



## CAPITULO IV

### Presentación de Resultados

#### *4.1 Introducción*

A continuación en el capítulo presente. Se mostrarán los resultados que se obtuvieron de la aplicación del cuestionario basado en el modelo de Comportamiento de Consumo Socialmente Responsable (CCRS), a los estudiantes del bachillerato del Colegio Americano de Puebla.

#### *4.2 Datos demográficos*

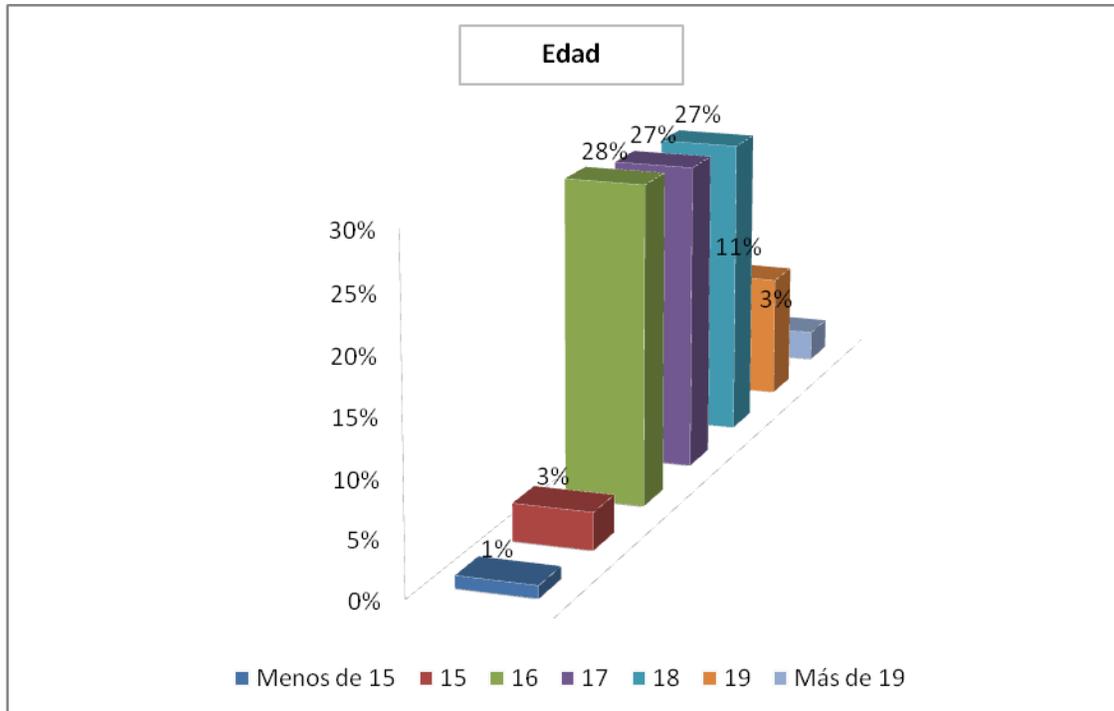
El género de los 181 encuestados se dividió de la siguiente forma, el 62% del total fueron mujeres y los hombres el 38% restante.

Las edades se muestran en la figura 4.1, donde los alumnos con una edad de 16 años fue el más frecuente con un 28%, seguido se encuentran los que cuentan con edades de 17 y 18 años ocupando un 27%, consecuentemente se muestra con un 11% la edad de 19 años. De



