ISSN 2545-806X

SECRETARÍA DE INVESTIGACIÓN Y TRANSFERENCIA
70 AÑOS 1953•2023
FCE FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA

9º JORNADA DE INVESTIGACIÓN EN CIENCIAS ECONÓMICAS

ADMINISTRACIÓN

Comportamiento de consumo sustentable en estudiantes de la FCE-UNLP

Autores: *Estefanía Solari, M. Patricia Sebastián, Gabriela Mollo Brisco, Enzo Cergneux, Angélica Insaurralde*

En el marco del alcance de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), los consumidores pueden afectar la sostenibilidad futura de toda la sociedad mediante sus decisiones de consumo (Vesna Žabkar, 2016). El consumo sustentable ha originado el impulso de investigaciones que procuran develar tácticas que admitan la concienciación de las corresponsabilidades sociales, frente a la decisión de compra, tanto desde la perspectiva de consumidor, productor como del comerciante (Molina Arcos et al., 2022). En este sentido el comportamiento del consumidor en el campo económico presenta un cambio de paradigma conceptual en favor del consumo sustentable (Camarena Gómez, 2023).

Objetivos:

1) Identificar el nivel de conocimiento que los estudiantes de la FCE-UNLP tienen sobre el concepto de responsabilidad social empresarial;
2) Describir en qué medida los estudiantes de la FCE-UNLP valoran el impacto social y ambiental que generan las empresas; y
3) Determinar si la valoración de las prácticas sociales y ambientales por parte de los estudiantes de la FCE-UNLP está relacionada con el género, la edad, la carrera y el año de cursado de los encuestados.

(*) PROYECTO I+D BIENAL EE001 "Medición del nivel de implementación de prácticas de sustentabilidad en las empresas de La Plata, Saladillo y Tres Arroyos"

Metodología

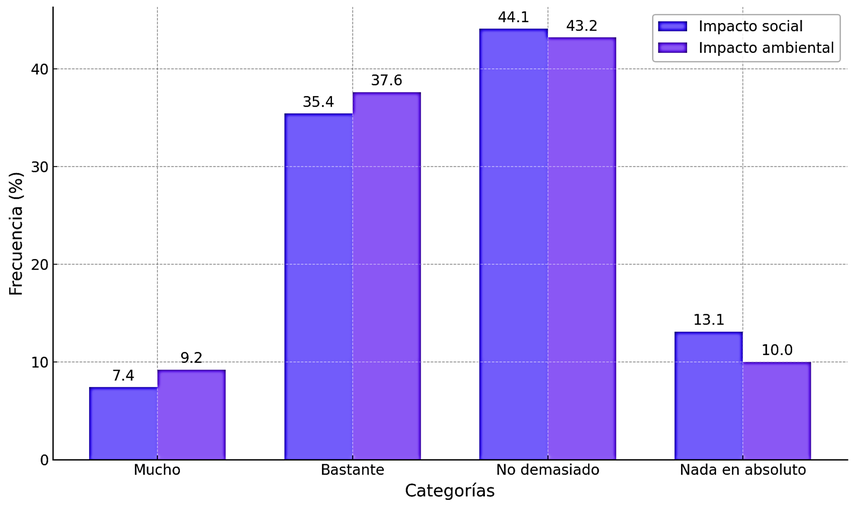
Para llevar a cabo este estudio, se realizó una encuesta a estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de La Plata (FCE-UNLP). La muestra fue de 229 estudiantes, no probabilística, el relevamiento se realizó durante los meses de abril-agosto de 2024.
Para el cumplimiento de los dos primeros objetivos, se realizó un análisis descriptivo con tablas de frecuencia con las variables categóricas. Luego para cumplir con el tercer objetivo, se estimaron modelos de regresión logit:

$$P(\text{valoración alta de impacto social} = 1) = \frac{1}{1 + e^{(\beta 1\ \text{género} + \beta 2\ \text{edad} + \beta 3\ \text{carrera} + \beta 4\ \text{año cursada} + \beta 0)}}$$

$$P(\text{valoración alta de impacto ambiental} = 1) = \frac{1}{1 + e^{(\beta 1\ \text{género} + \beta 2\ \text{edad} + \beta 3\ \text{carrera} + \beta 4\ \text{año cursada} + \beta 0)}}$$

Algunos resultados

Valoración por parte de los estudiantes de la FCE-UNLP del impacto social y ambiental de las empresas cuyos productos adquieren



Los resultados de los modelos logit muestran que el género y la edad tienen una influencia significativa y positiva en la percepción del impacto social y ambiental, con coeficientes positivos y un p-valor <0,05

DISEÑO Y DIFUSIÓN UNIDAD DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL FCE | UNLP

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES ADMINISTRATIVAS
70 AÑOS 1953•2023
FCE FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA