nacional del Callao:

Ms.C.	María Teresa Valderrama Rojas	: Presidente
Mg.	Luís Enrique Lozano Vиейtes	: Secretario
Mtra.	Janet Mamani Ramos	: Vocal
Dr.	José Pablo Rivera Rodríguez	: Asesor

Con el quórum reglamentario de ley, de conformidad con lo establecido por el Reglamento de Grados y Títulos vigente, y habiendo cumplido con los requisitos para optar el Título Profesional de Ingeniero Ambiental y de Recursos Naturales, se dio inicio al acto de sustentación de la tesis, de los bachilleres Rocio Leiva Cisneros y Axel Rojas Chávez, titulada: "CONCIENCIA AMBIENTAL Y EL CONSUMO DE ROPA DE LA MODA RÁPIDA DE LOS ESTUDIANTES DE 7MO A 10MO CICLO DE LA FACULTAD DE INGENIERÍA AMBIENTAL Y DE RECURSOS NATURALES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CALLAO, SEDE CALLAO - 2024", cumpliendo con la sustentación en acto público, de manera presencial en el auditorio de la Facultad;

Luego de la exposición, la absolución de las preguntas formuladas por el Jurado y efectuadas las deliberaciones pertinentes, el jurado acordó: Dar por **APROBADO** la presente tesis, con la escala de calificación cualitativa **BUENO** y calificación cuantitativa **QUINCE (15)**, conforme a lo dispuesto en el Art. 24 del Reglamento de Grados y Títulos de la UNAC, aprobado por Resolución de Consejo Universitario N° 150-2023-CU del 15 de junio de 2023.

Se dio por cerrada la Sesión a las 13:00 horas del día domingo 16 de junio del año en curso.

Presidente
Ms.C. María Teresa Valderrama Rojas

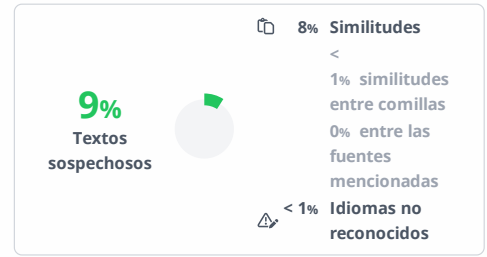
Secretario
Mg. Luís Enrique Lozano Vиейtes

Vocal
Mtra. Janet Mamani Ramos

Asesor
Dr. José Pablo Rivera Rodríguez

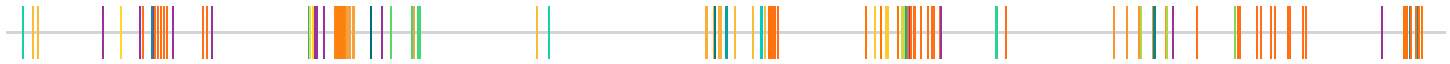


1A; LEIVA CISNEROS-Rocio; ROJAS CHAVEZ-Axel; TESIS CON CT.



Nombre del documento: 1A; LEIVA CISNEROS-Rocio; ROJAS CHAVEZ-Axel; TESIS CON CT..pdf ID del documento: efd1a7b8bbdc75e380eded7df7ee223560eef02f Tamaño del documento original: 851,8 kB	Depositante: FIARN PREGRADO UNIDAD DE INVESTIGACION Fecha de depósito: 11/6/2024 Tipo de carga: interface fecha de fin de análisis: 11/6/2024	Número de palabras: 23.503 Número de caracteres: 151.703
--	--	---

Ubicación de las similitudes en el documento:



Fuentes principales detectadas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	repositorio.uap.edu.pe https://repositorio.uap.edu.pe/xmlui/bitstream/20.500.12990/6411/1/Gestión estratégica_Calidad e... 4 fuentes similares	2%		Palabras idénticas: 2% (591 palabras)
2	repositorio.uap.edu.pe https://repositorio.uap.edu.pe/xmlui/bitstream/20.500.12990/8795/1/La violencia_Influencia_Estado ... 4 fuentes similares	2%		Palabras idénticas: 2% (503 palabras)
3	renati.sunedu.gob.pe Registro Nacional de Trabajos de Investigación: Conciencia... https://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/3489283 1 fuente similar	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (142 palabras)
4	repositorio.ucv.edu.pe https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/20.500.12692/130155/1/Centeno_CEM-SD.pdf 1 fuente similar	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (137 palabras)
5	Documento de otro usuario #25d213 El documento proviene de otro grupo 3 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (152 palabras)

Fuentes con similitudes fortuitas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	repositorio.ucv.edu.pe Gestión ambiental y conciencia ecológica en pobladores ... https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/38778	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (38 palabras)
2	tesis.usat.edu.pe http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/916/5/TL_RojasLlanosYessenia.pdf	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (37 palabras)
3	1A; FRANCO SILVA-Karla Estefanía; TESIS CON CT..pdf 1A; FRANCO SILVA... #ef1e18 El documento proviene de mi biblioteca de referencias	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (31 palabras)
4	1library.co Dimensiones de la conciencia ambiental - BASES TEÓRICAS https://1library.co/article/dimensiones-de-la-conciencia-ambiental-bases-teóricas.zpn8pivy	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (26 palabras)
5	repositorio.usil.edu.pe https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/b15336e1-b5af-46cc-8572-df952e72ce81/...	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (24 palabras)

HOJA DE REFERENCIA DEL JURADO Y APROBACIÓN

MIEMBROS DEL JURADO EVALUADOR

Presidente: MsC. María Teresa Valderrama Rojas

Secretario: Mg. Luis Enrique Lozano Vieytes

Vocal: Mtra. Janet Mamani Ramos

Asesor: Dr. José Pablo Rivera Rodríguez

Nº DE LIBRO: 01

Nº DE FOLIO: 180

Nº DE ACTA: 011-2024

FECHA DE APROBACION DE TESIS: 16 DE JUNIO, 2024

INFORMACIÓN BÁSICA

FACULTAD:

- Facultad de Ingeniería Ambiental y de Recursos Naturales

UNIDAD DE INVESTIGACIÓN:

- Estudiantes de 7mo a 10mo de la facultad de Ingeniería Ambiental y de Recursos Naturales de la Universidad Nacional del Callao, sede Callao, 2024

TÍTULO:

La conciencia ambiental y el consumo de la ropa de la moda rápida de los estudiantes de 7mo a 10mo ciclo de la facultad de Ingeniería ambiental y Recursos Naturales de la Universidad Nacional del Callao, sede Callao, 2024.

AUTORES:

- Rocío Leiva Cisneros
Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6219-1728>
DNI: 47819757
- Axel Rojas Chávez
Código ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-5454-7676>
DNI: 44305946

ASESOR:

- Ing. José Pablo Rivera Rodríguez
Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4578-4588>
DNI: 25440246

LUGAR DE EJECUCIÓN:

- Facultad de Ingeniería Ambiental y de Recursos Naturales de la Universidad Nacional del Callao, sede Callao.

UNIDAD DE ANÁLISIS:

- Estudiantes de 7mo a 10mo ciclo de la Facultad de Ingeniería Ambiental de la Universidad Nacional del Callao, sede Callao.

TIPO / ENFOQUE / DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN:

- Tipo de investigación: Aplicada
- Enfoque de investigación: Cuantitativo
- Diseño de investigación: No experimental

TEMA OCDE:

- 1.5.08 Ciencias del medio ambiente

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mi mamá
Socorro Cisneros Chuquimbalqui.
Rocío Leiva Cisneros

Dedico este trabajo a mis padres Manuel Jesús Rojas y María del Carmen Chávez por darme el ejemplo perseverancia para alcanzar mis metas, y a mis hijos Dean y Skadi, por quienes siempre daré mi mejor esfuerzo para velar por ellos y verlos realizarse como personas de bien para nuestra sociedad.

Axel Rojas Chávez

AGRADECIMIENTO

A nuestro asesor Ing. José Pablo Rivera Rodríguez por su, colaboración y motivación durante la elaboración de la presente tesis. A nuestra alma máter, la Universidad Nacional del Callao que nos inculcó todos los saberes para ser los profesionales que somos hoy en día.

ÍNDICE DE CONTENIDO

Resumen.....	14
Abstract.....	15
Introducción.....	16
I. Planteamiento del problema.....	17
1.1. Descripción de la realidad problemática	17
1.2. Formulación del problema	21
1.3. Objetivos.....	22
1.4. Justificación	23
1.5. Delimitantes de la investigación.....	24
II. Marco teórico	25
2.1. Antecedentes.....	25
2.1.1. Antecedentes internacionales	25
2.1.2. Antecedentes nacionales	28
2.2. Bases teóricas	30
2.2.1. Conciencia ambiental	30
2.2.2. Consumo de ropa de moda rápida	33
2.3. Marco Conceptual.....	41
2.3.1 Consumo de ropa de moda rápida	41
2.3.2 Conciencia ambiental	42
2.4. Definición de términos básicos	43
III. Hipótesis y variables	47
3.1. Hipótesis.....	47
3.1.1. Operacionalización de variables.....	47
IV. Metodología del proyecto.....	50
4.1. Diseño metodológico	50
4.2. Método de investigación	50
4.3. Población y muestra:	51
4.4. Lugar de estudio y periodo desarrollado.....	55
4.5. Técnicas e instrumentos para la recolección de la información.....	55
4.6. Análisis y procesamiento de datos	57
4.7. Aspectos éticos en investigación:	58
V. Resultados.....	60
5.1. Resultados descriptivos	60

5.2.	Resultados inferenciales.....	69
5.3.	Otro tipo de resultados estadísticos, de acuerdo a la naturaleza del problema y la Hipótesis	73
VI.	Discusión de resultados.....	77
6.1.	Contrastación y demostración de la hipótesis con los resultados.....	77
6.2.	Contrastación de los resultados con otros estudios similares	80
6.3.	Responsabilidad ética de acuerdo con los reglamentos vigentes	82
VII.	Conclusiones	83
VIII.	Recomendaciones	84
IX.	Referencias bibliograficas.....	85
Anexos	88
Anexo N° 1.	Matriz consistencia	88
Anexo N° 2.	Instrumento de recolección de información.....	89
Anexo N° 3.	Formato de Validación por Juicio de Expertos del Cuestionario Conciencia Ambiental.....	90
Anexo N° 4.	Formato de Validación por Juicio de Expertos del Cuestionario Consumo de Ropa de Moda Rápida	93
Anexo N° 5.	Carta de Autorización por parte de la FIARN.....	96
Anexo N° 6.	Base de datos de Prueba Piloto.....	97
Anexo N° 7.	Base de datos de la Muestra	98
Anexo N° 8.	Imágenes	102

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Indicadores utilizados en CAPTCA (categorical principal components analysis)	31
Tabla N°2: Operacionalización de variables.....	49
Tabla 3 Validación de expertos.....	56
Tabla 4: Interpretación del coeficiente de confiabilidad.....	56
Tabla 5: Alfa de Cronbach de los cuestionarios Conciencia ambiental y consumos de ropa de Moda Rápida.....	57
Tabla 6: Nivel de correlación entre variables.....	58
Tabla 7: Nivel de Conciencia ambiental.....	60
Tabla 8: Nivel de la dimensión cognitiva.....	61
Tabla 9: Nivel de la dimensión afectiva.....	62
Tabla 10: Nivel de la dimensión disposicional.....	63
Tabla 11: Nivel de la dimensión activa.....	64
Tabla 12: Nivel del consumo de ropa de moda rápida.....	65
Tabla 13: Nivel de la dimensión consumo de prendas baratas.....	66
Tabla 14: Nivel de la dimensión oferta.....	67
Tabla 15: Nivel de la dimensión demanda y uso primario de la ropa.....	68
Tabla 16: Nivel de la dimensión estímulos permanentes.....	69
Tabla 17: Prueba de hipótesis de correlación entre conciencia ambiental y consumo de ropa de moda rápida.....	70
Tabla 18: Prueba de hipótesis de correlación entre la dimensión cognitiva de la conciencia ambiental y consumo de ropa de moda rápida.....	70
Tabla 19: Prueba de hipótesis de correlación entre la dimensión afectiva de la conciencia ambiental y consumo de ropa de moda rápida.....	71
Tabla 20: Prueba de hipótesis de correlación entre la dimensión disposicional de la conciencia ambiental y consumo de ropa de moda rápida.....	72
Tabla 21: Prueba de hipótesis de correlación entre la dimensión activa de la conciencia ambiental y consumo de ropa de moda rápida.....	72
Tabla 22: Prueba de normalidad de la conciencia ambiental y consumo de ropa de moda rápida.....	73

Tabla 23: Prueba de normalidad de la dimensión cognitiva de la conciencia ambiental y consumo de ropa de moda rápida.....	74
Tabla 24: Prueba de normalidad de la dimensión afectiva de la conciencia ambiental y Consumo de ropa de moda rápida.....	74
Tabla 25: Prueba de normalidad de la dimensión disposicional de la conciencia ambiental y Consumo de ropa de moda rápida.....	75
Tabla 26: Prueba de normalidad de la dimensión activa de la conciencia ambiental y Consumo de ropa de moda rápida.....	76

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N°1: Vertedero de Dandora en Kenia.....	102
Figura N°2: Una retroexcavadora en el vertedero de Dandora.....	102
Figura N°3: Pila de ropa en la carretera de Jogoo.....	103
Figura N°4: Hombre emplea la ropa de moda rápida como leña.....	103
Figura N°5: Prendas de segunda mano en el río Nairobi.....	104
Figura N°6: Imagen comparativa entre el modelo de Zara y Rains	104
Figura N°7: Desierto de Atacama, Chile.....	105
Figura N°8: Residuos de la Inditex en el desierto de Atacama.....	105
Figura N°9: Feria la Quebradilla en Alto Hospicio.....	106
Figura N°10: Outlet vintage de ropa reciclada en Santiago de Chile.....	106
Figura N°11: Interior del Outlet.....	107
Figura N°12: Probador de ropa.....	108
Figura N°13: Modelo de operacionalización de la conciencia ambiental.....	108
Figura N°14 Trabajadoras de la industria textil.....	109
Figura N°15: Esquema metodológico de la investigación.....	51
Figura N°16: Diagrama de universo, población y muestra.....	54
Figura N°17: Lugar de estudio.....	128
Figura N°18: Nivel de Conciencia ambiental.....	60
Figura N°19: Nivel de la dimensión cognitiva.....	61
Figura N°20: Nivel de la dimensión afectiva.....	62
Figura N°21: Nivel de la dimensión disposicional.....	63
Figura N°22: Nivel de la dimensión activa.....	64
Figura N°23: Nivel del consumo de ropa de moda rápida.....	65
Figura N°24: Nivel de la dimensión consumo de prendas baratas.....	66
Figura N°25: Nivel de la dimensión oferta.....	67
Figura N°26: Nivel de la dimensión demanda y uso primario de la ropa.....	68
Figura N°27: Nivel de la dimensión estímulos permanentes.....	69

Figura N°28: Explicación del tema por parte de la tesista.....	110
Figura N°29: Explicación del instrumento por el tesista.....	111
Figura N°30: Instrumento virtual.....	111
Figura N°31: Confirmación de participación	112
Figura N°32: Feria de venta de ropa de segunda mano.....	113
Figura N°33: Prendas en venta.....	114
Figura N°34: Compradoras de ropa de segunda mano.....	115

ÍNDICE DE ABREVIATURAS

EEUU: Estados Unidos de Norteamérica.

FIARN: Facultad de Ingeniería Ambiental y de Recursos Naturales.

KPI: Indicadores clave de rendimiento.

IES: Instituciones de educación superior.

Inditex: Industria textil.

HyM: Hennes & Mauritz, tienda de ropa para hombre y mujer.

RRSS: Residuos sólidos.

RRNN: Recursos naturales.

OEC: Observatorio de complejidad económica.

ODS: Objetivos de desarrollo sostenible.

SEIA: Sistema de Evaluación de Impacto Ambiental.

SPSS: Programa estadístico.

SVM: Máquina de Vectores de Soporte.

SUSU: Universidad de Southampton.

UE: Unión Europea.

UNFV: Universidad Nacional Federico Villarreal.

RESUMEN

La presente investigación se realizó con el objetivo de determinar la relación que existe entre la Conciencia ambiental y consumo de ropa de moda rápida en estudiantes de 7mo a 10mo de la Facultad de Ingeniería Ambiental de la Universidad Nacional del Callao, sede Callao, 2024. El diseño de investigación fue no experimental, con enfoque cuantitativo, y un alcance correlacional transversal. Se aplicó como instrumentos, dos cuestionarios validados por expertos, el cual fue sometido a una prueba piloto para determinar la confiabilidad de los instrumentos mediante el Alfa de Cronbach, utilizando el programa estadístico SPSS Statistics. Posteriormente a ello, se realizó el muestreo aleatorio simple a la población de estudio, obteniendo una muestra de 179 estudiantes que llevan cursos desde 7mo a 10mo en la FIARN, este periodo 2024-A en la sede Callao de la UNAC. Se realizó la prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov, obteniéndose resultados de significancia (Sig.) menores a 0.05, interpretado como "las variables estadísticas no tienden a una distribución normal", es por esto que se decidió el uso del coeficiente de rho Spearman (estadística no paramétrica) para la correlación. Se realizó la prueba de correlación, entre las variables conciencia ambiental y consumo de ropa de la moda rápida obteniendo como resultado un p-valor $d= 0,001$ y un coeficiente de Rho de Spearman= $0,242$ indicando la existencia de una relación significativa positiva débil entre ellas. Además, se determinó que hay una relación significativa débil entre las dimensiones (afectiva y disposicional) de la conciencia ambiental y consumo de la ropa de moda rápida con un p-valor de 0,000 y 0,024, y un coeficiente de Rho de Spearman de 0.293 y 0.169 respectivamente; también se determinó que no existe una relación significativa entre las dimensiones (cognitiva y activa) de la conciencia ambiental y consumo de la ropa de moda rápida con un p-valor de 0,360 y 0,059 respectivamente. Finalmente, pudimos concluir que la conciencia ambiental de los estudiantes de 7mo a 10mo ciclo de la FIARN-UNAC, se relaciona significativamente débil con el consumo de la ropa de moda rápida, esto quiere decir que la conciencia ambiental no ha tenido mucha relevancia al momento de consumir ropa de moda rápida por parte de los estudiantes.

Palabras claves: conciencia ambiental, ropa, consumo, moda rápida, estudiantes, industria textil.

ABSTRACT

The present research was carried out with the objective of determining the relationship that exists between Environmental Awareness and consumption of fast fashion clothing in students from 7th to 10th grade of the Faculty of Environmental Engineering of the National University of Callao, Callao headquarters, 2024. The design the research was non-experimental, with a quantitative approach, and a correlational, transversal scope. Two questionnaires validated by experts were applied as an instrument, which was subjected to a pilot test, to determine the reliability of the instruments, through Cronbach's Alpha using the SPSS Statistics statistical program. Subsequently, simple random sampling was carried out on the study population, obtaining a sample of 179 students who are taking courses from 7th to 10th at FIARN this period 2024-A at the Callao headquarters of UNAC. The Kolmogorov-Smirnov normality test was performed, obtaining results of significance (Sig.) less than 0.05, interpreted as "the statistical variables do not tend to a normal distribution", which is why it was decided to use the Spearman rho coefficient (non-parametric statistics) for evaluation. The evaluation test was carried out between the variables environmental awareness and consumption of fast fashion clothing, resulting in a p-value $d = 0.001$ and a Spearman's Rho coefficient $= 0.242$, indicating the existence of a weak positive significant relationship between them. Furthermore, it is considered that there is a weak significant relationship between the dimensions (affective and dispositional) of environmental awareness and consumption of fast fashion clothing with a p-value of 0.360 and 0.000, respectively; It is also considered that there is no significant relationship between the dimensions (cognitive and active) of environmental awareness and consumption of fast fashion clothing with a p-value of 0.360 and 0.000, 0.024 and 0.059 and a Spearman's Rho coefficient of 0.293 y 0.169 respectively. Finally, we could conclude that the environmental awareness of students from the 7th to 10th grade of the FIARN-UNAC is significantly weakly related to the consumption of fast fashion clothing, this means that environmental awareness has not had much relevance at the time of consuming fast fashion clothing by the students.

Key words: environmental awareness, clothing, consumption, fast fashion, textile industry.

INTRODUCCIÓN

La ropa hecha con tela de baja calidad y de rápida fabricación hizo que sea barata y abundante, a esa forma de uso en boga, la llamamos moda rápida, siendo este tipo la que más consume la población mundial en la actualidad. Al finalizar su uso se convierte en residuo sólido que impacta al medio ambiente. En algunos casos estos residuos van a parar a orillas de mares y ríos; o son quemados, contaminando así el agua, el suelo y el aire, lo que tiene relación de origen con el nivel de conciencia ambiental de las personas que las llevó a comprar este tipo de ropa de moda rápida.

En respuesta a ello, la investigación tuvo como objetivo determinar la relación entre la conciencia ambiental y el consumo de la ropa de moda rápida en los estudiantes de 7mo a 10mo ciclo de la Facultad de Ingeniería Ambiental y de Recursos Naturales de la Universidad Nacional del Callao, sede Callao, 2024. Se realizó un diseño no experimental, relacional del tipo cuantitativo, se aplicó la técnica de encuesta, que tiene como instrumento el cuestionario de ambas variables para la recopilación de datos de una muestra de 179 estudiantes de 7mo a 10mo de la FIARN, de los cuales investigamos si realizaron un consumo sostenible y planificado de la ropa de moda rápida que es la segunda más contaminante a nivel mundial, en otras palabras, si su formación universitaria ha calado en su conciencia ambiental.

Del resultado encontrado igual a un p-valor $d= 0,001$ y un coeficiente de Rho de Spearman de 0.242 se concluye que existe una correlación significativa débil entre variables, así también, los resultados entre las dimensiones, afectiva y activa; pero no se encontró correlación entre las dimensiones cognitiva y disposicional de la conciencia ambiental y el consumo de ropa de la moda rápida.

La tesis nació por una problemática observada, la cual se describe en el capítulo I; se recopiló información para el capítulo II de Marco Teórico, gracias al aporte de investigaciones pasadas relacionadas al tema; sucesivamente, se planteó una hipótesis en el capítulo III, y en el IV se definió la Metodología de investigación descrita en el primer párrafo. Gracias al método de la encuesta y la aplicación del cuestionario como instrumento, se obtuvieron datos que luego fueron procesados en el SPSS Statistics y plasmados en el capítulo V de Resultados; en el capítulo VI se plasmó la discusión de resultados. En base a ello se propuso Conclusiones y recomendaciones en los capítulos VII y VIII respectivamente.

Al ser un informe que integró información de fuentes secundarias, se reconoce la propiedad intelectual de otros autores citándoles en el capítulo IX de Referencias bibliográficas.

I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la realidad problemática

La necesidad y consumismo inmediato de muchos de los compradores de moda rápida en el siglo XXI no ha hecho más que crecer haciendo también que esta tendencia de producción textil low-cost crezca. Dsigno, una escuela de moda online creada en el 2022, sostiene que se produce 62 millones de toneladas de esta ropa por año, pues las marcas low-cost lanzan cuatro colecciones al mes, mientras que las casas de moda de alta costura lanzan de dos a seis al año. Teniendo todo a disposición para la compra de dicha ropa, lo más agobiante fue que en los hábitos de consumo el comprador no aplicó criterios que hagan de su compra una informada o sostenible, dejando una autopista libre para el consumo de este tipo de moda rápida.

Aunque haya existido una preocupación ambiental por partes de las personas, no todas se tradujeron en actos de consumos ambientales, de ahí vimos la diferencia entre los consumidores cuyas consideraciones ambientales ascendieron a ser un criterio de compra, y los consumidores habituales de la moda rápida cuyos criterios pasaron por la satisfacción inmediata de lo nuevo, novedoso y barato.

La problemática se ahondo porque el comportamiento proambiental no fue global y sus efectos escalaron hasta alcanzar un nivel de daño de país a país. Con (Blanco 2023) se da un ejemplo de las consecuencias de una compra acelerada e insostenible de esta ropa a nivel mundial, a través del diario El País informaba que en el 2021 la Unión Europea exportó a Kenia, África Oriental, más de 112 millones de prendas de segunda mano, de las cuales 56 millones eran inservibles y 37 millones habían sido fabricadas con materiales de plástico, en términos de impactos al ambiente se detalló el incremento del vertedero de Dandora y de residuos en el río Nairobi, lugares donde llegó la ropa desechada. Esto evidenció el alcance del comportamiento anti ambiental de ciudadanos europeos y su impacto ambiental transcontinental. (Véase Figura del 1 al 5 en Anexo N°1)

Consecuentemente reveló que muchos de sus hábitos de consumo que estaban divorciados de una conciencia ambiental acarrearán consecuencias inimaginables por parte de los usuarios de la ropa de moda rápida, en otras palabras, si conscientemente cada uno de ellos hubieran integrado a sus filtros de compras el aspecto ambiental, vertederos como los de Kenia no existirían. Igual de importante, este caso, también evidenció que incluso los gobiernos no están realmente comprometidos ambientalmente, cuando se habla de negocios y hacerse responsable de los impactos ambientales generados por sus ciudadanos europeos.

La International Trade Center, que es un organismo conjunto de las Naciones Unidas y la Organización Mundial del Comercio con sede en Ginebra, Suiza; como solución a la falta una cultura ambiental, ha promovido proyectos de moda ética en comunidades africanas, con la finalidad de incentivar el desarrollo de habilidades y capacidad de diseños artesanales y ecológicos. Similar caso, es en los países nórdicos, donde se buscó involucrar más a las empresas y diseñadores, con la finalidad de aumentar la conciencia ambiental y social de los consumidores (Martínez-Barreiro 2020).

En el 2012 en Dinamarca, Daniel Brix Hesselager, fundó RAINS; empresa danesa dedicada a la producción de impermeables de goma tradicional. Actualmente, desde su sede en Aarhus, cuenta con una línea de distribución en toda Europa y tiendas en EE. UU para el consumidor consciente de la relevancia ambiental en la moda. RAINS, como solución, apostó por el uso de materiales de mayor durabilidad y la comunicación con el cliente. Así, la marca empalmó métodos tradicionales con técnicas innovadoras para crear ropa de lluvia que duran más allá de la temporada; por estas características, se la considera de moda lenta, que trata de cambiar la perspectiva de consumo muy diferente a las propuestas por Inditex, el gigante español del fast fashion. (Véase Figura N°6 en Anexo N°1)

Desde la universidad de Illinois; Bloyd Null, en el 2023, en el Journal of American College Helath concluyó que; a pesar que los estudiantes de una universidad de EEUU reconocieron que la sostenibilidad ambiental era importante, los comportamientos de reciclaje y proambientales eran insuficientes.

A nivel sudamericano, en enero 2023, en Chile Falabella, lanzó por primera vez la feria de trueque sostenible (Peru Retail, 2023). La finalidad de esta iniciativa, fue promover el intercambio de prendas de vestir que sus clientes compraron y se mantenían en buen estado. Denominándose “Feria Trueque +Verde”, Falabella, habilitó un espacio en su tienda más grande en Mall Parque Arauco de Chile. Cada prenda le dejaba al cliente una puntuación de 10 a 30 puntos +Verdes, quien podía elegir seleccionando prendas de otros trueques que en suma den el mismo valor de sus puntos recibidos; si no encontraban nada de su gusto, podían llevarse su ropa de vuelta a casa, dejar su ropa y volver otro día con sus puntos +Verde a ojear nuevas alternativas, o dejarla en los contenedores para ser donadas a la fundación Soy Más; quienes por la venta de ésta, recaudaban dinero para mujeres y niños en abandono en Chile. Esta iniciativa no fue aislada; ya que formó parte de su estrategia +Verde, dirigida a entrelazar la conciencia ambiental del consumidor y la ropa. Esta estrategia logró recolectar y reciclar 9 toneladas de ropa; y 3,8 toneladas se donaron en cuatro meses de campaña.

Comparando este escenario con el que afectó a Dandora en Kenia, nos pudimos dar cuenta de la relevancia mayúscula que tiene la conciencia ambiental en la compra de la ropa de moda rápida, y que, sin ella, el detrimento al ambiente es global.

Continuando con (Peru Retail, 2023), en febrero, Falabella replicó el evento en Colombia, llamándola “Feria de Segunda Mano” desde el 16 al 26 de febrero en el Parque la Colina.

Lamentablemente la importancia de la conciencia ambiental no se difunde con la misma intensidad de las ofertas de ropa ya que llevaría al consumidor percatarse de la calidad de la tela, su origen, en general de los insumos requeridos para su producción, como pesticidas, incluso su huella hídrica. Lo cual lo llevaría a preguntarse si vale la pena comprarla y finalmente desistir de hacerlo. Ese es poder de la información, de integrar la conciencia ambiental en la ecuación del consumo de la moda rápida.

En México, con Treebute, una empresa especializada en sostenibilidad informó que el uso promedio de una prenda nueva fue de siete veces antes de retirarla del armario. Así, aunque el negocio de la moda rápida es muy rentable para la industria textil, es insostenible para el ambiente debido a que su consumo dejó de ser para reposición, nubla al consumidor con su pululante publicidad comercial dejándole cero rangos para la conciencia ambiental.

Los investigadores (Gallego-Álvarez, García-Rubio, Martínez-Ferrero 2018) describieron una realidad más regional. Comentaron que a nivel latinoamericano la problemática de la falta de conciencia ambiental y el consumo de ropa de moda rápida tuvo implicancias mayores, de receptores, es decir, a comparación con el contexto europeo, estos consumieron, generaron residuos y los “exportaron” a países no desarrollados, en pocas palabras, se deshicieron de él, volviendo a estos países receptores del residuo agravando por mucho la propia problemática del país latinoamericano en aspectos no solo ambientales ecosistémicos, sino también en salud pública, urbanización, turismo y agrícola conduciendo estos a agravantes para el cambio climático.

