

Consumo responsable y medio ambiente: una revisión sistemática desde la educación y la conciencia social

Responsible consumption and the environment: a systematic review from the perspective of education and social awareness

Reit Renzo Ramos Hernández

<https://orcid.org/0000-0002-7117-1283>

rrosshe@ucvvirtual.edu.pe

Universidad César Vallejo. Lima-Perú

Roberth Julio Contreras Rivera

<https://orcid.org/0000-0003-3188-3662>

rjcontrerasr@ucvvirtual.edu.pe

Universidad César Vallejo. Lima-Perú

Guido Jhonathan Ramos Hernández

<https://orcid.org/0009-0000-1745-2335>

giramosh@policia.gob.pe

Universidad César Vallejo. Lima-Perú



Recibido: 10-03-2025 Aceptado: 01-06-2025

2026. V6. N 1.

Resumen

Este estudio aborda de manera exhaustiva la complejidad de la ética del consumo responsable y su impacto multifacético en el medio ambiente. En este sentido, destaca la importancia crucial de la educación continua para los consumidores, así como el desarrollo de una conciencia más profunda sobre las interconexiones entre nuestros hábitos de consumo y los sistemas naturales del planeta. Asimismo, enfatiza la necesidad de una acción proactiva y comprometida por parte de individuos, comunidades e instituciones para enfrentar los desafíos ambientales actuales y futuros. Con base en esta perspectiva, el objetivo principal es promover un consumo ético y responsable, tanto a través de la educación como mediante acciones sociales orientadas a la protección del medio ambiente. Para ello, se realizó una revisión sistemática siguiendo el método PRISMA, utilizando como fuente principal la base de datos Scopus, de la cual se identificaron un total de 34 estudios relevantes. Los resultados evidencian que el consumo ético y responsable genera un impacto positivo no solo en el medio ambiente, sino también en la sociedad en general. Este enfoque fomenta acciones proactivas, responsabilidad social y prácticas de consumo ético, contribuyendo así a la protección ambiental. Además, el estudio subraya la

importancia de adoptar prácticas sostenibles y promover la innovación en productos y servicios que minimicen el impacto ambiental.

Palabras clave: acciones, consumo responsable, ética, medio ambiente.

Abstract

This study comprehensively addresses the complexity of the ethics of responsible consumption and its multifaceted impact on the environment. In this regard, it highlights the crucial importance of continuing consumer education and developing a deeper awareness of the interconnections between our consumption habits and the planet's natural systems. It also emphasizes the need for proactive and committed action by individuals, communities, and institutions to address current and future environmental challenges. Based on this perspective, the main objective is to promote ethical and responsible consumption, both through education and through social actions aimed at environmental protection. To this end, a systematic review was conducted following the PRISMA method, using the Scopus database as the primary source, from which a total of 34 relevant studies were identified. The results show that ethical and responsible consumption generates a positive impact not only on the environment but also on society at large. This approach encourages proactive actions, social responsibility, and ethical consumption practices, thus contributing to environmental protection. Furthermore, the study underscores the importance of adopting sustainable practices and promoting innovation in products and services that minimize environmental impact.

Keywords: actions, responsible consumption, ethics, environment.

Introducción

El consumo ético se define como una elección consciente basada en creencias morales individuales. En los últimos años, la creciente preocupación por este tipo de consumo ha impulsado un interés notable en productos ecológicos (Chi, 2022). Como consecuencia, el interés público por el desarrollo sostenible se ha intensificado, y diversas partes interesadas promueven iniciativas que reflejan una responsabilidad ambiental con el fin de construir un mundo mejor para las generaciones presentes y futuras (Ogiemwonyi & Jan, 2023). Un aspecto clave en la relación entre los seres humanos y el medio ambiente es la tendencia a la inercia en los hábitos de consumo (Anser et al., 2024), dado que los problemas ambientales actuales están estrechamente vinculados al comportamiento humano, lo que convierte a las acciones individuales en un elemento fundamental para su solución (Borg et al., 2024).

En este contexto, la conexión entre el cuidado y la responsabilidad ambiental fomenta un estilo de vida más consciente. Investigadores y expertos han mostrado un gran interés en comprender cómo estos factores influyen en el consumo ético y ecológico (Banwell & Eggert, 2024). Por ello, tanto el ámbito académico como la sociedad en general deben apoyar iniciativas que trasladen la responsabilidad de reducir la contaminación hacia cambios efectivos en el estilo de vida y en la relación con el entorno natural (Daly, 2022). La ética ambiental desempeña un papel fundamental al regular la interacción entre el ser humano y la naturaleza, basándose no en vínculos familiares sino en hechos, ciencia y la interdependencia entre ambos (Saka et al., 2009). Aunque un número creciente de consumidores conscientes promueve prácticas de compra sostenibles, aún queda un largo camino por recorrer para garantizar que todas las personas puedan disfrutar de un entorno seguro y saludable (Srividya et al., 2024).

En este sentido, los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas establecen un marco para evaluar y mitigar los impactos negativos del consumo y la producción, con el propósito de fomentar modelos responsables y sostenibles (Shaikh et al., 2024). Asimismo, ante la creciente evidencia de los efectos del cambio climático, surge una urgente necesidad de educar a la población sobre prácticas sostenibles que reduzcan su impacto ambiental (Zhao & Cheah, 2023). En el ámbito del desarrollo agrícola, la utilización de la huella hídrica de los cultivos, junto con sus patrones de distribución espacial y temporal y los factores determinantes asociados, puede optimizar los diseños de producción agrícola. Esta optimización no solo mejora la producción y la eficiencia en el uso del agua, sino que también contribuye al control de la contaminación ambiental (Roibás et al., 2018). Por otro lado, en el sector turístico, se busca cada vez más el cuidado del medio ambiente tanto para los habitantes locales como para los visitantes, con el fin de preservar la imagen de los destinos turísticos.

