



# REVISTA MULTIDISCIPLINAR EPISTEMOLOGÍA DE LAS CIENCIAS

Volumen 2, Número 3  
Julio-Septiembre 2025

Edición Trimestral

CROSSREF PREFIX DOI: 10.71112

ISSN: 3061-7812, [www.omniscens.com](http://www.omniscens.com)

Revista Multidisciplinar Epistemología de las Ciencias

Volumen 2, Número 3  
julio-septiembre 2025

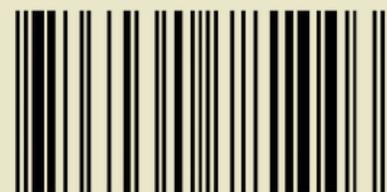
Publicación trimestral  
Hecho en México

La Revista Multidisciplinar Epistemología de las Ciencias acepta publicaciones de cualquier área del conocimiento, promoviendo una plataforma inclusiva para la discusión y análisis de los fundamentos epistemológicos en diversas disciplinas. La revista invita a investigadores y profesionales de campos como las ciencias naturales, sociales, humanísticas, tecnológicas y de la salud, entre otros, a contribuir con artículos originales, revisiones, estudios de caso y ensayos teóricos. Con su enfoque multidisciplinario, busca fomentar el diálogo y la reflexión sobre las metodologías, teorías y prácticas que sustentan el avance del conocimiento científico en todas las áreas.

Contacto principal: [admin@omniscens.com](mailto:admin@omniscens.com)

Las opiniones expresadas por los autores no necesariamente reflejan la postura del editor de la publicación

Se autoriza la reproducción total o parcial del contenido de la publicación sin previa autorización de la Revista Multidisciplinar Epistemología de las Ciencias siempre y cuando se cite la fuente completa y su dirección electrónica.

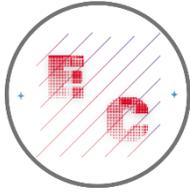


9773061781003

---

### Cintillo legal

Revista Multidisciplinar Epistemología de las Ciencias Vol. 2, Núm. 3, julio-septiembre 2025, es una publicación trimestral editada por el Dr. Moises Ake Uc, C. 51 #221 x 16B , Las Brisas, Mérida, Yucatán, México, C.P. 97144 , Tel. 9993556027, Web: <https://www.omniscens.com>, [admin@omniscens.com](mailto:admin@omniscens.com), Editor responsable: Dr. Moises Ake Uc. Reserva de Derechos al Uso Exclusivo No. 04-2024-121717181700-102, ISSN: 3061-7812, ambos otorgados por el Instituto Nacional del Derecho de Autor (INDAUTOR). Responsable de la última actualización de este número, Dr. Moises Ake Uc, fecha de última modificación, 1 julio 2025.



**Revista Multidisciplinar Epistemología de las Ciencias**

**Volumen 2, Número 3, 2025, julio-septiembre**

**DOI: <https://doi.org/10.71112/jg5c1b55>**

**RELACIÓN ENTRE NIVEL EDUCATIVO Y PERCEPCIÓN DE LA IMPORTANCIA DE  
LOS SELLOS ECOLÓGICOS**

**RELATIONSHIP BETWEEN EDUCATIONAL LEVEL AND PERCEPTION OF THE  
IMPORTANCE OF ECOLOGICAL LABELS**

**Flavio Florencio Parra Terán**

**Sofía Daniela Rodríguez Bermeo**

**Jennyfer Melissa Gavilanes Quishpe**

**Ecuador**

## Relación entre nivel educativo y percepción de la importancia de los sellos ecológicos

### Relationship between educational level and perception of the importance of ecological labels

Flavio Florencio Parra Terán

ffparra@uce.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0003-1818-1834>

Universidad Central del Ecuador

Ecuador

Jennyfer Melissa Gavilanes Quishpe

jmgavilanesq@uce.edu.ec

<https://orcid.org/0009-0005-9485-8204>

Universidad Central del Ecuador

Ecuador

Sofía Daniela Rodríguez Bermeo

sdrodriguez@uce.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0001-5724-4370>