Según lo reportado por la BBC News en el desierto de Atacama en Chile se desecharon anualmente 59 000 toneladas prendas provenientes de EEUU, Europa o Asia por al menos cincuenta importadoras y han llegado a cubrir más de 300 hectáreas del desierto, que en parte terminaron en vertederos clandestinos ya que no lograron venderlas como ropa de segunda mano. Según el Observatorio de Complejidad Económica (OEC) Chile es el mayor importador de ropa usada de Sudamérica ya que recepciona más del 90% de esta, involucrando marcas como HyM, Nike y Pepe Jeans. (Véase Figura del 7 al 9 en Anexo N°1)

Similar a la feria de Quebradilla, en el 2022 la investigadora de la presente tesis pudo visitar el Outlet Vintage de ropa reciclada de la comuna de Recoleta en Santiago de Chile, en el cual se vendía ropa de segunda mano probablemente proveniente de las importadoras ubicadas en el puerto de Iquique, que es por donde se importa de EEUU, Europa y Asia. (Véase Figuras de 1 al 12 en anexo N°1)

En Perú (Kantar Group and Affiliates 2023) indico que en el 2021 el gasto anual promedio de ropa fue de S/. 1068. 00 soles y el 2022 fue de S/. 1363.00. El consumo de ropa de moda rápida no se ha desacelerado y en muchos casos los motivos detrás no involucraron criterios sostenibles debido a que la conciencia ambiental, a su vez nutrida por información, no fue un filtro que los jóvenes hayan tomado primordialmente en cuenta al comprar. Se visualizó en la vestimenta estándar que los estudiantes de la Universidad Nacional del Callao usan ropa de moda rápida y/o imitaciones. Lo propio se observó en la facultad de ingeniería ambiental, lo cual llevo al presente informe cuantificar qué tanto influyo la conciencia ambiental cuando un estudiante de la facultad fue a compra ropa de moda rápida, propia de una industria Inditex que según la (Organización de las Naciones Unidas 2019.) es la segunda más contaminante en el mundo, ya que por ejemplo, se requirieren 7 500 litros de agua para producir unos jeans, empleando anualmente 93 000 millones de m³ de agua, un volumen suficiente para satisfacer las necesidades de 5 millones de personas.

Desde el escenario académico universitario argentino (Eduardo Moreno, Marcelo Rodríguez, Verónica Favara 2019) de la Pontificia Universidad Católica Argentina se cuestionaron cómo los estudiantes universitarios jerarquizaban los objetivos de desarrollo sustentable (ODS) y la importancia que le daban en sus acciones relacionadas al cuidado con del ambiente, ya que muchas de las acciones sociales no iban de la mano con el uso responsable de los recursos. Asimismo, cuestionaron el verdadero interés por participar en las actividades proambientales. De ello surgió la problemática socio-ambiental, la cual presento a alumnos universitarios que a pesar de su formación no habían integrado principios ambientales a sus acciones y por ende agravaron el deterioro ambiental, lo cual dejo a los conceptos de conciencia ambiental y objetivos de desarrollo sostenible solo en la pizarra.

Con ello se quiso subrayar que la gravedad climática demanda que nuestros hábitos de consumo, formación, conocimiento, motivaciones y afectividad se alineen a hábitos sustentables. La falta de acciones afectivas, aunque sean pequeñas y domésticas, pueden llevarnos a las actividades futuras sean insostenibles. Dicho problema se debatió en 1972, año en el que se celebró la primera conferencia mundial sobre el ambiente en Estocolmo, y se introdujo el concepto de desarrollo sustentable. En 1992, en la conferencia de Rio prosiguió con lo mismo, y aunque en la actualidad la problemática ambiental sigue siendo noticia lo nuevo es su la causa llamada consumo de la ropa de moda rápida.

En el entorno universitario local, (Torres Quispe 2019) maestra en docencia universitaria de la Universidad Nacional Federico Villarreal, en Lima, mediante su estudio académico indicó que los estudiantes de los diferentes ciclos académicos de la Facultad de Educación de la UNFV presentan niveles medios de conciencia ambiental y estilos saludables de vida, por lo cual sustentó que lo urgente era trabajar más en los estudiantes, adicionalmente propuso la asociación de cursos y programas sobre conservación y cuidado del medio

ambiente y los estilos saludables de vida dirigido a profesores, desarrollar programas ambientales para las municipalidades involucrando no solo a estudiantes universitarios, sino también al público en general y empresarios.

Como centros de formación las universidades han moldeado a jóvenes para que cubran y den soluciones a los problemas y necesidades sociales y ambientales, en los cuales como profesionales deben estar inmersos desde los estudios, vida personal y práctica de su profesión. Pero qué pasa cuando la formación no ha calado en el estudiante y por ende sus acciones de consumo recaen en una mala administración de sus recursos económicos y ambientales, ello se convierte en una problemática socioambiental.

Compartiendo la misma preocupación, en el ámbito más local, se realizó un recorrido por las instalaciones de la Universidad Nacional del Callao, sede Callao, nos percatamos que la mayoría de alumnos vestían ropa, asociadas a la moda rápida, que pertenece a la industria textil. Dirigiendo la mirada a los alumnos de la facultad de ingeniería ambiental, la tendencia de consumo de este tipo de ropa se repetía, porque vimos que alumnos formados en la administración de los recursos naturales, informados de aspectos e impactos ambientales pueden estar recayendo en actos que se apartan de su formación y conocimiento, lo cual marcó una problemática, ya que mucho de lo aprendido pudo no llevarse a la práctica con el consumo no planificado y rápido de este tipo de ropa, contribuyendo con la segunda industria más contaminante en el mundo. Ante lo visto, finalmente se cuestionó, si su conciencia ambiental ha regido sus acciones personales en beneficio del ambiente o si ha sido inexistente al momento de marcar sus hábitos de consumo y preferencias por este tipo de ropa sin importar el costo ambiental. Por ende, el propósito de esta investigación fue encontrar la relación existente entre la conciencia ambiental y el consumo de ropa de moda rápida, que aportará recomendaciones prácticas y servirá en un futuro como base para otras investigaciones relacionadas con la problemática planteada.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿Qué relación existe entre la conciencia ambiental y el consumo de ropa de moda rápida de los estudiantes de 7mo a 10mo ciclo de la Facultad de Ingeniería Ambiental y de Recursos Naturales de la Universidad Nacional del Callao, sede Callao, 2024?

1.2.2. Problemas específicos

P.1. ¿Cuál es la relación existente entre la dimensión cognitiva de la conciencia ambiental y el consumo de ropa de la moda rápida de los estudiantes de la universidad nacional del Callao, sede Callao 2024?

P.2. ¿Cuál es la relación existente entre la dimensión afectiva de la conciencia ambiental y el consumo de ropa de la moda rápida de los estudiantes de la universidad nacional del Callao, sede Callao 2024?

P.3. ¿Cuáles es la relación existente entre la dimensión disposicional de la conciencia ambiental y el consumo de ropa de la moda rápida de los estudiantes de la universidad nacional del Callao, sede Callao 2024?

P.4. ¿Cuál es la relación existente entre la dimensión activa de la conciencia ambiental y el consumo de ropa de la moda rápida de los estudiantes de la universidad nacional del Callao, sede Callao 2024?

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

Determinar la relación existente entre la conciencia ambiental y el consumo de la moda rápida en los estudiantes de 7mo a 10mo ciclo de la Facultad de Ingeniería Ambiental y de Recursos Naturales de la Universidad Nacional del Callao, sede Callao, 2024.

1.3.2. Objetivos específicos

O.1. Determinar la relación que existe en entre la dimensión cognitiva de la conciencia ambiental y el consumo de la ropa de moda rápida en los estudiantes de 7mo a 10mo ciclo de la Facultad de Ingeniería Ambiental y de Recursos Naturales de la Universidad Nacional del Callao, sede Callao, 2024.

O.2. Determinar la relación que existe entre la dimensión afectiva de la conciencia ambiental y el consumo de la ropa de moda rápida en los estudiantes de 7mo a 10mo ciclo de la Facultad de Ingeniería Ambiental y de Recursos Naturales de la Universidad Nacional del Callao, sede Callao, 2024.

O.3 Determinar la relación que existe entre la dimensión disposicional de la conciencia ambiental y el consumo de la ropa de moda rápida en los estudiantes de 7mo a 10mo ciclo de la Facultad de Ingeniería Ambiental y de Recursos Naturales de la Universidad Nacional del Callao, sede Callao, 2024.

O.4. Determinar la relación que existe entre la dimensión activa de la conciencia ambiental y el consumo de la ropa de moda rápida en los estudiantes de 7mo a 10mo ciclo de la Facultad de Ingeniería Ambiental y de Recursos Naturales de la Universidad Nacional del Callao, sede Callao, 2024.

1.4. Justificación

Los motivos que justificaron la elaboración de la investigación fueron:

1.4.1. Justificación teórica

Conocer si los estudiantes de 7mo a 10mo ciclo de la FIARN-UNAC han interiorizado los conocimientos impartidos, reflejándose en cuestiones asociadas a sus acciones proambientales de manera directa o indirecta. Este análisis fue fundamental para impulsar un consumo sostenible de ropa con conciencia ambiental con el fin de mitigar impactos negativos al medio ambiente. Entonces, esta investigación se justificó teóricamente al tener el propósito de ampliar, profundizar en la comprensión de cómo la conciencia ambiental influyó en el consumo de ropa proveniente de la moda rápida. Finalmente, esta tesis servirá como antecedente de investigación para otros interesados en el tema del consumo de la ropa de la moda rápida. (Fernández Bedoya Victor Hugo 2020)

1.4.2. Justificación práctica

De acuerdo a lo expuesto por (Del Rosario Piñero, Perozo Piñero 2019) la justificación de una investigación no solo se basa en el valor teórico sino también en su efecto práctico que se puede obtener. En este sentido, en esta investigación se ha dado a conocer la relación existente entre la conciencia ambiental de los estudiantes de 7mo a 10mo ciclo de la FIARN con el consumo de ropa de la moda rápida, el cual ha servido como indicador para saber si lo enseñado se reflejó en las acciones de los estudiantes, de tal manera que nos ayude a replantear estrategias, tomar acciones en temas de concientización y educación ambiental para mejorar la conciencia proambiental de los estudiantes.

1.4.3. Justificación de Utilidad metodológica

El acudir a técnicas e instrumentos de recolección de datos como en nuestro caso, de técnica se utilizó la encuesta, teniendo como su instrumento el cuestionario para las variables de esta investigación (conciencia ambiental y consumo de ropa de moda rápida), los cuales, al ser validados y sometidos a prueba de fiabilidad con el fin de alcanzar los objetivos trazados, pueden ser útiles como referentes en posteriores investigaciones que evalúen las mismas variables teniendo en cuenta escenarios similares.

1.4.4. Justificación ambiental

Por la concientización ambiental de los estudiantes direccionado a disminuir el consumo de ropa proveniente de la moda rápida y optar por otras alternativas de ropa más amigables con el medio ambiente, y así disminuir la extracción de recursos que se utiliza para este tipo de ropa de moda rápida, así también reducir la generación de residuos sólidos. En

consecuencia, velar más por el derecho fundamental a vivir en un ambiente equilibrado y adecuado para el desarrollo de la vida.

1.5. Delimitantes de la investigación

1.5.1. Teórico:

La presente tesis se enfocó en determinar la relación de las variables conciencia ambiental y consumo de ropa de moda rápida. Se desarrolló el análisis de las teorías de la conciencia ambiental en sus cuatro dimensiones: cognitiva, afectiva, disposicional y activa como lo menciona (Jiménez, Lafuente 2006). Respecto al consumo de ropa de moda rápida, que según (Cesarina Mason, Pauluzzo, Muhammad Umar 2022), se observaron las decisiones de compra muy impulsivas de los consumidores, actitudes de los compradores no corresponden a una conducta proambiental, para su entendimiento se analizó desde la perspectiva de prendas baratas, oferta, demanda y uso primario de ropa; así como también los estímulos permanentes. Ya que esta investigación se desarrolla dentro del análisis relacional entre la conciencia ambiental y el consumo de ropa de moda rápida de los estudiantes de 7mo a 10mo ciclo de la facultad de Ingeniería Ambiental y de Recursos Naturales de la Universidad Nacional del Callao, sede Callao, 2024, y por tanto los resultados solo son valido para dicha unidad de investigación.

1.5.2. Temporal:

La ejecución de la investigación se llevó a cabo en un periodo de cuatro meses, desde enero hasta abril del año 2024, iniciando desde la revisión bibliográfica hasta la sustentación del informe de tesis.

1.5.3. Espacial:

La investigación se desarrolló en la facultad de Ingeniería Ambiental y de Recursos Naturales de la Universidad Nacional del Callao ubicada en la provincia constitucional del Callao.

II. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

2.1.1. Antecedentes internacionales

Desde Argentina (Eduardo Moreno, Marcelo Rodríguez, Verónica Favara 2019) en su investigación “Conciencia ambiental en estudiantes universitarios. Un estudio de la jerarquía de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)” se plantearon evaluar como los estudiantes universitarios jerarquizaban los objetivos de desarrollo sustentable (ODS) y la importancia que le otorgaban a estos ODS relacionados con el cuidado del medio ambiente; como también su interés en actividades proambientales. Mediante un diseño de investigación descriptivo, con una muestra no probabilística (intencional) de 215 universitarios (149 mujeres y 66 varones), y aplicando un cuestionario, el listado de ODS tuvieron como resultado que el lugar 15 lo ocupa “Producción y consumo responsable” y el 16 “Vida de ecosistemas terrestres”. Al 72,6% les gustaría participar en actividades proambientales u organizaciones que se dediquen por mejorar el cuidado del ambiente, el 84.2% consideraron que las universidades debían enseñar más sobre la conservación del ambiente, sin embargo, el mismo estudio demostró que cuando los universitarios tomaban decisiones los objetivos ambientales no son suficientemente valorados, no se convertían en lo prioritario para los universitarios de la muestra pues priorizaban las metas y urgencias socioeconómicas.

Desde la universidad de Illinois en EE.UU. (Bloyd Null, Feeser, Kurtzhals 2023) en su investigación “Una evaluación de la alfabetización ambiental, comportamiento, actitudes y factores de estilo de vida de estudiantes universitarios” tuvieron como objetivo evaluar las asociaciones entre la alfabetización ambiental, las actitudes, los comportamientos de sostenibilidad, la salud y los factores de estilo de vida entre los estudiantes universitarios. Los investigadores tomaron una muestra por conveniencia de 345 estudiantes de una universidad rural de tamaño mediano completaron la encuesta en el otoño de 2019. Utilizó estadísticas descriptivas, correlaciones y análisis factorial exploratorio para evaluar los datos. Obteniendo los siguientes resultados: En general, aunque los participantes mostraron una falta de conocimiento ambiental (puntuación promedio de cinco sobre diez), poseían actitudes pro-salud y proambiental y era probable que participaran en comportamientos correspondientes (por ejemplo, reciclaje, reducción de desechos, etc.). Con el análisis correlacional concluyó que los estudiantes que valoraban la salud y adoptaban conductas más saludables también valoraban el medio ambiente. Si bien la mayoría de los encuestados coincidieron en que la sostenibilidad ambiental era importante, los comportamientos de reciclaje y el conocimiento de la sostenibilidad fueron mediocres.

La perspectiva China la da (Xue, Wei, Yi 2023) En su estudio “Un análisis de la conciencia ambiental entre los grupos de educación superior chinos debido a las diferencias entre carreras”, los investigadores de la Universidad de Chongqing Three Gorges tuvieron como principal objetivo de investigación analizar los factores que afectan el comportamiento de consumo y protección ambiental por parte de los estudiantes universitarios. A través del método de encuesta por cuestionario obtuvieron datos empíricos de 287 estudiantes. Utilizaron el método de Likert y el software SPSS para determinar la confiabilidad y validez de los datos obtenidos, emplearon el análisis de correlación para analizar la relación entre las variables, y los estudiantes de diferentes carreras completaron artículos conceptuales ambientales, y la información se analizó mediante el método de escalamiento multidimensional. Obtuvieron una correlación débil entre variables (Sig= 0,263 y 0.108). Por lo tanto, se concluyó que se debe fortalecer la educación de los estudiantes universitarios en aspectos ambientales, incentivar a la comunidad, a nivel escolar a realizar actividades de educación ambiental, incentivar a los estudiantes universitarios a participar activamente para mejorar su nivel de conciencia ambiental en el consumo, utilizar el consumo ecológico para restringir su comportamiento de consumo ordinario, a fin de reducir los problemas ambientales causados por el consumo de los estudiantes universitarios. Recomendaron que, al mismo tiempo, los colegios y universidades se esfuercen por desarrollar la educación ambiental, de modo que la protección ambiental profundice la conciencia ambiental de los estudiantes universitarios y promueva el desarrollo de la protección ambiental de toda la sociedad, y finalmente se logre el objetivo de desarrollar el consumo de protección ambiental.

Estudiantes de la facultad de Negocios de Liwa College, en Abu Dhabi – Emiratos Árabes y de la Universidad de Artes de Londres - Reino Unido (Pradeep, Pradeep 2023) en su estudio “Conciencia sobre la sostenibilidad, la emergencia climática y el comportamiento del consumidor de la generación Z en los Emiratos Árabes Unidos” se propusieron investigar las actitudes y comportamientos que los estudiantes universitarios de la Generación Z en los Emiratos Árabes Unidos tenían hacia la moda sostenible, para ello utilizaron una universidad local en Abu Dhabi como población de estudio, encuestaron a 27 estudiantes con un cuestionario de 10 preguntas, aplicaron la escala de Likert, La revisión de la literatura destacó una brecha potencial entre las afirmaciones de sostenibilidad de la Generación Z y su comportamiento proambiental real. El estudio utilizó componentes de la teoría del comportamiento planificado de Ajzen y la teoría de la norma de creencia en el valor de Stern para diseñar la investigación. La brecha de investigación se abordó utilizando métodos de investigación primaria tanto cualitativos como cuantitativos. Los datos de la encuesta se analizaron mediante SPSS, con técnicas de análisis estadístico como correlación, tabulación cruzada, tablas de frecuencia y tablas dinámicas. Los hallazgos sugirieron que las razones principales para elegir la marca son la modestia, el precio y la moda, más que su atractivo de sustentabilidad.

En el ámbito alemán (Dieterle et al. 2023) los estudiantes de la Universidad de Ulm en su investigación “Conocimiento ambiental y conciencia ambiental entre los estudiantes de la Generación Z” tuvieron como objetivo examinar el conocimiento ambiental actual y la conciencia ambiental, incluyendo el comportamiento cotidiano de los estudiantes de la Generación Z de programas de estudios de medicina en comparación con los programas de estudios orientados a las ciencias. Como parte del método en octubre/noviembre de 2021, realizaron una encuesta en línea anónima y voluntaria en la Universidad de Ulm para evaluar el conocimiento y la conciencia ambiental de los estudiantes en todos los semestres de los programas de estudio de Medicina Humana, Odontología, Medicina Molecular, Biología y Docencia. Un total de 317 estudiantes completaron completamente el cuestionario. Los resultados confirmaron el estado de los estudios sobre la conciencia medioambiental de la población alemana. La brecha valor-acción también fue detectable entre los estudiantes. El estudio demostró que los estudiantes perciben la urgencia de medidas de protección del medio ambiente y de acción contra el cambio climático y que también las relacionaban con sentimientos emocionales, pero en términos de comportamiento los intereses personales (todavía) tendían a prevalecer en gran medida sobre la protección del medio ambiente. Además, según sus hallazgos, la imagen de estereotipos y prejuicios de las distintas carreras también se confirma parcialmente en la conciencia ambiental encuestada. De ello concluyeron que las diferencias significativas en la conciencia ambiental entre las carreras comparadas y la brecha entre conocimiento y acción exigían una implementación individual pero consistente de los temas de cambio climático y protección del medio ambiente en el plan de estudios de todas las carreras investigadas. Finalmente, los investigadores postularon que el conocimiento y la conciencia adquiridos de esta manera, los académicos, como miembros distinguidos de la sociedad, pueden transmitir conciencia climática y cumplir la función de modelo a seguir.

Los investigadores (Cesarina Mason, Pauluzzo, Muhammad Umar 2022) en su investigación “Hábitos de reciclaje y respuestas ambientales al consumo de moda rápida: Mejorando la teoría del comportamiento planificado para predecir las decisiones de compra de los consumidores de la Generación Y” tuvieron como objetivo estudiar la brecha actitud/intención-comportamiento entre los consumidores de moda rápida de la Generación Y. Los autores creyeron que la Generación Y, el mayor consumidor de productos de moda rápida, empeoraba aún más esta situación, ya que sus actitudes/intenciones no solían traducirse en un comportamiento real pro-ambiental y todavía eran reacios a deshacerse de su ropa mediante métodos sostenibles. Aplicaron su cuestionario para su muestra de entre las edades de 19 -39 años; evaluaron los datos en una escala de Likert del 1 al 7 (Confiabilidad mayor a 0.75). Los resultados de una muestra de 943 consumidores italianos de productos de moda rápida de la Generación Y mostro que la brecha actitud/intención-comportamiento parecía no existir en el

contexto de la Generación Y, (Coef=0,257 y un $p=0.010$), es decir, que había una relación significativa entre variables, ya que las condiciones favorables, la valoración de productos y consumos sostenibles conducían en realidad a un comportamiento de consumo socialmente responsable. Sin embargo, descubrieron que la participación en el reciclaje reforzaba el vínculo intención-comportamiento sólo en individuos con elevadas actitudes medioambientales. La presente investigación contribuyó tanto al consumo de moda como a la literatura sobre gestión de residuos sólidos al establecer conexiones entre el comportamiento del consumidor socialmente responsable y los hábitos de reciclaje dentro de la Generación Y, profundizando así la comprensión de este contexto bastante inexplorado.

2.1.2. Antecedentes nacionales

Para (Torres Quispe 2019) en su tesis “Conciencia ambiental y estilos de vida saludable en los estudiantes de la Facultad de Educación de la Universidad Nacional Federico Villarreal” tuvo como objetivo establecer las relaciones existentes entre la Conciencia Ambiental y los Estilos saludables de vida. Mediante un diseño no experimental, correlacional, aplicó un cuestionario de conciencia ambiental de Celedonio Castañedo y el cuestionario de estilos de vida de Nola Pender. Los resultados indicaron que el coeficiente de correlación de Rho Spearman es igual a 0,72. Concluyendo que se muestran la existencia de significativas relaciones entre la conciencia ambiental y los estilos de vida saludable en los estudiantes de la Facultad de Educación de la Universidad Nacional Federico Villarreal.

Por su parte (Farfán Carriano 2018) en su tesis “Gestión de residuos sólidos y conciencia ambiental en pobladores del distrito de Subtanjalla, 2018”, tuvo como objetivo, determinar la relación que existe entre la gestión de residuos sólidos y la conciencia ambiental de los pobladores del distrito de Subtanjalla, 2018. Siendo el trabajo de investigación de enfoque cuantitativo de tipo no experimental y siguió un diseño Descriptivo correlacional. Su población de estudio para su trabajo de investigación estuvo conformada por 27706 pobladores del distrito de Subtanjalla, 2018., de donde tomó una muestra conformada por 379 pobladores, seleccionada mediante muestreo probabilístico. Elaboró y usó como instrumentos de recolección de datos un cuestionario sobre la gestión de residuos sólidos y otro sobre conciencia ambiental, obtuvo como resultado en el coeficiente de correlación de Rho Spearman igual a 0.962 entre sus variables de estudio, concluyendo así, que existe relación directa entre la gestión de residuos sólidos y la conciencia ambiental de los pobladores del distrito de Subtanjalla, 2018.

Así también (Hinojosa Churampi 2023) en su tesis “Gestión ambiental y conciencia ambiental en los pobladores en una urbanización del distrito de San Juan de Lurigancho, 2023”, tuvo como objetivo, determinar en qué medida la gestión ambiental se relaciona con la conciencia ambiental en los pobladores en una urbanización del distrito de San Juan de Lurigancho, 2023, para ello, recurrió

a una metodología básica, descriptiva - correlación, cuantitativa, con diseño no experimental, contando con una muestra a 250 pobladores que residen en una Urbanización del distrito en estudio. Usó como instrumento de recolección de datos un cuestionario por variable, los cuales fueron validados por criterio de 3 expertos y analizados en cuanto a fiabilidad mediante el coeficiente de alfa de Cronbach, obtuvo como resultado un coeficiente de correlación de Rho Spearman igual a 0.728 entre variables. Llegando a concluir que sí existe asociación entre la gestión ambiental y la conciencia ambiental precisando que el grado de asociación es positivo y alto.

Para (Centeno Ccanto 2023), en su tesis “Conciencia ambiental y desarrollo sostenible económico en un municipio de la provincia de Chiclayo”, tuvo como objetivo general precisar la relación entre la conciencia ambiental y el desarrollo sostenible económico en un municipio de la provincia de Chiclayo. Utilizó una metodología de tipo básica, de diseño no experimental, enfoque cuantitativo y de nivel correlacional. Trabajó con una muestra de 76 servidores del área de gestión ambiental y gerencia de desarrollo económico social educación y salud. Se aplicó la estadística inferencial para el análisis de los datos, lo cual a través de la prueba de normalidad se consideró trabajar con la prueba de correlación de Spearman. Obtuvo como resultados un coeficiente de correlación de Rho de Spearman =0.889, concluyendo que existe una asociación directa, positiva y significativa entre la variable conciencia ambiental y desarrollo sostenible económico; por ende, ante la poca generación de la conciencia ambiental adecuada en dicha entidad, se limitó el desarrollo sostenible económico en un municipio de la provincia de Chiclayo.

El investigador (Núñez Soto 2019) en su tesis “Gestión ambiental y conciencia ecológica en pobladores de la asociación San Pedro y San Pablo - Chosica, 2019”, tuvo como objetivo establecer la relación entre la gestión ambiental y la conciencia ecológica en pobladores de la Asociación San Pedro y San Pablo-Chosica, 2019. Recurrió para ello a un enfoque cuantitativo, de tipo básica, de nivel relacional con un diseño observacional de corte transversal, donde su muestra se conformó por 140 pobladores de la Asociación San Pedro y San Pablo - Chosica, 2019. Utilizó como instrumento de recolección de datos dos cuestionarios. Obteniendo como resultado un coeficiente de correlación de Rho de Spearman = 0.316; concluyendo que existe una relación directa y significativa entre la gestión ambiental y la conciencia ecológica en pobladores de la Asociación San Pedro y San Pablo de Chosica en el año 2019.

Finalmente, para (Vito Espinoza 2023), en su tesis “Gestión ambiental y conciencia ambiental en el Asentamiento Humano Rosa de América, Comas – 2023” tuvo como objetivo principal determinar la relación entre la Gestión Ambiental y la Conciencia Ambiental en el Asentamiento Humano Rosa De América, Comas -2023. Respecto a la metodología, utilizo enfoque mixto: cualitativo y cuantitativo, diseño correlacional. Su población estuvo integrada por 1800 personas y la muestra fue de 317 vecinos, en referencia al instrumento se

utilizó dos cuestionarios para recoger la información. Teniendo como resultado un coeficiente de correlación de Rho de Spearman =0,9620; concluyendo que hay relación muy alta entre las variables, por ende, si se trabaja más en gestión ambiental, garantiza una conciencia ambiental más adecuada en el A. H. Rosa De América De Comas, por lo tanto, esto favorecerá a los vecinos.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Conciencia ambiental

Frente a los grandes problemas ambientales surgió la conciencia ambiental como movimiento social y filosofía promoviendo tanto la preservación, como la restauración del entorno natural, teniendo como objetivo, el fomentar la participación mediante la educación, de la preservación y conservación del planeta y sus recursos naturales, enfatizando la valoración de la naturaleza y armonía con el ser humano (Olivares Sánchez, 2023).(García, Priotto 2009) señalo que la educación ambiental tendría un antecedente en la educación popular de los años sesenta, pero que en su nacimiento habría que considerar como momento clave la Conferencia de Estocolmo de 1972 en el que se creó el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), encargado de evaluar la situación del medio ambiente a nivel global fomentando la conciencia ambiental (Olivares Sánchez et al. 2023). Por otro lado, en el 2015 las Naciones Unidas implementó la “Agenda 2030” donde se consideró los 17 objetivos de desarrollo sostenible, los cuales son los que conforman los principales retos sociales, económicos y medioambientales a nivel mundial; donde para afrontar los desafíos ambientales se asume como medio a la adecuación. (Olivares Sánchez et al. 2023) Para saber el estado en que se encuentran los 17 objetivos de desarrollo sostenible (ODS), el 18 y 19 de septiembre del 2023 se llevó a cabo la Cumbre sobre los ODS de las Naciones Unidas, en la sede de las Naciones Unidas de Nueva York (Naciones Unidad, 2023).

Entonces, es importante conocer la definición de conciencia ambiental que según (Jiménez, Lafuente 2006), hace referencia a determinados procesos que se asocian a las acciones humanas intentando reducir el impacto ambiental de la acción humana. La conciencia ambiental, que sería como se plasma la forma de interpretar el mundo y el comportarse de las personas, considerando una gran variedad de constructos psicológicos que incluyen creencias, opiniones, valores, actitudes, intenciones, comportamientos, etc.

Consecutivamente (Diamantopoulos 2003) mencionó que las cuestiones relacionadas con diferentes aspectos del comportamiento proambiental, ya sea a nivel de actitudes y preocupaciones ambientales o de comportamiento ecológico real, pueden etiquetarse como conciencia ambiental. *Para* (Jiménez, Lafuente 2006), sería, la manera que se plasma la forma de interpretar el mundo y el comportarse de las personas, considerando una gran variedad de

constructos psicológicos que incluyen creencias, opiniones, valores, actitudes, intenciones, comportamientos, etc.

