



**6to Simposio Internacional de Investigación en Ciencias Económicas,  
Administrativas y Contables - Sociedad y Desarrollo**  
**2do Encuentro Internacional de Estudiantes de Ciencias Económicas,  
Administrativas y Contables**



**Bogotá, 12, 13 y 14 de septiembre de 2019**

---

**EDUCACIÓN PARA EL CONSUMO RESPONSABLE EN LA  
UNIVERSIDAD LIBRE SECCIONAL BARRANQUILLA<sup>1</sup>**

**Eje temático:** Ética, Responsabilidad Social y Desarrollo Sustentable

**RICARDO ANTONIO SIMANCAS TRUJILLO:** Publicista, Licenciado en Educación, Especialista en Gerencia de Mercadeo Estratégico, Magíster en Gerencia de Mercadeo, Doctorando en Ciencias Económicas y Administrativas, Miembro del Grupo de Investigación TCEA, Universidad Libre Seccional. Barranquilla.

**Cargo Actual:** Docente Investigador Universidad Libre Seccional Barranquilla  
E-mail: ricardo.a.simancast@unilibre.edu.co

**SAMUEL JOSÉ SINCELEJO BORRERO:** Estudiante Administración de Negocios Internacionales, Semillero de Investigación en Marketing y Consumo en Ambientes Internacionales, SIMCAI, Grupo de investigación TCEA Universidad Libre Barranquilla. Email: [sajosibo25@gmail.com](mailto:sajosibo25@gmail.com)

**JESUS JOSÉ GERARDINO GONZALEZ:** Estudiante Administración de Negocios Internacionales Semillero de Investigación en Marketing y Consumo en Ambientes Internacionales, SIMCAI, Grupo de investigación TCEA Universidad Libre Barranquilla. Email: [jesus200924@gmail.com](mailto:jesus200924@gmail.com)

### **Resumen**

El crecimiento conspicuo del consumo mundial es una realidad hoy en día, los ritmos que impone la nueva ideología de consumo, toca tanto a países desarrollados como a los en vía de desarrollo, esto supone una paradoja con lo direccionado por organismos internacionales, en torno a generar estados de conciencia acerca del efecto que esto generaría en el ambiente de las

---

<sup>1</sup> Ponencia resultada de la investigación denominada “Consumo responsable en la Universidad Libre seccional barranquilla”, realizada con la dirección de Ricardo Simancas Trujillo.



**6to Simposio Internacional de Investigación en Ciencias Económicas,  
Administrativas y Contables - Sociedad y Desarrollo**  
**2do Encuentro Internacional de Estudiantes de Ciencias Económicas,  
Administrativas y Contables**



**Bogotá, 12, 13 y 14 de septiembre de 2019**

comunidades de referencia. El propósito de esta investigación se concentra en analizar el comportamiento de los estudiantes y la comunidad Universitaria en general de la Universidad Libre seccional Barranquilla respecto de sus hábitos de consumo y de la forma como se puede prevenir la generación de desperdicios, la reducción en el uso de materiales y aprovechamiento de residuos en el marco de la creación de un programa de educación para el consumo en la institución de referencia. La metodología implica la caracterización de las formas de consumo de los integrantes de la comunidad académica referenciada como base cuantitativa para la toma de decisiones y la estructuración de un programa de educación para el consumo; para su ejecución se tiene contemplado la aplicación de una encuesta con un instrumento estructurado que incluye el reconocimiento de las relaciones entre variables que se infiere de la muestra de la población. El trabajo enfoca su discusión en minimizar el impacto del consumo desmedido y de cómo se puede resignificar el pensamiento para la consolidación de una cultura ambientalmente responsable al interior de la Universidad con reflejo en toda la comunidad.

**Palabras clave**

Consumo, paradoja, hábitos de consumo, comunidad académica, hermenéutica.

**Abstract**

The significant increase of worldwide consumption is a real deal nowadays, the rhythm imposed by the new consumption ideology reaches as developed countries as the ones that are in the process. This reflects a paradox with all the elements directed for international organisms, looking forward to generate



**6to Simposio Internacional de Investigación en Ciencias Económicas,  
Administrativas y Contables - Sociedad y Desarrollo**  
**2do Encuentro Internacional de Estudiantes de Ciencias Económicas,  
Administrativas y Contables**



***Bogotá, 12, 13 y 14 de septiembre de 2019***

awareness about the huge effect that this would produce in the environment of the communities of reference. The purpose of this research is focused on the analysis of the Universidad Libre, Seccional Barranquilla community behavior and its students, taking into account their consuming habits and how the generation of trash and the reduction of the use of materials can be reduced, and the well use of residues, all of this in order to create an educational program for the consumption in the institution mentioned before. The methodology implies the characterization of the ways of consumption of the members which belong to the academic community referenced as the quantitative base for taking decisions and the creation of an educational program about consumption. For its execution, it is planned to apply a poll as a structured instrument which includes the recognition. The research focuses its discussion on minimizing the impact of the excessive consumption and how the thinking about it can be changed by a new one, in order to work on the consolidation of a brand new culture, environmentally responsible inside of the University with a massive reflect in all the community.

### **Keywords**

Consumption, paradox, consumption habits, academic community, hermeneutics.

### **Introducción**

La población mundial ha venido en un aumento sostenido, este crecimiento desmesurado ha causado que los habitantes del planeta sufran cambios en todas sus dimensiones, incluso, de una manera inconsciente, pues cada día surgen nuevas corrientes de pensamientos, nuevas inclinaciones y nuevas formas de actuación que logran llegar a afectar el comportamiento de cada uno de los integrantes de una sociedad. Ese cambio de conductas se ve reflejado en distintos



**6to Simposio Internacional de Investigación en Ciencias Económicas,  
Administrativas y Contables - Sociedad y Desarrollo**  
**2do Encuentro Internacional de Estudiantes de Ciencias Económicas,  
Administrativas y Contables**



**Bogotá, 12, 13 y 14 de septiembre de 2019**

campos, por ejemplo, en el consumo. El consumidor de hoy en día ha adoptado características totalmente diferentes a la de generaciones anteriores y se ha olvidado que antes de comprar algún producto debe reflexionar sobre el efecto que ejercerá su actitud de consumo en la biota. Sobre este tema sostiene Moltedo Perfetti (2007): *...mucho se ha dialogado sobre la responsabilidad social de las empresas, pero pocas veces se ha hablado de la responsabilidad social del consumidor....Un consumo responsable se centra en un consumo ético y solidario, y no en un consumo por el consumo.*

El ser humano del siglo XXI se centra solamente en consumir conspicuamente sin importar qué tan caro sea un producto o si en realidad lo necesita. Lo que redundará en una ingente irracionalidad compulsiva convertido en personas irracionales e impulsivas. En consecuencia, han surgido nuevos conceptos que buscan encaminar a los consumidores en un camino responsable, racional y completamente amigable con el medio ambiente; es a este al que se conoce como el consumo responsable.