De esta manera, para fomentar un consumo responsable en nuestra sociedad, resulta esencial contar con el respaldo financiero de empresas comprometidas con la preservación ambiental. Esta colaboración puede

Ramos Hernández, R., Contreras Rivera, R., & Ramos Hernández, G. (2026). Consumo responsable y medio ambiente: una revisión sistemática desde la educación y la conciencia social. *Revista InveCom*, 6(1), 1-11. <https://zenodo.org/records/15605655>

contribuir significativamente a promover comportamientos ecológicos entre los consumidores (Almustafa et al., 2023). Además, la adecuada gestión del envasado de alimentos puede reducir el desperdicio alimentario hasta en un 20 %, al minimizar la manipulación excesiva y permitir la comercialización de productos dañados (Paiva & Ugaya, 2023). Por ello, es imperativo explorar nuevos enfoques que permitan recibir asistencia objetiva por parte de las autoridades para mejorar nuestros sistemas y, en consecuencia, el medio ambiente. La promoción de la igualdad energética y la búsqueda de estrategias para reducir las desigualdades en la distribución de recursos naturales son fundamentales para garantizar un desarrollo sostenible y éticamente responsable (Li et al., 2024).

Asimismo, se ha observado que la concienciación ambiental tiene un impacto positivo en el fomento del consumo responsable de energía (Jaciow et al., 2022). En aras del desarrollo sostenible, resulta fundamental mejorar la calidad de vida sin agotar los recursos naturales, promoviendo así un mayor respeto por el entorno (Hospido et al., 2010). Por ello, es necesario implementar estrategias de educación ambiental y señalización que promuevan la conservación de ríos, ciudades, complejos turísticos y áreas verdes. En una sociedad donde la preservación del medio ambiente cobra cada vez mayor relevancia, las medidas de consumo sostenible emergen como una perspectiva clave para enfrentar los desafíos ambientales y sociales (Estrada & Araoz, 2024). No obstante, a pesar de los esfuerzos de entidades sociales y gubernamentales, los avances en consumo sostenible aún son insuficientes (Hamza et al., 2023).

En este contexto, el consumo responsable se perfila como una vía para el crecimiento económico y el desarrollo social, capaz de resolver problemas futuros de escasez de recursos y mitigar el cambio climático (Guzmán et al., 2021). Para afrontar estos desafíos ambientales y sociales, es imprescindible cambiar los patrones de consumo, de modo que los nuevos consumidores comprendan que sus acciones son tanto causa como parte de la solución (Palacios & Chamorro, 2020). En este sentido, es importante destacar que el consumo responsable representa una respuesta social a la degradación ambiental actual, y que las personas adoptan estos hábitos de diversas maneras. De allí que, este artículo describe los factores negativos que afectan al consumo responsable, propone soluciones para mejorar las prácticas de consumo y resalta los efectos positivos de adoptar medidas adecuadas para impactar favorablemente el medio ambiente.

El consumo socialmente responsable refleja el comportamiento político y ético de los consumidores, cuya evaluación varía según el contexto socioeconómico y cultural. Para analizar estas diferencias, se han desarrollado herramientas de medición que permiten captar las diversas características del comportamiento del consumidor a nivel global (Villa-Castaño et al., 2024). En este sentido, algunas entidades trabajan para garantizar patrones de producción y consumo sostenibles que impulsen la eficiencia en el uso de recursos, la eficiencia energética, el desarrollo de infraestructura sostenible, el acceso a servicios básicos, el apoyo ambiental, el trabajo decente y, en última instancia, una mejor calidad de vida para la sociedad (Pérez et al., 2020). Comprender los patrones de consumo alimentario resulta fundamental para diseñar estrategias que promuevan un consumo responsable y consciente (Leyva-Hernández et al., 2024). Diversos estudios han señalado que el consumo responsable está influenciado por factores sociodemográficos como el género, la edad, el nivel educativo y la actividad laboral. Por ello, evaluar los prerrequisitos para un consumo socialmente responsable implica identificar y comprender los distintos tipos de comportamiento del consumidor (Ríos-Rodríguez et al., 2021).

Por todo lo anterior, el presente estudio analiza la relación entre los hábitos de consumo sostenible y las percepciones, prácticas y características del consumo responsable tanto de productos como de productores (Cristancho Triana et al., 2024). Ante la conducta irresponsable de algunos consumidores que priorizan satisfacer sus necesidades sin considerar la preservación del medio ambiente, el objetivo del consumo responsable es generar conciencia sobre el impacto negativo que nuestras decisiones de compra y consumo pueden tener en el entorno, la sociedad y la economía. Finalmente, esta investigación busca sensibilizar a los lectores acerca de las deficiencias sociales existentes en la implementación y cumplimiento de medidas de consumo responsable, así como destacar el efecto positivo que estas acciones pueden ejercer en la protección ambiental.

Metodología

El presente estudio adopta un enfoque cualitativo, orientado a comprender y analizar el impacto de la ética del consumo responsable en el medio ambiente. Para ello, se llevó a cabo una revisión sistemática de la literatura científica utilizando el modelo PRISMA (Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses), con el objetivo de asegurar transparencia, rigor metodológico y reproducibilidad en la selección de los estudios analizados.