Así también (Acebal Expósito 2010), mencionó que los conocimientos, percepciones, conductas y actitudes son dimensiones que conforman la conciencia. La cual contribuye a la formación integral de cada persona, a su educación a todos los niveles; pero, por otro lado, la Educación Ambiental debe pretender ser el activador de esa Conciencia Ambiental

Por su parte (Jiménez Sánchez, Lafuente 2010) desarrollaron un modelo de operacionalización de la conciencia ambiental basando en las investigaciones realizadas por autores relevantes en el tema como Chuliá (1995), teniendo el siguiente dimensionamiento: psicológicas (afectiva, cognitiva, disposicional) y de comportamiento (activa), (Véase Figura N°13 del Anexo N°1)

Los mismos autores plantearon un conjunto de indicadores para cada dimensión de conciencia ambiental las cuales se muestran en la siguiente tabla:

Tabla 1

Indicadores utilizados en el CATPCA (categorical principal components analysis)

Dimensión	Facetas	Indicadores
Afectiva	Severidad percibida de las condiciones ambientales. Apoyo a la cosmovisión general	Evaluación de las condiciones ambientales globales Nivel de acuerdo con la afirmación: “Estamos demasiado preocupados por el medio ambiente y no por los precios o la situación laboral actual”
	Apoyo a medidas específicas proambientales	Aprobación de diferentes medidas para mejorar la gestión del agua
Cognitiva	Información y conocimiento	Grado en el que los encuestados se consideran informados sobre cuestiones relacionadas con el medio ambiente Índice de conocimientos ambientales específicos
Disposicional	Actitud hacia el comportamiento individual proambiental (norma moral personal y autoeficacia).	Nivel de acuerdo con la afirmación: “es muy difícil para una persona como yo poder hacer algo por el medio ambiente”

	Actitud respecto a los costes personales de las medidas proambientales.	Nivel de acuerdo con la propuesta ecologista de “pagar más por el agua”
Activa	Participación en comportamientos individuales de bajo costo	Separación de residuos (vidrio, papel, plástico)
	Participación en acciones colectivas proambientales	Índice de activismo (peticionar sobre temas ambientales, participar en manifestaciones, realizar trabajo voluntario, colaborar en organizaciones, realizar donaciones)

Nota: Desarrollo de las dimensiones de la conciencia ambiental de (Jiménez, Lafuente 2010)

Cognitiva:

Mide el grado de información y conocimiento sobre cuestiones relacionadas con el medio ambiente. Refiriéndose a de ideas. origina conocimiento en la gente y sus grupos sociales para obtener una comprensión básica del ambiente en su totalidad (Álvarez Gamero 2018)

Dimensión Afectiva:

Alude a la percepción del medio ambiente desde el ámbito de las creencias y de la afectación de la sensibilidad. Se concretiza en la preocupación en materia medioambiental y en la adhesión a los valores que favorecen la protección de la naturaleza. Hablamos de las emociones. (Núñez Soto 2019)

Dimensión disposicional:

Trata de las actitudes que predisponen a adoptar conductas con criterio e interés a participar en actividades y aportar mejoras para el tratamiento de la problemática medioambiental (Acebal Expósito 2010)

Dimensión activa:

Son las conductas que llevan a la realización de prácticas y comportamientos ambientalmente responsables, tanto individuales como colectivas, incluso en situaciones comprometidas o de presión. (Farfán Carriano 2018).

Dimensiones de la conciencia ambiental

En la presente tesis adoptamos las siguientes dimensiones para la variable conciencia ambiental:

- Dimensión 1: Cognitiva
- Dimensión 2: Afectiva
- Dimensión 3: Disposicional

- Dimensión 4: Activa

Indicadores de la conciencia ambiental

Asimismo, los indicadores de las dimensiones son:

- Indicador de la dimensión Cognitiva:
 - Grado de conocimiento
 - Busca información ambiental
- Indicador de la dimensión Afectiva:
 - Demuestra preocupación
 - Demuestra disposición
- Indicador de la dimensión Disposicional:
 - Actitud ambiental
- Indicadores de la dimensión Activa
 - Actitud ambiental

Índices de la conciencia ambiental

- Todos los índices responden a la escala valorativa del 1 al 5 según Likert.

2.2.2. Consumo de ropa de moda rápida

a) Historia de la moda rápida

La diseñadora de Indumentaria y Textil de la Universidad de Buenos Aires, docente de la Universidad de Palermo en la facultad de Diseño y Comunicación, (Mihanovich 2019) creadora de la marca Sixfrid, comento que la moda rápida (o Fast Fashion) se inició en 1980 con la presencia de los centros comerciales shoppings y las cadenas multimarca de ropa como Zara, Mango y HyM primordialmente, de estas la originaria y más grande vendedora de ropa: Zara, fundada en España en 1975 por Amancio Ortega quien ahora es el 4to hombre más rico del mundo con 99,9 miles de millones de dólares según Forbes (2024) empezó su negocio de venta de ropa con la primera tienda Zara en La Coruña, años después fundo su fábrica de fabricación de ropa en Artexio. España. En 1985 crea la empresa Industria de Diseño Textil S.A. Inditex como holding para Zara y sus fábricas. Naciendo así la industria textil que alimenta a la moda rápida. Actualmente Inditex opera más de 5800 tiendas en los cinco continentes bajo sus marcas principales: Zara, Zara Home, Massimo Dutti, Pull & Bear y Stradivarius.

b) Definición del consumo de la ropa de moda rápida

La diseñadora (Mihanovich. M 2019) definió al consumo de la ropa de moda rápida como la proveniente de la moda descartable, barata y abundante donde el consumidor adquiere y tira las prendas que no tienen tanta durabilidad. Explicando que en un inicio había dos temporadas, primavera-verano y otoño-

invierno y los grandes desfiles realizaban sus exclusivos y costosos lanzamiento según estas temporadas. Como parte de sus características la moda rápida representadas en tiendas retail se expusieron en las pasarelas y tendencias globales, copiando estas a bajo costo, producidas en tiempo récord de dos semanas para ser ofertadas en los locales de forma masiva. Como el ciclo se repite ahora se pueden encontrar 52 temporadas al año, lo cual genera mayor consumo y descarte. En el 2019 la página Online de Infobae realizó un reporte sobre el consumo de los millennials en la era digital, el cual indico que el 46% de la elección de compra de dicha generación estaba determina por la marca como una proyección de sus valores, viéndose influenciado por su entorno y opiniones de celebrities e influencers. Ello llevó a concluir a la autora que el consumo de la ropa de moda rápida no pasaba solo por el producto en sí mismo, sino también por los valores y visibilidad en las redes sociales, aunque no descartó el valor ecológico en la decisión de compra.

Por su parte (Gardetti y Delgado, 2018) la definió como la compra de un producto de ropa, que independientemente de su naturaleza, ya está predispuesto a deshacerse de él en un tiempo breve. Los autores en su libro “Vestir un Mundo Sostenible” citan a Nuero quien considera que la moda rápida es un cuarto modelo de producción aplicado por marcas como Benetton, Zara, HyM, que producen sus prendas en períodos que van desde los dos meses a dos semanas. Aclararon que el primer modelo de producción era el tradicional de treientos días; el segundo, un modelo hibrido entre lo clásico y la producción más corta que garantizaba la rotación de los productos en tienda; y el tercero un modelo de prendas “clásicas” que tienen una baja producción y a su vez las denominadas “Just in Time” que fueron las que se abastecían en periodos cortos, satisfaciendo necesidades y tiempos de mercado. Gardetii y Delgado, como parte del consumo de la ropa de moda rápida comentaron que el producto pierde su función simbólica antes de su deterioro funcional, y que por ello los consumidores compran cada vez más productos, lo que genera una programación para el desecho, debido a que el cliente que compra el producto, independientemente de su naturaleza, ya estaba predispuesto a deshacerse de él en un tiempo breve.

Por su parte (Cesarina Mason, Pauluzzo, Muhammad Umar 2022) planteo que la industria de la moda rápida se caracterizaba por ciclos de vida cortos de los productos, alta volatilidad, precios asequibles y decisiones de compra muy impulsivas de los consumidores, que resultaban en niveles masivos de desperdicio y emisiones de gases de efecto invernadero. Señaló que el consumo de esta ropa empeora la situación climática ya que las actitudes de los compradores no corresponden a una conducta proambiental, ya que es un aspecto que no terminan de entender.

Es así que por dichas definiciones el consumo de ropa de moda rápida se describe por las siguientes dimensiones, por ejemplo:

b.1) Consumo de prendas baratas: Para poder comprar la persona debe visualizar el objeto o servicio de su interés (considerado también como deseo) y

contar el poder adquisitivo, dinero. En el momento de la compra el individuo se encuentra con cientos de modelos, colores, marcas del producto que desea, en este caso ropa ¿Cómo tomar la decisión de cual elegir? Mas allá de tener la talla correcta, pues todas las tiendas cuentan con el stock para su público objetivo, la respuesta muchas veces está en el precio.

Es así que (Kam Arteaga & Arbaiza Rodríguez, 2019) mencionó que las consumidoras millennial peruanas en general tienen a ser fieles a la marca, pero sostuvo que para la decisión de compra de camisas, carteras, blusas y pantalones la marca no es más relevante que el precio. Ello quiere decir que este público fue consumidor low-cost de una prenda de ropa cuyo costo de producción fue barato, cualidad que automáticamente descarta su buena calidad y durabilidad, y conlleva a mayor generación de sus residuos, acrecentando el costo ambiental de esta ropa, tanto por los aspectos ambientales consumidos en su producción y el impacto a partir de su desecho. Debido a esta facilidad de cambiar sus criterios de compra, de marca a precio y ahorro actualmente los desarrolladores de marketing suman esfuerzos para fidelizar más a los clientes y proponer ofertas que el consumidor terminara entendiendo como ahorro.

b.2) Ofertas de la ropa: Descripción de las prendas y resurtidos de ropa

En centros comerciales como Plaza Norte y Gamarra pudimos ver que las tiendas de ropa están contiguas una de la otra, HyM es la versión más económica de Zara, su competencia directa es Ripley, Saga Falabella; entre productos de jeans la competencia es entre Parada 111, Piers y Kansas; en suma, en todas ellas se venden prendas para mujeres, hombres, niños, como polos, poleras, pantalones jean, casacas, camisas, blusas, ropa interior, según tallas, modelos y colores. En adición a los precios reales de etiqueta las tiendas crearon ofertas, promociones y descuentos. El atractivo en el “lleva 03 al precio de 02” se pudo analizar desde los siguientes enfoques, cada uno rayando fuera de lo planificado (en momento del deseo y poder adquisitivo).

- 1ro: Si el consumidor solo necesitaba 01 ejemplar de la prenda por 30 soles, se da cuenta que con la oferta paga 60 soles y se podía llevar 03 prendas y no 02 que sería lo normal. De esta conducta vemos que se desvió de plan de compra inicial y adquirió 02 ejemplares extras innecesariamente, generando 2 veces más un impacto ambiental por generación de residuo sólido.

- 2do: el consumidor gastó el doble de dinero que tenía contemplado inicialmente y solo por la falsa idea del “ahorro” de 30 soles (ya que llevando 03 hubiera gastado 90 soles, pensó que pagando S/. 60 los ahorra) esa era la trampa, la ficción que se escondía detrás de las ofertas, pues no puede considerar que ha ahorrado 30 soles sobre una base de 90 soles que NUNCA SE PLANIFICO GASTAR, pues solo se planifico gastar el valor del precio unitario de la prenda. El resultado, después que la ficción se desvanece al salir de la tienda con tu compra hecha es que se

ha gastado 30 soles demás por 02 prendas extra que no se necesitaba.

En la cuenta bancaria te encuentras con S/. 60 soles menos y en la mano con 03 prendas cuando en realidad solo necesitabas 01 y pagar S/. 30.00. Ambientalmente generándose el triple de residuos.

Esta sigue la realidad de las ofertas, de la idea del “ahorro”, marketing de la moda rápida, consumir hasta innecesariamente pues las tiendas cuentan con una disponibilidad enorme del mismo producto barato.

“La economía productiva textil exige que hagamos del consumo nuestra forma de vida, que convirtamos la compra y el uso en rituales, que busquemos nuestras satisfacciones espirituales y nuestras satisfacciones de ego en el consumo.”

(Escobar Guanoluisa, Peralta Amoroso 2019)

De la frecuencia de surtido y disponibilidad de ropa:

Según la DW Documentales las tiendas surten sus productos cada dos semanas. Por ejemplo, desde el día 1 exponen una colección de ropa en sus mostradores y ese mismo día ya han hecho un pedido de un 2do lote de ropa a sus fabricantes, para ello los diseñadores empiezan a trabajar en diseños, eligen telas, hacen el pedido de la materia prima de otros países, confección y envían a las tiendas de modo que para el día 15 renuevan el contenido nuevamente. Otro motivo a la frecuencia de resurtido es la poca calidad de la ropa que lleva a cambiarla habitualmente, por tanto, los ciclos de vida son cada vez más cortos.

De los lanzamientos de colecciones por año:

Hasta la década de los 90's los lanzamientos de colecciones de ropa eran uno por estación, esta conducta la marcaban las grandes marcas de ropa como Gucci, Balenciaga, Versace, Fendi, Dior, Chanel, Louis Vuitton cuyos productos siguen siendo de alta calidad y caros. Greenpace en su investigación titulada Puntadas tóxicas: El oscuro secreto de la moda rápida (2012) señaló que el “Justo a tiempo”, o “Just in time” en inglés, fue un sistema de reducción de tiempo de producción de una prenda, así guardando relación con la dimensión la investigación señala que la tienda repone las prendas más vendidas en 5 días.

b.3) Ofertas: Tiendas físicas y virtuales y marcas de ropa:

Las tiendas de ropa de la industria Inditex son las de Zara, HyM, Saga Falabella, Forever 21, WooHoo, Primak, C&A, Old Navy, etc. operan en etapas empezando por la difusión de una novedad, saturación, declinación y obsolescencia. Y solo las de poder y posición logran marcar tendencias (Guershman, B. 2019). Muchas de ellas compran las prendas de talleres clandestinos de confección como los vistos en la ciudad de Leicester en Inglaterra, zona industrial propicia para la

contratación informal de mano de obra barata compuesta por migrantes. Una vez confeccionada la ropa se transporta por cargamentos a los diversos destinos según clientes, mayormente por transporte marítimo.

Por su parte (Fletcher, K. 2010) define a la moda slow fashion como un movimiento social en respuesta a los ciclos rápidos de la moda y a su calidad; donde el actor principal es el consumidor. La moda lenta, como se define en español, valora los impactos de un producto a lo largo de su ciclo de vida. En adición a ello, todas las marcas cuentan con tiendas virtuales, en ellas las cantidades de ropa a mostrar es mayor, a comparación de la limitante de espacio de las tiendas presenciales. Asimismo, ofrecen envíos gratuitos, pagados, devoluciones y cambios de prendas.

b.4) Demanda y uso primario de la ropa: Tiempo de uso o durabilidad

El del ciclo de vida de un producto como método analiza los impactos ambientales que ocurren desde que se extraen las materias primas, se procesa o transforma en fábricas, en su consumo hasta el mismo desecho del producto. (Palomo-Lovinski, Faerm 2020) sostuvieron que, aunque la tecnología y las conexiones globales han avanzado y cambiado la realidad, la industria textil se ha mantenido inalterable, inagotable, ya que según (Greenpeace 2021) los trabajadores de los países donde se fabrican ropa del fast fashion suelen trabajar de 14 a 16 horas al día. (Véase Figura N°14 del Anexo 1) La demanda ha sido tanta que, según la Fundación Ellen MacArthur, la producción de ropa paso de ser 50 mil millones de prendas en el 2020 a 100 mil millones en el 2015, a la par las veces que se usa la ropa se dedujo en un 36%, es decir, que las prendas se usan de 7 a 10 veces y se desechan, estando en buen estado.

La cantidad de ropa eliminada por año ha estado conformada por la ropa que descartaron los usuarios, las que no se vendieron de las tiendas y las que no se reusaron ni reciclaron. Según Greenpeace (2012) en Alemania se tira cada año 1 millón de toneladas de ropa, en EEUU 13 millones, en Reino Unido 1 millón. El diario el País en su edición virtual del 15 de febrero del 2023 publicó que la Unión Europea envió a Kenia en 2021 más de 112 millones de prendas de segunda mano, de las que 56 millones eran inservibles y 37 millones habían sido fabricadas con materiales plásticos.

b.5) Demanda y uso primario de la ropa: De los aspectos ambientales,

Según (Rashmila Maiti 2024) de Earth Org reportó en enero de este año que la producción de la ropa de moda rápida es responsable del 10% de las emisiones de CO₂ a nivel global, lo que es equivalente a las emisiones de la Unión Europea. Incluso lavar la ropa libera aproximadamente 500 mil toneladas de micro plásticos al año en los océanos.

Según (Parlamento Europeo 2024) en el 2020 se necesitó un promedio de 9m³ de agua, 400 m² de tierra y 391 kg de materias primas para proporcionar ropa y

calzado a un ciudadano europeo. La Agencia Europea de Medio Ambiente previó que para el 2023 se habrá producido 145 millones de toneladas de fibras textiles, que en el 2020 eran 109 millones de toneladas.

En adición a los aspectos ambientales (Elizabeth Reichart, Deborah Drew 2019) del World Resources Institute de Washington, EEUU, reportaron que el costo de producir ropa es muy costoso, por ejemplo, que 2 700 litros de agua eran necesarios para fabricar una camisa de algodón, agua suficiente para el consumo de una persona por dos años y medio. Asimismo, la Fundación Ellen MacArthur proyectó que para el 2050 se triplicaría el consumo de petróleo a 300 millones de toneladas para producir ropa, reutilizándose menos del 1% de la materia prima (algodón, plástico y otras fibras), quiso decir, que prácticamente siempre se consumen materia virgen para la confección de esta ropa, llevándonos a cuestionarnos qué tan real es la propaganda y campañas de reciclajes de las tiendas de retail mencionadas líneas arriba

b.6) Estímulos permanentes: Marketing y facilidades de pago

Hasta al año 2000 las cuentas en restaurantes, compras de alimentos, ropa, servicios se pagaba con efectivo. Con dos décadas dentro del segundo milenio los billetes han sido parcialmente remplazados por las tarjetas de débito y/o crédito, facilitando sin duda la decisión de compra aun cuando no sea planificada o necesaria.

Asimismo, a la evolución de los celulares se le ha sumado la gestión de compras. Desde abril de 1973 cuando Martin Cooper realizó la primera llamada de celular en un motorola AC 8000X de primera generación estos equipos no han hecho más que innovarse en modelos, marcas y aplicaciones tanto que ya estamos en la quinta generación y por su amplia funcionalidad ahora son un medio consolidado de intercambio comercial.

Según lo mencionado por (Zegarra, Mafé 2021) a nivel mundial el 55% de los usuarios de internet realizaron compras desde su celular, llevando el porcentaje al 75% para el 2021. En el Marketing4ecommerce en su página web reportó que el 57,6% de los internautas en el mundo realizaron compras online, volviéndose compradores virtuales. De ello los líderes en compras en línea son: Tailandia con el 66,8%, Corea del Sur 65,6%, Turquía 64,4% y en cuarto lugar se posiciona México con un 64,5%.(Fares et al. 2024)

b.7) Estímulos atractivos para el consumidor: redes sociales

El incremento de las redes sociales que exponen gustos y tendencias van en aumento, desde el nacimiento de Facebook como una red de contactos hasta su actual misión de mantener a los usuarios enganchados en publicidad, se ha visto el surgimiento de sus similares como Instagram, Tik Tok, Snapchat plataformas virtuales que son la pantalla de exposición y venta de publicidad de diferentes marcas de ropa, restaurantes, tiendas de música, entre otras, las mismas que representan una oportunidad recreacional o laboral para los llamados influencer.

El aumento de estos productos de la tecnología ha llevado a la industria textil – Inditex – a invertir tiempo y dinero para el desarrollo de estrategias comerciales aplicables a sus redes sociales con la intención de captar y mantener cada vez más la atención de la población joven, consumidores objetivos.

Una primera estrategia ha sido los influencers, como el caso mencionado de Nobolita, que en sus historias de Instagram y publicaciones visten ropa nueva, pega los enlaces directos de compra de las mismas tiendas virtuales.

Segunda estrategia, el internet como un canal de distribución de Inditex. La industria textil continúa haciendo esfuerzos para establecer la comunicación con consumidores para crear una relación de identidad con sus empresas, de ese modo a través de las redes sociales como Instagram y Tik Tok siguen informando repetidas veces sus colecciones, promociones, a las celebridades promotoras de sus marcas y productos y eventos sociales, conferencias usando videos, reels e historias. (Saraite-Sariene et al. 2018).

El primer objetivo fue lograr que la audiencia compre en un futuro muy próximo o inmediato elementos de su colección de ropa, sino en todo caso quedarse como referencia para una compra más distante, así finalmente lograr su éxito comercial.

¿Cómo “Me gusta” comparte información y la sugiere a mis contactos? Pues las reacciones de “Me gusta”, “Me encanta”, “Me entristece” “Me enfurece” “Me sorprender” para el consumidor solo fueron reacciones, adjetivos para calificar lo que ven en línea, pero para la industria textil y sus marcas de tiendas representaron información de tus gustos de ropa y que estás dispuesto a comprar, números que describieron el gusto o disgusto colectivo; representó toda la lista de contacto a la que le será visible la publicación (foto) de la colección de ropa a la cual reaccionaste y una vez más se repetirá todo para sus propios contactos, finalmente en esta cadena de reacciones y sugerencias las marcas de ropa de moda rápida aseguran la venta de sus productos.

Sumada a las anteriores, la tercera estrategia ha sido la tradicional publicidad pagada que aparece de manera directa y no deseada cuando navegas por internet, en los años 90's, 80's aparecían en los periódicos o revistas físicas. Actualmente la intención es la misma, promocionar, pero a una aceleración de miles de visualizaciones por hora gracias a las redes sociales. Consumidores han terminado comprando ropa de la moda rápida solo el constante estímulo de gratificación combinado al poder adquisitivo de los mismos. En tiendas como Zara, principal vendedora de moda rápida, ropa de baja calidad y vida útil, estos estímulos se presentaron cada dos semanas, llevando a un consumo y generación de toneladas de ropa como residuo sólido que claramente no se degradara en dos semanas, sino en siglos de años.

Esta exigencia invisible fue en términos modernos el bombardeo de publicidad por las redes sociales, diarios, radio, en las calles, por las llamadas telefónicas.

Fue ese constante y agobiante lanzamiento de adds que impactan aun cuando no la buscó, sin embargo, se quedaron como referente. La productividad masiva de esta moda ha producido también toneladas y horas y horas de propaganda ahogante con el objetivo de mostrar sus productos. Y no ha sido solo de una marca de ropa, sino de centenares, no en un país, sino en centenares, este factor de impacto se puede ir multiplicando por el número de celulares o redes sociales existentes en la web.

Marketing4ecommerce de México, para este enero 2023 reportó cuales son las redes sociales con más usuarios, posicionando Facebook con 2958 millones de usuarios, WhatsApp con 2 000 millones, Instagram con 2 000 millones y Messenger con 931 millones de usuarios. Instagram se posicionó en segundo lugar, sin embargo, fue la protagonista ya que su crecimiento para 2023 fue en 522 millones de usuarios, es decir, creció en un 35.3%. YouTube cuenta con 2 514 millones de usuario, decreció en 1.87%, Tik tok creció en un 27.5%.

Marketin4ecommerce también clasifico el uso de las aplicaciones por edades. Instagram fue la app favorita de las mujeres entre los 16 y 24 años (23,1%), 25 y 34 años (17,6%). De las mujeres entre los 35 y 44 años (15,4%) y 55 a 64 años (16,9%) prefirieron WhatsApp, finalmente de las mujeres de 45 a 54 años prefirieron Facebook (16,9%).

Para el caso de los varones, los de 16 a 24 años (21,3%) prefirieron Instagram, los de 25 a 34 años Facebook (15,7%). Los varones más adultos entre 45 y 54 años (18,5%) y 55 a 64 años (19,5%) se inclinaron por WhatsApp. Para los comprendidos entre 35 a 44 años (17,1%) prefirieron igualmente WhatsApp y Facebook.

De este mismo sitio web estadístico, reportó que los individuos entre los 16 y 24 años se conectaban a las redes sociales por 3 horas 11 minutos (en el caso de las mujeres) y 2 horas 46 minutos (en el caso de los varones); Las mujeres de 25 a 34 años pasaban 2h y 56 minutos en las redes y los varones del mismo rango de edad lo hacían 2 horas y 42 minutos. El 29% de usuarios globales siguen a actores, comediantes; el 27% a personajes de la industria musical.

Digital 2023 en su reporte de comercio virtual, para el 2023, de los países con mayor número de usuarios, tuvo a los Emiratos Árabes Unidos con un 105.5% de usuarios, Corea del Sur con 92%, Hong Kong al 89.9%, Países Bajos con 88.1%, Canadá con 85.7% y España con el 85.6% de su población. El 76.4% de los internautas visitaron páginas y aplicaciones para comprar, subastas y anuncios clasificados.

Para enero del 2023 Statista digital Market reportó que en el 2022 los consumidores virtuales en la categoría Fashion hicieron compras por \$871.2 billones de dólares. Ello muestra el poder adquisitivo y gasto realizado por ese 76.4% de internautas en las páginas web y aplicaciones de compra.

c) Dimensiones del consumo de la ropa de moda rápida

En la presente tesis adoptamos las siguientes dimensiones para la variable consumo de ropa de la moda rápida:

- Dimensión 1: Consumo de prendas baratas
- Dimensión 2: Oferta
- Dimensión 3: Demanda y uso primario de la ropa
- Dimensión 4: Estímulos permanentes

d) Indicadores del consumo de la moda rápida

Asimismo, los indicadores de las dimensiones son:

- Indicador de la dimensión Consumo de prendas baratas:
 - Precio de venta y su costo ambiental
- Indicador de la dimensión Oferta:
 - Descripción de la prenda y resurtidos de ropa.
 - Tiendas que más visitan y compran
- Indicador de la dimensión Demanda y uso primario de la ropa:
 - Consideración de los aspectos ambientales.
 - durabilidad de la ropa
- Indicador de la dimensión Estímulos permanentes:
 - Marketing, publicidad, redes sociales.
 - Facilidad de pago.

En el diario virtual Nuevo Ciclo, enfatizó que la vida útil de la ropa depende de factores como lavado, secado, planchado, arreglos y cuidados. La utilización, mientras más se emplee las prendas el impacto que tiene en el medio ambiente es menor, por tanto, combinar las que se tiene es una práctica ambientalmente amigable. Cada prenda tiene una vida útil, sin embargo, esta dependerá del cuidado y uso correcto, pues pierden elasticidad, color, suavidad.

2.3. Marco Conceptual

2.3.1 Consumo de ropa de moda rápida

Tomando a (Mihanovich. M 2019) es el consumo de la moda descartable, barata y abundante en variedad y oferta donde el consumidor adquiere y tira las prendas ya que no tienen tanta durabilidad. En adición, entre sus características, es el consumo en alta demanda que no pasa solo por el producto en sí, sino también por los valores y visibilidad promovido por el marketing en las redes sociales, el rol de influencers, que representan una influencia externa que junto a las facilidades de pago causan una demanda desorganizada, no planificada por parte de los consumidores a costa de su costo e impacto ambiental.

Asimismo, Gardetti y Delgado la definen como la compra de un producto de ropa que independiente a su naturaleza, ya está predispuesto a deshacerse de él en tiempo breve, ya que pierde su función simbólica antes de su deterioro funcional, lo que lleva a los consumidores a comprarlos cada vez más y genera una cultura del desecho. Señalaron como características su producción corta, alta rotación en tiendas, poca durabilidad y alta demanda.

Finalmente, Cesarina Mason y Pauluzzo, Muhammad Umar, en palabras similares la definieron como el consumo de una moda de vida corta, alta volatilidad, precios asequibles y decisiones de compra muy impulsivas por parte de los consumidores que resultan en niveles masivos de desperdicio y emisiones de efecto invernadero, insostenible para la situación climática.

Es así, que con base en los conceptos mencionados por la diseñadora Mihanovich en el 2019 y Cesarina Mason, Pauluzzo y Muhammad Umar en el 2022 en la presente tesis como nuevo constructo se definió al consumo de la moda rápida como la proveniente de la moda descartable, barata, de poca durabilidad, es decir, ciclos de vida cortos, que gracias a estímulos permanentes como marketing, redes sociales y facilidades de pago es ofertada a precios asequibles en cantidades abundantes en tiendas retail con periodos cortos de resurtidos, y de alto costo ambiental por los diversos aspectos ambientales consumidos e impactos ambientales generados.

2.3.2 Conciencia ambiental

Según (Cerrillo Vidal 2010) mencionó que conciencia ambiental es el grado de preocupación por los problemas ambientales y de apoyar iniciativas para solucionar y/o indicar una voluntad de contribuir personalmente a su solución. Así mismo según (Despotović et al. 2021) mencionó que es un tema complejo y multifacético donde están comprendidos los valores personales, conocimientos que tenemos, actitudes que adoptamos hacia el medio ambiente y componentes comportamentales que presentamos; presentando dos dominios. El primero refiriéndose a la percepción de los problemas ambientales, el cual estaba vinculado al conocimiento ambiental; entonces, en un individuo está estrechamente ligada a la esfera cognitiva/experiencial. El segundo dominio está muy relacionado con el dominio afectivo y psicológico refiriéndose a las inclinaciones personales para la protección del medio ambiente, que engloba valores, comportamientos y actitudes ambientales.