El consumo responsable es un estado de conciencia que busca incidir en los comportamientos de consumo ajustándolos a las necesidades reales y a las del planeta, orientando a los consumidores a escoger opciones que favorezcan el medio ambiente y la igualdad social. Por tal razón, el presente proyecto investigativo busca analizar el comportamiento de los estudiantes y la comunidad Universitaria en general de la Universidad Libre seccional Barranquilla, respecto de sus hábitos de consumo; buscando así fomentar nuevos pensamientos que contribuyan a la construcción de una sociedad consciente y sumamente responsable.



**6to Simposio Internacional de Investigación en Ciencias Económicas,  
Administrativas y Contables - Sociedad y Desarrollo**  
**2do Encuentro Internacional de Estudiantes de Ciencias Económicas,  
Administrativas y Contables**



**Bogotá, 12, 13 y 14 de septiembre de 2019**

## **1. Metodología**

La metodología aplicada para el desarrollo de esta investigación se orientó a dar respuesta al objetivo planteado en función de crear un programa con enfoque de educación para el consumo responsable en la institución de referencia, en tal virtud, la presente ponencia tiene como eje metodológico, un enfoque de corte descriptivo basado en la caracterización de las formas de consumo en estudiantes y miembros de la comunidad académica Unilibrista de Barranquilla que sirva de eje para la toma de decisiones y la estructuración del programa referenciado; para su ejecución se tiene contemplado la aplicación de una encuesta con un instrumento estructurado que incluye el reconocimiento de las relaciones entre variables que se infiere de la muestra de la población. El diseño metodológico o pasos relacionados para el desarrollo de esta investigación, incluyen una revisión documental y aplicación de la hermenéutica para la interpretación y contrastación de los recorridos teóricos con la información primaria recabada en la comunidad. El trabajo enfoca su discusión en minimizar el impacto del consumo desmedido y de cómo se puede resignificar el pensamiento para la consolidación de una cultura ambientalmente responsable al interior de la Universidad con reflejo en toda la comunidad.

En síntesis, la presente ponencia se tipifica como de campo y documental, con diseño descriptivo, cuya técnica e instrumento de recolección de datos fue la encuesta para recolección de datos primarios y la ficha de trabajo y los datos secundarios fueron analizados e interpretados a través del análisis cualitativo.



**6to Simposio Internacional de Investigación en Ciencias Económicas,  
Administrativas y Contables - Sociedad y Desarrollo**  
**2do Encuentro Internacional de Estudiantes de Ciencias Económicas,  
Administrativas y Contables**



**Bogotá, 12, 13 y 14 de septiembre de 2019**

## **2.El consumo responsable**

El consumo es la acción que realizan los seres humanos en relación al uso de bienes y servicios de diferente naturaleza y que se encuentran a su disposición con el objetivo fundamental de suplir diversas necesidades. El consumo es inherente a la forma de vida del hombre y, por lo tanto se presenta en toda su existencia sobre la faz de la tierra. Si se analiza el consumo desde un lente superficial se podría considerar algo netamente inofensivo y casi que imperceptible; sin embargo, cuando se trata de satisfacción el ser humano siempre encuentra la manera de direccionar todos los sistemas creados para la obtención de algo hacia el individualismo. Por tal razón, en cada uno de los integrantes de una sociedad comienza a despertar un hábito excesivo, egoísta e irresponsable que permite trascender el consumo de un acto fisiológico completamente básico e inocuo a uno nocivo, un consumismo pernicioso que mancha severamente el planeta con una tinta indeleble.

Basándose en lo anterior, entonces se tiene un consumo necesario y uno descontrolado y seguramente artificial. El primero, es aquel que permite satisfacer necesidades estrictamente básicas como la alimentación, el vestido, la educación, la salud, la cultura y recreación, la vivienda, el transporte y esos recursos energéticos mínimos y necesarios. Pero por otra parte existe el consumo creado, artificial o consumismo, el cual es aquel que no mejora en nada nuestra calidad de vida, sino que nos mantiene estancados y se enfoca únicamente en las modas, tendencias, las marcas comerciales de dudosa procedencia y la publicidad.

Estas dos concepciones del consumo, de una u otra forma, marcan qué aspectos resultan ciertamente importantes y elementales para la vida misma y los que surgen como consecuencia de las empresas y los mercados, los medios de



**6to Simposio Internacional de Investigación en Ciencias Económicas,  
Administrativas y Contables - Sociedad y Desarrollo**  
**2do Encuentro Internacional de Estudiantes de Ciencias Económicas,  
Administrativas y Contables**



**Bogotá, 12, 13 y 14 de septiembre de 2019**

comunicación, la insuficiencia de cultura y otras causas que condenan a una sociedad al consumismo.

Es por ello que se hace necesaria la implementación de nuevos conceptos que fomenten el buen uso de todos nuestros recursos y que encaminen a la comunidad a realizar compras de bienes y servicios para satisfacer necesidades reales. Es entonces cuando surge el consumo responsable.

Según Arias, B. (2016) el consumo responsable es básicamente un concepto enfocado en la concientización y sensibilización ciudadana en cuanto a sus hábitos de consumo donde se prioricen sus necesidades netamente primarias o básicas al reducir el uso de recursos que benefician en cierta forma la conservación y cuidado del medio ambiente.

Radio ONU (2015) relaciona uno de sus objetivos en cuanto al consumo y lo que se conoce como el Desarrollo Sostenible, exponiendo que solicita garantizar modalidades de consumo y producción que sean mucho más sostenibles. Dentro de una de sus metas planteadas dice que para los próximos 15 años, busca reducir a la mitad el desperdicio mundial de alimentos, lograr el uso eficiente de los recursos naturales, promover el reciclaje, alentar a las empresas a adoptar prácticas de producción sostenibles y racionalizar los subsidios ineficientes a los combustibles fósiles que alientan el consumo antieconómico.

Del mismo modo, Moltedo Perfetti (2007), plantea que un consumo responsable se centra en un consumo ético y solidario y no en un consumo por el consumo. Ese cambio de actitud es el que nos propicia una relación sana con nuestro propio ambiente y con nosotros mismos. Entonces dejaremos espacio para disfrutar de nuestra propia existencia y de la de todos. Y de ser libres.



**6to Simposio Internacional de Investigación en Ciencias Económicas,  
Administrativas y Contables - Sociedad y Desarrollo**  
**2do Encuentro Internacional de Estudiantes de Ciencias Económicas,  
Administrativas y Contables**



**Bogotá, 12, 13 y 14 de septiembre de 2019**

Adicionalmente, dentro de la bibliografía se encontró material suficiente para describir el consumo responsable, destacando las siguientes significaciones:

Consumir en forma sustentable no se limita a reducir los deseos, sino a poder dominarlos. El hecho de consumir no es malo ni bueno, sencillamente es necesario, y por eso debemos hacerlo en forma eficiente y responsable, de manera tal que haya lugar para el placer, pero con mesura y consciencia ambiental y social sobre nuestro actuar. (Cortes Funes, 2011).