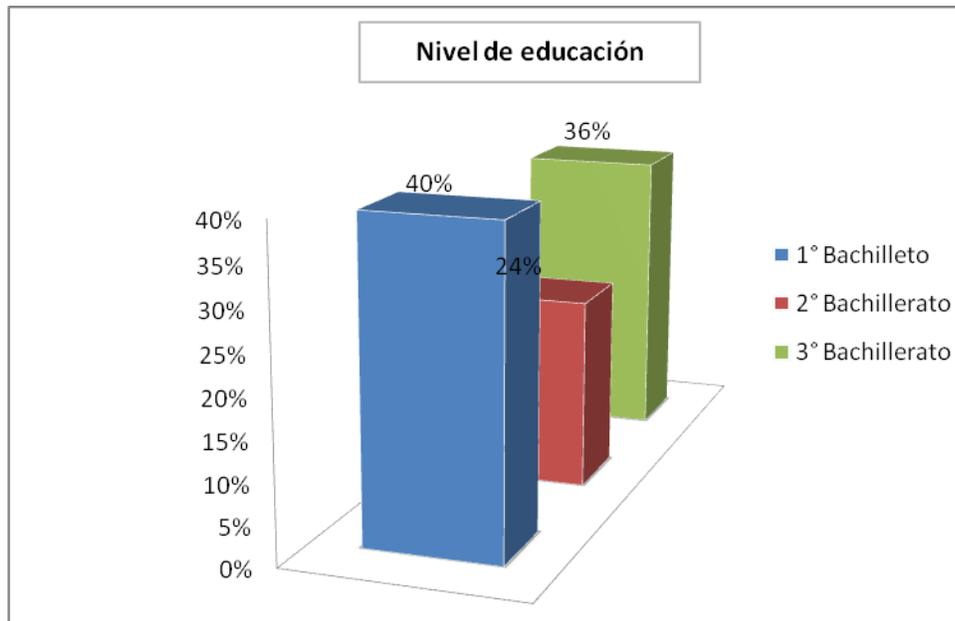
## CAPÍTULO IV

igual forma se puede observar que las edades de 15 y más de 19 años tienen un 3%, y por último los alumnos menos frecuentes fueron los que tuvieron menos de 15 años manifestando un 1%.



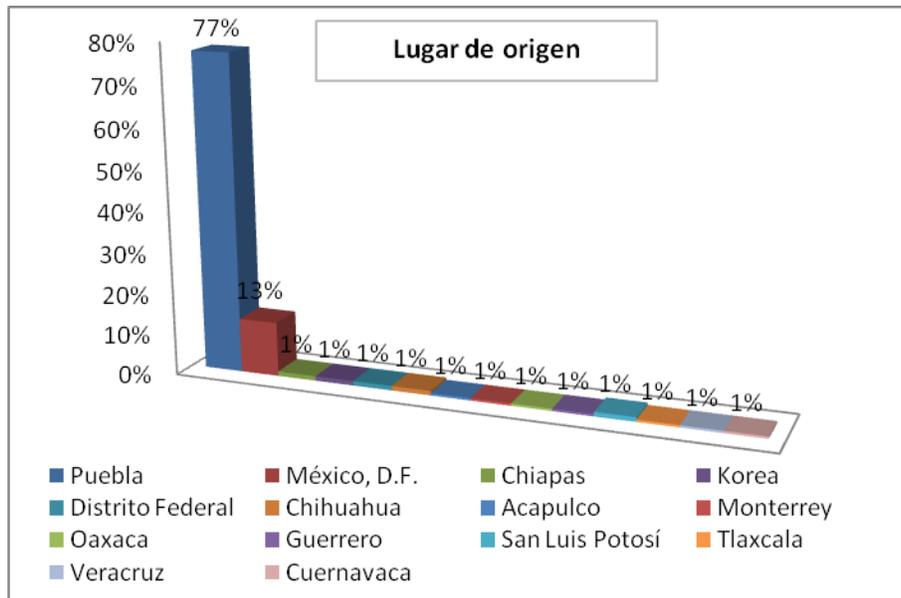
**Figura 4.1** Edad de los encuestados.

La figura 4.2 expone el nivel de educación de los estudiantes, siendo los más frecuentes aquellos alumnos de 1er grado con un 40%, seguido con un 36% del total, aquellos que se encontraban en 3er grado, el último lugar corresponde al 2do grado con un 24%.