Por su parte (Jiménez, Lafuente 2006) expusieron cuatro dimensiones para la conciencia ambiental, las cuales contienen sus indicadores respectivos: dimensión cognitiva (grado de información sobre medio ambiente), afectiva (nivel de interés y preocupación por

el ambiente) y disposicional (nivel compromiso en beneficio del ambiente) y activa (activismo ambiental).

De las definiciones planteadas por los autores mencionados con anterioridad, se definió a la conciencia ambiental como los aspectos que integran al individuo para la interacción con su entorno con el afán de cuidarlo y preservarlo, donde esos aspectos conformaron el dimensionamiento de la conciencia ambiental el cual puede ser medible mediante el nivel de información respecto a contaminación ambiental (dimensión cognitiva); grado de interés hacia el cuidado por el medio ambiente (dimensión afectiva); nivel de compromiso hacia la realización de actividades que contribuyen con la protección del ambiente (dimensión disposicional); hábitos de consumo sostenible y manejo adecuado de residuos sólidos (dimensión activa).

2.4. Definición de términos básicos

2.4.1. Actitud ambiental:

Perspectiva que adopta una persona para el tratamiento de cuestiones ambientales, manifestándose a través de su disposición y apreciación emocional dirigidas a prácticas amigables con el medioambiente. (Díaz Encinas, Fuentes Navarro 2018)

2.4.2. Busca información ambiental:

Acción de averiguar y recopilar información de cuestiones ambientales con el fin de incrementar el conocimiento para un mejor entendimiento sobre las prácticas que amigables con nuestro medio ambiente. (Aragón Cruz, Córdova 2019)

2.4.3. Clasificación de los residuos sólidos:

Los residuos se clasifican de acuerdo con el manejo que reciben, en peligrosos y no peligrosos, y según la autoridad competente para su gestión en municipales y no municipales. (Farfán, Carrino 2018)

2.4.4. Consumidores de ropa de moda rápida:

Son los/las jóvenes que compran la ropa que la industria textil produce como moda rápida, por ser barata, disponible en grandes cantidades, no duraderas y que están predispuestos a deshacerse de ellas. (Gardetti y Delgado, 2018)

2.4.5. Contaminación causada por moda rápida:

Acción y estado que resulta de la introducción por el hombre de contaminantes al ambiente por encima de las cantidades y/o concentraciones máximas permitidas tomando en consideración el carácter acumulativo de las contaminantes en el ambiente. (SINIA, 2012), ajustando este concepto al marco de la industria

textil, la contaminación por moda rápida es la que se genera por los subproductos generados en la producción y desechos de sus ropas.

2.4.6. Degradación ambiental:

Alteración de uno o varios de los componentes del medio ambiente, como el aire, suelo, agua. Situación que afecta en forma negativa a los organismos vivos. (SINIA, 2012)

2.4.7. Demuestra preocupación:

Demuestra sensibilidad e interés hacia la problemática ambiental, manifestando una auténtica preocupación a sus posibles soluciones. (Santacruz Espinoza 2018)

2.4.8. Disponibilidad final:

Procesos u operaciones para tratar y disponer en un lugar residuos como último proceso de su manejo en forma permanente, sanitaria y ambientalmente segura. (Farfán, Carrino 2018)

2.4.9. Degradación de la ropa:

Disminución de las propiedades o calidad de la ropa, que puede ser en color, suavidad, elasticidad, rayaduras, etc. (Mihanovich. M 2019)

2.4.10. Educación ambiental

Es el instrumento para lograr la participación ciudad y base fundamental para una adecuada gestión ambiental. Es un proceso educativo integral, que se da en toda la vida de la persona y busca generar en él los conocimientos, actitudes, valores y las prácticas necesarias para desarrollar sus actividades en forma ambientalmente adecuada, con miras a contribuir al desarrollo sostenible del país. (SINIA, 2012)

2.4.11. Estilo de vida:

Conjunto de valores jerarquizados con relativa consistencia, normas, actitudes, hábitos de uso y conductas compartidas, que el individuo adopta en su vida diaria. (Corraliza, Martín 2000)

2.4.12. Huella hídrica

Es la cantidad de agua que se utiliza y las actividades diarias y en la fabricación de todo lo que se consume. (Ministerio de Agricultura y Riego)

2.4.13. Impacto ambiental:

Alteración positiva o negativa, de uno o más de los componentes del ambiente proada por la acción de un proyecto. Este es la

diferencia entre qué habría pasado con la acción y que habría pasado sin esta. (SINIA, 2012)

2.4.14. Moda rápida

También conocido como “Fast fashion o low cost” es el fenómeno de producción y consumo masivo de ropa, calzado e incluso carteras que se da de manera masiva, a gran velocidad y va cambiando según las tendencias. (Cesarina Mason, Pauluzzo, Muhammad Umar 2022) plantean que la industria de la moda rápida se caracteriza por ciclos de vida cortos de los productos, alta volatilidad, precios asequibles y decisiones de compra muy impulsivas de los consumidores, que resultan en niveles masivos de desperdicio y emisiones de gases de efecto invernadero.

2.4.15. Moda Sostenible:

Las Naciones Unidas en el año 1987 mencionaba que Sostenibilidad es el desarrollo que satisface las necesidades del presente, sin comprometer las necesidades de las futuras generaciones, definido así las Naciones Unidas en 1987. Entonces un comportamiento congruente con el concepto sería aquel que alinea sus necesidades y operaciones con los principios de la naturaleza de modo que lograr el desarrollo humano dentro de las bondades y limitaciones de los recursos y servicios ambientales, permitiendo que la renovación de sus aspectos.

Ese enfoque general aplica a las relaciones sociales e individuales. Desde este se puede evaluar si el comportamiento de la persona, más allá de estar dirigidas por sus deseos y necesidades, atentan o no con un desarrollo de un futuro sustentable tanto para él y para su colectivo. Dentro de estos comportamientos tenemos un abanico de acciones que van desde el consumo en agua, gas, electricidad, el espacio que ocupamos para las vivencias, las compras de alimentos y de la ropa.

Abordar o insertar el término a la moda significa cambiar parcialmente su esencia, integrarle a su ADN un nuevo gen “Sostenibilidad” desde el primer momento en que los modistas se les ocurre siquiera lanzar otra colección de ropa, pues ya no solo se abordarían aspectos de diseños, telas, colores, escenarios, fotografías, presupuesto, cantidades ahora tendrían que mantener la esencia de su colección sosteniblemente, ser sostenibles en cada paso de su creación, producción e incluso consumo. Y esa es una tarea que las marcas y tiendas de moda ropa rápida no han integrado a sus operaciones, sin embargo, en su etiquetado “ecológico” o “verde” la publicitan como si así fuera. Fletcher K., y Grose, L. (2012) en *Fashion & Sustainability: Design for Change* sostienen que la moda sostenible se caracteriza por incluir enfoques sociales (como las buenas prácticas sociales),

medio ambientales, la reducción de la producción y consumo de ropa, promoviendo el reciclaje y el uso de materiales renovables y orgánicos. Henninger (2016) concluye que la moda sostenible significa alejarse de las prácticas de producción y su consumo del sistema de la moda rápida. (Martínez-Barreiro 2020).

De ello podemos resumir que el termino sostenible se compone de un enfoque ecológico, social (ya que también vela por los derechos de los trabajadores en la industria textil globalizada), del consumidor y sus hábitos de compras (que contribuyen al cambio climático, ej.: emisiones de CO2, generación de RRSS) y del discurso académico de la moda sostenible que busca educar y reorientarnos a ser líderes de cambio hacia la producción y consumo consciente, no solo en ropa, sino transversal a nuestras practicas sociales.

2.4.16. Residuos sólidos:

(Ley de RRSS 27314) Residuo sólido es cualquier objeto, material, sustancia o elemento resultante del consumo o uso de un bien o servicio, del cual su poseedor se desprenda o tenga la intención u obligación de desprenderse, para ser manejados priorizando la valorización de los residuos y en último caso, su disposición final.

2.4.17. Sostenibilidad

Las Naciones Unidas (1987) menciona que Sostenibilidad es el desarrollo que satisface las necesidades del presente, sin comprometer las necesidades de las futuras generaciones.

2.4.18. Segregación:

(Ley de RRSS 27314) La segregación de residuos debe realizarse en la fuente, es decir, separarse según tipo sus tipos.

III. HIPÓTESIS Y VARIABLES

3.1. Hipótesis

➤ Hipótesis general

Hi: La conciencia ambiental tiene una relación significativa con el consumo de ropa de la moda rápida de los estudiantes de 7mo a 10mo ciclo de la Facultad de Ingeniería Ambiental y de Recursos Naturales de la Universidad Nacional del Callao, sede Callao, 2024.

➤ Hipótesis específicas

H1. La dimensión cognitiva de la conciencia ambiental tiene una relación significativa con el consumo de ropa de la moda rápida de los estudiantes de 7mo a 10mo ciclo de la Facultad de Ingeniería Ambiental y de Recursos Naturales de la Universidad Nacional del Callao, sede Callao, 2024.

H2. La dimensión afectiva de la conciencia ambiental tiene una relación significativa con el consumo de ropa de la moda rápida de los estudiantes de 7mo a 10mo ciclo de la Facultad de Ingeniería Ambiental y de Recursos Naturales de la Universidad Nacional del Callao, sede Callao, 2024.

H3. La dimensión disposicional de la conciencia ambiental tiene una relación significativa con el consumo de ropa de la moda rápida de los estudiantes de 7mo a 10mo ciclo de la Facultad de Ingeniería Ambiental y de Recursos Naturales de la Universidad Nacional del Callao, sede Callao, 2024.

H4. La dimensión activa de la conciencia ambiental tiene una relación significativa con el consumo de ropa de la moda rápida de los estudiantes de la Universidad Nacional del Callao, sede Callao, 2024.

3.1.1. Operacionalización de variables

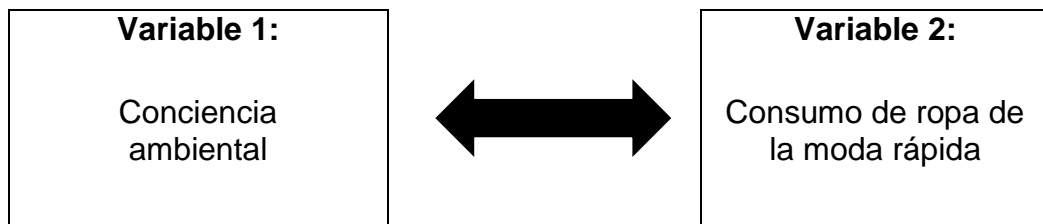
➤ Definición conceptual:

- **El consumo de la ropa de la moda rápida:** (Mihanovich. M 2019) definió al consumo de la moda rápida como la demanda y adquisición de ropa de moda descartable, barata, abundante donde el consumidor compra y brevemente desecha las prendas ya que no tienen tanta durabilidad. Explicando que en un inicio había dos temporadas, primavera-verano y otoño-invierno y los grandes desfiles realizaban sus exclusivos y costosos lanzamiento según estas temporadas. Con el paso de los años la moda rápida representadas en tiendas retail se exponen en las pasarelas y tendencias globales, copiando estas a bajo costo, producidas en tiempo récord de dos semanas para ser ofertadas en los locales de forma masiva y ser publicitadas en redes sociales y/o medios físicos publicitarios. Ello llevo a concluir a la autora que el consumo de la ropa de moda rápida no pasa solo por el producto en sí mismo, sino también por los valores y

visibilidad en las redes sociales, aunque no descarta el valor ecológico en la decisión de compra.

- **La conciencia ambiental:** (Jiménez & Lafuente, 2010). Es la medida en que un individuo o grupo comprende y aplica adecuadamente los conceptos, principios y acciones relacionados con la gestión responsable y sostenible de los residuos sólidos
- Operacionalización de las variables

Según lo antes expuesto se determina relación entre las variables:



- Definición operacional:
- **Conciencia Ambiental**

Según (Jiménez Sánchez, Lafuente 2010), hacen referencia a determinados procesos que se asocian a las acciones humanas intentando reducir el impacto ambiental de la acción humana teniendo el siguiente dimensionamiento: psicológicas (afectiva, cognitiva, disposicional) y de comportamiento (activa).

- **Consumo de la moda rápida**

Siguiendo el concepto de (Mihanovich. M 2019) consumo de ropa de moda rápida es la adquisición de ropa provenientes de este tipo de moda que se caracteriza por ser barata, desechable a corto tiempo por su mala calidad, ofertada aceleradamente en cantidades abundantes en tiendas retail, llegando a vender masivamente gracias a las facilidades de pago y estímulos publicitarios, redes sociales, y que asimismo tiene un alto costo ambiental.

Tabla N°2 Operacionalización de variables

VARIABLE	DEF. CONCEPTUAL	DEF. OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍNDICES	MÉTODO	TÉCNICA	INSTRUMENTOS
Consumo de ropa de la moda rápida	Según (Mihanovich, M 2019) se define al consumo de la moda rápida como la ddemanda y adquisición de ropa de moda descartable, barata, abundante donde el consumidor compra y brevemente desecha las prendas ya que no tienen tanta durabilidad. Explicando que en un inicio había dos temporadas, primavera-verano y otoño-invierno y los grandes desfiles realizaban sus exclusivos y costosos lanzamiento según estas temporadas. Con el paso de los años la moda rápida representadas en tiendas retail se exponen en las pasarelas y tendencias globales, copiando estas a bajo costo, producidas en tiempo récord de dos semanas para se ofertadas en los locales de forma masiva y ser publicitadas en redes sociales y/o medios físicos publicitarios.		Consumo de prendas baratas	Precio de venta y su costo ambiental	P14-P16 (Escala de Likert)			
			Oferta	Descripción de la prenda y resurtidos de ropa	P17-P18 (Escala de Likert)			
				Tiendas que más visitan y en las cuales compran.	P19-P20 (Escala de Likert)			
			Demanda y uso primario de la ropa	Consideración de los aspectos ambientales Durabilidad de la ropa	P21-P22 (Escala de Likert) P23 -P24 (Escala de Likert)			
			Estímulos permanentes	Marketing, publicidad, redes sociales, facilidad de formas de pago	P25-P26 (Escala de Likert)			
Conciencia ambiental	(Jiménez Sánchez, Lafuente 2010), hacen referencia a determinados procesos que se asocian a las acciones humanas intentando reducir el impacto ambiental de la acción humana teniendo el siguiente dimensionamiento: psicológicas (afectiva, cognitiva, disposicional) y de comportamiento (activa)	La conciencia ambiental es el nivel de conocimiento y sensibilidad que la persona a integrado a su personalidad y dirige sus acciones buscando el menor impacto al ambiente, reflejándose mediante las dimensiones cognitiva, afectiva, disposicional, activa	Cognitiva	Grado de conocimiento busca información ambiental	P1-P3 (Escala de Likert)	Cuantitativo (deductivo)	Encuesta	Cuestionario
			Afectiva	Demuestra preocupación Demuestra disposición	P4-P7 (Escala de Likert)			
			Disposicional	Actitud ambiental	P8-P11 (Escala de Likert)			
			Activa	Estilo de vida	P12-P13 (Escala de Likert)			

IV. METODOLOGÍA DEL PROYECTO

4.1. Diseño metodológico

La investigación fue de tipo aplicada, ya que resultados contribuyen al desarrollo de estrategias orientadas a mejorar la conciencia ambiental de los estudiantes y por ende impulsar un consumo sostenible de ropa en los estudiantes de 7mo a 10mo ciclo de la FIARN de la Universidad Nacional del Callao, sede Callao. Este tipo de investigación hace uso de la teoría, es decir, el propósito de realizar aportes con la finalidad la resolución de problemas prácticos (Polanía Reyes et al. 2020).

Según su alcance, correlacional ya que se buscó determinar el nivel de relación existente entre las variables mediante la aplicación de fórmulas estadísticas.

Según el diseño de la investigación, fue no experimental ya que no se alteraron ni modificaron las características de las variables en estudio: conciencia ambiental y consumo de ropa de la moda rápida. Además, se definió como una investigación transversal, debido a que se aplicó el método de la encuesta y uso el cuestionario para la recolección de datos, en un periodo de tiempo definido, correspondiente al mes de marzo del año 2024 en los estudiantes de 7mo a 10mo ciclo de la FIARN de la Universidad Nacional del Callao, sede Callao, (Hernández Sampieri, Fernández Collado, Baptista Lucio 2018)

Según su enfoque, la investigación fue cuantitativa, ya que se recolectó datos mediante encuestas, obteniéndose resultados con la finalidad de contrastar nuestra hipótesis de la presente investigación, (Polanía Reyes et al. 2020)

4.2. Método de investigación

Para (Hernández Sampieri, Mendoza Torres 2018) la ruta cuantitativa se apoya del razonamiento deductivo, que parte de la teoría, de la cual se derivan las hipótesis que se someterá a prueba. De lo general a lo particular.

En primer lugar, se realizó la búsqueda de información mediante fuentes bibliográficas (tesis, artículos, informes institucionales, etc.), después de ello, se procedió a la elaboración de los instrumentos de recolección de información, los cuales fueron 02 cuestionarios que fueron sometidos a procesos de validación de confiabilidad y validez antes de ser aplicados en campo, seguidamente se determinó el universo, la población y tamaño de muestra; posterior a ello se aplicó el instrumento, después se realizó el procesamiento de datos cuyos resultados fueron sistematizados a una base de datos en Microsoft Excel y posteriormente fueron analizados a través del software estadístico SPSS Statistics, con la finalidad de determinar qué tipo de relación existe entre las variables de estudio, se analizó los resultados y posteriormente se dieron conclusiones y recomendaciones, y finalmente se elaboró el informe de investigación. A continuación, se muestra el esquema metodológico de la investigación.

Figura N°15: Esquema metodológico de la investigación



Nota: Este es el paso a paso del desarrollo metodológico de la tesis.

4.3. Población y muestra:

Se partió de un universo para nuestra investigación, que fueron todos los estudiantes de la Facultad de Ingeniería Ambiental y de Recursos Naturales de la Universidad Nacional del Callao de sede Callao, 2024, conformado por 481 estudiantes según la (FIARN-UNAC 2024), donde según (Arias Gómez, Villasís Keever, Miranda Novales 2016), lo definió el universo de estudio como conjunto de casos, definido, limitado y accesible, que forma el referente para la elección de la muestra, y cumplió con una serie de criterios predeterminados; se tuvo un universo finito, infinito, hipotético. Convenientemente debió ser identificado desde los objetivos de estudio en términos geográficos, sociales, económicos, culturales, etc.

Después de haber definido nuestro universo de estudio, definimos la población de estudio que según (Arias Gómez, Villasís Keever, Miranda Novales 2016) se especificaron los criterios que debieron cumplir los participantes. Donde los criterios que especifican las características que la población se denominaron criterios de elegibilidad o criterios de selección. Estos criterios fueron los criterios de inclusión, exclusión y eliminación, los mismos que delimitaron a la población elegible. Donde se tuvo:

Criterios de Inclusión

- Estudiantes de uno y otro sexo.
- Estudiantes de todas las edades
- Estudiantes que estén matriculados en al menos un curso de entre el 7mo al 10mo ciclo, semestre académico 2024 A

Criterios de Eliminación

- Estudiantes que no completen la encuesta.

De los criterios aplicados se obtuvo como resultado de población de estudio, a todos los estudiantes del 7mo al 10mo de la Facultad de Ingeniería Ambiental y de Recursos Naturales de la Universidad Nacional del Callao de sede Callao, semestre académico 2024 A conformados por 235 estudiantes según (FIARN-UNAC 2024)

Después, de haber definido la población para el estudio, se definió el tamaño de muestra de estudio, que según (Arias Gómez, Villasís Keever, Miranda Novales 2016) fue necesario que se garantice sea representativa de la población para que los resultados de la investigación puedan generalizarse al total de la población o universo, es decir, que se puedan hacer inferencias a partir de la muestra estudiada. Recomendó que la mejor forma de hacerlo es que la muestra de participantes fuer elegida de manera aleatoria, con el propósito que todos los elementos de la población tuvieran la misma probabilidad de ser incluidos en el estudio. Mencionando que para seleccionar la muestra se contó con el método de muestreo no probabilístico y el muestreo probabilístico o aleatorio; que en este último se tuvo: al muestreo aleatorio por conglomerados, muestreo aleatorio estratificado, muestreo aleatorio simple, donde para nuestro estudio se eligió este último ya que, este procedimiento fue atractivo por su simpleza. Adicionalmente (Pastor 2019), mencionó que la muestra de estudio es un fragmento o segmento que refleja las características de un conjunto poblacional, que la muestra debe orientarse a escoger a los participantes que fueran pertinentes para el propósito de la investigación. Asimismo, el tipo de muestra estuvo determinado por el problema de investigación, el diseño y la metodología del proyecto. En relación con lo expuesto, la muestra se calculó mediante un muestreo aleatorio simple, de la población que estuvo conformada por 235 estudiantes del 7mo al 10mo ciclo de la Facultad de Ingeniería Ambiental y de Recursos Naturales de la Universidad Nacional Del Callao, sede Callao, semestre académico 2024 A; ya que la población de estudio fue conocida, se utilizó la ecuación que corresponde para determinar el tamaño de muestra en poblaciones

finitas. Entonces (Condori Ojeda 2020), mencionó que el Universo o población objetivo fueron los elementos (personas, objetos, programas, sistemas, sucesos, base de datos, etc.) globales, los cuales pueden ser finitos o infinitos; mientras que la población estuvo dada por los elementos accesibles o unidad de análisis que perteneces al ámbito especial donde se desarrolló el estudio; y la muestra es la representativa de la población, con las mismas características generales de la población. Según (Hernández Sampieri, Mendoza Torres 2018), el término población se usa para referirse al total de casos que tienen características similares. De ello se tiene para nuestra investigación lo siguiente:

Población: Estudiantes del 7mo al 10mo ciclo de la Facultad de Ingeniería Ambiental y de Recursos Naturales de la Universidad Nacional Del Callao, sede Callao, semestre académico 2024 A. De la población se seleccionó una muestra probabilística aleatoria simple, ya que cada elemento de la población tuvo la misma probabilidad de ser seleccionado para formar parte de la muestra, es decir que cada estudiante del 7mo al 10mo ciclo de la Facultad de Ingeniería Ambiental y de Recursos Naturales de la Universidad Nacional Del Callao, sede Callao; semestre académico 2024 a, tuvo la misma probabilidad de ser seleccionado.

Muestra: Cantidad representativa de la población “estudiantes del 7mo al 10mo ciclo de la Facultad de Ingeniería Ambiental y de Recursos Naturales de la Universidad Nacional Del Callao, sede Callao”, semestre académico 2024 A. De (Pastor 2019), se entendió por muestra un fragmento o segmento que refleja las características de un conjunto poblacional. La muestra se orientó a escoger a los participantes que fueran pertinentes para el propósito de la investigación. Asimismo, el tipo de muestra estuvo determinado por el problema de investigación, el diseño y la metodología del proyecto. En relación con lo expuesto, la muestra se calculó mediante un muestreo aleatorio simple, de la población que estuvo conformada por 235 estudiantes del 7mo al 10mo ciclo de la Facultad de Ingeniería Ambiental y de Recursos Naturales de la Universidad Nacional Del Callao, sede Callao, semestre académico 2024 A; ya que la población de estudio fue conocida, se utilizó la ecuación que corresponde para determinar el tamaño de muestra en poblaciones finitas.

$$n = \frac{NZ^2 \left(\frac{\alpha}{2}\right) pq}{e^2 x(N - 1) + pqZ^2 \left(\frac{\alpha}{2}\right)}$$

Donde

$Z_{\alpha/2}$ = nivel de confianza (95%: 1.96)

N = tamaño de la población (235)

n = tamaño de la muestra

e = error de estimación máximo tolerable (0.05)

p = proporción de elementos que poseen la característica de interés. (0.5)

q = 1-p (0.5)

$$n = \frac{(235)(1.96^2)(0.5)(1 - 0.5)}{(0.05^2)(235 - 1) + (0.5)(1 - 0.5)(1.96^2)}$$

$$n = 147$$

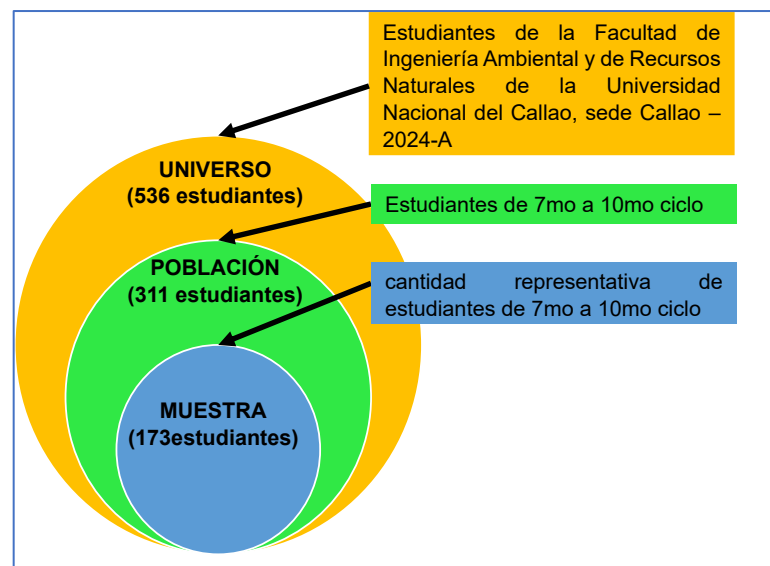
Entonces se tiene:

- **Población:** 235 estudiantes del 7mo al 10mo ciclo de la Facultad de Ingeniería Ambiental y de Recursos Naturales de la Universidad Nacional Del Callao, sede Callao, semestre académico 2024 A.

De la población se seleccionó una muestra probabilística aleatoria simple (por conveniencia), ya que cada elemento de la población tuvo la misma probabilidad de ser seleccionado para formar parte de la muestra es decir que cada estudiante del 7mo al 10mo ciclo de la Facultad de Ingeniería Ambiental y de Recursos Naturales de la Universidad Nacional Del Callao, sede Callao, semestre académico 2024 A; tuvo la misma probabilidad de haber sido seleccionado.

- **Muestra:** 147 estudiantes del 7mo al 10mo ciclo de la Facultad de Ingeniería Ambiental y de Recursos Naturales de la Universidad Nacional Del Callao, sede Callao, semestre académico 2024 A. Pero se tuvo una mayor cantidad de estudiantes participantes llegando a la cifra de 179 para nuestra muestra de estudio.

Figura N°16 Diagrama de universo, población y muestra



NOTA: En el diagrama se muestran los conjuntos de universo, población y muestra, que fue construido tomando de la relación de alumnos matriculados en periodo 2024A, (FIARN-UNAC 2024)

4.4. Lugar de estudio y periodo desarrollado

- Facultad de Ingeniería Ambiental y de Recursos Naturales de la Universidad Nacional del Callao, sede Callao. (Véase Figura N°17 de Anexo N°1)

4.5. Técnicas e instrumentos para la recolección de la información

Técnica

Para la investigación se utilizó como técnica a la encuesta, que según (Granados Muñoz, 2020), define a la técnica como conjunto de actividades o un procedimiento peculiar que es validada a través de la práctica y sirve para la solución de problemas de conocimiento en el ámbito científico; clasificándola según el proceso utilizado para recolectar información mediante la vista, experiencias, preguntas o la lectura.

Instrumento

Se utilizó como instrumento el cuestionario, donde las alternativas por cada pregunta se calificaron en función a la escala de Likert (1 al 5). (Véase Figuras 16 al 20 de Anexo N°1)

Para seleccionar el instrumento se tuvo en cuenta lo sostenido por (Granados Muñoz, 2020), que mencionó que el instrumento, es funcional a la técnica y se distingue por tres procesos que no siempre se llevan a cabo al mismo tiempo, estos son la captación, el registro y la medición. En la investigación, se utilizaron diferentes medios para obtener información denominados instrumentos de investigación y pudieron consistir en cuestionarios, entrevistas, observaciones y pruebas, fichas, formatos. El cuestionario fue definida según (Feria Ávila et al., 2020) como un conjunto de preguntas vinculadas al tema que se quiere investigar; mencionando que los cuestionarios pueden ser aplicables en diversos aspectos, como la opinión pública, el comportamiento de consumidores o el nivel de satisfacción de clientes. También (López Fernández et al., 2019) mencionó que para asegurarnos que los resultados obtenidos fueran representativos y que las conclusiones del estudio fueran válidas y confiables, era fundamental la validez de los instrumentos, refiriéndose al grado en que un instrumento de medición mide con precisión y fiabilidad la variable o constructo que se quiere evaluar.

Cabe resaltar que el instrumento debe ser validado por 3 especialistas y expertos. (Anexo 2)

Tabla 3*Validación de expertos*

N°	Juez experto	Especialidad y grado académico	Validación
1	Leyva Haro, Sergio	Especialidad: Estadístico Grado: Mtro. Gestión Ambiental para el Desarrollo Sostenible	90
2	Joao Huapaya Pardavé	Especialidad: Ingeniero ambiental y de recursos naturales Grado: Magister en Administración de Empresas	95
3	Jorge Quintanilla Alarcón	Especialidad: Sociólogo Grado: Doctor en Gestión Ambiental	80
PROMEDIO			88,33

La confiabilidad del instrumento se analizó mediante el estadístico alfa de Cronbach, conocido también como el método de consistencia interna. El cálculo del alfa de Cronbach requiere de una sola aplicación del instrumento de medición, y puede ser determinado por programas estadísticos. Asimismo, la escala de interpretación del estadístico que se empleó se presenta a continuación.