Otros autores como Carrero, Martínez y Duran, (2010), caracterizan el consumo responsable en base a los siguientes rasgos: a. Se trata de un consumo consciente y deliberado. El consumidor decide ponderando varias variables como precio, conveniencia y factores sociales (Szmigin, 2009) b. Se realiza en forma rutinaria, siendo un hábito y no una compra puntual. Se considera consumidor responsable al que evalúa los efectos de sus decisiones de compra de forma rutinaria. c. Se actúa buscando el interés externo (centrado en otros) y no interno (centrado en sí mismo). d. Se busca, como fin último, modificar el contexto o las estructuras de mercado actuando sobre las prácticas empresariales o institucionales (Micheletti, 2003)

Según Iglesias (2009), el concepto de consumo responsable es muy amplio, como lo es la propia actividad de consumir, pero puede sintetizarse en tres ejes:

**Consumo Ético** (basado en valores, deliberado, consciente): en el que se introduzcan valores como una variante importante a la hora de consumir o de optar por un producto. Con especial énfasis en la austeridad como un valor en relación con la reducción para un consumo ecológico, pero también frente al crecimiento económico desenfrenado y al consumismo como forma de alcanzar el bienestar y la felicidad.





**6to Simposio Internacional de Investigación en Ciencias Económicas,  
Administrativas y Contables - Sociedad y Desarrollo**  
**2do Encuentro Internacional de Estudiantes de Ciencias Económicas,  
Administrativas y Contables**



**Bogotá, 12, 13 y 14 de septiembre de 2019**

**Consumo Ecológico (3R)**, que incluye, por este orden, las famosas "erres" del movimiento ecologista: Reducir, Reutilizar y Reciclar, pero en el que también se incluyen elementos tan imprescindibles como la agricultura y ganadería ecológicas, la opción por la producción artesanal, entre otros.

**Consumo Social o Solidario** (vinculado a las relaciones sociales, laborales y RSC), en el que entraría también el Comercio Justo, es decir, el consumo en lo que se refiere a las relaciones sociales y condiciones laborales en las que se ha elaborado un bien o producido un servicio. Se trata de pagar lo justo por el trabajo realizado, tanto a gente de otros países como a las más cercanas, en nuestro ámbito local; se trata de eliminar la discriminación, ya sea a causa del color de la piel o por diferente origen, o por razón de género o religión; se trata de potenciar alternativas sociales y de integración y de procurar un nuevo orden económico internacional.

### **3. ¿Qué es un consumidor responsable y por qué debería existir?**

Cuando un ser humano consume no realiza un acto neutro e indefinido, por lo contrario, cada vez que el consumidor compra lo hace basándose en una serie de criterios y patrones que están presentes de manera inconsciente y consciente y que han sido minuciosamente meditados hasta el momento en el que el producto deseado llega a sus manos. El consumo responsable apoya la elección de productos, no solamente teniendo en cuenta la relación que hay entre la calidad y el precio, sino también basándose seriamente en la historia de los productos y la conducta de las empresas que los ofrecen.

Teniendo en cuenta la perspectiva anterior, el consumidor responsable se puede definir como aquella persona que puede efectuar un análisis introspectivo



**6to Simposio Internacional de Investigación en Ciencias Económicas,  
Administrativas y Contables - Sociedad y Desarrollo**  
**2do Encuentro Internacional de Estudiantes de Ciencias Económicas,  
Administrativas y Contables**



**Bogotá, 12, 13 y 14 de septiembre de 2019**

de sus hábitos de compra y de sus valores. Es decir, que al momento exacto de llevar a cabo la compra de un artículo realiza previamente un ejercicio de autoanálisis y de reflexión sobre diversos tópicos y contrasta diversas perspectivas. Cuestiona preguntas como ¿es necesario lo que se va a comprar? ¿Qué necesidad en específico se va a satisfacer? ¿El producto supera el presupuesto destinado a la compra? ¿Se está eligiendo libremente o es una compra compulsiva? ¿Está hecho con materiales reciclables? ¿Hay algo que se posea que pueda reemplazarlo?

En síntesis, el consumidor responsable es aquella persona que ante una determinada elección de compra llega a plantearse una serie de criterios éticos que lo hacen analizar su elección desde diferentes ópticas y de esa forma decidir si la compra es factible o no lo es.

Es posible hablar de (...) Consumo y consumidor responsable, crítico, ético, político, consciente y transformador, ciudadano de mercado, etc., y aunque no existe unanimidad dentro de la comunidad científica sobre su significado, todas estas denominaciones vienen a abrazar un concepto de consumo que va más allá del acto dirigido a la mera satisfacción de intereses o necesidades individuales. Así, podríamos entender por consumidor responsable a aquella persona que, siendo consciente de sus hábitos de consumo, conoce y exige sus derechos como consumidor y además busca y elige (o reclama o propone a las empresas) opciones que tienen un menor impacto negativo y un mayor efecto positivo en la sociedad, el medioambiente y los animales no humanos. (Díaz, 2011).

Según el estudio “*Consumo responsable: Diagnóstico y análisis comparativo en la Argentina y Uruguay*”, realizado por Bianchi, Ferreyra y Kosiak de Gesualdo (2013) se determinaron las siguientes características a los consumidores responsables dentro de una descripción:



**6to Simposio Internacional de Investigación en Ciencias Económicas,  
Administrativas y Contables - Sociedad y Desarrollo**  
**2do Encuentro Internacional de Estudiantes de Ciencias Económicas,  
Administrativas y Contables**



***Bogotá, 12, 13 y 14 de septiembre de 2019***

“Son los que más se preocupan por elegir productos de pack ecológicos, separar residuos, cuidar el agua en la ducha. Aunque se interesan parcialmente en conocer el comportamiento ético de las empresas, son los que se encargan de difundirlas cuando conocen de casos no éticos. Se preocupan por conocer las políticas ambientales de las empresas. Sin embargo, a pesar de ser conscientes tiene en claro que son consumistas: dicen sentirse en gran parte más feliz cuando más compran y consumen, extrañan los shopping si están fuera de la ciudad, y sienten fuertemente la necesidad de comprar. Por lo anteriormente descrito, es el grupo que más se aproxima a las definiciones conceptuales analizadas sobre que es un consumidor responsable.”

Desde la perspectiva anterior, se puede decir entonces que el consumidor responsable resulta supremamente importante dentro de una sociedad, pues a la hora de adquirir un bien o servicio se debe tener en cuenta su calidad, el impacto ambiental, saber si ese artículo dejará una marca negativa a nivel ecológico y eso es algo que solamente un verdadero consumidor responsable saber hacer. Además, no solamente se habla de un consumidor responsable dentro del marco económico, sino también dentro del ambiental; en pleno siglo XXI, era en la que vivimos una crisis ecológica innegable al papel de los consumidores es vital, dado a que gran parte de la contaminación que hay en el planeta es el resultado de la compra inoficiosa de miles de productos que nunca fueron utilizados y que son desechados de manera irresponsable. De igual forma, la adquisición de productos que atentan contra el medio ambiente es una problemática que afecta no solo al consumidor mismo sino a toda la población y es entonces cuando el consumidor responsable debe entrar al juego y velar por su integridad, por la de los demás y por la del planeta entero.