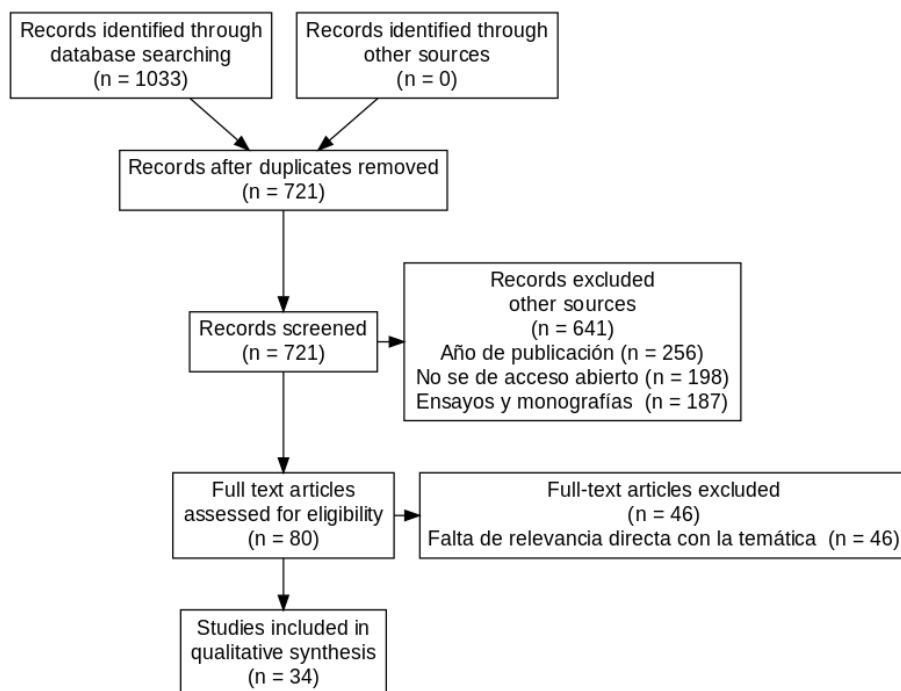
La búsqueda de información se realizó en la base de datos Scopus, elegida por su amplia cobertura multidisciplinaria y la alta calidad de sus fuentes. Se emplearon operadores booleanos (*AND*, *OR*, *NOT*) junto con descriptores clave como: "*responsible consumption*", "*ethics*", "*environment*", "*sustainable consumption*", entre

otros. Las rutas de búsqueda se definieron tanto en inglés como en español, restringiendo los resultados a documentos publicados entre 2014 y 2024.

Los criterios de inclusión fueron los siguientes: (1) artículos publicados en inglés, español, portugués o francés; (2) estudios enfocados en la ética del consumo responsable y su relación con el medio ambiente; (3) investigaciones de tipo empírico, descriptivo o revisiones sistemáticas; y (4) publicaciones indexadas exclusivamente en Scopus. Por el contrario, se excluyeron artículos de acceso abierto sin validación científica, monografías, ensayos y documentos que no tuvieran relevancia directa con la temática central.

El diagrama presentado en la Figura 1 ilustra el proceso sistemático seguido para la selección de estudios en esta síntesis cualitativa. Inicialmente, se identificaron 1.033 registros a través de la búsqueda en bases de datos, sin encontrar registros adicionales en otras fuentes. Tras eliminar los duplicados, el número de registros se redujo a 721. Estos fueron sometidos a un proceso de revisión, durante el cual se excluyeron 641 registros por diversas razones: 256 por no cumplir con el año de publicación, 198 por no estar disponibles en acceso abierto y 187 por tratarse de ensayos o monografías. Posteriormente, se evaluaron 80 artículos en texto completo para determinar su elegibilidad, resultando en la exclusión de 46 estudios por falta de relevancia directa con la temática central. Finalmente, 34 estudios fueron incluidos en la síntesis cualitativa.

Figura 1
Diagrama de selección de documentos



Resultados

Tabla 1
Artículos incluidos en la revisión sistemática

N°	Autor y año	Resultados
1	Chi (2022)	El consumo ético implica tomar decisiones conscientes fundamentadas en creencias morales individuales. En los últimos años, la creciente preocupación por este tipo de consumo ha incrementado el interés en productos ecológicos.