Tabla 4*Interpretación del coeficiente de confiabilidad*

Rangos	Magnitud
0.81-1.00	Muy alta
0.61-0.800	Alta
0.41-0.600	Media
0.21-0.400	Baja
0.01-0.20	Muy baja

Nota: Metodología de la investigación cuantitativa. (Palella Stracuzzi, Martins Pestana 2006)

Se aplicó el Alfa de Cronbach tanto para la encuesta sobre la variable conciencia ambiental, y la variable consumo de ropa de moda rápida, a través de una prueba piloto con 15 personas encuestadas, obteniéndose los siguientes resultados como se muestra en la Tabla 4.

Tabla 5

Alfa de Cronbach de los cuestionarios Conciencia ambiental y Consumo de Ropa de Moda Rápida

Cuestionario	Alfa de Cronbach	N de elementos
Cuestionario Conciencia ambiental	,917	13
Cuestionario Consumo de Ropa de Moda Rápida	,889	13

Resultados obtenidos en el software estadístico SPSS

De los resultados obtenidos del Alfa de Cronbach para ambos cuestionarios e interpretándolos, se tiene, que ambos muestran un coeficiente de confiabilidad muy alto (ver tabla 3)

4.6. Análisis y procesamiento de datos

Después de la recolección de información de la muestra, se realizó luego el análisis y procesamiento de datos, que de acuerdo a (Hernández Sampieri, Mendoza Torres 2018), el análisis se debe realizar tomando en cuenta los niveles de medición de las variables y mediante la estadística que pueden ser descriptiva para describir los datos, valores o puntuaciones obtenidas para cada variable; o inferencial para probar hipótesis y estimar parámetros. Para ello se utilizó los siguientes softwares:

Microsoft Word; se utilizó para redacción de los resultados en el informe de tesis.

Microsoft Excel; se utilizó para la recopilación de la información de los cuestionarios, y codificación de las respuestas correspondientes a cada una de las variables.

Statistics SPSS; se utilizó para obtener los resultados de datos descriptivos por variable (gráficos de barras) e inferencial (correlación entre las variables de estudio).

4.6.1 Determinación de la relación entre variables

Mediante el software SPSS Statistics, se determinó el coeficiente de Spearman (ρ), ya que es el coeficiente utilizado para estadísticas no paramétricas, la cual es utilizada en análisis estadísticos para variables ordinales o nominales (Hernández Sampieri, Mendoza Torres 2018). Donde se tiene un escalamiento del nivel de correlación entre variables que se muestran a continuación.

Tabla 6*Nivel de correlación entre variables*

Valor de Rho de Spearman	Correlación
-1.00	Correlación negativa perfecta
0.90	Correlación negativa muy fuerte.
-0.75	Correlación negativa considerable.
-0.50	Correlación negativa media.
-0.25	Correlación negativa débil.
-0.10	Correlación negativa muy débil.
0.00	No existe correlación alguna entre las variables.
0.10	Correlación positiva muy débil.
0.25	Correlación positiva débil.
0.50	Correlación positiva media.
0.75	Correlación positiva considerable.
0.90	Correlación positiva muy fuerte.
1.00	Correlación positiva perfecta

Nota: Se muestra un escalamiento de correlación según el Rho de Spearman obtenido. Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta (Hernández Sampieri, Mendoza Torres 2018)

4.7. Aspectos éticos en investigación:

La presente investigación se elaboró dentro de los siguientes lineamientos:

- **Académico:** La información detallada en la investigación tiene una finalidad exclusivamente académica informativa.
- **Veracidad:** La información recopilada no fue manipulada ni alterada en lo absoluto.
- **Confiable:** El estudio de investigación se fundamentó en la información proporcionada por los estudiantes del 7mo al 10mo ciclo de la Facultad de Ingeniería Ambiental y de Recursos Naturales de la Universidad Nacional Del Callao, sede Callao –2024. Esta información se mantuvo en estricta confidencialidad, respetando sus datos personales de los estudiantes participantes.
- **Objetivo:** Los datos recopilados fueron analizados de manera imparcial.
- **Originalidad:** Es autentica respecto a la autoría de otros estudios, por tal motivo se respetó el código de ética de investigación aprobado por Resolución N° 260-2019-CU, así como con la directiva N° 004-2022-R, ambas establecidas por la Universidad Nacional del Callao.

- **Ético:** ya que se explicó a los estudiantes la naturaleza de la investigación, su propósito, no se discriminó ni calificó peyorativamente a los estudiantes por sus preferencias.

V. RESULTADOS

Las respuestas de las 23 preguntas planteadas, a los 179 encuestados, fueron realizadas empleando 02 cuestionarios, cuyos resultados fueron ordenados, codificados y sistematizados a una base de datos en Excel; después de ello, se utilizó el software estadístico SPSS para el análisis y procesamiento de datos, mostrándonos en tablas y gráficos los resultados.

5.1. Resultados descriptivos

Resultados descriptivos de la variable conciencia ambiental

Tabla 7

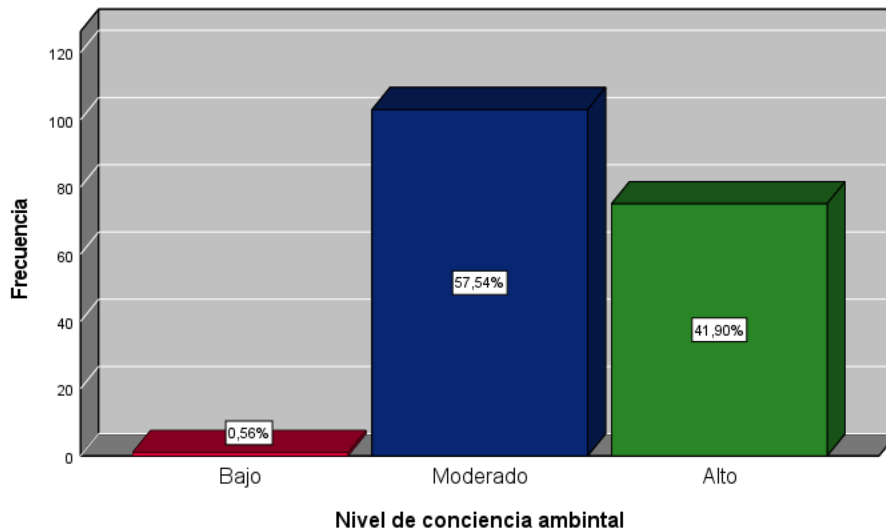
Nivel de Conciencia ambiental

Niveles	Rango	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	[13-29]	1	,6
Moderado	[30-47]	103	57,5
Alto	[48-65]	75	41,9
Total		179	100,0

NOTA: Resultados obtenidos en el software estadístico SPSS.

Figura N°18

Nivel de Conciencia Ambiental



NOTA: En figura N°18 se muestra el gráfico de barras de los niveles de conciencia ambiental obtenida a partir del procesamiento de datos en el software estadístico SPSS

De la tabla 6 y figura N°18 se tiene; de los 179 encuestados que es el 100%, el 41.90% (75 estudiantes) de los encuestados tienen un nivel alto de conciencia ambiental; el 57% (103 estudiantes) tienen un nivel moderado de conciencia ambiental; el 0.56% (1 estudiante) tienen un nivel bajo de conciencia ambiental.

Resultados descriptivos de la dimensión cognitiva de la conciencia ambiental

Tabla 8

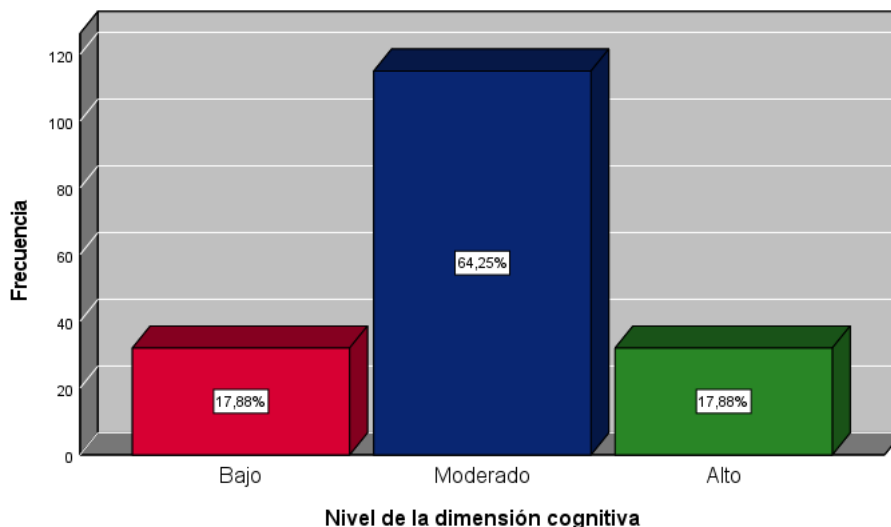
Nivel de la dimensión cognitiva

Niveles	Rango	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	[3-6]	32	17,9
Moderado	[7-10]	115	64,2
Alto	[11-15]	32	17,9
Total		179	100,0

NOTA: Resultados obtenidos en el software estadístico SPSS.

Figura N° 19

Nivel de la dimensión cognitiva



NOTA: En figura N°19 se muestra el gráfico de barras de los niveles de la dimensión cognitiva de la conciencia ambiental, obtenida a partir del procesamiento de datos en el software estadístico SPSS.

De la tabla 7 y figura N°19 se tiene; de los 179 encuestados que es el 100%, el 17.88% (32 estudiantes) de los encuestados tienen un nivel alto de la dimensión cognitiva; el 64.25% (115 estudiantes) tienen un nivel moderado de la dimensión cognitiva; el 17.88% (32 estudiantes) tienen un nivel bajo de la dimensión cognitiva

Resultados descriptivos de la dimensión afectiva de la conciencia ambiental

Tabla 9

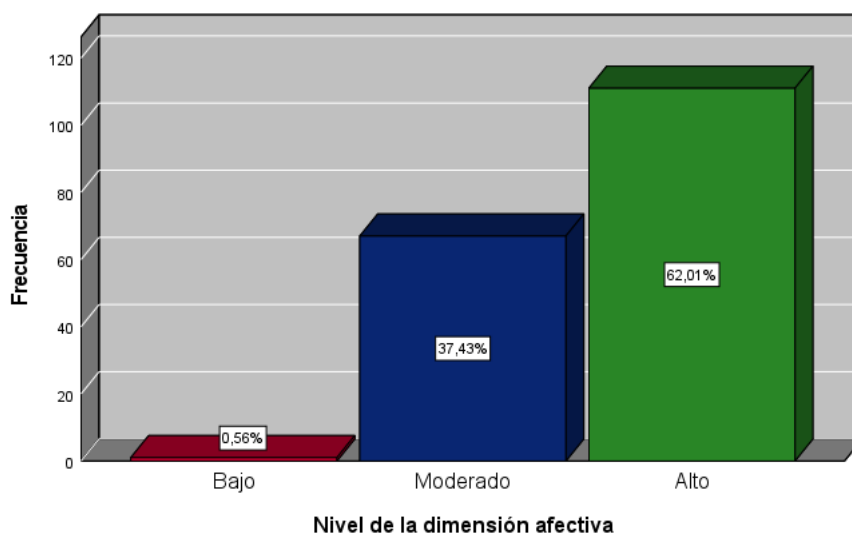
Nivel de la dimensión afectiva

Niveles	Rango	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	[4-8]	1	,6
Moderado	[9-14]	67	37,4
Alto	[15-20]	111	62,0
Total		179	100,0

NOTA: Resultados obtenidos en el software estadístico SPSS.

Figura N° 20

Nivel de la dimensión afectiva



NOTA: En figura N°20 se muestra el gráfico de barras de los niveles de la dimensión afectiva de la conciencia ambiental, obtenida a partir del procesamiento de datos en el software estadístico SPSS

De la tabla 8 y figura N°20 se tiene; de los 179 encuestados que es el 100%, el 62.01% (111 estudiantes) de los encuestados tienen un nivel alto de la dimensión afectiva; el 37.43% (67 estudiantes) tienen un nivel moderado de la dimensión afectiva; el 0.56% (1 estudiante) tienen un nivel bajo de la dimensión afectiva.

Resultados descriptivos de la dimensión disposicional de la conciencia ambiental

Tabla 10

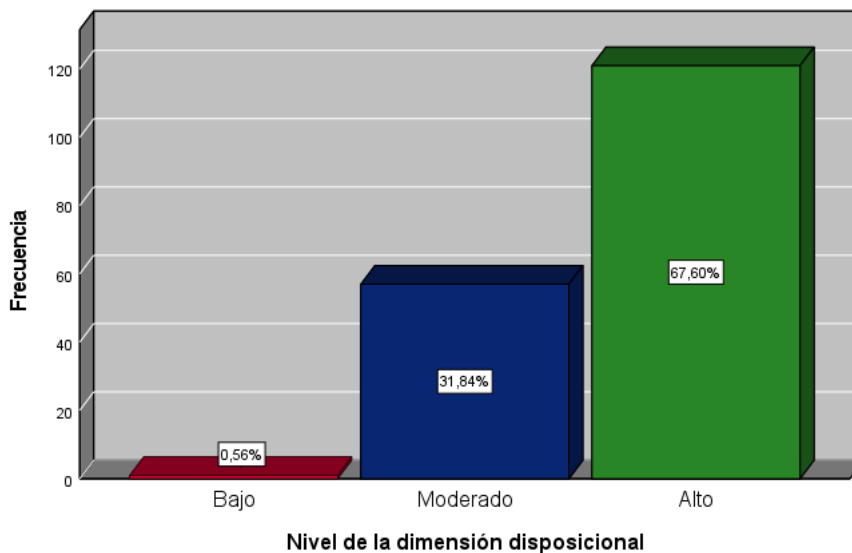
Nivel de la dimensión disposicional

Niveles	Rango	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	[4-8]	1	,6
Moderado	[9-14]	57	31,8
Alto	[15-20]	121	67,6
Total		179	100,0

NOTA: Resultados obtenidos en el software estadístico SPSS.

Figura N°21

Nivel de la dimensión disposicional



NOTA: En figura N°21 se muestra el gráfico de barras de los niveles de la dimensión disposicional de la conciencia ambiental, obtenida a partir del procesamiento de datos en el software estadístico SPSS

De la tabla 9 y figura N°21 se tiene; de los 179 encuestados que es el 100%, el 67.60% (121 estudiantes) de los encuestados tienen un nivel alto de la dimensión disposicional; el 31.84% (57 estudiantes) tienen un nivel moderado de la dimensión disposicional; el 0.56% (1 estudiantes) tienen un nivel bajo de la dimensión disposicional.

Resultados descriptivos de la dimensión activa de la conciencia ambiental

Tabla 11

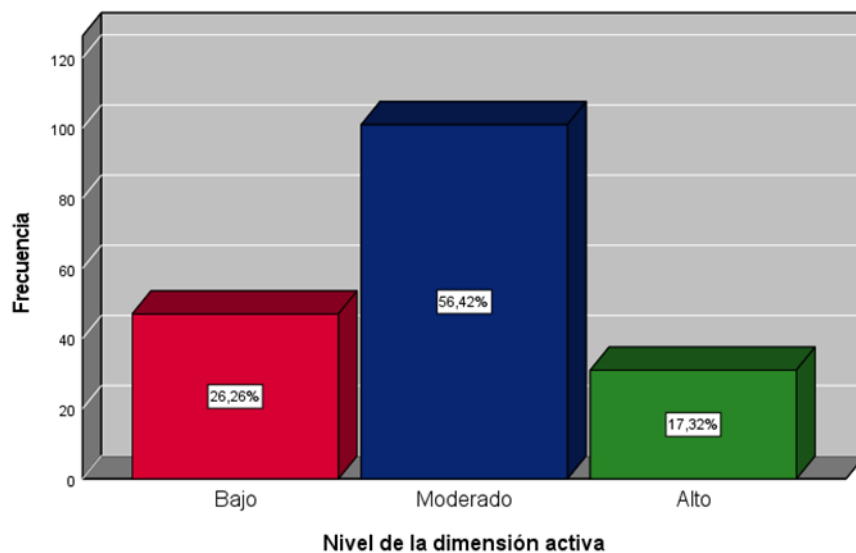
Nivel de la dimensión activa

Niveles	Rango	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	[2-4]	47	26,3
Moderado	[5-7]	101	56,4
Alto	[8-10]	31	17,3
Total		179	100,0

NOTA: Resultados obtenidos en el software estadístico SPSS.

Figura N° 22

Nivel de la dimensión activa



NOTA: En figura N°22 se muestra el gráfico de barras de los niveles de la dimensión activa de la conciencia ambiental, obtenida a partir del procesamiento de datos en el software estadístico SPSS

De la tabla 10 y figura N°22 se tiene; de los 179 encuestados que es el 100%, el 17.32% (31 estudiantes) de los encuestados tienen un nivel alto de la dimensión activa; el 56.42% (101 estudiantes) tienen un nivel moderado de la dimensión activa; el 26.26% (47 estudiantes) tienen un nivel bajo de la dimensión activa.

Resultados descriptivos de la variable consumo de ropa de moda rápida

Tabla 12

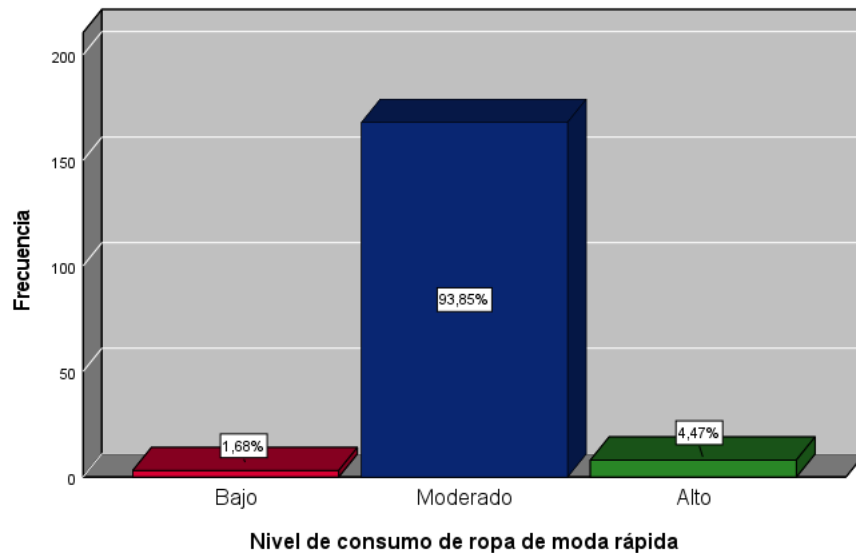
Nivel del Consumo de ropa de moda rápida

Niveles	Rango	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	[13-29]	3	1,7
Moderado	[30-47]	168	93,9
Alto	[48-65]	8	4,5
Total		179	100,0

NOTA: Resultados obtenidos en el software estadístico SPSS.

Figura N°23

Nivel del consumo de ropa de moda rápida



NOTA: En figura N°23 se muestra el gráfico de barras de los niveles del consumo de ropa de moda rápida obtenida a partir del procesamiento de datos en el software estadístico SPSS

De la tabla 11 y figura N°23 se tiene; de los 179 encuestados que es el 100%, el 4.47% (8 estudiantes) de los encuestados tienen un nivel alto de consumo de ropa de moda rápida; el 93.85% (168 estudiantes) tienen un nivel moderado de consumo de ropa de moda rápida; el 1.68% (3 estudiantes) tienen un nivel bajo de consumo de ropa de moda rápida.

Resultados descriptivos de la dimensión consumo de prendas baratas del consumo de ropa de moda rápida

Tabla 13

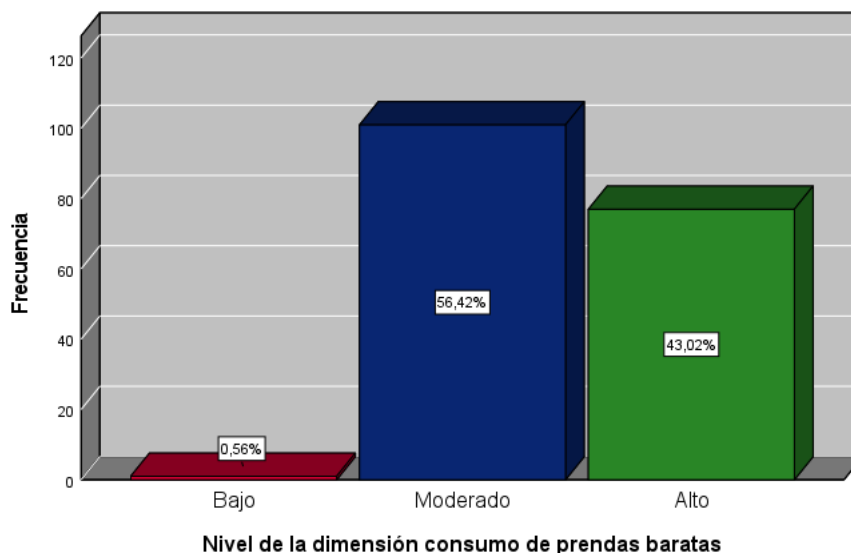
Nivel de la dimensión Consumo de prendas baratas

Niveles	Rango	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	[3-6]	1	,6
Moderado	[7-10]	101	56,4
Alto	[11-15]	77	43,0
Total		179	100,0

NOTA: Resultados obtenidos en el software estadístico SPSS.

Figura N°24

Nivel de la dimensión consumo de prendas baratas



NOTA: En figura N°24 se muestra el gráfico de barras de los niveles de la dimensión consumo de prendas baratas del consumo de ropa de moda rápida obtenida a partir del procesamiento de datos en el software estadístico SPSS

De la tabla 12 y figura N°24 se tiene; de los 179 encuestados que es el 100%, el 43.02% (77 estudiantes) de los encuestados tienen un nivel alto de la dimensión consumo de prendas baratas; el 56.42% (101 estudiantes) tienen un nivel moderado de la dimensión consumo de prendas baratas; el 0.56% (1 estudiantes) tienen un nivel bajo de consumo de la dimensión consumo de prendas baratas.

Resultados descriptivos de la dimensión Oferta del consumo de ropa de moda rápida

Tabla 14

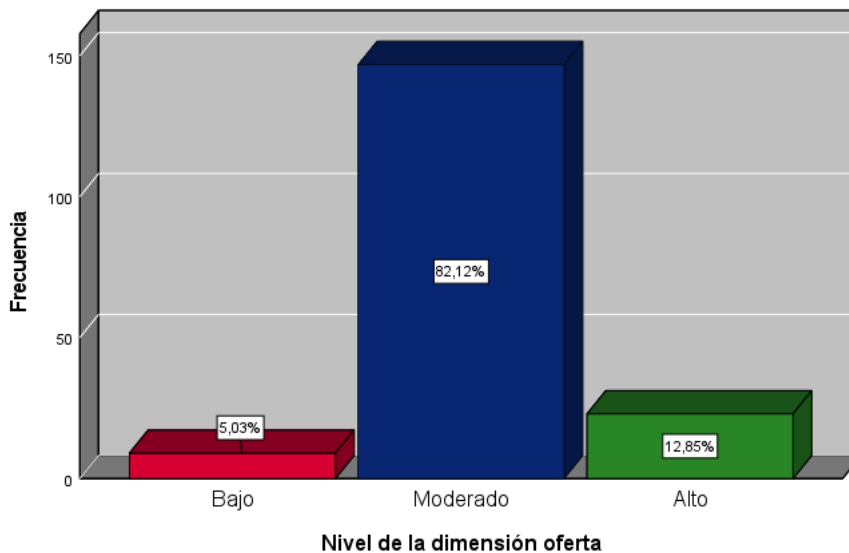
Nivel de la dimensión Oferta

Niveles	Rango	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	[4-8]	9	5,0
Moderado	[9-14]	147	82,1
Alto	[15-20]	23	12,8
Total		179	100,0

NOTA: Resultados obtenidos en el software estadístico SPSS.

Figura N°25

Nivel de la dimensión oferta



NOTA: En figura N°25 se muestra el gráfico de barras de los niveles de la dimensión oferta del consumo de ropa de moda rápida obtenida a partir del procesamiento de datos en el software estadístico SPSS

De la tabla 13 y figura N°25 se tiene; de los 179 encuestados que es el 100%, el 12,85% (23 estudiantes) de los encuestados tienen un nivel alto de la dimensión oferta; el 82,12% (147 estudiantes) tienen un nivel moderado de la dimensión oferta; el 5,03% (9 estudiantes) tienen un nivel bajo de consumo de la dimensión oferta.

Resultados descriptivos de la dimensión Demanda y uso primario de la ropa del consumo de ropa de moda rápida

Tabla 15

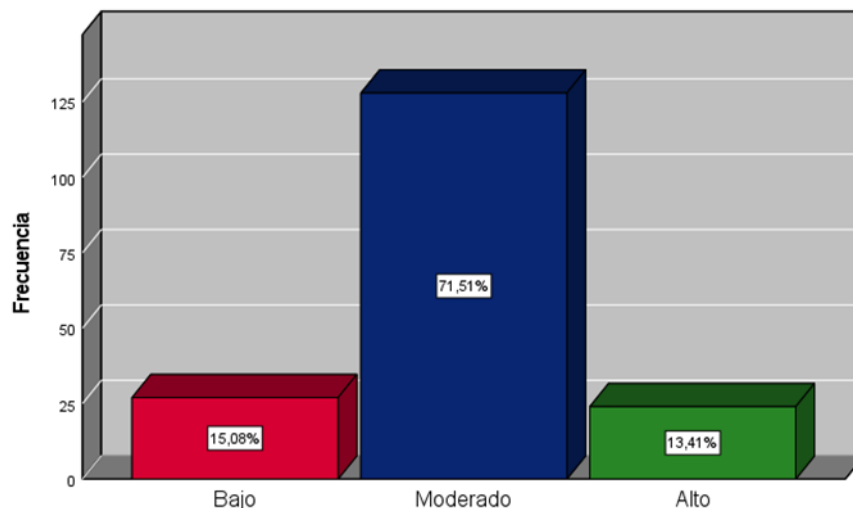
Nivel de la dimensión Demanda y uso primario de la ropa

Niveles	Rango	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	[4-8]	27	15,1
Moderado	[9-14]	128	71,5
Alto	[15-20]	24	13,4
Total		179	100,0

NOTA: Resultados obtenidos en el software estadístico SPSS.

Figura N°26

Nivel de la dimensión demanda y uso primario de la ropa



Nivel de la dimensión demanda y uso primario de ropa

NOTA: En figura N°26 se muestra el gráfico de barras de los niveles de la dimensión demanda y uso primario de la ropa del consumo de ropa de moda rápida obtenida a partir del procesamiento de datos en el software estadístico SPSS

De la tabla 14 y figura N°26 se tiene; de los 179 encuestados que es el 100%, el 13.41% (24 estudiantes) de los encuestados tienen un nivel alto de la dimensión oferta; el 71.51% (128 estudiantes) tienen un nivel moderado de la dimensión oferta; el 15.08% (27 estudiantes) tienen un nivel bajo de consumo de la dimensión oferta.

Resultados descriptivos de la dimensión estímulos permanentes del consumo de ropa de moda rápida

Tabla 16

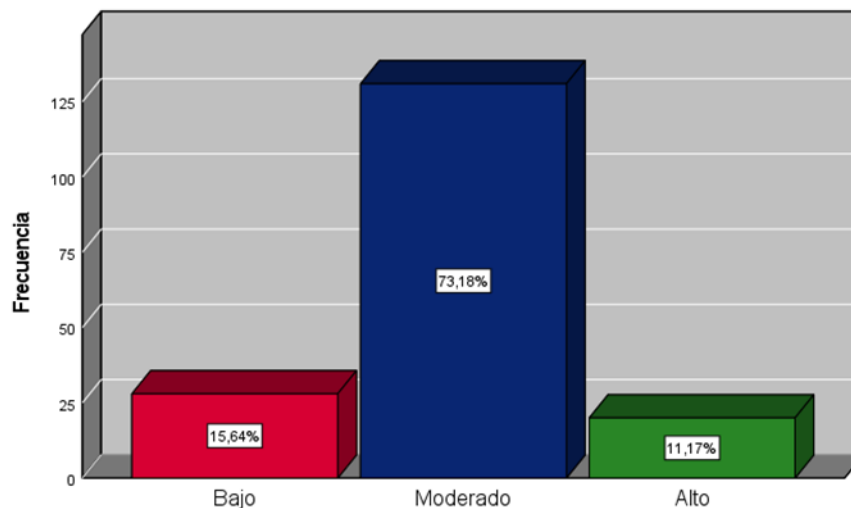
Nivel de la dimensión Estímulos permanentes

Niveles	Rango	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	[2-4]	28	15,6
Moderado	[5-7]	131	73,2
Alto	[8-10]	20	11,2
Total		179	100,0

NOTA: Resultados obtenidos en el software estadístico SPSS.

Figura N°27

Nivel de la dimensión estímulos permanentes



Nivel de la dimensión estímulos permanentes

NOTA: En figura N°27 se muestra el gráfico de barras de los niveles de la dimensión estímulos permanentes del consumo de ropa de moda rápida obtenida a partir del procesamiento de datos en el software estadístico SPSS

De la tabla 15 y figura N°27 se tiene; de los 179 encuestados que es el 100%, el 11.17% (20 estudiantes) de los encuestados tienen un nivel alto de la dimensión estímulos permanentes; el 73.18% (131 estudiantes) tienen un nivel moderado de la dimensión estímulos permanentes; el 15.64% (28 estudiantes) tienen un nivel bajo de consumo de la dimensión estímulos permanentes.