**6to Simposio Internacional de Investigación en Ciencias Económicas,  
Administrativas y Contables - Sociedad y Desarrollo**  
**2do Encuentro Internacional de Estudiantes de Ciencias Económicas,  
Administrativas y Contables**



**Bogotá, 12, 13 y 14 de septiembre de 2019**

Un consumidor responsable sabe y debe determinar cuáles son esas empresas que respetan el medio ambiente y que cuentan con iniciativas que procuran el cuidado del mismo. Pero de manera contraria, sabe cuáles son esas organizaciones que están perjudicando de una u otra forma a la biota; por lo tanto ellos deben lidiar con esas entidades y resguardar los derechos humanos y los del medio ambiente.

#### **4. Desarrollo sostenible**

##### **4.1. Objetivos del desarrollo sostenible**

En la presente investigación se encontraron una serie de alternativas que planean la promoción del consumo responsable, entre ellas se destaca a Sabines (2007) quien basa su opinión en los océanos teniendo como culpable el Co<sub>2</sub> y los desperdicios a gran medida producidos innecesariamente, en una entrevista del 2019 hacia el espectador plantea que la solución de minimizar los combustibles fósiles, que los ciudadanos elijan candidatos en la política que se muestren interesados en la reducción de gases de efecto invernadero, y en la cotidianidad se realice como hábito fundamental el reciclaje, la eliminación de plástico, ahorro de agua y energía.

Al respecto la PNUD (año) afirma que “Para lograr crecimiento económico y desarrollo sostenible, es urgente reducir la huella ecológica mediante un cambio en los métodos de producción y consumo de bienes y recursos”. Así mismo, Rozo (2018) afirma que Colombia a pesar de ser considerado un país biodiverso y que los habitantes consideran estar enterados del consumo responsable, este país no maneja de buena manera los recursos y se recicla una mínima parte de lo que se consume llegando a tener una alta tasa de desperdicios, también resalta su gran impacto en lugares turísticos.



**6to Simposio Internacional de Investigación en Ciencias Económicas,  
Administrativas y Contables - Sociedad y Desarrollo**  
**2do Encuentro Internacional de Estudiantes de Ciencias Económicas,  
Administrativas y Contables**



**Bogotá, 12, 13 y 14 de septiembre de 2019**

La anterior realidad motiva a implementar proyectos llamativos para la comunidad que se desarrollen desde el ámbito personal, puesto a que el consumo excesivo de productos que generan la mayoría de veces desperdicio, son consumidos con alta cantidad de elementos innecesarios como plásticos que tardan muchos años en biodegradarse, lo que da pie para presentar e implementar guías de auto control y motivación con enfoque hacia el consumo responsable.

### **5. Educación ambiental y el rol de las entidades educativas**

El proceso de educación que incluye la capacitación ambiental pretende hacer tomar conciencia al individuo y la sociedad, para esto es necesario interpretar la realidad social, explicarlo y comprender sus circunstancias. La educación ambiental promueve el desarrollo y aumenta las posibilidades de la población para iniciar un cambio, para esto se centra en modificar las actitudes de las personas para que estas sean capaces de ver sus problemas de desarrollo sostenible y llegar a una solución.

La educación ambiental es un proceso que reconoce las problemáticas y explica conceptos centrados en fomentar las actitudes, destrezas y habilidades necesarias para comprender y apreciar las interrelaciones entre el ser humano y la cultura con su interacción con la naturaleza. La educación es primordial para adquirir conciencia, valores y comportamientos ecológicos y éticos en consonancia con el desarrollo sostenible y que favorezcan a la sociedad.

La educación ambiental utiliza diferentes modelos pedagógicos para su desarrollo. El aprender sobre el ambiente, aprender en el ambiente (entorno) y aprender para el ambiente se insertan en la educación y hoy en día se construye como una educación para el desarrollo sostenible a través de temas como la calidad de vida de las personas, la naturaleza y sociedad como tal, en otras



**6to Simposio Internacional de Investigación en Ciencias Económicas,  
Administrativas y Contables - Sociedad y Desarrollo**  
**2do Encuentro Internacional de Estudiantes de Ciencias Económicas,  
Administrativas y Contables**



**Bogotá, 12, 13 y 14 de septiembre de 2019**

palabras educación y sostenibilidad, tomando la educación como un principio de la acción para el desarrollo sostenible “Educación para la solidaridad” afirma Sánchez, en lo cual se someten los sectores sociales en la construcción de una nueva sociedad con alta capacidad cultural, democrática, tolerante e igualitaria en la que favorece la autoestima, la responsabilidad, la participación y el desarrollo sostenible. La educación ambiental debe tener como niveles de conocimiento la comunidad local, la nación y el mundo y así al final tener un pensamiento centrado acerca de un desarrollo ambiental que nos dará como resultado una sociedad educada para la sostenibilidad.

Actualmente, hay una cantidad considerable de personas que tienen un sentido ambiental, es decir, son conscientes de que el planeta se encuentra en una situación crítica y por tal razón su comportamiento en las distintas locaciones en las que se desplaza tiene un enfoque ecológico y siempre están atentos a que los demás también actúen amigablemente con el ambiente; no obstante, estas acciones cometidas por tales personajes no son suficientes para acaparar todo el globo terráqueo y generar un impacto significativo con reflejo en el ambiente, pero entonces ¿cómo se puede esparcir la noción de educación ambiental y todos los tópicos que se desglosan de ella? Pues es allí donde todas las entidades educativas cobran importancia dentro de este marco.

En orden de prevenir y lograr combatir muchos de los problemas ambientales que presenta el planeta, los planteles educativos se han enfrentado a grandes retos que buscan reconstituir los pensamientos retrógrados de muchos estudiantes, comunidades educativas en general e incluso de los mismos profesores. Y es que la educación siempre ha jugado un papel extremadamente importante dentro del desarrollo de la humanidad y qué mejor herramienta se puede emplear para lograr un cambio en la biota. Dice Cuello (2003), “a partir de



**6to Simposio Internacional de Investigación en Ciencias Económicas,  
Administrativas y Contables - Sociedad y Desarrollo**  
**2do Encuentro Internacional de Estudiantes de Ciencias Económicas,  
Administrativas y Contables**



**Bogotá, 12, 13 y 14 de septiembre de 2019**

la segunda mitad del pasado siglo la educación ambiental se una a esta lucha como nuevo instrumento de concienciación y acción social, no obstante, su aportación tampoco parece, a la vista de los resultados actuales, haber significado grandes avances.” Y es que esta afirmación no resulta nada impactante, pues realmente es notable que no todas las entidades educativas como escuelas de básica primaria, secundaria, centros educativos y universidades incluyen dentro de sus cronogramas o currículos actividades ni asignaturas destinadas a la comprensión del entorno ambiental en el que nos encontramos, ni mucho menos programas que tengan como objetivo promover el cuidado y la preservación del medio ambiente.