**Figura 4.2** Nivel de educación de los encuestados.

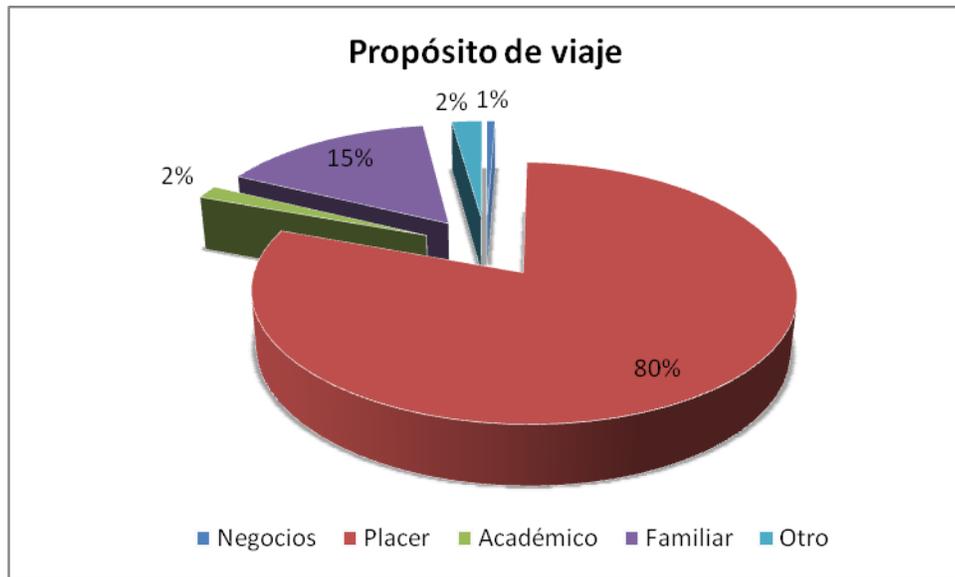
En la figura 4.3 se expone el lugar de origen de los estudiantes, siendo el más representativo el estado de Puebla con un 77%, seguido por México, D.F. con un 13%, y por último se encuentran todos aquellos estados que fueron mencionados menos de dos ocasiones mostrando un 1%.



**Figura 4.3** Lugar de origen de los encuestados.

### *4.3 Datos de toma de decisión*

En la figura 4.4 se muestra cuál es el propósito de viaje de los encuestados, siendo el más frecuente la respuesta de placer con un 80%, seguido por familiar con un 15%, otro motivo con un 2% y al final negocios con un 1%.



**Figura 4.4** ¿Cuál es el propósito de sus viajes?.

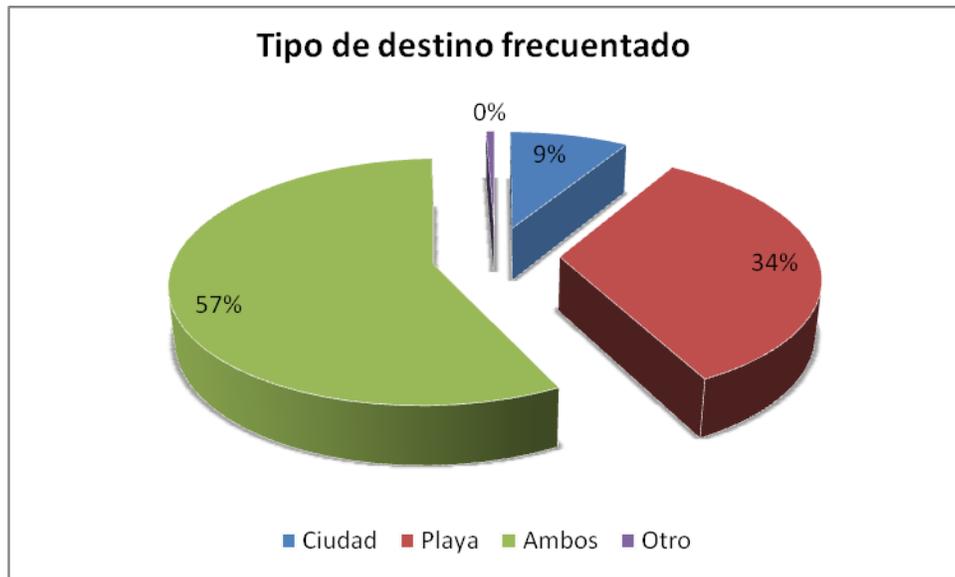
En el cuestionario, una de las preguntas que se hizo a los encuestados fue que si alguna vez habían escuchado el término de ecoturismo. El 33% respondieron que no, es decir 60 estudiantes, sin embargo el 67% sí había escuchado el término.