5.2. Resultados inferenciales

Pruebas de hipótesis

Después de haberse realizado la prueba de normalidad (ítem 5.3) para cada hipótesis de los resultados obtenidos (Sig.<0.05), es decir, las puntuaciones de las variables estadísticas no tienden a una distribución normal, por lo que se

seleccionó el coeficiente de rho Spearman (estadística no paramétrica) para la determinación de la correlación.

Tabla 17

Prueba de hipótesis de correlación entre la conciencia ambiental y consumo de ropa de moda rápida

	Rho de Spearman	Significancia (bilateral)	95% de intervalos de confianza (bilateral) ^{a, b}	
			Inferior	Superior
Conciencia ambiental - consumo de ropa de moda rápida	,242**	,001	,095	,379

Nota: Resultados obtenidos en el software estadístico SPSS. **. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral). a. La estimación se basa en la transformación de r a z de Fisher; b. La estimación de error estándar se basa en la fórmula propuesta por Fieller, Hartley y Pearson.

Ho: No existe correlación entre la conciencia ambiental y consumo de ropa de moda rápida

Ha: Si existe correlación entre la conciencia ambiental y consumo de ropa de moda rápida

A) Si el p-valor = sig. (bilateral) $\leq 0.05 \rightarrow$ rechazar la hipótesis nula (Ho)

B) Si el p-valor = sig. (bilateral) $> 0.05 \rightarrow$ no rechazar la hipótesis nula (Ho)

El valor de significancia bilateral es de 0.001, el cual es menor que 0.05 por lo que se rechaza la hipótesis nula, es decir, existe una correlación entre las variables donde el Rho de Spearman = 0.242 correspondiente a una correlación positiva débil. Se tiene un nivel de confianza del 95%, la correlación está entre los valores de 0.095 y 0.379.

Tabla 18

Prueba de hipótesis de correlación entre la dimensión cognitiva de la conciencia ambiental y consumo de ropa de moda rápida

	Rho de Spearman	Significancia (bilateral)	95% de intervalos de confianza (bilateral) ^{a, b}	
			Inferior	Superior
Dimensión cognitiva de la conciencia ambiental - Consumo de ropa de moda rápida	,069	,360	-,083	,217

Nota: Resultados obtenidos en el software estadístico SPSS. **. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral). a. La estimación se basa en la transformación de r a z de Fisher; b. La estimación de error estándar se basa en la fórmula propuesta por Fieller, Hartley y Pearson.

Ho: No existe correlación entre la conciencia ambiental y consumo de ropa de moda rápida

Ha: Si existe correlación entre la conciencia ambiental y consumo de ropa de moda rápida

A) Si el p-valor = sig. (bilateral) $\leq 0.05 \rightarrow$ rechazar la hipótesis nula (Ho)

B) Si el p-valor = sig. (bilateral) $>0.05 \rightarrow$ no rechazar la hipótesis nula (Ho)

El valor de significancia bilateral es de 0.001, el cual es menor que 0.05 por lo que se rechaza la hipótesis nula, es decir, existe una correlación entre las variables donde el Rho de Spearman = 0.242 correspondiente a una correlación positiva débil. Se tiene un nivel de confianza del 95%, la correlación está entre los valores de 0.095 y 0.379.

Tabla 19

Prueba de hipótesis de correlación entre la dimensión afectiva de la conciencia ambiental y consumo de ropa de moda rápida

	Rho de Spearman	Significancia (2-tailed)	95% de intervalos de confianza (bilateral) ^{a,b}	
			Inferior	Superior
Dimensión afectiva de la conciencia ambiental- Consumo de ropa de moda rápida	,293	,000	,149	,425

Nota: Resultados obtenidos en el software estadístico SPSS. **. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral). a. La estimación se basa en la transformación de r a z de Fisher; b. La estimación de error estándar se basa en la fórmula propuesta por Fieller, Hartley y Pearson.

Ho: No existe correlación entre la dimensión afectiva de la conciencia ambiental y consumo de ropa de moda rápida

Ha: Si existe correlación entre la dimensión afectiva de la conciencia ambiental y consumo de ropa de moda rápida

A) Si el p-valor = sig. (bilateral) $\leq 0.05 \rightarrow$ rechazar la hipótesis nula (Ho)

B) Si el p-valor = sig. (bilateral) $>0.05 \rightarrow$ no rechazar la hipótesis nula (Ho)

El valor de significancia bilateral es de 0.000, el cual es menor que 0.05 por lo que se rechaza la hipótesis nula, es decir, existe una correlación entre las variables donde el Rho de Spearman = 0.293 correspondiente a una

correlación positiva débil. Se tiene un nivel de confianza del 95%, la correlación está entre los valores de 0.149 y 0.425.

Tabla 20

Prueba de hipótesis de correlación entre la dimensión disposicional de la conciencia ambiental y consumo de ropa de moda rápida

	Rho de Spearman	Significancia (2-tailed)	95% de intervalos de confianza (bilateral) ^{a,b}	
			Inferior	Superior
Dimensión disposicional de la conciencia ambiental - Consumo de ropa de moda rápida	,169	,024	,018	,312

Nota: Resultados obtenidos en el software estadístico SPSS. *. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral). a. La estimación se basa en la transformación de r a z de Fisher; b. La estimación de error estándar se basa en la fórmula propuesta por Fieller, Hartley y Pearson.

Ho: No existe correlación entre la dimensión disposicional de la conciencia ambiental y consumo de ropa de moda rápida

Ha: Si existe correlación entre la dimensión disposicional de la conciencia ambiental y consumo de ropa de moda rápida

A) Si el p-valor = sig. (bilateral) $\leq 0.05 \rightarrow$ rechazar la hipótesis nula (Ho)

B) Si el p-valor = sig. (bilateral) $>0.05 \rightarrow$ no rechazar la hipótesis nula (Ho)

El valor de significancia bilateral es de 0.024, el cual es menor que 0.05 por lo que se rechaza la hipótesis nula, es decir, existe una correlación entre las variables donde el Rho de Spearman = 0.169 correspondiente a una correlación positiva débil. Se tiene un nivel de confianza del 95%, la correlación está entre los valores de 0.018 y 0.312

Tabla 21

Prueba de hipótesis de correlación entre la dimensión activa de la conciencia ambiental y consumo de ropa de moda rápida.

	Rho de Spearman	Significancia (2-tailed)	95% de intervalos de confianza (bilateral) ^{a,b}	
			Inferior	Superior
Dimensión activa de la conciencia ambiental - Consumo de ropa de moda rápida	,142	,059	-,010	,286

Nota: Resultados obtenidos en el software estadístico SPSS. a. La estimación se basa en la transformación de r a z de Fisher; b. La estimación de error estándar se basa en la fórmula propuesta por Fieller, Hartley y Pearson.

Ho: No existe correlación entre la dimensión activa de la conciencia ambiental y consumo de ropa de moda rápida

Ha: Si existe correlación entre la dimensión activa de la conciencia ambiental y consumo de ropa de moda rápida.

A) Si el p-valor = sig. (bilateral) $\leq 0.05 \rightarrow$ rechazar la hipótesis nula (Ho)

B) Si el p-valor = sig. (bilateral) $>0.05 \rightarrow$ no rechazar la hipótesis nula (Ho)

El valor de significancia bilateral es de 0.059, el cual es menor que 0.05 por lo que se acepta la hipótesis nula, es decir, no existe una correlación entre las variables. Se tiene un nivel de confianza del 95%, la correlación está entre los valores de -0.010 y 0.286.

5.3. Otro tipo de resultados estadísticos, de acuerdo a la naturaleza del problema y la Hipótesis

Pruebas de normalidad

la prueba de normalidad se realizó con la prueba de Kolmogorov-Smirnov, ya que se tiene 179 encuestado para determinar la normalidad de los datos.

Tabla 22

Prueba de normalidad de la conciencia ambiental y consumo de ropa de moda rápida

Variables	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Conciencia ambiental	,075	179	,015
Consumo de ropa de moda rápida	,120	179	,000

Nota: la tabla 22 muestra la prueba de normalidad de **Kolmogorov-Smirnov** para la “Conciencia ambiental” y “Consumo de ropa de moda rápida”. a. Corrección de significación de Lilliefors. Resultados obtenidos en el software estadístico SPSS.

Regla de decisión:

Ho: Los datos de la variable tienden a una distribución normal

Ha: Los datos de la variable no tienden a una distribución normal

A) Si p-valor = Sig. $\leq 0.05 \rightarrow$ rechazar la hipótesis nula (Ho)

B) Si p-valor = Sig. $>0.05 \rightarrow$ no rechazar la hipótesis nula (Ho)

De la tabla 22 se tiene que, para la conciencia ambiental y consumo de ropa de moda rápida, ambos tienen nivel de significancia (Sig.) menor a 0.05, por lo que se rechaza la hipótesis nula, es decir, los datos de las variables mencionadas no tienden a una distribución normal, por lo que se utiliza el coeficiente Rho de Spearman (estadística no paramétrica) para la correlación.

Tabla 23

Prueba de normalidad de la dimensión cognitiva de la conciencia ambiental y Consumo de ropa de moda rápida

Variables	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Dimensión cognitiva de la conciencia ambiental	,111	179	,000
Consumo de ropa de moda rápida	,120	179	,000

Nota: la tabla 23 muestra la prueba de normalidad de **Kolmogorov-Smirnov** para la “Dimensión cognitiva de la conciencia ambiental” y “Consumo de ropa de moda rápida”. a. Corrección de significación de Lilliefors. Resultados obtenidos en el software estadístico SPSS.

Regla de decisión:

Ho: Los datos de la variable tienden a una distribución normal

Ha: Los datos de la variable no tienden a una distribución normal

A) Si p-valor = Sig. ≤ 0.05 → rechazar la hipótesis nula (Ho)

B) Si p-valor = Sig. > 0.05 → no rechazar la hipótesis nula (Ho)

De la tabla 23 se tiene que, para la dimensión cognitiva de la conciencia ambiental conciencia ambiental y consumo de ropa de moda rápida, ambos tienen nivel de significancia (Sig.) menor a 0.05, por lo que se rechaza la hipótesis nula, es decir, los datos de las variables mencionadas no tienden a una distribución normal, por lo que se utiliza el coeficiente Rho de Spearman (estadística no paramétrica) para la correlación.

Tabla 24

Prueba de normalidad de la dimensión afectiva de la conciencia ambiental y Consumo de ropa de moda rápida

Variables	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Dimensión afectiva de la conciencia ambiental	,105	179	,000

Consumo de ropa de moda rápida ,120 179 ,000

Nota: la tabla 24 muestra la prueba de normalidad de **Kolmogorov-Smirnov** para la “Dimensión afectiva de la conciencia ambiental” y “Consumo de ropa de moda rápida”. a. Corrección de significación de Lilliefors. Resultados obtenidos en el software estadístico SPSS.

Regla de decisión:

Ho: Los datos de la variable tienden a una distribución normal

Ha: Los datos de la variable no tienden a una distribución normal

A) Si p-valor = Sig. ≤ 0.05 → rechazar la hipótesis nula (Ho)

B) Si p-valor = Sig. > 0.05 → no rechazar la hipótesis nula (Ho)

De la tabla 24 se tiene que, para la dimensión afectiva de la conciencia ambiental y consumo de ropa de moda rápida, ambos tienen nivel de significancia (Sig.) menor a 0.05, por lo que se rechaza la hipótesis nula, es decir, los datos de las variables mencionadas no tienden a una distribución normal, por lo que se utiliza el coeficiente Rho de Spearman (estadística no paramétrica) para la correlación.

Tabla 25

Prueba de normalidad de la dimensión disposicional de la conciencia ambiental y Consumo de ropa de moda rápida

Variables	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Dimensión disposicional de la conciencia ambiental	,109	179	,000
Consumo de ropa de moda rápida	,120	179	,000

Nota: la tabla 25 muestra la prueba de normalidad de **Kolmogorov-Smirnov** para la “Dimensión disposicional de la conciencia ambiental” y “Consumo de ropa de moda rápida”. a. Corrección de significación de Lilliefors. Resultados obtenidos en el software estadístico SPSS.

Regla de decisión:

Ho: Los datos de la variable tienden a una distribución normal

Ha: Los datos de la variable no tienden a una distribución normal

A) Si p-valor = Sig. ≤ 0.05 → rechazar la hipótesis nula (Ho)

B) Si p-valor = Sig. > 0.05 → no rechazar la hipótesis nula (Ho)

De la tabla 25 se tiene que, para la dimensión disposicional de la conciencia ambiental y consumo de ropa de moda rápida, ambos tienen nivel de significancia (Sig.) menor a 0.05, por lo que se rechaza la hipótesis nula, es decir, los datos de las variables mencionadas no tienden a una distribución normal, por lo que se utiliza el coeficiente Rho de Spearman (estadística no paramétrica) para la correlación.

Tabla 26

Prueba de normalidad de la dimensión activa de la conciencia ambiental y Consumo de ropa de moda rápida.

Variables	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Dimensión activa de la conciencia ambiental	,139	179	,000
Consumo de ropa de moda rápida	,120	179	,000

Nota: la tabla 26 muestra la prueba de normalidad de **Kolmogorov-Smirnov** para la “Dimensión activa de la conciencia ambiental” y “Consumo de ropa de moda rápida”. a. Corrección de significación de Lilliefors. Resultados obtenidos en el software estadístico SPSS.

Regla de decisión:

Ho: Los datos de la variable tienden a una distribución normal

Ha: Los datos de la variable no tienden a una distribución normal

A) Si p-valor = Sig. ≤ 0.05 → rechazar la hipótesis nula (Ho)

B) Si p-valor = Sig. > 0.05 → no rechazar la hipótesis nula (Ho)

De la tabla 26 se tiene que, para la dimensión activa de la conciencia ambiental y consumo de ropa de moda rápida, ambos tienen nivel de significancia (Sig.) menor a 0.05, por lo que se rechaza la hipótesis nula, es decir, los datos de las variables mencionadas no tienden a una distribución normal, por lo que se utiliza el coeficiente de Rho de Spearman (estadística no paramétrica) para la correlación.

VI. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

6.1. Contrastación y demostración de la hipótesis con los resultados

6.1.1 Contrastación con la hipótesis general

Ho: La conciencia ambiental no tiene una relación significativa con el consumo de ropa de la moda rápida de los estudiantes de 7mo a 10mo ciclo de la Facultad de Ingeniería Ambiental y de Recursos Naturales de la Universidad Nacional del Callao, sede Callao, 2024

Hi: La conciencia ambiental tiene una relación significativa con el consumo de ropa de la moda rápida de los estudiantes de 7mo a 10mo ciclo de la Facultad de Ingeniería Ambiental y de Recursos Naturales de la Universidad Nacional del Callao, sede Callao, 2024

La hipótesis general se demuestra mediante el resultado de la relación entre las variables conciencia ambiental y consumo de ropa de la moda rápida, que de acuerdo a la prueba de normalidad (tabla 22) donde $\text{Sig.} < 0.05$ nos demostró que las variables estadísticas mencionadas no tienden a una distribución normal, por ende, se utilizó el coeficiente Rho de Spearman (para estadísticas no paramétricas) para determinar la correlación entre variables (Tabla 17), donde se obtuvo un p-valor = 0.01 el cual es menor a 0.05 indicando que existe una correlación significativa en el nivel 0,01 (bilateral), y un valor Rho de Spearman = 0.242; lo que según la tabla 6, corresponde a un nivel de correlación positiva débil entre ambas variables, rechazando Ho. Esto se debe que a pesar de que se tiene un porcentaje considerable en los niveles moderado (57.54%) y alto (41.90%) de la conciencia ambiental (figura 18), se tiene un nivel moderado (93.85%) en el consumo de ropa de la moda rápida por parte de los estudiantes encuestados (figura 23); donde el mayor porcentaje en la dimensión “consumo de prendas baratas” (figura 24) está en el nivel moderado (56.42%) y alto (43.02%), en la dimensión “oferta” (figura 25) está en el nivel moderado (82.12%), en la dimensión “demanda y uso primario de ropa” (figura 26) está en el nivel moderado (71.51%) y en la dimensión “estímulos permanentes” (figura 27) se encuentra en el nivel moderado (73.18%).

6.1.2 Contrastación con la hipótesis específica 1

Ho: La dimensión cognitiva de la conciencia ambiental no tiene una relación significativa con el consumo de ropa de la moda rápida de los estudiantes de 7mo a 10mo ciclo de la Facultad de Ingeniería Ambiental y de Recursos Naturales de la Universidad Nacional del Callao, sede Callao, 2024

Hi: La dimensión cognitiva de la conciencia ambiental tiene una relación significativa con el consumo de ropa de la moda rápida de los estudiantes de

7mo a 10mo ciclo de la Facultad de Ingeniería Ambiental y de Recursos Naturales de la Universidad Nacional del Callao, sede Callao, 2024

La hipótesis específica 1 se demostró mediante el resultado de la relación entre la dimensión cognitiva de la conciencia ambiental y consumo de ropa de la moda rápida, que de acuerdo a la prueba de normalidad (Tabla 23) donde $\text{Sig.} < 0.05$ nos demostró que las variables estadísticas mencionadas no tienden a una distribución normal, por ende, se utilizó el coeficiente Rho de Spearman (para estadísticas no paramétricas) para determinar la correlación entre variables (Tabla 18), donde se obtuvo un p-valor = 0.360 el cual es mayor 0.05 indicando que no existe correlación entre ambas variables, aceptando H_0 . Esto se debe que a pesar de que se tiene un porcentaje considerable en el nivel moderado (64.25%) de la dimensión cognitiva de la conciencia ambiental (figura 19), se tiene un consumo moderado (93.85%) de ropa de la moda rápida los estudiantes (figura 23).

6.1.2 Contrastación con la hipótesis específica 2

H_0 : La dimensión afectiva de la conciencia ambiental no tiene una relación significativa con el consumo de ropa de la moda rápida de los estudiantes de 7mo a 10mo ciclo de la Facultad de Ingeniería Ambiental y de Recursos Naturales de la Universidad Nacional del Callao, sede Callao, 2024

H_1 : La dimensión afectiva de la conciencia ambiental tiene una relación significativa con el consumo de ropa de la moda rápida de los estudiantes de 7mo a 10mo ciclo de la Facultad de Ingeniería Ambiental y de Recursos Naturales de la Universidad Nacional del Callao, sede Callao, 2024

La hipótesis específica 2 se demuestra mediante el resultado de la relación entre la dimensión afectiva de la conciencia ambiental y consumo de ropa de la moda rápida, que de acuerdo a la prueba de normalidad (Tabla 24) donde $\text{Sig.} < 0.05$ nos demostró que las variables estadísticas mencionadas no tienden a una distribución normal, por ende, se utilizó el coeficiente Rho de Spearman (para estadísticas no paramétricas) para determinar la correlación (Tabla 19), donde se obtuvo un p-valor = 0.000 el cual es menor a 0.05 indicando que existe una correlación significativa en el nivel 0,01 (bilateral), y un valor de rho = 0.293, lo que significa según la tabla 6, que el grado de correlación de ambas variables es positiva débil, rechazando H_0 . Esto se debe que a pesar de que se tiene un porcentaje considerable en el nivel alto (62.01%) de la dimensión afectiva de la conciencia ambiental (figura 20), se tiene un consumo moderado (93.85%) de ropa de la moda rápida los estudiantes (figura 23).

6.1.2 Contrastación con la hipótesis específica 3

H_0 : La dimensión disposicional de la conciencia ambiental no tiene una relación significativa con el consumo de ropa de la moda rápida de los estudiantes de

7mo a 10mo ciclo de la Facultad de Ingeniería Ambiental y de Recursos Naturales de la Universidad Nacional del Callao, sede Callao, 2024

Hi: La dimensión disposicional de la conciencia ambiental tiene una relación significativa con el consumo de ropa de la moda rápida de los estudiantes de 7mo a 10mo ciclo de la Facultad de Ingeniería Ambiental y de Recursos Naturales de la Universidad Nacional del Callao, sede Callao, 2024

La hipótesis específica 3 se demuestra mediante el resultado de la relación entre la dimensión disposicional de la conciencia ambiental y consumo de ropa de la moda rápida, que de acuerdo a la prueba de normalidad (Tabla 25) donde $\text{Sig.} < 0.05$ nos dio a conocer que las variables estadísticas mencionadas no tienden a una distribución normal, por ende, se utilizó el coeficiente Rho de Spearman (para estadísticas no paramétricas) para determinar la correlación (Tabla 20), donde se obtuvo un p-valor = 0.024 el cual es menor a 0.05 indicando que existe una correlación significativa en el nivel 0,05 (bilateral), y un valor de Rho de Spearman = 0.169, lo que según la tabla 6, corresponde a un nivel de correlación positiva débil entre variables, rechazando H_0 . Esto se debe que a pesar de que se tiene un porcentaje considerable en el nivel alto (67.60%) de la dimensión disposicional de la conciencia ambiental (figura 21), se tiene un consumo moderado (93.85%) de ropa de la moda rápida de los estudiantes (figura 23).

6.1.2 Contrastación con la hipótesis específica 4

H_0 : La dimensión activa de la conciencia ambiental no tiene una relación significativa con el consumo de ropa de la moda rápida de los estudiantes de 7mo a 10mo ciclo de la Facultad de Ingeniería Ambiental y de Recursos Naturales de la Universidad Nacional del Callao, sede Callao, 2024

Hi: La dimensión activa de la conciencia ambiental tiene una relación significativa con el consumo de ropa de la moda rápida de los estudiantes de 7mo a 10mo ciclo de la Facultad de Ingeniería Ambiental y de Recursos Naturales de la Universidad Nacional del Callao, sede Callao, 2024.

La hipótesis específica 4 se demuestra mediante el resultado de la relación entre la dimensión activa de la conciencia ambiental y consumo de ropa de la moda rápida, que de acuerdo a la prueba de normalidad (Tabla 26) donde $\text{Sig.} < 0.05$ nos demostró que las variables estadísticas mencionadas no tienden a una distribución normal, por ende, se utilizó el coeficiente Rho de Spearman (para estadísticas no paramétricas) para determinar la correlación (Tabla 21), donde se obtuvo un p-valor = 0.059 el cual es mayor a 0.05 indicando que no existe correlación entre ambas variables, aceptando H_0 . Esto se debe que a que se tiene un porcentaje considerable en el nivel moderado (56.42%) de la dimensión activa de la conciencia ambiental (figura 22) y un consumo moderado (93.85%) de ropa de la moda rápida los estudiantes (figura 23).

6.2. Contrastación de los resultados con otros estudios similares

Según nuestros resultados en la tabla 7, si bien es cierto el 57% de la muestra tuvo un nivel moderado de conciencia ambiental, y el 41%, alto, solo el 17% de los estudiantes (31 de ellos) tuvieron un nivel alto en la dimensión activa de esta variable, es decir solo este porcentaje ha llevado la conciencia ambiental a la práctica. Nuestro resultado diferencial arroja una significancia positiva débil entre variables (Rho de Spearman de 0.242; Sig = 0.001). (Xue, Wei, Yi 2023) investigadores de la Universidad Chingqing Three Gorges tuvieron una correlación débil entre las variables de comportamiento de consumo ambiental con la variable de aptitudes ambientales personales ya que el coeficiente de Pearson fue de 0.263, y una relación débil la variable de Grado de preocupación ambiental por un coeficiente de Pearson de 0.108.

La relación significativa positiva débil entre ambas variables encuentra su explicación en los resultados de la encuesta solo el 17% de los alumnos tuvo un nivel alto en la dimensión activa de la conciencia ambiental, es decir, 31 de los alumnos muestreados participan en acciones individuales o colectivas proambientales, dejando al 56% de estos en nivel moderado. Este último porcentaje guardo relación con el resultado de la dimensión cognitiva, pues el 64% de los alumnos, es decir, 115 de ellos poseen información/conocimientos moderados relacionados a la conciencia ambiental, índices específicos ambientales, lo cual conllevó a un desempeño ambientalmente mediocre y a una dimensión activa con el mismo calificativo para alumnos de 7mo a 10mo de ingeniería ambiental. Similar resultado obtuvo (Bloyd Null, Feeser, Kurtzhals 2023) quienes evaluaron las asociaciones comportamientos sostenibles y actitudes ambientales al estilo de vida de estudiantes de una universidad rural en EEUU, concluyendo que poseían actitudes pro-ambientales, pero sus comportamientos a favor del ambiente (como participar de reciclaje, reducción de desechos, etc.) y conocimiento de sostenibilidad eran mediocres.

La relación significativa positiva débil entre ambas variables encuentra sus causas en nuestros resultados descriptivos de la tabla 12 "Consumo de ropa de moda rápida" el 93.9% de los estudiantes, es decir, 168 consumieron de este tipo de moda, que es la opuesta a la moda sostenible; según la dimensión de prendas baratas al 56%, es decir, 101, les fue atractivo por su bajo precio lo cual los lleva a comprarla, aunque no haya sido por reposición, pues según la dimensión Oferta de la variable en la tabla 13 el 82% de los estudiantes, ósea 147, se inclinó efectivamente a aprovechar las ofertas lanzadas por las tiendas retail de Inditex. De ello similar a la significancia débil entre nuestras variables, , (Pradeep, Pradeep 2023) que existe una correlación significativa muy débil, débil y media entre las variables de conocimiento ambiental personal, conocimiento del producto y hábitos de compra de marcas de ropa (Rho Spearman: 0,075; 0,283 y 0,673) Lo cual les indico que prácticamente no había relación entre el conocimiento ambiental personal y los hábitos de compra, y que el conocimiento no marca ninguna diferencia en los estudiantes de su estudio, ya que para el

48% el criterio de compra era el precio, y para el 41%, era la moda y marcas de ropa.

De la estadística inferencial se obtuvo una correlación débil entre las variables (Rho de Spearman= 0,242 y p-valor de 0,001), asimismo, lo demuestra los coeficientes de Rho de Spearman de 0,69, 0,293, 0,169 y 0,142 (y p-valores de 0,001, 0,000, 0,024, 0,059) de cada dimensión de conciencia ambiental respecto al consumo de ropa de moda rápida, débiles. La conciencia ambiental y el comportamiento de estudiantes, al igual que en esta tesis, también fue estudiado en la Universidad de Ulm, Alemania, por (Dieterle et al. 2023) en alumnos del programa de medicina y de ciencias, que reconocieron la urgencia de medidas de protección ambiental y de acción ante el cambio climático, sin embargo, sus intereses personales prevalecieron sobre el aspecto ambiental.

Del resultado inferencial indica que la conciencia ambiental no es una variable muy correlacionada al consumo de la ropa de moda rápida, es decir, que los alumnos de 7mo a 10mo ciclo de la FIARN han consumido de esta moda sin considerar el aspecto ambiental de ella. De ello los resultados mostrados en la tabla 12 Nivel del consumo de ropa de moda rápida, el 93.9% de los estudiantes consumen de esta moda. En la tabla 15 el 71% se encontró en el nivel moderado de la dimensión demanda y uso primario de la ropa de moda rápida, el cual medía si el conocer la huella hídrica de la prenda de ropa y su costo ambiental influenciaba en el estudiante para que demandara menos de este tipo de ropa, y no solo por los amplios aspectos ambientales consumidos para su producción, sino también por su corto tiempo de uso libre de degradado, es decir, sin desteñirse, estirarse/encogerse o descocerse. Por el porcentaje mencionado se puede interpretar que 128 de ellos moderadamente podían cambiar su decisión de compra si supieran más de los aspectos ambientales de la moda rápida. Como no se encontró antecedentes de los aspectos ambientales de la moda rápida directamente relacionados a nuestra tesis, hemos abordado este aspecto con lo encontrado en la literatura del consumo de la moda rápida y su impacto ambiental, por ejemplo, en Dandora, el río Nairobi, el desierto de Atacama cerca de Alto Hospicio en Chile o en las playas caribeñas de Colombia.

Nuestros resultados parcialmente se pueden comparar con los obtenidos por los investigadores italianos (Cesarina Mason, Pauluzzo, Muhammad Umar 2022) que como resultado obtuvieron una relación significativa de 0,257 y un $p=0.010$ entre la intención y comportamiento de los consumidores de moda rápida de la Generación Y, es decir, una relación significativa, sin embargo, la práctica de reciclaje solo se evidenciaba en los individuos elevadas actitudes medioambientales.

Nuestros resultados descriptivos indicaron que el nivel cognitivo de la conciencia ambiental es moderado (64%) y el afectivo alto (62%), sin embargo, también se demostró que el consumo de ropa de moda rápida es moderado (56%) y alto (43%), es decir, que a pesar del conocimiento y afecto por el ambiente este no influenciaba en la reducción de consumo de ropa de moda rápida. (Eduardo

Moreno, Marcelo Rodríguez, Verónica Favara 2019) quienes demostraron que el ODS “Producción y consumo responsable” solo fue prioritario para el 8% de los estudiantes, y los ambientales y ciudades sustentables solo lo fue para el 8.37% y 11,16%, respectivamente. Para ellos las socioeconómicas prevalecían en sus acciones.

De manera local, desde la Universidad Nacional Federico Villareal (Torres Quispe 2019) en su investigación obtuvo una relación significativa alta ($r=0.72$) entre sus variables conciencia ambiental y estilos saludables de vida en los estudiantes de dicha universidad. Esto es debido que en sus dimensiones de estudio: Protección y conservación del medio ambiente, educación ambiental, reducción de niveles de contaminación, recolección de residuos y de participación en la resolución de problemas por parte de los alumnos guardaron una correlación de moderada a alta ($r=0.68, 0,59, 0,61, 0,61$ y $0,46$) respecto al estilo saludable de vida.

6.3. Responsabilidad ética de acuerdo con los reglamentos vigentes

La realización de la presente tesis respetó los lineamientos del código de ética de investigación de la Universidad Nacional del Callao del 2019, actualmente vigente.