Universidad Central del Ecuador

Ecuador

## RESUMEN

El presente artículo analiza la relación que tiene el nivel educativo con la percepción de la importancia de los sellos ecológicos en productos de consumo. Los sellos certifican prácticas sostenibles y amigables con el medio ambiente. Para ello, se desarrolló encuestas estructuras a un grupo representativo por un nivel educativo (bachillerato, postgrado, universitario). El estudio fue examinado mediante tablas de frecuencias, en el que los resultados demuestran que, a mayor nivel educativo, mayor es la valoración y comprensión de las etiquetas ecológicas, reflejando un fuerte compromiso con prácticas sostenibles y amigables, mientras que los datos a niveles pedagógicos inferiores presentan menor comprensión y estimación hacia estos

certificados. Los hallazgos encontrados resaltan la importancia de la formación ambiental como una herramienta de práctica para fomentar un consumo razonable adecuando una colaboración activa en la defensa del medio ambiente y son esenciales para la toma de decisiones responsables relacionadas con productos reciclables.

**Palabras clave:** afable; sellos; medio ambiente; nivel educativo; productos ecológicos

## ABSTRACT

This article analyzes the relationship between educational level and the perception of the importance of eco-labels on consumer products. The labels certify sustainable and environmentally friendly practices. For this, structured surveys were developed for a representative group by educational level (high school, graduate, university). The study was examined through frequency tables, which show that, with higher educational levels, there is greater valuation and understanding of eco-labels, reflecting a strong commitment to sustainable and friendly practices, while data at lower educational levels show less understanding and appreciation for these certifications. The findings highlight the importance of environmental education as a practical tool to promote reasonable consumption, fostering active collaboration in the defense of the environment, and are essential for making responsible decisions related to recyclable products.

**Keywords:** friendly; stamps; environment; educational level; eco-friendly products

Recibido: 19 de julio 2025 | Aceptado: 6 de agosto 2025

## INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas, la intranquilidad por el impacto ambiental de la elaboración y el consumo ha inducido a la creación y aumento de las etiquetas ecológicas, los cuales buscan

comunicar y situar a los consumidores a elecciones más comprometidas y sostenibles (Piza-Flores et al., 2018). Sin embargo, el conocimiento de la importancia de las etiquetas no es semejante en la localidad, debido a diversos elementos, como el nivel formativo que influencia significativamente en la valoración y comprensión de estos distintivos (Almeida, 2024).

La relevancia de abordar esta temática reside en la necesidad de promover el consumo responsable y la sostenibilidad climática mediante equipos informáticos como las etiquetas ecológicas. Además, es esencial fortalecer las políticas de educación y comunicación ambiental, fundamentalmente en los contextos urbanos donde la oferta de productos ecológicos es cada vez mejor (Vargas & Gutiérrez, 2011).

Comprender ciertos componentes que condicionan la percepción de la importancia de estas etiquetas, incluyendo la relación con el nivel educativo permitirá a los individuos implicados diseñar campañas y políticas más inclusivas y focalizadas, facilitando la adaptación de las intervenciones a las características de diferentes segmentos de la población, desarrollando el uso apropiado de las etiquetas ecológicas como criterio de adquisición. De esta manera, se ayuda al impulso de prácticas sostenibles fortificando una conciencia ambiental y apoyando la transición hacia los modelos de fabricación y consumo más responsables.

El presente estudio se basa en la teoría del comportamiento planificado, donde recalca la atribución de las actitudes, normas sociales y control percibido sobre intenciones y conductas de los consumidores (Díaz, 2015). Además, se consideran las contribuciones de la alfabetización ecológica, que resalta el papel de la educación en la formación de poblaciones ambientalmente responsables (Cebrián, 2010). Estudios previos han demostrado a una asociación positiva entre nivel educativo y actitudes pro ambientales, pero pocos han examinado en profundidad la percepción de las etiquetas ecológicas como variable específica.