Es entonces imprescindible que las entidades educativas comiencen a desarrollar dentro de sus programaciones académicas y extracurriculares, cursos educativos que le brinden de manera crítica y analítica al estudiante un punto de vista de la situación real del planeta y de las soluciones inmediatas y a largo plazo para esos problemas ambientales. De esa forma, al haber formado ambientalmente estudiantes de este tipo, la comunidad educativa empezará a tornarse más verde, más amigable con el medio ambiente, y ciertamente mucho más responsable; logrando así que a futuro esas personas impacten positivamente en la sociedad ajena a la entidad educativa y de esa forma entonces se podrá ir multiplicando la tan anhelada educación ambiental.

## **6. Resultados**

La encuesta diseñada se aplicó a estudiantes de la Universidad Libre, Seccional Barranquilla, quienes cumplen las siguientes características:

El 32.6% de los estudiantes tienen edades que oscilan entre los 19 y los 21 años. Y el 62.8% entre los 16 y los 18 años. En cuanto a su semestre y pregrado,



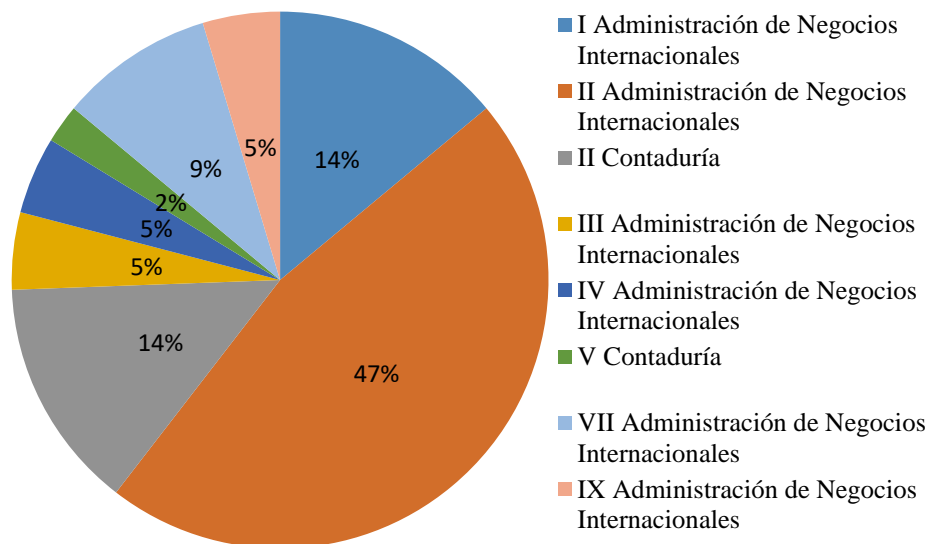
**6to Simposio Internacional de Investigación en Ciencias Económicas,  
Administrativas y Contables - Sociedad y Desarrollo**  
**2do Encuentro Internacional de Estudiantes de Ciencias Económicas,  
Administrativas y Contables**



**Bogotá, 12, 13 y 14 de septiembre de 2019**

están distribuidos de la siguiente forma: un 14% de la población pertenece a I semestre de Administración de Negocios Internacionales. El 47% a II semestre de la misma carrera. Un 14% cursan II semestre de Contaduría. En III semestre de Administración de Negocios Internacionales se encuentra un 5% de los estudiantes. De igual forma, un 5% se sitúa en IV semestre del mismo programa. Un 2% pertenece a V semestre de Contaduría. De Administración de Negocios Internacionales, pero de VII semestre se sitúa un 9%. Finalmente, un 5% de los estudiantes son de IX semestre Administración de Negocios Internacionales de la Universidad Libre, Seccional Barranquilla.

**POBLACIÓN ENCUESTADA**



**Gráfico N° 1.** Fuente: Elaboración propia por los autores.

En los resultados obtenidos se concluye que de 43 estudiantes:

Un 11.6% ha contraído un endeudamiento a través de una tarjeta de crédito. Un 16.3% tiene un tipo de endeudamiento diferente a las tarjetas de





6to Simposio Internacional de Investigación en Ciencias Económicas,  
Administrativas y Contables - *Sociedad y Desarrollo*  
2do Encuentro Internacional de Estudiantes de Ciencias Económicas,  
Administrativas y Contables



Bogotá, 12, 13 y 14 de septiembre de 2019

crédito o tarjetas de consumo. Y un 67.4% no tiene en definitiva ningún tipo de endeudamiento.

TIPO DE ENDEUDAMIENTO

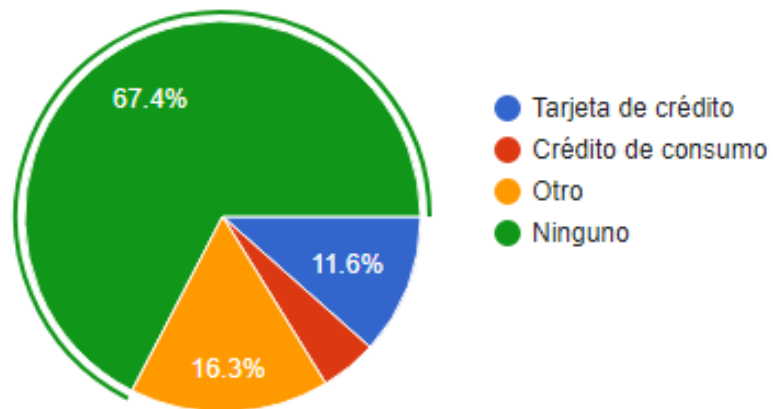


Gráfico N° 2. Fuente: Elaboración propia por los autores.



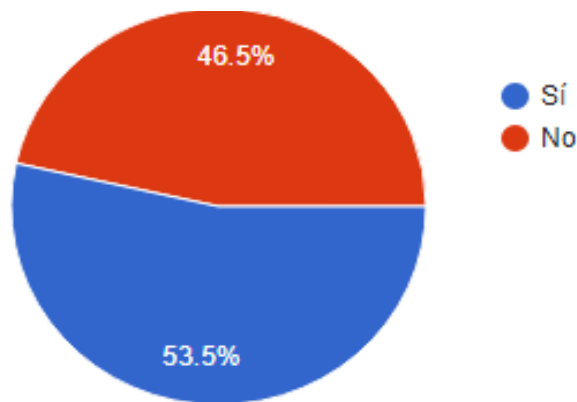
**6to Simposio Internacional de Investigación en Ciencias Económicas,  
Administrativas y Contables - Sociedad y Desarrollo**  
*2do Encuentro Internacional de Estudiantes de Ciencias Económicas,  
Administrativas y Contables*



**Bogotá, 12, 13 y 14 de septiembre de 2019**

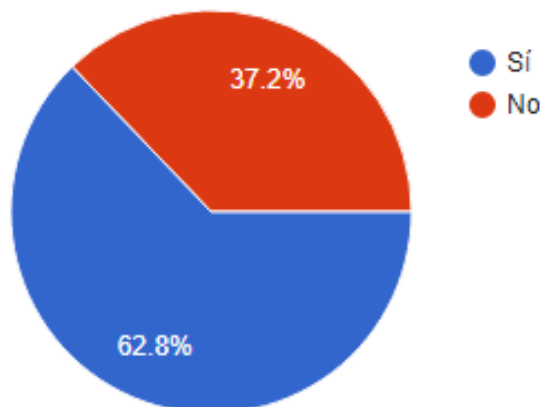
Seguidamente, se obtuvo que un 53.5% de la población encuestada sí realiza presupuestos y, por el contrario, un 46.5% no lo hace. De igual forma, un 37.2% de los estudiantes no efectúa gastos planeados recurrentemente, mientras un 62.8% sí lo hace.