Asimismo, solicitamos información de la base de datos de los alumnos matriculados en el semestre 2024 en la secretaria de la facultad, haciéndolo de manera presencial, dejando en claro que era para contactarlos e invitarlos a participar en la aplicación del instrumento de investigación. Los participantes, es decir, los alumnos de la muestra resolvieron el cuestionario de manera anónima pues no se contemplaban espacios de nombre en el mismo. Finalmente, los resultados exportados en Excel desde el cuestionario virtual en Google Forms se respetaron en cantidad y valor e importaron al programa estadístico SPSS. No se inventó, cambió, ni falsifico ningún dato.

Para la presente tesis es original, se generó información y también se recurrió a fuentes secundarias de información, auténticas, provenientes de investigadores, organismos internacionales, medios de comunicación veraces, por ende, se respetó los derechos de autor citándolos tanto para los textos, figuras y tablas de contenido.

Por lo mencionado anteriormente, podemos decir que cumplimos con las siguientes normas, y actuamos responsable y éticamente.

- Ley N°27733: Ley de protección de datos personales
- Decreto Legislativo N°822: Ley sobre derechos de autor.
- Según el Reglamento general de investigación de la universidad nacional de Callao, aprobado mediante Resolución de consejo Universitario N°224-2023-CU del 16 de agosto del 2023.
- Código de ética de investigación – 2019.

VII. CONCLUSIONES

Se concluyó que existe una correlación significativa la cual es positiva débil entre la conciencia ambiental y el consumo de la ropa de moda rápida en los estudiantes de 7mo a 10mo ciclo de la Facultad de Ingeniería Ambiental y de Recursos Naturales de la Universidad Nacional del Callao, sede Callao, 2024; según los resultados obtenidos, P-valor=0.01 y Rho de Spearman=0.242.

Se determinó que no existe una correlación significativa entre la dimensión cognitiva de la conciencia ambiental y el consumo de la ropa de moda rápida en los estudiantes de 7mo a 10mo ciclo de la Facultad de Ingeniería Ambiental y de Recursos Naturales de la Universidad Nacional del Callao, sede Callao, 2024; según el resultado obtenido, P-valor=0.360.

Se logró determinar que existe una correlación significativa la cual es positiva débil entre la dimensión afectiva de la conciencia ambiental y el consumo de la ropa de moda rápida en los estudiantes de 7mo a 10mo ciclo de la Facultad de Ingeniería Ambiental y de Recursos Naturales de la Universidad Nacional del Callao, sede Callao, 2024; según los resultados obtenidos, P-valor=0.000 y Rho de Spearman=0.293.

Se determinó que existe una correlación significativa la cual es positiva débil entre la dimensión disposicional de la conciencia ambiental y el consumo de la ropa de moda rápida en los estudiantes de 7mo a 10mo ciclo de la Facultad de Ingeniería Ambiental y de Recursos Naturales de la Universidad Nacional del Callao, sede Callao, 2024; según los resultados obtenidos, P-valor=0.024 y Rho de Spearman=0.169.

Se logró determinar que no existe una correlación significativa entre la dimensión activa de la conciencia ambiental y el consumo de la ropa de moda rápida en los estudiantes de 7mo a 10mo ciclo de la Facultad de Ingeniería Ambiental y de Recursos Naturales de la Universidad Nacional del Callao, sede Callao, 2024, según el resultado, P-valor=0.059.

VIII. RECOMENDACIONES

Según lo desarrollado en la presente tesis y sus resultados, dirigimos las siguientes recomendaciones al Decanato de la Facultad de Ingeniería Ambiental y Recursos Naturales de la Universidad Nacional del Callao para ser aplicadas en los alumnos de la facultad sin distinción de ciclos:

- Para mejorar la dimensión cognitiva se recomienda ampliar al syllabus, clases de impacto ambiental de la industria de moda rápida, la intención es complementar la información de aspectos e impactos de la industria textil para que los estudiantes no se dejen llevar por la publicidad de estas y desinformación, o quedarse con los impactos de las industrias tradicionales como la minería, transporte, etc. Finalmente, enseñar Análisis de Ciclo de Vida, que es una metodología que mide y evalúa los impactos que un producto o servicio puede tener en el ambiente durante todas las etapas de su vida útil, incluso en su producción.
- Para mejorar en la dimensión afectiva se recomienda que los alumnos exploren los orígenes de la moda rápida, de su mano de obra y condiciones laborales de los trabajadores que las confeccionan, los impactos dejados en suelo, aire, cuerpos de agua y poblaciones a nivel mundial; averigüen de los índices de GEI emitidos por la industria Inditex, huella de carbono, huella hídrica, con ello es posible que el consumo de la ropa de moda rápida disminuya.
- Para mejorar la dimensión disposicional se recomienda que los alumnos hagan un balance de prendas por tiempo de uso y aspecto naturales consumidos para su producción y evaluar si su rutina de compra es sostenible o no y cambiar por una de reposición, es decir, cuando sea realmente necesaria reemplazar una prenda desgastada por otra, asumiendo ello como un compromiso inicial e individual.
- Para mejorar la dimensión activa se recomienda organizar ferias de ropa de segunda mano, campañas de sensibilización respecto al tema, donación e intercambio de prendas en la facultad o su frontis en la cual también se invite a participar a la comunidad. La intención es alargar la vida útil de las prendas, reducir su impacto ambiental, incluso reducir los aspectos ambientales consumidos por la fabricación de las prendas que originalmente hubieran comprado en tiendas Retail.
- Planificar las compras de ropa, leer las etiquetas de las prendas, ocultar la publicidad de las tiendas de moda de ropa rápida en el celular y evitar las sugerencias de compras, ofertas o liquidaciones, buscar tiendas de ropa sostenible, y cerciorarse si la información “green” y compromisos de las tiendas Retail se concretan realmente o es información parcial y/o engañosa.

IX. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

ACEBAL EXPÓSITO, María del Carmen, 2010. *Conciencia Ambiental y Formación de Maestras y Maestros* [en línea]. Tesis Doctoral. Málaga : Universidad de Málaga. Recuperado a partir de : <http://riuma.uma.es> [accedido 8 febrero 2024].

BLANCO, Patricia R, 2023. La cara B de la adicción a la moda rápida: toneladas de ropa vieja en vertederos africanos. *Diario El País* [en línea]. 2023. Recuperado a partir de : <https://elpais.com/planeta-futuro/2023-02-16/la-cara-b-de-la-adiccion-a-la-moda-rapida-toneladas-de-ropa-vieja-en-vertederos-africanos.html#?rel>

BLOYD NULL, D, FEESER, K y KURTZHALS, G, 2023. An assessment of environmental literacy, behaviors, attitudes and lifestyle factors of college students. *Journal of American College Health*. Vol. 71, n.º 8, pp. 2485-2494. DOI 10.1080/07448481.2021.1975720.

CESARINA MASON, Michela, PAULUZZO, Rubens y MUHAMMAD UMAR, Rana, 2022. Recycling habits and environmental responses to fast-fashion consumption: Enhancing the theory of planned behavior to predict Generation Y consumers' purchase decisions. *Waste Management*. Vol. 139, pp. 146-157. DOI <https://doi.org/10.1016/j.wasman.2021.12.012>.

DIAMANTOPOULOS, Adamantios et al., 2003. *Can socio-demographics still play a role in profiling green consumers? A review of the evidence and an empirical investigation*. Elsevier Inc. *Journal of Business Research* 56. DOI 10.1016/S0148-2963(01)00241-7.

DIETERLE, K. et al., 2023. Environmental knowledge and environmental awareness among Generation Z students: An online survey at the University of Ulm | Umweltwissen und Umweltbewusstsein von Studierenden der Generation Z: eine Online-Umfrage an der Universität Ulm. *Zeitschrift für Evidenz, Fortbildung und Qualität im Gesundheitswesen*. Vol. 179, pp. 80-90. DOI 10.1016/j.zefq.2023.03.010.

DIRECCIÓN GENERAL DE POLÍTICAS, NORMAS E INSTRUMENTOS DE GESTIÓN AMBIENTAL, 2012. *Sistema Nacional de Información Ambiental, SINIA*.

EDUARDO MORENO, José, MARCELO RODRIGUEZ, Lucas y VERÓNICA FAVARA, Jérica, 2019. Environmental awareness in university students. A study of the hierarchy of Sustainable Development Goals. *Nº29*. Vol. 15, pp. 113-119.

ESCOBAR GUANOLUISA, Taña y PERALTA AMOROSO, Silvana, 2019. El giro humanista del sistema de la moda. . pp. 119-132.

FARES, N. et al., 2024. Optimisation of multi-tier supply chain distribution networks with corporate social responsibility concerns in fast-fashion retail.

Corporate Social Responsibility and Environmental Management. Vol. 31, n.º 1, pp. 311-330. DOI 10.1002/csr.2571.

FARFÀN CARRIANO, Carlos Martin, 2018. *Gestión de residuos sólidos y conciencia ambiental en pobladores del distrito de Subtanjalla 2018*. . Universidad Cèsar Vallejo.

FLETCHER, Kate, 2010. Slow Fashion: An Invitation for Systems Change. *Fashion Practice*. Vol. 2, n.º 2, pp. 259-265. DOI 10.2752/175693810x12774625387594.

GALLEGO-ÁLVAREZ, Isabel, GARCÍA-RUBIO, Raquel y MARTÍNEZ-FERRERO, Jennifer, 2018. Environmental performance concerns in Latin America: Determinant factors and multivariate analysis. *Revista de Contabilidad-Spanish Accounting Review*. Vol. 21, n.º 2, pp. 206-221. DOI 10.1016/j.rcsar.2018.05.003.

GOMEZ TELLEZ, Karla, 2022. Bangladesh: El lado oscuro de la “fast fashion”. GUERSHMAN, Bárbara, 2019. Marcas de shopping o de diseñador. Los procesos de adscripción en la moda.

HERNÁNDEZ SAMPIERI, Roberto, FERNANDEZ COLLADO, Carlos y BAPTISTA LUCIO, Pilar, 2014. *Metodología para la investigación*. 6ta.

HERNÁNDEZ SAMPIERI, Roberto y MENDOZA TORRES, Christian Paulina, 2018. *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. ISBN 9781456260965.

HINOSTROZA CHURAMPI, James Jaime, 2023. *Gestión ambiental y conciencia ambiental en los pobladores en una urbanización del distrito de San Juan de Lurigancho, 2023* [en línea]. Recuperado a partir de : <https://hdl.handle.net/20.500.12692/120610> [accedido 4 febrero 2024].

KAM ARTEAGA, Leslie y ARBAIZA RODRIGUEZ, Francisco, 2019. Influence of the brand on price and disign. *Dimensión Empresarial*. Vol. 17, n.º 3. DOI 10.15665/dem.v17i3.1776.

KANTAR GROUP AND AFFILIATES, 2023. Comportamiento del Consumo de ropa y calzado en el Perú. [en línea]. 2023. Recuperado a partir de : <https://www.kantar.com/latin-america/inspiracion/consumidor/2023-wp-peru-consumo-ropa-y-calzado> [accedido 4 febrero 2024].

MARTÍNEZ-BARREIRO, Ana, 2020. Moda sostenible: más allá del prejuicio científico, un campo de investigación de prácticas sociales. *Sociedad y Economía*. N.º 40. DOI 10.25100/sye.v0i40.7934.

MIHANOVICH, Maria, 2019. Slow fashion en tiempo de redes sociales. .

ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS, 2019. El costo ambiental de estar a la moda. .

PALOMO-LOVINSKI, Noël y FAERM, Steven, 2020. Changing the Rules of the Game: Sustainable Product Service Systems and Manufacturing in the Fashion Industry. . pp. 213-226.

PRADEEP, Suja y PRADEEP, Meenakshy, 2023. Awareness of sustainability, climate emergency, and generation Z's consumer behaviour in UAE. *Cleaner and Responsible Consumption*. Vol. 11. DOI 10.1016/j.clrc.2023.100137.

RANGEL-BUITRAGO, Nelson y GRACIA C., Adriana, 2024. From the closet to the shore: Fashion waste pollution on Colombian Central Caribbean beaches. *Marine Pollution Bulletin*. Vol. 199, p. 115976. DOI <https://doi.org/10.1016/j.marpolbul.2023.115976>.

SÁNCHEZ, Manuel Jiménez y LAFUENTE, Regina, 2010a. Defining and measuring environmental consciousness. *Revista Internacional de Sociología*. Vol. 68, n.º 3, pp. 731-755. DOI 10.3989/ris.2008.11.03.

SÁNCHEZ, Manuel Jiménez y LAFUENTE, Regina, 2010b. Defining and measuring environmental consciousness. *Revista Internacional de Sociología*. Vol. 68, n.º 3, pp. 731-755. DOI 10.3989/ris.2008.11.03.

SARAITE-SARIENE, Laura et al., 2018. Using social media to enhance stakeholder engagement in the fashion industry: the case of Inditex. *Cuadernos de Administración*. Vol. 34, n.º 61. DOI 10.25100/cdea.v34i61.6360.

SUSANA SAULQUIN, 2014. *Política de las apariencias: Nueva significación del vestir en el contexto contemporáneo*.

TORRES QUISPE, Isabel Orfelinda, 2019. *Conciencia ambiental y estilos de vida saludable en los estudiantes de la Facultad de Educación de la Universidad Nacional Federico Villarreal*. . Lima.

WILLIAMS, I. y POWELL, L., 2019. Sustainable resource management by students at higher education institutions. *Detritus*. Vol. 6, n.º June, pp. 11-24. DOI 10.31025/2611-4135/2019.13813.

WORD WIDEFUND OF NATURE. Glosario de terminus ambientales por WWF.

XUE, P., WEI, Z. y YI, H., 2023. An analysis of environmental awareness among Chinese higher education groups due to differences in different majors. En : *E3S Web of Conferences*. 2023. DOI 10.1051/e3sconf/202339301028.

ZEGARRA, Miluska Murillo y MAFÉ, Carla Ruíz, 2021. Factores determinantes del valor utilitarista en las aplicaciones móviles del sector moda. *Contaduría y Administración*. Vol. 66, n.º 2. DOI 10.22201/fca.24488410e.2021.2631.

ANEXOS

Anexo N° 1. Matriz consistencia

CONCIENCIA AMBIENTAL Y EL CONSUMO DE ROPA DE LA MODA RÁPIDA DE LOS ESTUDIANTES DE 7MO A 10MO CICLO DE LA FACULTAD DE INGENIERÍA AMBIENTAL Y DE RECURSOS NATURALES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CALLAO, SEDE CALLAO - 2024											
PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLE	DEF. CONCEPTUAL	DEF. OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍNDICES	MÉTODO	TÉCNICA	INSTRUMENTOS
GENERAL	GENERAL	GENERAL	Consumo de ropa de la moda rápida	Según (Mihanovich, M 2019) se define al consumo de la moda rápida como la demanda y adquisición de ropa de moda descartable, barata, abundante donde el consumidor compra y brevemente desecha las prendas ya que no tienen tanta durabilidad. Explicando que en un inicio había dos temporadas, primavera-verano y otoño-invierno y los grandes desfiles realizan sus exclusivos y costosos lanzamientos según estas temporadas. Con el paso de los años la moda rápida representada en tiendas retail se exponen en las pasarelas y tendencias globales, copiando estas a bajo costo, producidos en tiempo récord de dos semanas para ser ofertadas en los locales de forma masiva y ser publicitadas en redes sociales y/o medios físicos publicitarios.	Es la adquisición de cantidades de ropa de la moda rápida, que se caracteriza por ser barata, desechable a corto tiempo por su mala calidad, ofertada aceleradamente en cantidad abundantes en las tiendas retail, llegándose a vender masivamente gracias a las facilidades de pago y estímulos publicitarios permanentes, redes sociales, y que así mismo tiene un alto costo ambiental.	Consumo de prendas baratas	Precio de venta y su costo ambiental	P14-P16 (Escala de Likert)	Cuantitativo (deductivo)	Encuesta	Cuestionario
¿Cuál relación existe entre la conciencia ambiental y el consumo de ropa de moda rápida de los estudiantes de 7mo a 10mo ciclo de la Facultad de Ingeniería Ambiental y de Recursos Naturales de la Universidad Nacional del Callao, sede Callao, 2024?	Determinar la relación existente entre la conciencia ambiental y el consumo de la moda rápida en los estudiantes de 7mo a 10mo ciclo de la Facultad de Ingeniería Ambiental y de Recursos Naturales de la Universidad Nacional del Callao, sede Callao, 2024.	H1: La conciencia ambiental tiene una relación significativa con el consumo de la ropa de moda rápida de los estudiantes de 7mo a 10mo ciclo de la Facultad de Ingeniería Ambiental y de Recursos Naturales de la Universidad Nacional del Callao, sede Callao, 2024. H0: La conciencia ambiental no tiene una relación significativa con el consumo de la ropa de moda rápida de los estudiantes de 7mo a 10mo ciclo de la Facultad de Ingeniería Ambiental y de Recursos Naturales de la Universidad Nacional del Callao, sede Callao, 2024.				Oferta	Descripción de la prenda y resurtidos de ropa	P17-P18 (Escala de Likert)			
						Oferta	Tiendas que más visitan y en las cuales compran.	P19-P20 (Escala de Likert)			
						Demanda y uso primario de la ropa	Consideración de los aspectos ambientales	P21-P22 (Escala de Likert)			
						Demanda y uso primario de la ropa	Durabilidad de la ropa	P23-P24 (Escala de Likert)			
ESPECÍFICOS	ESPECÍFICOS	ESPECÍFICOS	Conciencia ambiental	(Jiménez Sánchez, Lafuente 2010), hacen referencia a determinados procesos que se asocian a las acciones humanas intentando reducir el impacto ambiental de la acción humana teniendo el siguiente dimensionamiento: psicológicas (afectiva, cognitiva, disposicional) y de comportamiento (activa)	La conciencia ambiental es el nivel de conocimiento y sensibilidad que la persona a integrado a su personalidad y dirige sus acciones buscando el menor impacto al ambiente, reflejándose mediante las dimensiones cognitiva, afectiva, disposicional, activa	Estímulos permanentes	Marketing, publicidad, redes sociales, facilidad de formas de pago	P25-P26 (Escala de Likert)	Cuantitativo (deductivo)	Encuesta	Cuestionario
P.1. ¿Cuál es la relación existente entre la dimensión cognitiva de la conciencia ambiental y el consumo de ropa de la moda rápida de los estudiantes de 7mo a 10mo ciclo de la Facultad de Ingeniería Ambiental y de Recursos Naturales de la Universidad Nacional del Callao, sede Callao, 2024?	O.1. Determinar si existe relación en entre la dimensión cognitiva de la conciencia ambiental y el consumo de la ropa de moda rápida en los estudiantes de 7mo a 10mo ciclo de la Facultad de Ingeniería Ambiental y de Recursos Naturales de la Universidad Nacional del Callao, sede Callao, 2024.	H1. La dimensión cognitiva de la conciencia ambiental tiene una relación significativa con el consumo de la ropa de la moda rápida de los estudiantes de 7mo a 10mo ciclo de la Facultad de Ingeniería Ambiental y de Recursos Naturales de la Universidad Nacional del Callao, sede Callao, 2024.				Cognitiva	Grado de conocimiento busca información ambiental	P1-P3 (Escala de Likert)			
						Afectiva	Demuestra preocupación Demuestra disposición	P4-P7 (Escala de Likert)			
						Disposicional	Actitud ambiental	P8-P11 (Escala de Likert)			
						Activa	Estilo de vida	P12-P13 (Escala de Likert)			
P.2. ¿Cuál es la relación existente entre la dimensión afectiva de la conciencia ambiental y el consumo de ropa de la moda rápida de los estudiantes de 7mo a 10mo ciclo de la Facultad de Ingeniería Ambiental y de Recursos Naturales de la Universidad Nacional del Callao, sede Callao, 2024?	O.2. Determinar si existe relación en entre la dimensión afectiva de la conciencia ambiental y el consumo de la ropa de moda rápida en los estudiantes de 7mo a 10mo ciclo de la Facultad de Ingeniería Ambiental y de Recursos Naturales de la Universidad Nacional del Callao, sede Callao, 2024.	H2. La dimensión afectiva de la conciencia ambiental tiene una relación significativa con el consumo de la ropa de la moda rápida de los estudiantes de 7mo a 10mo ciclo de la Facultad de Ingeniería Ambiental y de Recursos Naturales de la Universidad Nacional del Callao, sede Callao, 2024.									
P.3. ¿Cuáles es la relación existente entre la dimensión disposicional de la conciencia ambiental y el consumo de ropa de la moda rápida de los estudiantes de 7mo a 10mo ciclo de la Facultad de Ingeniería Ambiental y de Recursos Naturales de la Universidad Nacional del Callao, sede Callao, 2024?	O.3. Determinar si existe relación en entre la dimensión disposicional de la conciencia ambiental y el consumo de la ropa de moda rápida en los estudiantes de 7mo a 10mo ciclo de la Facultad de Ingeniería Ambiental y de Recursos Naturales de la Universidad Nacional del Callao, sede Callao, 2024.	H3. La dimensión disposicional de la conciencia ambiental tiene una relación significativa con el consumo de la ropa de la moda rápida de los estudiantes de 7mo a 10mo ciclo de la Facultad de Ingeniería Ambiental y de Recursos Naturales de la Universidad Nacional del Callao, sede Callao, 2024.									
P.4. ¿Cuál es la relación existente entre la dimensión activa de la conciencia ambiental y el consumo de ropa de la moda rápida de los estudiantes de 7mo a 10mo ciclo de la Facultad de Ingeniería Ambiental y de Recursos Naturales de la Universidad Nacional del Callao, sede Callao, 2024?	O.4. Determinar si existe relación en entre la dimensión activa de la conciencia ambiental y el consumo de la ropa de moda rápida en los estudiantes de 7mo a 10mo ciclo de la Facultad de Ingeniería Ambiental y de Recursos Naturales de la Universidad Nacional del Callao, sede Callao, 2024.	H4. La dimensión activa de la conciencia ambiental tiene una relación significativa con el consumo de la ropa de la moda rápida de los estudiantes de 7mo a 10mo ciclo de la Facultad de Ingeniería Ambiental y de Recursos Naturales de la Universidad Nacional del Callao, sede Callao, 2024.									

DISEÑO: No experimental/ transeccional/ correlacional
TIPO: Básico
MUESTREO: Aleatorio simple
POBLACIÓN: 311 estudiantes de 7mo a 10mo ciclo de la Facultad de Ingeniería Ambiental y de Recursos Naturales de la Universidad Nacional del Callao, sede Callao, semestre académico 2024 A.
MUESTRA: 179 estudiantes de 7mo a 10mo ciclo de la Facultad de Ingeniería Ambiental y de Recursos Naturales de la Universidad Nacional del Callao, sede Callao, semestre académico 2024 A.
ANÁLISIS Y PROCESAMIENTO DE DATOS: Microsoft Word; Microsoft Excel; SPSS Statistics 27.

Anexo N° 2. Instrumento de recolección de información

"CONCIENCIA AMBIENTAL Y EL CONSUMO DE ROPA DE LA MODA RÁPIDA DE LOS ESTUDIANTES DE 7MO A 10MO DE LA FACULTAD DE INGENIERÍA AMBIENTAL Y DE RECURSOS NATURALES CICLO DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CALLAO, SEDE CALLAO - 2024"						
Determinar la relación existente entre la conciencia ambiental y el consumo de la moda rápida en los estudiantes de la universidad Nacional del Callao, sede Callao, 2024.						
I. DATOS GENERALES						
EDAD:		Instrucciones del Cuestionario			Agradecemos mucho su participación.	
SEXO: F () M ()		<ul style="list-style-type: none"> • Sirvase por favor, contestar con toda sinceridad las opciones presentadas por cada pregunta. • Marcar con un aspa (X) o (O) la alternativa que usted crea conveniente. • Si tiene alguna duda o comentario, consulte con su encuestador 				
La información obtenida será utilizada únicamente para fines académicos y su identidad no será revelada en ningún momento.						
II. DATOS ESPECÍFICOS						
1. Conciencia Ambiental						
Item	Preguntas	1	2	3	4	5
D.1 Dimensión cognitiva						
Grado de conocimiento						
1.1	1 ¿Qué tan informado/a está sobre la contaminación ambiental que presenta el uso de ropa de la moda rápida?	Nada informado/a	poco informado/a	Moderadamente informado/a	Informado/a	Totalmente informado/a
	2 ¿considera que la información sobre prácticas (reparación, reciclaje, reuso, reventa, donación) para alargar el tiempo de uso de su ropa es disponible?	Nada disponible	Poco disponible	Moderadamente disponible	Disponible	Totalmente informado/a
	Busca información ambiental					
3	¿Con qué frecuencia busca usted información sobre programas, actividades o iniciativas ambientales para disminuir el consumo de ropa de moda rápida?	Nunca	Rara vez	Moderadamente	Frecuentemente	Siempre
D.2 Dimensión afectiva						
Demuestra preocupación						
1.2	4 ¿Con qué frecuencia considera usted que la conservación del ambiente es más importante que el estar a la moda?	Nunca	Rara vez	Moderadamente	Frecuentemente	Siempre
	5 ¿Con qué frecuencia considera que sus acciones tienen influencia en la conservación del medio ambiente?	Nunca	Rara vez	Moderadamente	Frecuentemente	Siempre
	6 ¿Con qué frecuencia consideras importante tratar los problemas ambientales locales proveniente del consumo de ropa de la moda rápida?	Nunca	Rara vez	Moderadamente	Frecuentemente	Siempre
Muestra disposición						
7	¿Con qué frecuencia le interesa realizar prácticas asociadas para alargar el tiempo de uso de su ropa (Reparación, reciclaje, reuso, reventa, alquilar, donar)?	Nunca	Rara vez	Moderadamente	Frecuentemente	Siempre
D.3 Dimensión disposicional						
Actitud ambiental						
1.3	8 ¿Con qué frecuencia está dispuesto/a hacer actividades para alargar el tiempo de uso de tu ropa?	Nunca	Rara vez	Moderadamente	Frecuentemente	Siempre
	9 ¿Con qué frecuencia está dispuesto/a a recibir información de cómo afecta el consumo de ropa al medio ambiente?	Nunca	Rara vez	Moderadamente	Frecuentemente	Siempre
	10 ¿Con qué frecuencia está dispuesto/a a pagar más por un producto o servicio amigable con el ambiente?	Nunca	Rara vez	Moderadamente	Frecuentemente	Siempre
	11 ¿Está dispuesto/a para donar ropa que aún sirvan pero que ya no utilice, con el objetivo de prolongar tiempo de uso?	Nunca	Rara vez	Moderadamente	Frecuentemente	Siempre
D.4 Dimensión activa						
Estilo de vida						
1.4	12 ¿Usted, con qué frecuencia participa en eventos o ferias de compra, venta o donaciones de ropa de...	Nunca	Rara vez	Moderadamente	Frecuentemente	Siempre
	13 ¿Con qué frecuencia usted realiza uno o varias de las siguientes actividades (reparar, reciclar, reusar o revender) con su ropa cuando esta presenta cierto grado de deterioro?	Nunca	Rara vez	Moderadamente	Frecuentemente	Siempre
2. Consumo de la ropa de moda rápida						
Item	Preguntas	1	2	3	4	5
D.1 Del consumo de prendas baratas						
2.1	14 Cuando compras ropa de moda rápida ¿Con qué frecuencia has considerado al precio como criterio principal para decidir comprar la ropa?(compro la prenda si es barata)	Nunca	Rara vez	Moderadamente	Frecuentemente	Siempre
	15 Sabiendo que para confeccionar un jean se requiere 7500 litros de agua; para una camisa, 2500 L y para un polo 2000 L. ¿Con qué frecuencia reducirías tu consumo de este tipo de ropa de moda rápida?	Nunca	Rara vez	Moderadamente	Frecuentemente	Siempre
	16 En el consumo, si el precio es barato (por ejemplo: por liquidación, remate, cierre de temporada u ofertas) ¿Con qué frecuencia compras más prendas de ropa de las que inicialmente intencionaste?	Siempre	Frecuentemente	Moderadamente	Rara vez	Nunca
D.2 Ofertas de ropa de moda rápida que facilitan su consumo						
2.2	17 Antes de realizar la compra de la ropa ¿Con qué frecuencia lees sus etiquetas? (Considera las etiquetas de tela cocidas a la prenda, y las de cartón o plástico con información "eco-friendly")	Nunca	Rara vez	Moderadamente	Frecuentemente	Siempre
	18 Según tu experiencia como comprador. ¿Con qué frecuencia crees que las tiendas donde compras tu ropa, reabastecen y surten los modelos y tallas nuevas de la ropa de moda rápida?	Siempre	Frecuentemente	Moderadamente	Rara vez	Nunca
	19 ¿Con qué frecuencia visitas tiendas donde venden ropa de moda rápida?	Siempre	Frecuentemente	Moderadamente	Rara vez	Nunca
	20 De estas visitas ¿Con qué frecuencia compras ropa de las tiendas HyM y Sagafalabella?	Siempre	Frecuentemente	Moderadamente	Rara vez	Nunca
D.3 Demanda y uso primario de ropa de moda rápida						
2.3	21 ¿El conocer la huella hídrica de elaboración de una prenda y si ambientalmente vale la pena comprarla, frecuentemente influye en tu compra?	Nunca	Rara vez	Moderadamente	Frecuentemente	Siempre
	22 ¿Como criterio, los aspectos ambientales consumidos para producir este tipo de ropa, que tiene un corto tiempo de uso, con que frecuencia influye para disminuir tu consumo de este tipo de ropa?	Nunca	Rara vez	Moderadamente	Frecuentemente	Siempre
	23 Sabiendo que el polo adquirido de la moda rápida se destiñe, descose, rompe, estira o le aparecen pequeñas motitas de hilo en su superficie ¿Con qué frecuencia consideras que en promedio este te dura en buenas condiciones al menos tres meses o más?	Nunca	Rara vez	Moderadamente	Frecuentemente	Siempre
	24 Sabiendo que el jean adquirido de la moda rápida se destiñe, descose, rompe, estira o le aparecen pequeñas motitas de hilo en su superficie ¿Con qué frecuencia consideras que en promedio este te dura en buenas condiciones al menos seis meses o más?	Nunca	Rara vez	Moderadamente	Frecuentemente	Siempre
D.4 Estímulos permanentes para el consumo de ropa de moda rápida						
2.4	25 Del uso de pagos en líneas o billeteras electrónicas ¿Con qué frecuencia crees que estos medios de pago te facilitan el consumo de ropa de moda rápida?	Siempre	Frecuentemente	Moderadamente	Rara vez	Nunca
	26 Dentro de los estímulos para comprar ropa de moda rápida, se tiene a la publicidad física y/o virtual, donde se muestran nuevos lanzamientos de colecciones de ropa.¿Con qué frecuencia compras ropa por la influencia de este estímulo?	Siempre	Frecuentemente	Moderadamente	Rara vez	Nunca