La figura 4.5 revela lo que entienden por ecoturismo los encuestados. En primer lugar con un 54% se encuentra el inciso *a*), el cual se refería a la definición correcta, seguido por aquellos que no contestaron con un 33%, y al final el inciso *b* con un 13%, el cual era la respuesta incorrecta.



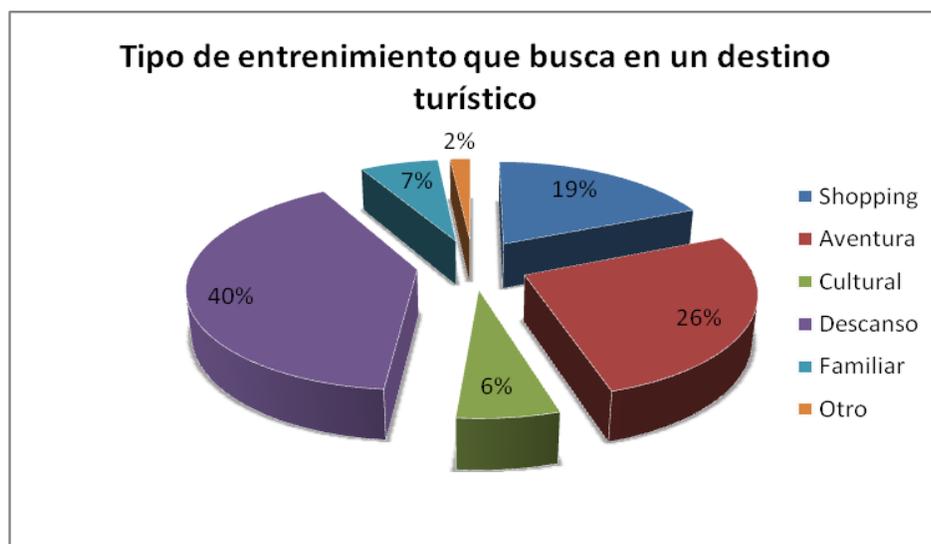
**Figura 4.5** ¿Qué entiende por ecoturismo?.

En la figura 4.6 se muestra que tipo de destino suelen frecuentar, un 9% respondió ciudad, seguido por la opción playa con un 34%, sin embargo la mayoría respondió que ambos lugares con un 57%.



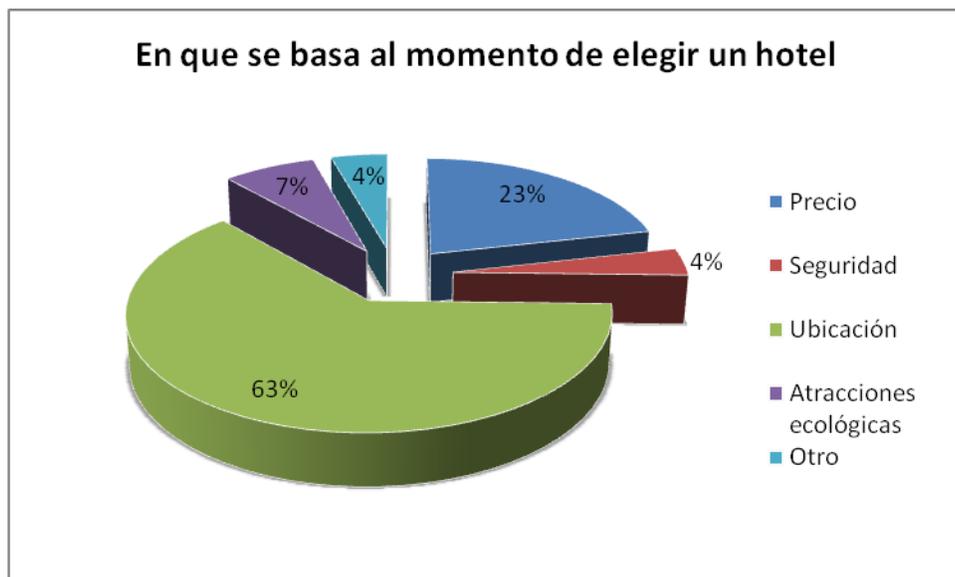
**Figura 4.6** ¿Qué destinos suele frecuentar?.