**REALIZACIÓN DE PRESUPUESTOS**



**Gráfico N° 3.** Fuente: Elaboración propia por los autores.

**GASTOS EFECTUADOS SIN PLANEAR**



**Gráfico N° 4.** Fuente: Elaboración propia por los autores.



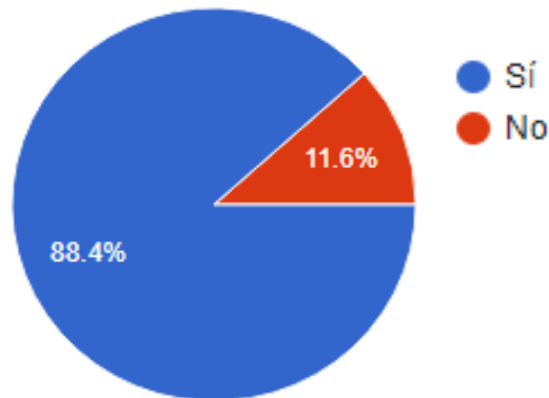
**6to Simposio Internacional de Investigación en Ciencias Económicas,  
Administrativas y Contables - Sociedad y Desarrollo**  
**2do Encuentro Internacional de Estudiantes de Ciencias Económicas,  
Administrativas y Contables**



**Bogotá, 12, 13 y 14 de septiembre de 2019**

Por otra parte, se encontró que gran parte de los encuestados, es decir, un 88.4% de ellos sí saben o tienen nociones de lo que es el consumo responsable, mientras que solamente un 11.6% no tiene conocimiento del tema.

**CONOCIMIENTO SOBRE CONSUMO RESPONSABLE**



**Gráfico N° 5.** Fuente: Elaboración propia por los autores.

No obstante, cuando se trata del medio ambiente, se obtuvo que todo un 93% de estudiantes sí tiene conciencia del problema que se sufre con el cambio climático y únicamente un 7% respondieron que no. Se continúa con el medio ambiente y según los resultados arrojados un 41.9% de la comunidad estudiada está de acuerdo con que los problemas ambientales se deben en gran medida a una falta de educación hacia el consumo responsable y un 53.5% muestra que está muy de acuerdo en que así lo sea.

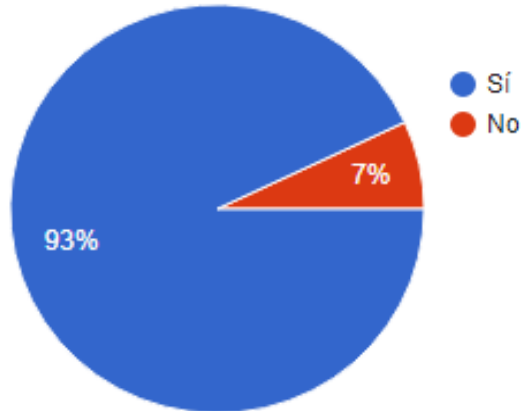


**6to Simposio Internacional de Investigación en Ciencias Económicas,  
Administrativas y Contables - Sociedad y Desarrollo**  
*2do Encuentro Internacional de Estudiantes de Ciencias Económicas,  
Administrativas y Contables*



**Bogotá, 12, 13 y 14 de septiembre de 2019**

**CONCIENCIA SOBRE EL CAMBIO CLIMÁTICO**



**Gráfico N° 6.** Fuente: Elaboración propia por los autores.



6to Simposio Internacional de Investigación en Ciencias Económicas,  
Administrativas y Contables - *Sociedad y Desarrollo*  
2do Encuentro Internacional de Estudiantes de Ciencias Económicas,  
Administrativas y Contables



Bogotá, 12, 13 y 14 de septiembre de 2019

FALTA DE EDUCACIÓN HACIA EL CONSUMO RESPONSABLE

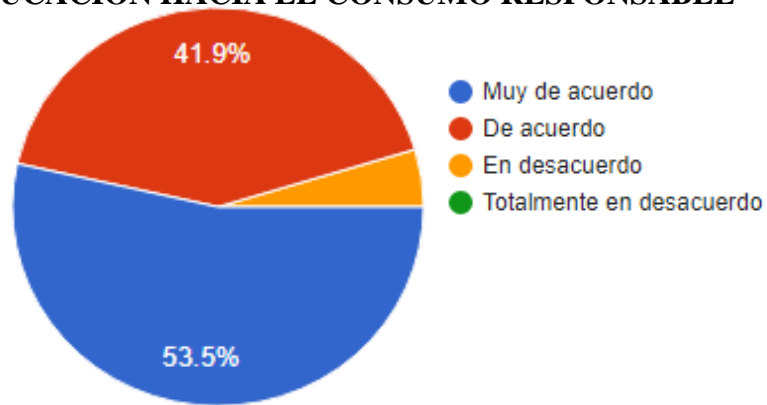


Gráfico N° 7. Fuente: Elaboración propia por los autores.

En cuando a las preguntas que se relacionan directamente con la Universidad Libre, Seccional Barranquilla, se obtuvo que un 9.3% de los estudiantes están muy de acuerdo en que las directivas de dicha institución tienen una visión ambientalista. Un 51.2% está de acuerdo y un 34.9% está en desacuerdo. Por otro lado, se supo que un 58.1% de los encuestados están de acuerdo con que la Universidad Libre se ha comprometido a la promoción de iniciativas para reducir el impacto ambiental de las actividades universitarias; pero un 37.2% mostró descontento diciendo que está en desacuerdo con la premisa.



Bogotá, 12, 13 y 14 de septiembre de 2019

### VISIÓN AMBIENTALISTA DE LA UNIVERSIDAD

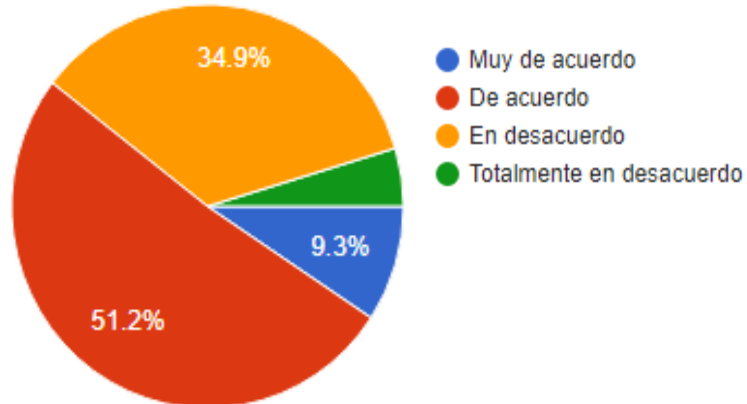


Gráfico N° 8. Fuente: Elaboración propia por los autores.