Anexo N° 3. Formato de Validación por Juicio de Expertos del Cuestionario Conciencia Ambiental

Callao, 21 de febrero del 2024

Validación del instrumento de recolección de la variable Conciencia Ambiental

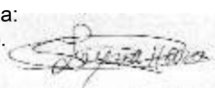
1. DATOS GENERALES

- 1.1. Apellidos y nombres: Leyva Haro, Sergio
- 1.2. Grado académico: Mtro. Gestión Ambiental para el Desarrollo Sostenible
- 1.3. Especialidad: ESTADÍSTICO
- 1.4. Cargo e institución en la que actualmente labora: DIRECTOR DE DEPARTAMENTO
- 1.5. Nombre del instrumento a validar: Recolección de la variable Conciencia Ambiental.
- 1.6. Autores del instrumento: Rocío Leiva Cisneros y Axel Rojas Chávez

2. ASPECTOS A VALIDAR

CRITERIOS	INDICADORES	INACEPTABLE						MINIMAMENTE ACEPTABLE			ACEPTABLE			
		40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
1. Claridad	Está formulado con lenguaje comprensible												X	
2. Objetividad	Está adecuado a las leyes y principios científicos.												X	
3. Actualidad	Está adecuado a los objetivos y necesidades reales de la investigación.												X	
4. Organización	Existe una organización lógica.										X			
5. Suficiencia	Toma en cuenta aspectos metodológicos esenciales.											X		
6. Intencionalidad	Está adecuado para valorar las variables de las hipótesis.											X		
7. Consistencia	Se respalda en fundamentos técnicos y científicos.												X	
8. Coherencia	Existe coherencia entre los problemas, objetivos, hipótesis, variables e indicadores.											X		
9. Metodología	La estrategia responde a una metodología y diseño aplicados para lograr probar la hipótesis.										X			
10. Pertinencia	El instrumento muestra la relación entre los componentes de la investigación y su adecuación al método científico.												X	

3. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

El instrumento cumple con los requisitos para su aplicación.	SI	Firma: Mtro. 
El instrumento no cumple con los requisitos para su aplicación.		DNI:06300408 N° CIP: -

4. PROMEDIO DE VALORACIÓN

90

Validación del instrumento de recolección de la variable de Conciencia Ambiental


1. DATOS GENERALES

- 1.1. Apellidos y nombres: Joao Huapaya Pardavé
- 1.2. Grado académico: Magister en administración de empresas
- 1.3. Especialidad: Ingeniero Ambiental y de Recursos Naturales.
- 1.4. Cargo e institución en la que actualmente labora: Jefe de riesgos ambientales, sociales y climáticos
- 1.5. Nombre del instrumento a validar: Cuestionario
- 1.6. Autores del instrumento: Rocío Leiva Cisneros y Axel Rojas Chávez

2. ASPECTOS A VALIDAR

CRITERIOS	INDICADORES	INACEPTABLE						MINIMAMENTE ACEPTABLE			ACEPTABLE			
		40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
1. Claridad	Está formulado con lenguaje comprensible											X		
2. Objetividad	Está adecuado a las leyes y principios científicos.											X		
3. Actualidad	Está adecuado a los objetivos y necesidades reales de la investigación.												X	
4. Organización	Existe una organización lógica.											X		
5. Suficiencia	Toma en cuenta aspectos metodológicos esenciales.												X	
6. Intencionalidad	Está adecuado para valorar las variables de las hipótesis.												X	
7. Consistencia	Se respalda en fundamentos técnicos y científicos.												X	
8. Coherencia	Existe coherencia entre los problemas, objetivos, hipótesis, variables e indicadores.												X	
9. Metodología	La estrategia responde a una metodología y diseño aplicados para lograr probar la hipótesis.												X	
10. Pertinencia	El instrumento muestra la relación entre los componentes de la investigación y su adecuación al método científico.												X	

3. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

El instrumento cumple con los requisitos para su aplicación.	X	Firma:  DNI: 44127158 N° CIP: 116212
El instrumento no cumple con los requisitos para su aplicación.		

4. PROMEDIO DE VALORACIÓN

95

Validación del instrumento de recolección de la variable de Conciencia Ambiental

1. DATOS GENERALES

- 1.1. Apellidos y nombres: Dr. Jorge Quintanilla Alarcón
- 1.2. Grado académico: Doctor en Gestión Ambiental
- 1.3. Especialidad: Sociólogo
- 1.4. Cargo e institución en la que actualmente labora: Director de pos-grado de la facultad de Ingeniería Ambiental y de Recursos Naturales de la Universidad Nacional del Callao.
- 1.5. Nombre del instrumento a validar: Cuestionario
- 1.6. Autores del instrumento: Rocío Leiva Cisneros y Axel Rojas Chávez

2. ASPECTOS A VALIDAR

CRITERIOS	INDICADORES	INACEPTABLE					MINIMAMENTE ACEPTABLE			ACEPTABLE				
		40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
1. Claridad	Está formulado con lenguaje comprensible									x				
2. Objetividad	Está adecuado a las leyes y principios científicos.									x				
3. Actualidad	Está adecuado a los objetivos y necesidades reales de la investigación.									x				
4. Organización	Existe una organización lógica.									x				
5. Suficiencia	Toma en cuenta aspectos metodológicos esenciales.									x				
6. Intencionalidad	Está adecuado para valorar las variables de las hipótesis.									x				
7. Consistencia	Se respalda en fundamentos técnicos y científicos.									x				
8. Coherencia	Existe coherencia entre los problemas, objetivos, hipótesis, variables e indicadores.								x					
9. Metodología	La estrategia responde a una metodología y diseño aplicados para lograr probar la hipótesis.									x				
10. Pertinencia	El instrumento muestra la relación entre los componentes de la investigación y su adecuación al método científico.									x				

3. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

El instrumento cumple con los requisitos para su aplicación.	x	Firma: 
El instrumento no cumple con los requisitos para su aplicación.		DNI: 07117522 Nº CIP: 0795

4. PROMEDIO DE VALORACIÓN

80

Anexo N° 4. Formato de Validación por Juicio de Expertos del Cuestionario Consumo de Ropa de Moda Rápida

Callao, 21 de febrero del 2024

Validación del instrumento de recolección de la variable Consumo de Ropa de Moda Rápida


1. DATOS GENERALES

- 1.1. Apellidos y nombres: Leyva Haro, Sergio
- 1.2. Grado académico: Mtro. Gestión Ambiental para el Desarrollo Sostenible
- 1.3. Especialidad: ESTADÍSTICO
- 1.4. Cargo e institución en la que actualmente labora: DIRECTOR DE DEPARTAMENTO
- 1.5. Nombre del instrumento a validar: Recolección de la variable Consumo de Ropa de Moda Rápida.
- 1.6. Autores del instrumento: Rocío Leiva Cisneros y Axel Rojas Chávez

2. ASPECTOS A VALIDAR

CRITERIOS	INDICADORES	INACEPTABLE						MINIMAMENTE ACEPTABLE			ACEPTABLE			
		40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
1. Claridad	Está formulado con lenguaje comprensible												X	
2. Objetividad	Está adecuado a las leyes y principios científicos.												X	
3. Actualidad	Está adecuado a los objetivos y necesidades reales de la investigación.												X	
4. Organización	Existe una organización lógica.										X			
5. Suficiencia	Toma en cuenta aspectos metodológicos esenciales.											X		
6. Intencionalidad	Está adecuado para valorar las variables de las hipótesis.											X		
7. Consistencia	Se respalda en fundamentos técnicos y científicos.												X	
8. Coherencia	Existe coherencia entre los problemas, objetivos, hipótesis, variables e indicadores.											X		
9. Metodología	La estrategia responde a una metodología y diseño aplicados para lograr probar la hipótesis.										X			
10. Pertinencia	El instrumento muestra la relación entre los componentes de la investigación y su adecuación al método científico.											X		

3. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

El instrumento cumple con los requisitos para su aplicación.	SI	Firma: 
El instrumento no cumple con los requisitos para su aplicación.		Mtro. _____ DNI: _____ N° CIP: -

4. PROMEDIO DE VALORACIÓN

90

Validación del instrumento de recolección de la variable Consumo de Ropa de Moda Rápida


1. DATOS GENERALES

- 1.1. Apellidos y nombres: Joao Huapaya Pardavé
- 1.2. Grado académico: Magister en administración de empresas
- 1.3. Especialidad: Ingeniero Ambiental y de Recursos Naturales.
- 1.4. Cargo e institución en la que actualmente labora: Jefe de riesgos ambientales, sociales y climáticos en Banbif.
- 1.5. Nombre del instrumento a validar: Cuestionario
- 1.6. Autores del instrumento: Rocío Leiva Cisneros y Axel Rojas Chávez

2. ASPECTOS A VALIDAR

CRITERIOS	INDICADORES	INACEPTABLE					MINIMAMENTE ACEPTABLE			ACEPTABLE				
		40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
1. Claridad	Está formulado con lenguaje comprensible											X		
2. Objetividad	Está adecuado a las leyes y principios científicos.											X		
3. Actualidad	Está adecuado a los objetivos y necesidades reales de la investigación.												X	
4. Organización	Existe una organización lógica.											X		
5. Suficiencia	Toma en cuenta aspectos metodológicos esenciales.												X	
6. Intencionalidad	Está adecuado para valorar las variables de las hipótesis.												X	
7. Consistencia	Se respalda en fundamentos técnicos y científicos.												X	
8. Coherencia	Existe coherencia entre los problemas, objetivos, hipótesis, variables e indicadores.												X	
9. Metodología	La estrategia responde a una metodología y diseño aplicados para lograr probar la hipótesis.												X	
10. Pertinencia	El instrumento muestra la relación entre los componentes de la investigación y su adecuación al método científico.												X	

3. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

El instrumento cumple con los requisitos para su aplicación.	X	Firma:  DNI: 44127158 N° CIP: 116212
El instrumento no cumple con los requisitos para su aplicación.		

4. PROMEDIO DE VALORACIÓN

95

Validación del instrumento de recolección de la variable Consumo de Ropa de Moda Rápida

1. DATOS GENERALES

- 1.1. Apellidos y nombres: Dr. Jorge Quintanilla Alarcón
- 1.2. Grado académico: Doctor en Gestión Ambiental
- 1.3. Especialidad: Sociólogo
- 1.4. Cargo e institución en la que actualmente labora: Director de pos-grado de la facultad de Ingeniería Ambiental y de Recursos Naturales de la Universidad Nacional del Callao.
- 1.5. Nombre del instrumento a validar: Cuestionario
- 1.6. Autores del instrumento: Rocío Leiva Cisneros y Axel Rojas Chávez

2. ASPECTOS A VALIDAR

CRITERIOS	INDICADORES	INACEPTABLE						MINIMAMENTE ACEPTABLE			ACEPTABLE			
		40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
1. Claridad	Está formulado con lenguaje comprensible									x				
2. Objetividad	Está adecuado a las leyes y principios científicos.									x				
3. Actualidad	Está adecuado a los objetivos y necesidades reales de la investigación.									x				
4. Organización	Existe una organización lógica.									x				
5. Suficiencia	Toma en cuenta aspectos metodológicos esenciales.									x				
6. Intencionalidad	Está adecuado para valorar las variables de las hipótesis.									x				
7. Consistencia	Se respalda en fundamentos técnicos y científicos.									x				
8. Coherencia	Existe coherencia entre los problemas, objetivos, hipótesis, variables e indicadores.								x					
9. Metodología	La estrategia responde a una metodología y diseño aplicados para lograr probar la hipótesis.									x				
10. Pertinencia	El instrumento muestra la relación entre los componentes de la investigación y su adecuación al método científico.									x				

3. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

El instrumento cumple con los requisitos para su aplicación.	x	Firma:  DNI: 07117522 N° CIP: 0795
El instrumento no cumple con los requisitos para su aplicación.		

4. PROMEDIO DE VALORACIÓN

80

Anexo N° 5. Carta de Autorización por parte de la FIARN



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CALLAO
FACULTAD DE INGENIERÍA AMBIENTAL Y DE RECURSOS NATURALES
DIRECCIÓN DE ESCUELA PROFESIONAL



Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia, y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho

Bellavista, 27 de mayo de 2024

OFICIO N° 053-2024-DEP/FIARN

Srta.

ROCIO LEIVA CISNEROS

Estudiante FIARN - UNAC

Presente. -

REF.: SOLICITUD SIN NÚMERO

De mi consideración:

Me dirijo a usted para saludarla cordialmente y en relación a su solicitud, se le autoriza y se le comparte la relación de matriculados en el Semestre Académico 2024-A, la cual se encuentra por código de estudiante. Solo puede utilizarlo para fines de investigación según lo mencionado en su solicitud.

Agradeciendo su atención, me despido de usted reiterándole mi consideración y estima.

Atentamente,


UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CALLAO
Facultad de Ingeniería Ambiental y de Recursos Naturales
ESCUELA PROFESIONAL

M^c. EDUARDO VALDEMAR TRUJILLO FLORES
DIRECTOR (E)

ET/NC
Cc. Archivo.

Anexo N° 6. Base de datos de Prueba Piloto

II	2024 A	CILO	SEXO	1 CA	2 CA	3 CA	4 CA	5 CA	6 CA	7 CA	8 CA	9 CA	10 CA	11 CA	12 CA	13 CA	1 CRM	2 CRM	3 CRM	4 CRM	5 CRM	6 CRM	7 CRM	8 CRM	9 CRM	10 CRM	11 CRM	12 CRM	13 CRM
1	9	9no	Femenino	3	2	2	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	3	2	2	5	5	5	5	5	4	5	5	5
2	9	8vo	Masculino	3	2	2	3	3	3	4	3	4	3	3	2	3	4	3	2	2	3	3	4	3	4	3	3	2	3
3	7	7mo	Femenino	3	4	2	5	4	5	4	5	5	5	5	2	4	4	3	4	2	4	3	4	5	5	5	5	2	4
4	10	10mo	Femenino	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4
5	10	10mo	Femenino	3	2	2	4	3	4	3	4	5	5	5	2	2	3	3	2	2	3	3	3	4	5	5	5	2	2
6	10	10mo	Masculino	3	3	2	5	5	4	4	5	5	5	5	1	2	2	3	3	2	5	5	4	5	5	4	5	1	2
7	10	10mo	Femenino	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	3	4	5	5	4	3	4	5	5	4	5	3	4	
8	9	9no	Masculino	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	1	2	2
9	Egresado 2023	Ya egrese	Masculino	2	3	2	5	5	3	5	5	5	5	4	2	2	3	2	3	2	5	5	5	5	5	5	4	2	2
10	10	10mo	Masculino	2	2	1	5	4	3	2	3	4	3	4	1	4	3	2	2	1	5	4	2	3	4	3	4	1	4
11	9	9no	Femenino	3	3	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	5	4	5	5	5	5	5	5	
12	9	9no	Femenino	3	5	3	5	5	4	4	4	5	3	5	2	4	5	3	5	3	5	5	4	4	5	3	5	2	4
13	8	8vo	Femenino	3	2	5	4	5	3	2	2	4	4	5	2	2	2	3	2	5	4	5	2	2	4	4	5	2	2
14	Egresado 2023	Ya egrese	Masculino	3	2	2	4	3	4	4	4	5	4	4	3	3	2	3	2	2	4	2	4	4	5	4	3	3	3
15	10	10mo	Masculino	3	2	2	5	4	5	3	5	5	4	5	1	3	3	3	2	2	5	4	3	5	5	4	5	1	3

Anexo N° 7. Base de datos de la Muestra

ID	SEXO	V1: CONCIENCIA AMBIENTAL																V2: CONSUMO DE ROPA DE MODA RÁPIDA																														
		D1: Dimensión Cognitiva					D2: Dimensión Afectiva					D3: Dimensión Disposicional					D4: Dimensión Activa					D1: Dimensión Consumo de prendas baratas				D2: Dimensión Oferta					D3: Dimensión Demanda y uso primario de la ropa					D4: Dimensión Estimulos Permanentes				Σ	NIVEL							
		1	2	3	Σ	NIVEL	4	5	6	7	Σ	NIVEL	8	9	10	11	Σ	NIVEL	12	13	Σ	NIVEL	1	2	3	Σ	NIVEL	4	5	6	7	Σ	NIVEL	8	9	10	11	Σ	NIVEL			12	13	Σ	NIVEL			
CA	CA	CA			CA	CA	CA	CA			CA	CA	CA	CA			CA	CA	CA			CA	CA	CA			CRMR	CRMR	CRMR			CRMR	CRMR	CRMR	CRMR			CRMR	CRMR			CRMR	CRMR			CRMR	CRMR	CRMR

Anexo N° 8. Imágenes

Figura N°1 Vertedero de Dandora en Kenia



Nota: Quema de ropa de moda rápida en el vertedero de Dandora. Diario El País

Figura N°2: Una retroexcavadora en el vertedero de Dandora



Nota: Movimiento de ropa de moda rápida por retroexcavadoras en el vertedero de Dandora. Diario El País

Figura N°3 Pila de ropa en la carretera de Jogoo



Nota: Ropa de moda rápida en la vía pública donde también es comercializada en toldos. Diario El País

Figura N°4 Hombre emplea la ropa de moda rápida como leña



Nota: Hombre empleando la ropa como leña. Diario El País

Figura N°5 Prendas de segunda mano en el rio Nairobi



Nota: Presencia de ropa de moda rápida en el rio Nairobi.
Diario El País

Figura N°6 Imagen comparativa de entre el modelo de Zara (izquierda) y el de Rains (derecha)



Nota: Comparación entre la prenda original de Rains y la copia hecha por Zara. Fashion Network

Figura N°7: Desierto de Atacama, Chile



Nota. Vista aérea de los 300 ha del desierto de Atacama cubierto por desechos textiles. BBC News

Figura N°8: Residuos de la Inditex en el desierto de Atacama



Nota. Vista horizontal de la superficie del desierto de Atacama cubierto por desechos textiles de la moda rápida. BBC News

Figura N°9: Feria la Quebradilla en Alto Hospicio



Nota: Puestos de venta de ropa de moda rápida importada desde Europa o Asia, son como mercados de ropa de segunda mano. BBC News

Figura N°10: Outlet vintage de ropa reciclada en Santiago de Chile



Nota: Fachada de la tienda vintage en la comuna de Recoleta en Santiago de Chile.

Figura N°11: Interior del Outlet



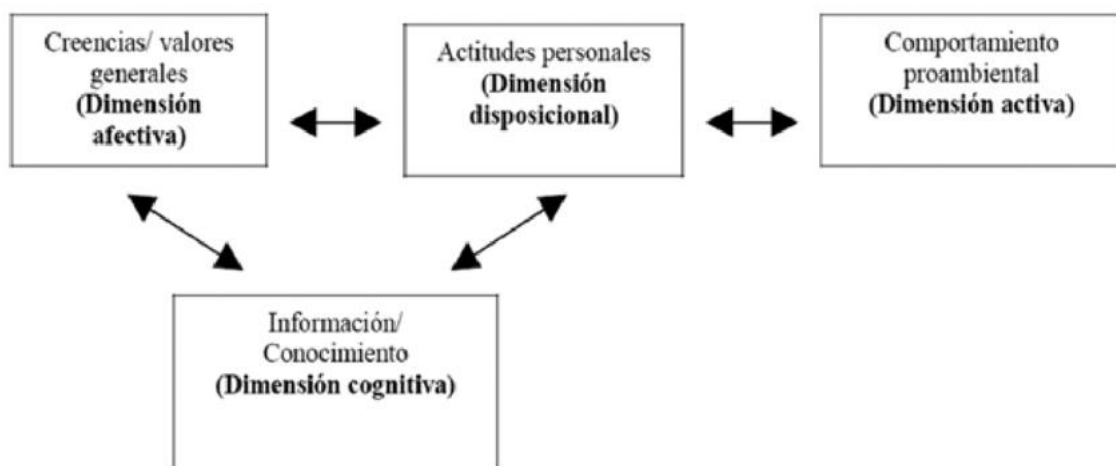
Nota: Interiores de la tienda vintage en la que se venden ropa de segunda mano proveniente de las importaciones.

Figura N°12 Probador de ropa



Nota: Probador de la tienda vintage, en la cual cada prenda tiene su etiqueta de precio.

Figura N°13: Modelo de operacionalización de la conciencia ambiental



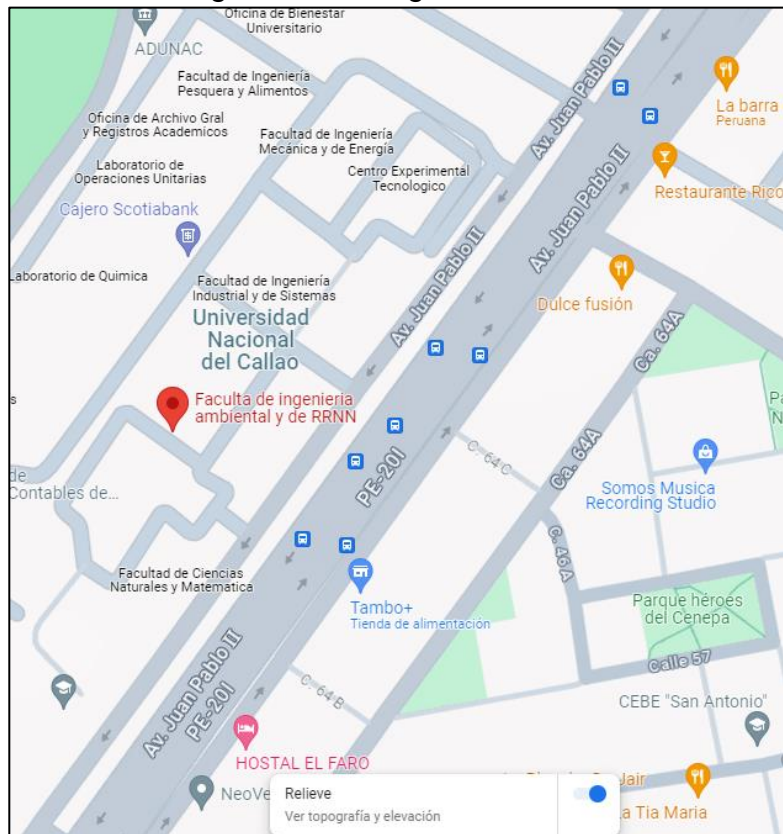
Nota: Explicación del modelo de operacionalización de la conciencia ambiental tomado de definición y medición de la conciencia ambiental del estudio de (Sánchez, Lafuente 2010)

Figura 14: Trabajadoras de la industria textil



Nota: Se muestra un taller de costura en Bangladesh donde las señoras trabajan de 16 a 18 horas en la confección de ropa de moda rápida de H&M, Zara y Forever 21 donde se minimizan costos evadiendo beneficios y salarios justos a sus trabajadores. Según (Gómez Téllez 2022) Bangladesh es el gigante textil, su Inditex estaba valorizada en 28000 millones suponiéndose el 80% de las exportaciones textil a todo el globo, mientras que a sus trabajadoras le pagan 0.30 euros la hora. Creacuervos

Figura N°17: Lugar de estudio



Nota: Se muestra la ubicación de la Universidad Nacional del Callao, con coordenadas: 12°03'40"S 77°07'02"O / -12.06114, -77.117308. Google Maps

Figura N°28 Explicación del tema por parte de la tesista



Nota: Presentación de nuestro tema a los estudiantes

Figura N°29 Explicación del instrumento por el tesista



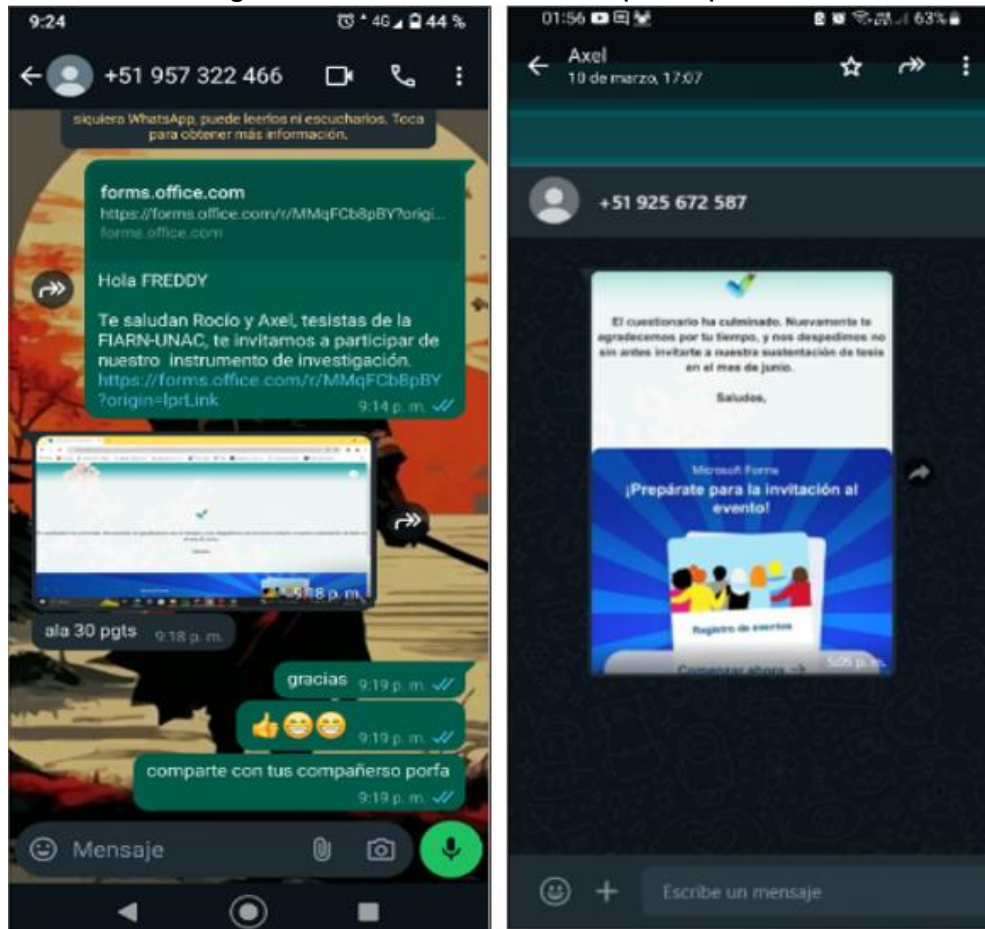
Nota: Explicación del instrumento

Figura N°30: Instrumento virtual

A screenshot of a Google Forms questionnaire. The title is "Cuestionario de conciencia ambiental y consumo de ropa de moda rápida." The form is in Spanish and includes a header with "Forms" and "Cuestionario de conciencia ambiental y consumo de ropa de moda rápida. - Guardado". There are navigation buttons for "Vista previa", "Estilo", "Recopilar respuestas", and "Presentar". The main content area shows the title and a small image of a crowd. Below that, it says "Facultad de Ingeniería Ambiental y de Recursos Naturales, sede Callao, 2024." and "Sección 1". The instructions section reads: "Instrucciones del cuestionario: Hola, te saluda Rocío y Axel! Bachilleres de la Facultad de Ingeniería Ambiental y de Recursos Naturales, actualmente nos encontramos aplicando este cuestionario como instrumento recolección de datos para concretar nuestra de nuestra tesis para titulación. Por tal relevancia, agradecemos tu tiempo en la resolución del presente cuestionario. Dicho ello, por favor, sírvete a contestar con toda sinceridad las opciones presentadas en cada pregunta."

Nota: Apariencia del cuestionario virtual que se aplicó a los estudiantes de la unidad de investigación mediante la herramienta FORMS de Google.

Figura N°31 Confirmación de participación



NOTA: Confirmación que enviaron dos estudiantes mediante WhatsApp, indicando que habían completado el cuestionario.

Figura N°32 Feria de venta de ropa de segunda mano



Nota: En esta fotografía se muestra la feria de venta de ropa de segunda mano en la que participo la tesista Rocío Leiva Cisneros en una escuela de Chorrillos el 19 de noviembre del 2023.

Figura N°33: Prendas en venta



Nota: Se muestran los toldos de 4m2 en los que se venden todo tipo de prendas exteriores, calzados, carteras y artículos de joyería usados, pero en buen estado.

Figura N°34 Compradoras de ropa de segunda mano



Nota: Una madre de familia eligiendo ropa del toldo que la tesista junto a sus amigas alquiló el 19 de noviembre del 2023. Espacios como estos se pueden recrear en la ciudad universitaria de la UNAC.