En la figura 4.7 se observa el tipo de entretenimiento que buscan a la hora de viajar, en primer lugar se encuentra la opción de descanso con un 40%, en segundo lugar aventura con un 26%, posteriormente con un 19% shopping, en cuarto lugar familiar con un 7% seguido de cultural con un 6%, y finalmente otro tipo de entretenimiento con un 2%.



**Figura 4.7** ¿Qué tipo de entretenimiento busca en un destino turístico?.

La figura 4.8 muestra en lo que se basan los encuestados al momento de elegir un hotel, un 63% respondió ubicación, seguido de precio con un 23%, en tercero las atracciones ecológicas del destino con un 7%, y por último la seguridad y otro motivo con un 4%.



**Figura 4.8** ¿En qué se basa al momento de elegir un hotel?.

#### *4.4 Reporte de Medias*

Para llevar a cabo el análisis estadístico, se obtuvo la media de las preguntas basadas en el modelo, dichos resultados se lograron con la ayuda del programa SPSS versión 12.0.



## CAPÍTULO IV

**Tabla 4.1** Medias obtenidas del Comportamiento de Consumo Socialmente Responsable.

Preguntas	Media	DS
m) El gobierno debería aportar más dinero para el apoyo de un fuerte programa de conservación ambiental.	4.4144	0.86898
d) Todos los consumidores deberían estar interesados en las consecuencias ambientales de los productos que compran.	4.3757	0.78334
b) No se está haciendo lo suficiente para motivar a las empresas en cuanto al uso de empaques reciclables.	4.221	0.8601
o) Nuestras escuelas deberían motivar a los estudiantes a tomar cursos que traten problemas ambientales y de conservación.	4.1823	0.90365
f) Estoy de acuerdo en firmar una petición a favor de una causa ambiental.	4.0994	1.06513
k) El gobierno debería dar a cada ciudadano una lista de agencias y organizaciones en las cuales se puedan levantar reportes acerca de asuntos ambientales.	4.0497	0.9503
g) Algunas veces he pensado que si consumiéramos lo esencial quedaría un poco más para futuras generaciones.	4.0166	1.01912
c) Los recursos naturales deben ser preservados aun cuando las personas deban vivir sin algunos productos.	3.5028	1.18614
a) Deben detener el incremento en sus consumos de productos para que los recursos sean más duraderos.	3.4696	1.27166
n) Estaría de acuerdo en incrementar un poco los gastos totales de mi familia para promover el uso consciente de recursos naturales.	3.2597	1.09746
j) Estaría de acuerdo en mantener la ropa que sea de lavandería menos blanca para que de este modo se utilicen menos productos de lavandería que no contaminen.	3.0055	1.17141
h) Estaría de acuerdo en utilizar una bicicleta o tomar un autobús para llegar a un lugar de modo que se reduzca la contaminación en el aire.	2.9392	1.296
i) Probablemente nunca me uniría a un grupo o club que estuviera preocupado por asuntos ecológicos.	2.6298	1.19303
l) Me vuelvo insensible cuando pienso acerca del daño que se le está haciendo a las plantas y vida animal.	2.5359	1.306
p) Rara vez me preocupo por los efectos causados en destinos ecológicos.	2.4807	1.25429
e) La contaminación no está afectando personalmente mi vida.	2.1657	1.21341

En la tabla 4.1 se muestran las medias de la primera parte del cuestionario, éstas se encuentran ordenadas dentro de la tabla de forma descendente en base a los resultados obtenidos. El valor de 1 significa totalmente en desacuerdo, 2 en desacuerdo, seguido está el 3



## CAPÍTULO IV

---

que equivale a indiferente, posteriormente 4 que significa de acuerdo y finalmente el 5 que es totalmente de acuerdo.

En el primer renglón se encuentra el inciso *m)*, el cual muestra una media de 4.4144 que indica que los encuestados están *de acuerdo* en que el gobierno deba aportar más dinero para el apoyo de un fuerte programa de conservación ambiental.