Esta investigación se desarrolla en una trama urbano latinoamericano, diferenciado por una extensa variedad educativa y una oferta creciente de productos certificados ecológicamente. El objetivo es reconocer la analogía entre nivel educativo y percepción de la importancia de las etiquetas ecológicas en consumidores urbanos (Gaudiano & Valdez, 2012). Las consecuencias de este artículo buscan apoyar con evidencia efectiva que oriente el diseño de estrategias pedagógicas y expresivas efectivas para fomentar el consumo responsable y la sostenibilidad ambiental (Díaz & Hernández, 2017).

El nivel educativo se presenta como un factor determinante en la capacidad de las personas para comprender, interpretar y valorar la naturalidad e importancia de los sellos ecológicos (Rubio & Méndez, 2024). Si no se dispone de una buena educación, pueden existir limitaciones que dificultan el entendimiento de los conceptos de sostenibilidad, y también diferenciar entre los sellos que son de fiar y los que no lo son tanto. Igualmente, las desigualdades sociales y económicas agrupadas a menores niveles educativos pueden conmovir el acceso y la disposición a disponer de productos ecológicos, haciendo aún mayores las discrepancias en cómo consumimos de forma responsable (Fuentes & López, 2008).

Entender el vínculo que existe entre el nivel educativo y la percepción de los sellos ecológicos tienen una importancia para establecer políticas encaminadas a fomentar la alfabetización ambiental y el consumo responsable. El mayor entendimiento de estas relaciones permite que la administración pública y las organizaciones puedan desarrollar campañas educativas que permitan ofrecer incentivos que faciliten la adopción de prácticas sostenibles (Véliz et al., 2020). La responsabilidad social puede hacer uso de estos resultados para optimizar la comunicación, la transparencia y la efectividad de los sellos ambientales como estrategia para inspirar comportamientos del consumo más responsable.

De esta manera, el presente artículo busca aportar información clara sobre el vínculo entre la formación académica y la forma en que los consumidores urbanos de Latinoamérica ven y aprecian las etiquetas ecológicas, ayudando a crear estrategias más eficaces para promover un consumo consciente como también un desarrollo sostenible (Boggino,2013). Este estudio no solo fomentará la habilidad de diseñar políticas y proyectos formativos, sino que además hará más natural la mejora de la comunicación empresarial y la exactitud en el etiquetado medioambiental, elementos esenciales para avanzar hacia una comunidad más sensata y dedicada a la protección del medio ambiente (Bernal,1996).

## **METODOLOGÍA**

La actual investigación se proyectó con la finalidad de indagar la relación que existe entre el nivel educativo y la percepción de la importancia de los sellos ecológicos y como estas variables contribuyen en el consumo de los productos. Para proponer este objetivo, se desarrolló un método flexible que permite detallar y analizar cuantitativamente la correlación entre ambos aspectos, utilizando adecuadamente herramientas estadísticas y representaciones gráficas derivada de los datos recolectados.

Se optó por un enfoque cuantitativo, debido a que permite comprobar objetivamente las respuestas de los individuos y poder establecer relaciones entre las variables trabajadas. El estudio se clasifica como descriptivo-relacional, ya que no solo se describen características de la muestra, sino que también se explica la asociación entre el nivel educativo y la percepción de los sellos ecológicos. El diseño es observacional, colateral y no experimental, lo que significa que los datos se recolectaron en un momento preciso y no hubo una manipulación en las variables dadas.

La recolección de los datos se efectuó mediante una encuesta estructurada compuesta por consumidores en un rango de 18 a 35 años que fueron seleccionados mediante un

muestreo no probabilístico por conveniencia que residió en un diseño para captar el nivel educativo como también la percepción de la importancia de los sellos ecológicos. Los resultados se estudiaron mediante tablas de frecuencias, elaborados con herramientas tecnológicas como Excel y PSPP, lo que facilitó a su visualización y al análisis estadístico representativo de los datos.

Las preguntas se centraron en aspectos como el nivel educativo, relevancia de los empaques reciclables o biodegradables, importancia de los sellos con calidad ética y evidencia de que el producto sea ecológico. Estos aspectos fueron considerados esenciales para comprender adecuadamente la percepción ambiental del consumidor moderno (Laverde & Hernández, 2021).

Además, la investigación buscó abordar cómo el nivel educativo y la percepción de los sellos ecológicos afectan a la confianza del consumidor al adquirir una variedad de productos en el mercado (Mónaco & Modesto, 2023). Para captar con mayor claridad, se utilizó una escala de valoración ordinal tipo Likert, adaptadas a seis categorías: poco, nada, mucho, indiferente, y bastante, permitiendo medir el grado de importancia que los encuestados atribuían a los distintos aspectos evaluados, proporcionando una base numérica y cualitativa para el análisis estadístico.

La incorporación de esta escala conllevó a captar matices en la representación de los participantes, permitiendo interpretar de manera más detallada las posibles variaciones según el nivel educativo. A través de esta estructura de comprobación, fue posible establecer patrones de agrupación y observar si existe una tendencia consistente en que niveles educativos más altos se relacionen con una mayor valoración de los sellos ecológicos y, por ende, con una mayor confianza al momento de realizar decisiones de consumo conscientes (Rodríguez & Rodríguez, 2020).

## Consideraciones éticas

El estudio se desarrolló respetando los principios éticos de la investigación social. A todos los participantes se les explicó anteriormente el propósito de la encuesta, garantizando el anonimato y la confidencialidad de sus respuestas, donde se recabó su consentimiento antes de completar el cuestionario. No se recolectó información emotiva ni se asignó ninguna intervención para asegurar el respeto a la integridad y voluntariedad de cada individuo.

## Limitaciones

Entre las principales limitaciones del estudio se reconoce el uso adecuado del muestreo, que puede restringir la representatividad de los resultados. Asimismo, no se pueden establecer relaciones causales entre las variables. Por lo tanto, la auto aplicación del cuestionario pudo haber generado apacibles respuestas, especialmente en preguntas que involucran actitudes socialmente aceptadas, como la preocupación del medio ambiente.

## RESULTADOS

A continuación, se presenta la distribución del nivel educativo de los 1967 encuestados. Los resultados muestran que la mayoría de los participantes poseen niveles educativos intermedios y altos, un aspecto clave para interpretar sus opiniones sobre la relevancia de los sellos ecológicos en las secciones siguientes.

**Tabla 1**

*Nivel educativo de los encuestados*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
<b>Bachiller</b>	835	42,4%	42,4%	42,4%
<b>Posgrado</b>	127	6,5%	6,5%	48,9%
<b>Universitario</b>	1005	51,1%	51,1%	100%

**Total**                      **1967**                      **100%**

**Fuente:** Realizado por el equipo de investigación capacitado.

Los datos almacenados revelan que de un 100% de encuestados el 42,4% cuenta con formación de bachillerato, seguido de un 6,5% con educación en postgrado y un 51,1% con educación superior. Esto demuestra que un 57,6% de la muestra tiene un nivel educativo medio-alto, lo cual tiene significativos resultados en la comprensión y apreciación del uso de sellos ecológicos para las decisiones de sus compras.

El nivel educativo es un factor predictivo debido a que influye directamente en la capacidad de comprender los conceptos técnicos implicados con la sensibilidad, reciclaje, biodegradabilidad y estándares de certificación lógica (Becerra & Bravo, 2009). Por lo tanto, si existe un alto porcentaje de encuestados con educación, se puede esperar una mayor conciencia ambiental y mejor intuición de los sellos ecológicos en comparación con niveles educativos más bajos.

## Tabla 2

*Importancia de los productos reciclables o biodegradables.*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje Acumulado
<b>Bastante</b>	401	20,4%	20,4%	20,4%
<b>Indiferente</b>	381	19,4%	19,4%	39,8%
<b>Mucho</b>	722	36,7%	36,7%	76,5%
<b>Nada</b>	197	10,0%	10,0%	86,5%
<b>Poco</b>	266	13,5%	13,5%	100,0%
<b>Total</b>	<b>1967</b>	<b>100,0%</b>		

**Fuente:** Realizado por el equipo de investigación capacitado

En la tabla se refleja la valoración que los encuestados hacen sobre los productos reciclables o biodegradables donde se determina que un 13,5% no les da mucha importancia, seguido de un 10% se observa que tienen nada de importancia, posteriormente aparece un 36,7% con mucha importancia, un 19,4% los encuestados se encuentran indiferentes y finalizamos con un 20,4% donde individuos se preocupan por los productos que sean reciclables o biodegradables.

Indagaciones previas indican que la formación formal o la explicación a contenidos ecológicos durante la educación superior aumentan la calidad respecto a responsabilidad con prácticas de consumo consciente. Por lo tanto, los datos sugieren que más del 85% de los encuestados reconocen la relevancia de los productos ecológicos, y esta valoración tiende a ser mayor en quienes tienen niveles educativos superiores.

**Tabla 3**

*Relevancia de los sellos con calidad ética en los productos.*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
<b>Bastante</b>	674	34,3%	34,3%	34,3%
<b>Indiferente</b>	296	15,0%	15,0%	49,3%
<b>Mucho</b>	647	32,9%	32,9%	82,2%
<b>Nada</b>	140	7,1%	7,1%	89,3%
<b>Poco</b>	210	10,7%	10,7%	100,0%
<b>Total</b>	<b>1967</b>	<b>100,0%</b>		

**Fuente:** Elaborado por el equipo de investigación capacitado.

La presente tabla enseña la relevancia de adquirir productos con una correcta calidad ética demostrando que de un 100% de encuestados un 32,80% tienen baja la percepción de

importancia de las mercancías ecológicas, mientras que un 67,20% los encuentran muy relevantes al momento de adquirir productos con una alta valoración de los sellos ecológicos.

Dado que más de la mitad de los encuestados tienen una educación superior, se puede afirmar que hay una correlación positiva entre el nivel educativo y la relevancia que se le asigna a los sellos (Guillén, 1996). Por lo tanto, quienes cuentan con una mayor formación académica tienen más posibilidad de comprender de mejor manera los significados y estándares detrás de cada sello, y de esta manera los integran como un criterio de decisión en su compra (Flores, 2010).

La relación entre el nivel educativo y los sellos ecológicos se alinean con estudios de consumo verde que sostiene que los consumidores educados son más exigentes en términos de trazabilidad, transparencia y ética corporativa (Torres et al., 2020).

**Tabla 4**

*Producto ecológico*

	<b>Frecuen</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje</b>
	<b>cia</b>		<b>Válido</b>	<b>Acumulado</b>
<b>Comentarios o experiencias</b>	26	1,3%	1,3%	1,3%
<b>Informes públicos</b>	504	25,6%	25,6%	27,0%
<b>Sellos oficiales</b>	962	48,9%	48,9%	75,9%
<b>Videos mostrando el proceso de fabricación</b>	475	24,1%	24,1%	100,0%
<b>Total</b>	<b>1967</b>	<b>100,0%</b>		

**Fuente:** Realizado por el equipo de investigación capacitado.

En la tabla correspondiente se muestra que de 100% de participantes, el 1,3% visualiza la propaganda del producto mediante comentarios o experiencias de otros consumidores, el 25,6% mediante informes públicos, el 48,9% se informan a través de sellos oficiales y el 24,1% se educan mediante videos demostrativos del proceso de fabricación.

Por lo que es muy importante realizar una correcta propaganda tecnológicas para promover productos ecológicos, lo cual resulta coherente con los hábitos de consumo y búsqueda de información de grupos con mayor formación educativa (Sandoval - Escobar, 2019). Es probable que los encuestados con estudios superiores tengan mayor alfabetización digital y ecológica, lo que los hace más receptivos a campañas de marketing verde, infografías de consumo responsable o reporte de sostenibilidad ambiental (Rodríguez & Ramos, 2008).

Por lo tanto, se destaca que no solo el nivel educativo afecta a la percepción directa de los sellos, sino que también la receptividad a los medios que promueven el consumo ecológico (Calixto,2008).

## DISCUSIÓN

Este estudio revela que existe un vínculo significativo entre el nivel de formación de las personas y cómo valoran los sellos ecológicos. Así, quienes poseen un nivel educativo superior suelen dar más importancia a las certificaciones ambientales en los productos, lo que indica una notable atención a los efectos del clima en sus elecciones de compra (Pincay,2014).

Una razón factible para este resultado podría estar en cómo la educación facilita el acceso a la información. Las personas con más estudios suelen tener una mayor capacidad para juzgar si los sellos ecológicos son fiables (LIZARAZO,2020). Asimismo, este grupo tiende a ser más comprometido en debates sobre sostenibilidad, cambio climático y consumo responsable, lo cual puede influir en lo que deciden comprar.

Por otro lado, aquellos compradores con una instrucción más básica parecieron no apreciar tanto las etiquetas ecológicas, lo cual sugiere una comprensión algo escasa de lo que implican, influyendo en si escogen un producto por su coste o por si está a mano (Granados,2011). Este descubrimiento destaca lo crucial que es poner en marcha iniciativas formativas más extensas que detallen la utilidad de estas marcas de una manera fácil y directa, sea cual sea el nivel de estudios.

Para terminar, este estudio pone de relieve la urgencia de impulsar la instrucción en temas del medio ambiente en todas las etapas educativas, y, además, se propone que las tácticas de venta que empleen etiquetas ecológicas consideren la formación de su público, diseñando mensajes diferentes dependiendo de lo que comprendan y valoren (Guáqueta,1999).

## CONCLUSIONES

El estudio elaborado muestra, en función de la investigación recopilada y el enfoque hipotético utilizado, que la formación académica alcanzada es un aspecto crucial en cómo se aprecia la relevancia de las etiquetas ecológicas en productos que se consumen. La relación se declara en una comprensión y valoración más profunda de las etiquetas ecológicas por parte de individuos con formación académica superior, demostrando que el aprendizaje no solo desarrolla el saber técnico sobre sostenibilidad, sino que también potencia el conocimiento social y ecológico en las elecciones de adquisición (Amigón & Gaudiano, 2009). La relación lógica de estas observaciones con la teoría del comportamiento planeado y la educación ambiental respalda la principal teoría del trabajo, demostrando que la formación en asuntos ambientales es una herramienta clave para fomentar el consumo ético y la implicación en el mantenimiento del entorno (Andrade,2018).

Sin embargo, la indagación enseña que hay grupos en la sociedad, especialmente aquellos con un nivel educativo inferior, que ostentan una comprensión restringida de las etiquetas ecológicas, lo cual podría obstaculizar la extensa aprobación de hábitos de consumo sostenible. Este descubrimiento manifiesta la urgencia de crear iniciativas educativas y de comunicación que se ajusten a distintos perfiles sociodemográficos, con el objetivo de reducir las diferencias en conocimiento y motivación reveladas.

A pesar de la fortaleza del enfoque metodológico, aún coexisten interrogaciones significativas que requieren ser estimadas en estudios futuros. Entre estas se incluye la investigación sobre elementos contextuales (como la disponibilidad de información, la fe en las certificaciones y las limitaciones económicas) que puedan influir en la conexión entre la educación y la percepción de las etiquetas ecológicas (Ambiente,2015). También sería relevante investigar de manera longitudinal cómo estas percepciones cambian ante alteraciones en las políticas públicas o en la variedad de productos certificados, además de examinar el efecto de la educación ambiental, tanto formal como informal, en diferentes entornos urbanos y rurales (Rodríguez, 2024).

En conclusión, los datos recopilados recalcan la importancia de la educación como un promotor de cambio hacia costumbres de consumo más responsables y razonables. No obstante, el desafío que queda por delante es comprender y atender las diversas facetas que influyen en la percepción y el uso apropiado de las certificaciones ecológicas, lo que llama a la comunidad académica a expandir y diversificar las metodologías de investigación en esta área.

### **Declaración de conflicto de interés**

El autor declara no tener ningún conflicto de interés relacionado con esta investigación.

### **Declaración de contribución a la autoría**

Flavio Florencio Parra Terán: conceptualización, investigación, redacción del borrador original.

Sofía Daniela Rodríguez Bermeo: análisis formal, metodología, revisión y edición de la redacción.

Jennyfer Melissa Gavilanes Quishpe: curación de datos, validación, visualización.