2	Ogiemwonyi & Jan (2023)	Como resultado, la orientación social hacia la sostenibilidad se ha vuelto más evidente, ya que distintos actores han comenzado a impulsar iniciativas de protección ambiental y a demostrar su responsabilidad ecológica, con el objetivo de garantizar un planeta habitable para las generaciones presentes y futuras..
3	Anser et al. (2024)	Un aspecto relevante en la relación entre los seres humanos y el medio ambiente es la tendencia a mantener hábitos de consumo por inercia.
4	Borg et al. (2024)	Actualmente, los problemas ambientales están estrechamente vinculados al comportamiento humano, lo que convierte a las acciones individuales en una parte esencial de la solución.
5	Banwell & Eggert (2024)	La conexión entre el cuidado y la responsabilidad ambiental promueve un estilo de vida más saludable. Investigadores y expertos han mostrado gran interés en comprender cómo estos factores influyen en la adopción de prácticas ecológicas y éticas.
6	Daly (2022)	Tanto la comunidad científica como la sociedad en general deberían respaldar propuestas que trasladen la responsabilidad de reducir la contaminación hacia cambios efectivos en los estilos de vida y la relación con el entorno.
7	Saka et al. (2009)	La ética ambiental cumple una función fundamental al regular la relación entre el ser humano y la naturaleza, basándose en hechos y evidencia científica más que en lazos familiares, y destacando la interdependencia entre ambos.
8	Srividya et al. (2024)	Aunque existe un grupo reducido de consumidores ecológicos que insisten en realizar compras sostenibles, aún queda mucho por avanzar en esa dirección. Es fundamental promover una producción más limpia y una mayor sostenibilidad ambiental, ya que todos tienen derecho a vivir en un entorno saludable y seguro.
9	Shaikh et al. (2024)	Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas han sido diseñados para evaluar y mitigar los impactos ambientales del consumo y la producción, con la finalidad de fomentar modelos responsables y sostenibles.
10	Zhao & Cheah (2023)	En conclusión, a medida que los efectos del cambio climático se hacen cada vez más evidentes, surge la necesidad urgente de educar a la población sobre cómo vivir de manera sostenible y reducir su impacto ambiental.
11	Roibás et al. (2018)	En el ámbito agrícola, el uso de la huella hídrica de los cultivos, junto con el análisis de sus patrones de distribución espacial y temporal y los factores determinantes, puede contribuir a optimizar los sistemas de producción, mejorar la eficiencia en el uso del agua y controlar la contaminación ambiental.
12	Almustafa et al. (2023)	Para fomentar un consumo responsable en nuestra sociedad, es importante contar con el apoyo económico de empresas comprometidas con el medio ambiente, ya que esto puede incentivar comportamientos ecológicos entre los consumidores.
13	Paiva & Ugaya (2023)	Una adecuada gestión del envasado de alimentos puede reducir el desperdicio alimentario hasta en un 20 %, al evitar la manipulación excesiva y facilitar la comercialización de productos dañados.
14	Li et al. (2024)	Es necesario implementar nuevos métodos que permitan recibir apoyo objetivo por parte de las autoridades para mejorar los sistemas ambientales. Promover la igualdad energética y reducir las desigualdades en la distribución de los recursos naturales resulta esencial para garantizar un desarrollo sostenible y éticamente responsable.
15	Jaciow et al. (2022)	Se concluye que la concienciación ambiental influye positivamente en el consumo responsable de energía.

16	Hospido et al. (2010)	Para lograr el desarrollo sostenible de nuestra sociedad, es fundamental buscar el bienestar y la calidad de vida sin agotar los recursos naturales. Mejorar estos aspectos es clave para lograr una mayor armonía con el entorno.
17	Van Horne et al. (2023)	La atención a la ética del cuidado indígena abre la posibilidad de aprender de los grupos no dominantes, promoviendo valores como la conexión, la interdependencia, la colectividad y la resolución contextual de problemas, en contraste con el enfoque occidental hegemónico que privilegia la universalidad y la objetividad.
18	Gaytán & Flores (2017)	La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) es un tema recurrente en los debates académicos, empresariales e institucionales. Este concepto abarca diversas dimensiones, incluyendo las prácticas empresariales, la sostenibilidad ambiental, las relaciones laborales y comerciales, así como el compromiso con iniciativas sociales.
19	Estrada & Araoz (2024)	En una sociedad donde la preservación del medio ambiente adquiere cada vez mayor relevancia, las medidas de consumo sostenible se consolidan como una perspectiva esencial para enfrentar los desafíos ambientales y sociales.
20	Hamza et al. (2023)	Diversos expertos e investigadores han destacado la urgente necesidad de avanzar hacia un consumo sostenible. Sin embargo, a pesar de los esfuerzos de las entidades sociales y gubernamentales, los avances en este ámbito aún resultan insuficientes.
21	Guzmán et al. (2021)	El consumo responsable se presenta como una alternativa para el crecimiento económico y el desarrollo social, ya que puede ayudar a resolver problemas futuros de escasez de recursos naturales y contribuir a prevenir y mitigar el cambio climático.
22	Palacios & Chamorro. (2020)	Para enfrentar los desafíos ambientales y sociales de la humanidad, es imprescindible modificar los patrones de consumo, reconociendo que las acciones individuales son tanto parte de la causa como de la solución.
23	Villa-Castaño et al. (2024)	El consumo socialmente responsable refleja el comportamiento político y ético de los consumidores, cuya evaluación depende del contexto socioeconómico y cultural. Por ello, se han desarrollado herramientas de medición que permiten identificar diferentes características del comportamiento del consumidor a nivel mundial.
24	Pérez et al. (2020)	Diversas entidades buscan garantizar patrones sostenibles de producción y consumo que promuevan la eficiencia de los recursos, la eficiencia energética, la infraestructura sostenible, el acceso a servicios básicos, el apoyo ambiental, el trabajo decente y una mejor calidad de vida para la sociedad.
25	Leyva-Hernández et al. (2024)	Para diseñar estrategias que promuevan el consumo responsable, es fundamental comprender los patrones de consumo alimentario. En este sentido, el propósito de este estudio es segmentar a los consumidores de alimentos socialmente responsables.
26	Ríos-Rodríguez et al. (2021)	Algunos estudios señalan que el consumo responsable está influenciado por factores sociodemográficos como el género, la edad, el nivel educativo y la ocupación. Además, para evaluar los requisitos previos de un consumo socialmente responsable, es necesario identificar los distintos tipos de comportamiento del consumidor.
27	Cristancho Triana et al. (2024)	Este estudio examina la relación entre los hábitos de consumo sostenible y las percepciones, prácticas y características del consumo responsable de productos y productores.