El siguiente inciso es el *d)* el cual expone una media de 4.3757, de igual forma éste revela que están *de acuerdo* en que los consumidores deberían estar interesados en las consecuencias ambientales de los productos que compran.

La media 4.221 del tercer renglón indica que los encuestados están *de acuerdo* en que no se está haciendo lo suficiente para motivar a las empresas en cuanto al uso de empaques reciclables, así mismo el inciso *o)* localizado en el siguiente renglón expone que están *de acuerdo* en que las escuelas deberían motivar a los estudiantes a tomar cursos que traten problemas ambientales y de conservación, ya que muestra una media de 4.1823

La quinta fila indica que estarían *de acuerdo* en firmar una petición a favor de una causa ambiental ya que la media obtenida fue de 4.0994, de igual forma el inciso *k)* revela que están *de acuerdo* en que el gobierno debería dar a cada ciudadano una lista de agencias y organizaciones en las cuales se puedan levantar reportes acerca de asuntos ambientales debido a que el resultado obtenido fue de 4.0497.



## CAPÍTULO IV

---

En el inciso *g)* se obtuvo una media de 4.0166, ésta indica que los encuestados están *de acuerdo* en que si consumieran lo esencial, quedaría un poco más para futuras generaciones. Sin embargo la siguiente fila, con una media de 3.5028, revela una *indiferencia* al mencionarles que los recursos naturales deberían ser preservados aun cuando las personas deban vivir sin algunos productos.

El inciso *a)*, localizado en la novena fila, presenta una media de 3.4696, la cual evidencia una *indiferencia* en que deberían detener el incremento en sus consumos de productos para que los recursos sean más duraderos.

El inciso *n)* muestra una media de 3.2597, ésta revela una *indiferencia* por parte de los encuestados al mencionarles si estarían de acuerdo en incrementar un poco los gastos de su familia para promover el uso consciente de recursos naturales. Seguido se encuentra el inciso *j)* con una media de 3.0055, la cual indica *indiferencia* en mantener la ropa que sea de lavandería menos blanca para que de este modo se utilicen menos productos que no contaminen.

Posteriormente, los encuestados respondieron estar *en desacuerdo* en utilizar una bicicleta o tomar un autobús para llegar a un lugar con la finalidad de que se reduzca la contaminación en el aire, ya que el inciso *h)* muestra una media de 2.9392.

El inciso *i)* muestra una media de 2.6208, ésta indica que están en *desacuerdo* al decir que probablemente nunca se unirían a un grupo o club que estuviera preocupado por asuntos



ecológicos. De igual forma la siguiente fila revela que están en *desacuerdo* al decir que se vuelven insensibles al pensar acerca del daño que se le está haciendo a las plantas y vida animal, ya que las respuestas de los encuestados arrojaron una media de 2.5259.

La penúltima fila muestra una media de 2.4807, esta expone que están en *desacuerdo* al decir que rara vez se preocupan por los efectos causados en destinos ecológicos. Y por último, el inciso *e)* revela que están en *desacuerdo* en que la contaminación no está afectando sus vidas, ya que muestra una media de 2.1657.

### ***4.5 Diferencias en la muestra***

Se realizó un análisis Cluster y prueba *t*, ver anexo 2, con la finalidad de encontrar diferencias en la muestra, esto se llevó a cabo mediante el programa SPSS 12.0. El objetivo del primer análisis fue encontrar grupos diferentes en la muestra, sin embargo los encuestados quedaron integrados en uno sólo. Esto se debe a que los estudiantes encuestados del colegio Americano de Puebla tienen características muy similares como el mismo nivel de educación, además de tener un nivel socio económico medio - alto.

En el segundo análisis de la prueba *t* se trató de encontrar una diferencia en base al último enunciado de la primera parte de la encuesta con el género de los encuestados. El resultado que se obtuvo fue una diferencia significativa ya que el valor de *p* fue menor a 0.05, por lo tanto las mujeres y los hombres tienen una opinión diferente al decir que rara vez se preocupan por los efectos causados en destinos ecológicos.