Desde otra perspectiva, se logró determinar que un 46.5% de los estudiantes durante su estancia en la Universidad sí recuerda alguna campaña de educación para el consumo responsable liderada desde la misma entidad, mientras que un 53.5% dijo que no lo recuerda.

### VISIÓN AMBIENTALISTA DE LA UNIVERSIDAD

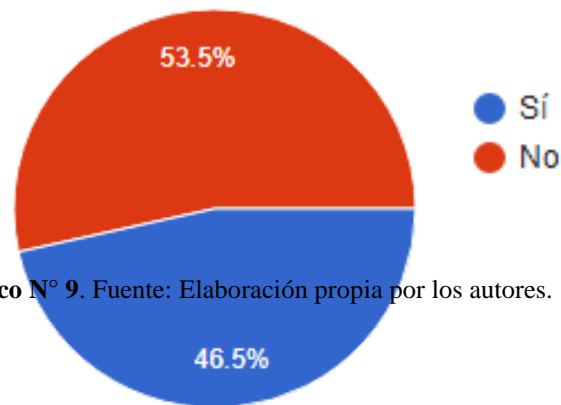


Gráfico N° 9. Fuente: Elaboración propia por los autores.

Siguiendo con la Universidad, un 57.1% de la población encuestada dijo que no se realizan campañas de sensibilización, educación ambiental y/o promoción relacionados con compra responsable



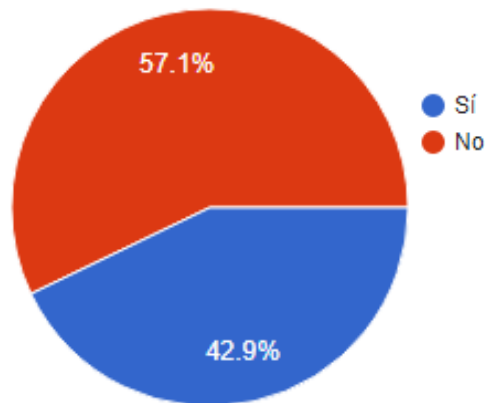
**6to Simposio Internacional de Investigación en Ciencias Económicas,  
Administrativas y Contables - Sociedad y Desarrollo**  
**2do Encuentro Internacional de Estudiantes de Ciencias Económicas,  
Administrativas y Contables**



**Bogotá, 12, 13 y 14 de septiembre de 2019**

(comercio justo u otros) a toda la comunidad universitaria; pero un 42.9% estuvo de acuerdo respondiendo que sí se llevan a cabo campañas de este tipo.

**CAMPAÑAS DE SENSIBILIZACIÓN AMBIENTAL Y/O  
CONSUMO RESPONSABLE DENTRO DE LA UNIVERSIDAD**



**Gráfico N° 10.** Fuente: Elaboración propia por los autores.

Finalmente, para la fortuna del proyecto de investigación, un 44.2% de los estudiantes dijo que está muy de acuerdo en participar en un programa para generar conciencia hacia el consumo pero con responsabilidad dentro de la Universidad Libre, Seccional Barranquilla. Y un 53.5% también respondió que estaría de acuerdo con ingresar a un programa de esta índole.

**INTERÉS DE LOS ESTUDIANTES POR PARTICIPAR EN UN  
PROGRAMA SOBRE EL CONSUMO RESPONSABLE**



6to Simposio Internacional de Investigación en Ciencias Económicas,  
Administrativas y Contables - *Sociedad y Desarrollo*  
2do Encuentro Internacional de Estudiantes de Ciencias Económicas,  
Administrativas y Contables



Bogotá, 12, 13 y 14 de septiembre de 2019

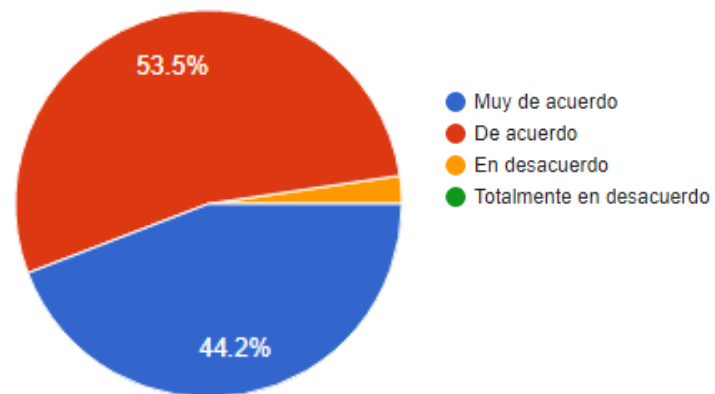


Gráfico N° 11. Fuente: Elaboración propia por los autores.





**6to Simposio Internacional de Investigación en Ciencias Económicas,  
Administrativas y Contables - Sociedad y Desarrollo**  
**2do Encuentro Internacional de Estudiantes de Ciencias Económicas,  
Administrativas y Contables**



**Bogotá, 12, 13 y 14 de septiembre de 2019**

## **7. Discusión**

Esta investigación tiene como propósito la educación hacia el consumo responsable en la Universidad Libre seccional Barranquilla, se identificaron aquellos factores asociados a las respuestas de los estudiantes. A continuación, se pone en discusión los principales resultados de este estudio.

Este tiene como enfoque minimizar el impacto de consumo desmedido, actualmente las personas compran por impulso, no hacen compras racionales, no tiene en cuenta el precio o la necesidad.

La mayoría de las personas compran para cubrir sus necesidades y resolver así sus problemas, la gran problemática es que el acto de efectuar compras se ha salido de control y es precisamente por esa razón que para minimizar el consumo desmedido se plantea crear un programa educativo donde se buscará capacitar a la comunidad Unilibrista a tener un consumo responsable, para que a partir de este se pueda cambiar su comportamiento (forma de consumir), y así poder repercutir en la sociedad externa positivamente.

Se espera que el comportamiento de la comunidad cambie viéndose reflejado en las compras de estos, como el decrecimiento en las deudas ya que al no comprar cosas de carácter no necesario tendrán la capacidad de adquirir productos de necesidad y no de ocio.

Logrando el objetivo, se impactará positivamente en el medio ambiente tanto dentro como fuera de la Universidad, dado a que si el consumidor baja disminuye sus compras innecesarias, las empresas y/o comerciantes productores se verán obligados paulatinamente a bajar la explotación del medio, buscando alternativas viables que favorezcan al medio ambiente tanto como al consumidor.



**6to Simposio Internacional de Investigación en Ciencias Económicas,  
Administrativas y Contables - Sociedad y Desarrollo**  
**2do Encuentro Internacional de Estudiantes de Ciencias Económicas,  
Administrativas y Contables**



**Bogotá, 12, 13 y 14 de septiembre de 2019**

El alto consumo es un problema emocional y cultural y mientras no se trabaje este aspecto desde psicología, no se tendrá un consumo responsable. Para esto es necesario trabajar en la educación del consumidor que es lo primordial para causar un gran impacto. Actualmente se piensa de la siguiente manera: compro porque sí, hay que comprar.

Para esto el comerciante puede trabajar alternativas: consumidor y productor. Al consumidor se le puede ofrecer productos de naturaleza agro-responsable que permita la sostenibilidad del medio ambiente y la comunidad rural que serían los encargados de la producción, reducir la cadena de intermediarios e incrementar el valor agregado en función de la protección del bienestar de los pequeños productores y el respeto a sus derechos.

Según lo anteriormente descrito los motivos por los cuales se evidencia que hay una necesidad de adquirir un programa de consumo responsable, es porque las personas principalmente compran impulsivamente artículos que a la final son innecesarios, usualmente se endeudan de por vida con cosas que no usarán en el resto de la misma, productos como lo celulares son un claro ejemplo; la sociedad hace creer que es necesario cambiar de dispositivo móvil cada que sale uno por el simple hecho de darte comodidad social, todo esto se está evidenciando con desechos en el ambiente, en lugares como mares, arroyos, lotes, calles e incluso reservas naturales.

## **8. Conclusiones**

De acuerdo con los resultados arrojados en la presente investigación, en lo tocante al consumo responsable, tanto de la perspectiva de los datos primarios recabados y el análisis hermenéutico, especialmente teniendo como base el comportamiento de los estudiantes de la Universidad Libre, Seccional Barranquilla



**6to Simposio Internacional de Investigación en Ciencias Económicas,  
Administrativas y Contables - Sociedad y Desarrollo**  
**2do Encuentro Internacional de Estudiantes de Ciencias Económicas,  
Administrativas y Contables**



**Bogotá, 12, 13 y 14 de septiembre de 2019**

y personal general de la misma, podemos llegar a la conclusión que la generación de desperdicios tiene como causa principal el crecimiento de la población estudiantil carente de un estado de conciencia y mínimo conocimiento del consumo responsable. De igual forma, el surgimiento de hábitos impulsivos, conllevando a un consumo conspicuo de productos con un alto impacto en el medio ambiente.

Es por esa razón que la familiarización del término “consumo responsable” es de vital importancia para el cambio de mentalidad de los estudiantes de la Universidad; dejando, en efecto, el ajuste del consumo por productos y servicios realmente necesarios y la creación de un programa educativo que permita alcanzar un estado de conciencia orientado al análisis permanente en la elección de productos y servicios que no generen residuos innecesarios, ya que consumir menos, aunque no es garantía de la solución plena del problema de contaminación, si aportaría un granito de arena a la generación de una conciencia proclive a intentarlo desde cada una de las células o núcleos de las familias que representan.

Resulta supremamente importante resaltar, que el consumo responsable está implícito en el imaginario propio de cada persona que comparte la comunidad académica y, por ende, tienen dudas de diferente índole acerca del consumo responsable y qué tan importante éste llegaría a ser en sus vidas, pues el objetivo es resolver esas inquietudes a través del programa educativo que se desea crear.

Por último, las personas encuestadas afirman, en su mayoría, tener conocimiento previo sobre el tema del consumo responsable y que al final les gustaría la creación de proyectos para el uso adecuado y programas de educación para la personal en general con el objetivo de conocer las formas para emplear el



**6to Simposio Internacional de Investigación en Ciencias Económicas,  
Administrativas y Contables - Sociedad y Desarrollo**  
**2do Encuentro Internacional de Estudiantes de Ciencias Económicas,  
Administrativas y Contables**



**Bogotá, 12, 13 y 14 de septiembre de 2019**

tema correctamente en la cotidianidad de sus días. Siendo esta la coyuntura perfecta que le daría paso al presente proyecto investigativo.

### **Bibliografía**

Arias, B. (2016). El consumo responsable: educar para la sostenibilidad ambiental. Aibi revista de investigación, administración e ingeniería. Volumen 4, Número 1 Pág 30-34.

Bianchi, C., Ferreyra, S. Kosiak de Gesuald. G. (2013) Consumo responsable: diagnóstico y análisis comparativo en la Argentina y Uruguay. Escritos Contables y de Administración, ISSN 1853-2063, vol. 4, n° 1, 2013, págs. 43 a 79.

Carrero Bosch, I.; Martínez, C. y Rosa Duran, J. (2010). La relación del consumidor con las etiquetas sociales y medioambientales: Estudio diagnóstico para orientar la definición de políticas públicas y la acción empresarial, Universidad Pontifica, Madrid: Comillas

Cortes Funes, E. (2011). Consumo responsable, el rol de las empresas, del Estado y del Consumidor. Fundación Ambiente y Recursos Naturales (FARN) Informe Ambiental Anual 2011. Argentina.

Cuello, A. (2003). Problemas ambientales y educación ambiental en la escuela. Centro Nacional de Educación Ambiental (CENEAM). Reflexiones de educación ambiental II. Artículos publicados en la carpeta informativa del CENAM 2000-2006. Pág: 92-95



**6to Simposio Internacional de Investigación en Ciencias Económicas,  
Administrativas y Contables - Sociedad y Desarrollo**  
**2do Encuentro Internacional de Estudiantes de Ciencias Económicas,  
Administrativas y Contables**



**Bogotá, 12, 13 y 14 de septiembre de 2019**

- Díaz, E. (2011). "Abanico de opciones para ciudadanos responsables",  
¿Cambiar el Mundo desde el Consumo? Economistas sin Fronteras.  
Dossieres Es F, nº 2, julio de 2011.
- Iglesias, J. (2009). La irresponsabilidad del consumo responsable como propuesta  
transformación social, Kaos en la red.
- Micheletti, M. (2003). Political virtue and shopping: Individuals, consumerism, and  
collective action, Nueva York: Palgrave Macmillan.
- Molledo Perfetti, P. (2007). "Reflexiones en torno al Marketing y la Felicidad", en:  
Loreto Marchant R., Universidad del Viña del Mar.
- Radio ONU, (2015). El lema del consumo y la producción sostenible es "más con  
menos" · [Radio Web] Disponible:  
[http://www.unmultimedia.org/radio/spanish/2015/09/el-lema-del-consumo-y-la-produccion-sostenibles-es-mas-con-menos/#.VrUFINLhA\\_4](http://www.unmultimedia.org/radio/spanish/2015/09/el-lema-del-consumo-y-la-produccion-sostenibles-es-mas-con-menos/#.VrUFINLhA_4).
- Sabines, C. (2019). Acidez de los océanos. Artículo revista El Espectador. [Web]  
Disponible: <https://www.elespectador.com/noticias/medio-ambiente/sin-los-oceanos-la-temperatura-del-planeta-seria-diez-veces-mayor-christopher-sabines-articulo-861904>.
- Szmigin, I.; Carrigan, M. y McEachern, M. (2009). "The conscious consumer:  
taking a flexible approach to ethical behaviour, forthcoming", in The Special  
Issue of International Journal of Consumer Studies on Sustainable  
Consumption.