28	Allahham et al. (2024)	El comportamiento ambiental de los consumidores desempeña un papel clave en la conexión entre la conciencia ambiental y los resultados ecológicos. Los hallazgos del estudio sugieren que los incentivos FinTech pueden ser efectivos para promover decisiones más amigables con el medio ambiente, lo que impacta positivamente en el comportamiento ambiental. Estos resultados ofrecen perspectivas valiosas tanto para los responsables políticos como para las empresas interesadas en desarrollar estrategias ambientales sólidas y fomentar la sostenibilidad en la industria manufacturera.
29	Anuja et al. (2024)	La reducción general de los residuos alimentarios puede generar beneficios significativos tanto para la sociedad como para el medio ambiente.
30	Jensen et al. (2024)	Se resalta la importancia de adoptar una dieta basada en alimentos vegetales, especialmente verduras, como medida para reducir el impacto ambiental del consumo de alimentos. Asimismo, se promueve la agricultura ecológica como una herramienta clave para alcanzar una mayor sostenibilidad ambiental y preservar la biodiversidad.
31	Régis et al. (2021)	La investigación sobre la relación entre las decisiones de compra de los consumidores y su preocupación psicológica por la salud, el medio ambiente y la ética aún no ha alcanzado un consenso claro respecto a la importancia y dirección de estas preocupaciones, aunque destaca especialmente la dimensión ética.
32	Niedek & Krajewski (2021)	Se ha dedicado considerable atención a la mejora del consumo para hacerlo más responsable y beneficioso tanto para el planeta como para la sociedad. No obstante, los autores abordan el consumo ético dentro del marco normativo del consumo sostenible, que representa la aplicación práctica del concepto de desarrollo sostenible.
33	Bumın Doyduk (2018)	Más allá de cumplir con lo que se considera ético, adoptar prácticas socialmente responsables y sostenibles se ha vuelto imprescindible ante los cambios en el entorno ecológico y social. Las señales de alerta de la naturaleza, como los desastres ambientales y el cambio climático, evidencian que ya no es viable que empresas o individuos mantengan comportamientos tradicionales.
34	Wang & Wu (2024)	Es fundamental fomentar la conciencia ambiental entre los empresarios para abordar de manera efectiva la problemática de la contaminación por plásticos. Para promover la responsabilidad ambiental en este sector, resulta crucial analizar los cambios generacionales en las actitudes hacia el medio ambiente, ya que pueden aportar perspectivas valiosas para este propósito.

Discusión

Los hallazgos de esta revisión sistemática evidencian los múltiples beneficios que conlleva promover una ética del consumo responsable, tanto en el ámbito educativo como en el ambiental. En este sentido, diversos autores coinciden en que la formación profesional debe incorporar una sólida dimensión ética y social, capaz de formar ciudadanos críticos y comprometidos con su entorno. Por ejemplo, Monzón Troncoso et al. (2022) destacan la creciente relevancia de la responsabilidad social en los procesos formativos universitarios, señalando que las instituciones de educación superior están adoptando modelos integrales orientados a desarrollar en los estudiantes un sentido de responsabilidad enfocado en el bienestar colectivo.

De manera complementaria, Martín-Fiorino (2020) resalta el papel fundamental que desempeñan las profesiones en la transformación social y ambiental, y sostiene que la formación ética del profesional es esencial para que su impacto sea responsable e innovador. Por su parte, López & Zavala (2019) consideran que la responsabilidad social del profesional resulta clave para enfrentar los desafíos derivados de la interacción entre la industria y el ecosistema, promoviendo una distribución equitativa del valor dentro de las organizaciones. En un enfoque más amplio, Göçmen (2023) invita a reflexionar desde la ecología social, posicionando a la sociedad humana como un actor central en la crisis ambiental y subrayando la importancia de desarrollar una ética que reconozca también el valor intrínseco de los seres no humanos en este entramado ecológico.

Asimismo, el consumo ético y su impacto en el medio ambiente han sido analizados desde diversas perspectivas. Vos et al. (2019) proponen adoptar decisiones alimentarias conscientes, como priorizar productos

vegetales y locales, así como reducir el consumo de alimentos de origen animal, dada su mayor huella ecológica. Estas recomendaciones coinciden con los hallazgos de Baudry et al. (2018), quienes evidencian que las dietas basadas en alimentos ecológicos y vegetales no solo reducen la carga ambiental, sino que también mejoran la calidad nutricional y contribuyen a mantener un índice de masa corporal saludable.

No obstante, aunque la promoción del consumo responsable es ampliamente reconocida como una estrategia clave para mitigar el impacto ambiental, algunos estudios señalan limitaciones en su eficacia práctica. Por ejemplo, Frings et al. (2018) encontraron que los mensajes de consumo responsable (MRR) no siempre logran influir directamente en el comportamiento del consumidor, especialmente en contextos visualmente estimulantes o “ricos”, donde estos mensajes tienden a pasar desapercibidos. Este hallazgo sugiere que, aunque el contenido de los mensajes sea adecuado, su efectividad depende en gran medida del contexto y del diseño comunicacional.

En esta línea, Meseguer-Sánchez et al. (2020) destacan que la eficacia de los mensajes de sensibilización sobre consumo responsable está condicionada por múltiples factores, tales como el público objetivo, el entorno en que se emiten y la forma en que se presentan. A pesar de estas limitaciones, los autores reconocen un aumento progresivo en la conciencia social acerca de la importancia del consumo ético, lo cual representa una oportunidad valiosa para implementar programas educativos y campañas más estratégicas y adaptadas a las audiencias.

Desde una perspectiva aplicada, la ética del consumo responsable se traduce en prácticas concretas que promueven la sostenibilidad, tales como optar por productos ecológicos, orgánicos o de comercio justo; adoptar hábitos de reciclaje, reutilización y reducción del consumo innecesario; y apoyar a empresas que implementan políticas transparentes y éticas en sus cadenas de suministro. Además, el involucramiento comunitario a través de mercados locales, intercambios de bienes o el impulso a tecnologías limpias contribuye a crear entornos más sostenibles, tanto en el plano ambiental como social.

Los beneficios derivados de estas prácticas son múltiples y significativos. En primer lugar, el consumo responsable contribuye directamente a la reducción de la huella ecológica al promover productos y servicios con bajo impacto ambiental, lo que ayuda a mitigar la degradación de los ecosistemas y la pérdida de biodiversidad. Asimismo, al preferir procesos industriales más limpios, se mejora la calidad del aire y del agua, y se reducen las emisiones de gases de efecto invernadero, generando efectos positivos en la salud pública y la preservación de los ecosistemas acuáticos.

Por otro lado, el comportamiento responsable del consumidor impulsa la innovación empresarial. La creciente demanda de productos sostenibles ha incentivado a las empresas a desarrollar tecnologías y procesos más eficientes, abriendo nuevas oportunidades de mercado y fortaleciendo su reputación corporativa. Esta tendencia promueve, a su vez, un modelo de desarrollo económico más justo y sostenible.

Finalmente, el consumo ético apoya la economía local y fomenta relaciones comerciales más equitativas, como ocurre con el comercio justo. Las comunidades que adoptan este enfoque reportan beneficios sociales, tales como mayor cohesión comunitaria, equidad económica y condiciones laborales dignas. Además, la educación en torno al consumo responsable actúa como un catalizador de un cambio cultural más amplio, generando hábitos sostenibles a largo plazo en individuos y comunidades, fortaleciendo así el compromiso social con el medio ambiente y potenciando un efecto multiplicador positivo en la sociedad.

Conclusiones

El estudio de la ética en el consumo responsable permite explorar nuevas formas de utilizar los recursos, siempre con un enfoque orientado a la protección del medio ambiente y a la preservación del equilibrio ecológico. De allí que, este análisis propicia un mayor reconocimiento y aprecio por el valor de la naturaleza, así como la priorización del bienestar colectivo por encima del interés individual, lo que se traduce en un cambio positivo de valor incalculable para la humanidad.

Por otro lado, al desarrollar una conciencia moral respecto a diversas problemáticas sociales —como la limitada educación y la mala alimentación en regiones de bajos recursos, la crueldad animal, el avance tecnológico, la política internacional y otras cuestiones de relevancia global— se posibilita un entendimiento más profundo y una acción más comprometida en estos ámbitos.

En este sentido, una posible mejora en la investigación podría consistir en identificar y promover alternativas de consumo más sostenibles, tales como el uso de productos reciclados o reutilizables, la reducción del consumo de plásticos y la preferencia por productos locales, con el objetivo de disminuir la huella de carbono asociada al transporte de mercancías. Del mismo modo, la difusión de información sobre empresas y marcas que practican políticas éticas y sostenibles puede empoderar a los consumidores, permitiéndoles tomar decisiones más informadas al momento de realizar sus compras.

En conclusión, los hallazgos de la investigación destacan que el consumo responsable tiene un impacto positivo en la preservación del medio ambiente, al incentivar a la sociedad a adoptar una actitud más consciente y comprometida con la protección del entorno en el que vivimos. Esta concienciación y los valores promovidos benefician a las personas, al fomentar un futuro sostenible para las próximas generaciones sin perjudicar el medio ambiente. En definitiva, el consumo responsable constituye una estrategia fundamental de cuidado ambiental, en la que es necesario seguir avanzando para enfrentar los desafíos medioambientales y sociales que afronta la humanidad.

Referencias

- Allahham, M., Sharabati, A. A. A., Almazaydeh, L., Shalaton, Q. M., Frangieh, R. H., & Al-Anati, G. M. (2024). El impacto de los incentivos ecológicos basados en tecnología financiera en la mejora del desempeño ambiental sostenible: Un modelo de mediación-moderación. *Revista Internacional de Ciencias de Datos y Redes*, 8(1). <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2023.9.013>
- Almustafa, E., Assaf, A., & Allahham, M. (2023). Implementación de inteligencia artificial para la innovación de procesos financieros de bancos comerciales. *Revista de Gestão Social e Ambiental*, 17(9), 1–17. <https://doi.org/10.24857/rgsa.v17n9-004>
- Anser, M. K., Ali, S., Mansoor, A., Rahman, S. ur, Lodhi, M. S., Naseem, I., & Zaman, K. (2024). Deciphering the dynamics of human-environment interaction in China: Insights into renewable energy, sustainable consumption patterns, and carbon emissions. *Sustainable Futures*, 7. <https://doi.org/10.1016/j.sftr.2024.100184>
- Anuja, R., Narayanan, S. P., Padmakumar, B., Gopika, N. V., Kumari, S., Mathew, L., & Thomas, A. P. (2024). Identificación de lombrices de tierra (Clitellata, Oligochaeta) del distrito de Kottayam, suroeste de la India: un enfoque integrado tradicional y de código de barras. *Biodiversidad Animal y Conservación*, 47(2), 135–151. <https://doi.org/10.32800/abc.2024.47.0135>
- Banwell, N., & Eggert, N. (2024). Rethinking ecoanxiety through environmental moral distress: An ethics reflection. *Journal of Climate Change and Health*, 15. <https://doi.org/10.1016/j.joclim.2023.100283>
- Baudry, J., Lelong, H., Adriouch, S., Julia, C., Allès, B., Hercberg, S., ... & Kesse-Guyot, E. (2018). Asociación entre el consumo de alimentos orgánicos y el síndrome metabólico: Resultados transversales del estudio NutriNet-Santé. *Revista Europea de Nutrición*, 57, 2477–2488. <https://doi.org/10.1093/ajcn/nqy361>
- Borg, K., Macklin, J., Kaufman, S., & Curtis, J. (2024). Consuming responsibly: Prioritising responsible consumption behaviours in Australia. *Cleaner and Responsible Consumption*, 12. <https://doi.org/10.1016/j.clrc.2024.100181>
- Bumın Doyduk, H. B. (2018). Assessing the effect of product innovations on consumer satisfaction: A green perspective. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 16(31), 41–58. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/comuybd/issue/44733/555944>
- Chi, N. T. K. (2022). Ethical consumption behavior towards eco-friendly plastic products: Implication for cleaner production. *Cleaner and Responsible Consumption*, 5, 100055. <https://doi.org/10.1016/j.clrc.2022.100055>
- Cristancho Triana, G. J., Cancino Gomez, Y. A., & Ninco Hernandez, F. A. (2024). Factores que influyen en el comportamiento de consumo sostenible en la generación Z. *Retos*, 14(27), 51–67. <https://doi.org/10.17163/ret.n27.2024.04>
- Daly, T. (2022). Ethics, evidence, and the environment in dementia risk reduction. *The Lancet Healthy Longevity*, 3(3). [https://doi.org/10.1016/S2666-7568\(22\)00028-9](https://doi.org/10.1016/S2666-7568(22)00028-9)
- Estrada & Araoz, E. G. (2024). Predictors of sustainable consumption practices in university students in the Peruvian Amazon | Predictores de las prácticas de consumo sostenible en los estudiantes universitarios de la Amazonía peruana. *Revista de Ciencias Sociales*, 30(2), 417–430. <https://doi.org/10.31876/rcs.v30i2.41919>
- Frings, D., Moss, A. C., Albery, I. P., Eskisan, G., Wilcockson, T. D., & Marchant, A. P. (2018). El contexto ambiental influye en la atención visual a los mensajes sobre consumo responsable de alcohol. *Alcohol y Alcoholismo*, 53(1), 46–51. <https://doi.org/10.1093/alcac/agx076>
- Gaytán-Ramírez, M. D. C., & Flores-Villanueva, C. A. (2018). Factores determinantes en la adopción de prácticas de Responsabilidad de Social Empresarial: Un análisis sectorial en las franquicias mexicanas. *AD-minister*, (33), 21–38. <https://doi.org/10.17230/ad-minister.33.2>
- Göçmen, G. (2023). Exploring environmental ethics: From exclusion of more-than-human beings towards a new materialist paradigm. *AVANT: The Journal of the Philosophical-Interdisciplinary Vanguard*, 14(2). <https://doi.org/10.26913/ava2202313>

Ramos Hernández, R., Contreras Rivera, R., & Ramos Hernández, G. (2026). Consumo responsable y medio ambiente: una revisión sistemática desde la educación y la conciencia social. *Revista InveCom*, 6(1). 1-11. <https://zenodo.org/records/15605655>

- Guzmán Rincón, A., Carrillo Barbosa, R. L., Martín-Caro Álamo, E., & Rodríguez-Cánovas, B. (2021). Sustainable consumption behaviour in Colombia: An exploratory analysis. *Sustainability*, 13(2), 802. <https://doi.org/10.3390/su13020802>
- Hamza, K. M., de Melo Pereira Lhamas, F. A., & Parackal, M. (2023). Development of a sustainable consumption measurement scale. *International Journal of Consumer Studies*, 47(5), 1962–1978. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12973>
- Hospido, A., Carballa, M., Moreira, M., Omil, F., Lema, J. M., & Feijoo, G. (2010). Evaluación ambiental de la reutilización de lodos de digestión anaeróbica en la agricultura: Posibles impactos de los microcontaminantes emergentes. *Water Research*, 44(10), 3225–3233. <https://doi.org/10.1016/j.watres.2010.03.004>
- Jaciow, M., Rudawska, E., Sagan, A., Tkaczyk, J., & Wolny, R. (2022). La influencia de la conciencia ambiental en el consumo energético responsable: El caso de los hogares en Polonia. *Energies*, 15(15), 5339. <https://doi.org/10.3390/en15155339>
- Jensen, S. B. K., Blond, M. B., Sandsdal, R. M., Olsen, L. M., Juhl, C. R., Lundgren, J. R., ... & Torekov, S. S. (2024). Mantenimiento de una pérdida de peso saludable con ejercicio, agonista del receptor de GLP-1 o ambos combinados, seguido de un año sin tratamiento: Análisis postratamiento de un ensayo aleatorizado controlado con placebo. *EClinicalMedicine*, 69. <https://doi.org/10.1016/j.eclinm.2024.102475>
- Leyva-Hernández, S. N., Terán-Bustamante, A., & Arango-Ramírez, P. M. (2024). Food consumption patterns with a socially responsible approach | Patrones de consumo alimentario con enfoque socialmente responsable. *Revista de Ciencias Sociales*, 30(2), 80–95. <https://doi.org/10.31876/rcs.v30i2.41892>
- Li, G., Wang, R., Pang, J., Wang, A., Li, N., & Zhang, T. (2024). Producción de biocombustibles de hidrocarburos renovables con lignocelulosa y sus derivados mediante catalizadores heterogéneos. *Chemical Reviews*, 124(6), 2889–2954. <https://doi.org/10.1021/acs.chemrev.2c00756>
- López, V., & Zavala, B. D. (2019). La responsabilidad social en las dimensiones de la ciudadanía corporativa. Un estudio de caso en la manufactura agrícola. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, (97), 179–211. <https://doi.org/10.7203/CIRIEC-E.97.12566>
- Martín-Fiorino, V. (2020). Responsabilidad social y cultura de la integridad: Formación de profesionales para la sostenibilidad. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, 26(4), 162–179. <https://hdl.handle.net/20.500.12495/5529>
- Meseguer-Sánchez, J. V. (2018). Derecho, RSC e innovación: Retos del siglo XXI: El caso de la 'Société Minière et Métallurgique de Peñarroya en la Bahía de Portmán': Una relectura a la luz del Derecho y la RSCtor. *Tirant lo Blanch*. <https://www.torrossa.com/it/resources/an/4382766>
- Monzón Troncoso, A. S., Illa-Sihuincha, G. P., Ruiz Villavicencio, R. E., & Candia Menor, M. A. (2022). Neuromanagement y responsabilidad social: Factores clave en la gestión educativa universitaria. *Revista de Ciencias Sociales (13159518)*, 28. <https://n9.cl/r130n8>
- Niedek, M., & Krajewski, K. (2021). Ethical consumption as the basis for counteracting food waste. *Ochrona Srodowiska i Zasobów Naturalnych*, 32(3), 1–7. <https://doi.org/10.2478/oszn-2021-0009>
- Ogiemwonyi, O., & Jan, M. T. (2023). The correlative influence of consumer ethical beliefs, environmental ethics, and moral obligation on green consumption behavior. *Resources, Conservation and Recycling Advances*, 19. <https://doi.org/10.1016/j.rcradv.2023.200171>
- Paiva, C. L., & Ugaya, C. M. (2024). Evaluación del impacto ambiental de los envases y su contribución a la reducción del desperdicio de alimentos. *Bioeconomía Más Limpia y Circular*, 8, 100083. <https://doi.org/10.1016/j.clcb.2024.100083>
- Palacios-González, M. M., & Chamorro-Mera, A. (2020). Analysis of socially responsible consumption: A segmentation of Spanish consumers. *Sustainability*, 12(20), 8418. <https://doi.org/10.3390/su12208418>
- Pérez-Barea, J. J., Espantaleón-Pérez, R., & Šedík, P. (2020). Evaluating the perception of socially responsible consumers: The case of products derived from organic beef. *Sustainability*, 12(23), 10166. <https://doi.org/10.3390/su122310166>
- Régis, E. dos S. O., Passos, A. P. P. dos, & Lizote, S. A. (2021). Empreender ou não? O caso do quiosque de frozen iogurte. *RGO. Revista Gestão Organizacional*, 14(3), 261–277. <https://doi.org/10.22277/rgo.v14i3.6401>
- Ríos-Rodríguez, M. L., Salgado-Cacho, J. M., & Moreno-Jiménez, P. (2021). What impacts socially responsible consumption? *Sustainability*, 13(8), 4258. <https://doi.org/10.3390/su13084258>

- Roibás, L., Cuevas, A., Vázquez, M. E., Vilas, M., & Hospido, A. (2018). Uso de la huella hídrica para determinar la ubicación más adecuada para sumideros de carbono forestales: Un estudio de caso. *Producción y Consumo Sostenibles*, 16, 1–12. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2018.06.001>
- Saka, M., Sürmeli, H., & Öztuna, A. (2009). Which attitudes preservice teachers have towards environmental ethics. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 1(1). <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2009.01.437>
- Shaikh, M. A., Hadjikakou, M., Geyik, O., & Bryan, B. A. (2024). Assessing global agri-food system exceedance of national cropland limits for linking responsible consumption and production under SDG 12. *Ecological Economics*, 215. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2023.107993>
- Srividya, N., Atiq, R., & Volety, N. S. (2024). Qualitative research on responsible consumption concerning apparel. *Cleaner and Responsible Consumption*, 12. <https://doi.org/10.1016/j.clrc.2024.100178>
- Van Horne, Y. O., Alcalá, C. S., Peltier, R. E., Quintana, P. J., Seto, E., Gonzales, M., ... & Beamer, P. I. (2023). Un marco de justicia ambiental aplicada para la ciencia de la exposición. *Revista de Ciencia de la Exposición y Epidemiología Ambiental*, 33(1), 1–11. <https://doi.org/10.1038/s41370-022-00422-z>
- Villa-Castaño, L. E., Perdomo-Ortiz, J., Dueñas-Ocampo, S., & Durán León, W. F. (2024). Comparative study of socially responsible consumption measurement in three Latin American countries. *Business Ethics, the Environment and Responsibility*. <https://doi.org/10.1111/beer.12669>
- Vos, J., van Oel, P., Hellegers, P., Veldwisch, G. J., & Hoogesteger, J. (2019). Cuatro perspectivas sobre el agua para la producción mundial de alimentos y el comercio internacional: Objetivos e implicaciones inconmensurables. *Current Opinion in Environmental Sustainability*, 40, 30–36. <https://doi.org/10.1016/j.cosust.2019.07.005>
- Wang, X., & Wu, L. (2024). Diferencias intergeneracionales en las preocupaciones ambientales de los propietarios de negocios de residuos plásticos: Conocimiento ambiental, exposición a riesgos ambientales y conexión comunitaria como mediadores. *Comunicación en Humanidades y Ciencias Sociales*, 11(1), 1–13. <https://doi.org/10.1057/s41599-024-03018-0>
- Zhao, S., & Cheah, K. S. L. (2023). The challenges of Malaysian private universities in reaching sustainable education toward responsible consumption. *Cleaner and Responsible Consumption*, 10. <https://doi.org/10.1016/j.clrc.2023.100130>