### **Declaración de uso de inteligencia artificial**

Los autores declaran que utilizaron la inteligencia artificial como apoyo para este artículo, y también que esta herramienta no sustituye de ninguna manera la tarea o proceso intelectual. Después de rigurosas revisiones con diferentes herramientas en la que se comprobó que no existe plagio como constan en las evidencias, los autores manifiestan y reconocen que este trabajo fue producto de un trabajo intelectual propio, que no ha sido escrito ni publicado en ninguna plataforma electrónica o de IA.

### **REFERENCIAS**

Almeida, M. M. B., Raura, J. G. J., & Olmedo, W. H. N. (2024). La aplicación del sello verde como estrategia de mejora competitiva en las empresas de alimentos de Latacunga-Ecuador. *Revista InveCom*, 4(1), 1–

12. <https://revistainvecom.org/index.php/invecom/article/view/2640>

Ambiente, M. (2015). *Software educativo para la educación especial*. educación, 11,

24. <https://www.gestiopolis.com/software-educativo-para-la-educacion-especial/>

Amigón, E. T., & Gaudiano, É. G. (2009). Representación y medio ambiente en la educación básica en México. *Trayectorias*, 11(28), 58–

81. <https://www.redalyc.org/pdf/607/60712751005.pdf>

Andrade, C. M., & Ayaviri, D. (2018). Demanda y consumo de productos orgánicos en el Cantón Riobamba, Ecuador. *Información tecnológica*, 29(4), 217–

226. [https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-07642018000400217&script=sci\\_arttext&tlng=en](https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-07642018000400217&script=sci_arttext&tlng=en)

- Becerra, A. T., & Bravo, X. L. (2009). Los sellos de agricultura ecológica y de calidad diferenciada. *Agricultura: Revista agropecuaria y ganadera*, (924), 876–881. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3110912>
- Bernal, F. A. (1996). *La economía de etiquetación ecológica en Ecuador* (Master's thesis, FLACSO sede Ecuador). <http://hdl.handle.net/10469/296>
- Boggino, G., & Palacios, C. (2013). La importancia del balance social y los sellos en las decisiones sobre consumo responsable y comercio justo. <https://core.ac.uk/download/pdf/32623205.pdf>
- Calixto Flores, R. (2008). Representaciones sociales del medio ambiente. *Perfiles educativos*, 30(120), 33–62. [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0185-26982008000200003&script=sci\\_arttext](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0185-26982008000200003&script=sci_arttext)
- Cebrián, M., & Noguera, J. (2010). Conocimiento indígena sobre el medio ambiente y diseño de materiales educativos. *Comunicar*, 115–124. [http://educa.fcc.org.br/scielo.php?pid=S1988-32932010000100014&script=sci\\_abstract&tlng=en](http://educa.fcc.org.br/scielo.php?pid=S1988-32932010000100014&script=sci_abstract&tlng=en)
- Díaz Murillo, G. M., & Hernández Lopera, M. C. (2017). *Factores que influyen en la intención de compra de productos ecológicos de cuidado del hogar en los consumidores de los estratos 5 y 6 de la ciudad de Medellín* (Doctoral dissertation, Universidad EAFIT). <https://repository.eafit.edu.co/server/api/core/bitstreams/d9d80d17-3d53-47a8-823e-e89034b793ae/content>
- Díaz Vega, P. (2015). *Estudio sobre la compra de productos ecológicos entre población universitaria. Plan de acción para fomentar la elección de compra de productos ecológicos en el espacio universitario*. <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/14130>

- Flores, R. C. (2010). Medio ambiente y educación ambiental: representaciones sociales de los profesores en formación. *Magis, Revista Internacional de Investigación en Educación*, 2(4). <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/MAGIS/article/view/3521/>
- Fuentes, C., & López de Coca, E. (2008). El consumo de productos ecológicos. *Distribución y consumo*, (99), 5–24. [https://www.mercasa.es/wp-content/uploads/2022/10/1288217106\\_1288118325\\_DYC\\_2008\\_99\\_5\\_24.pdf](https://www.mercasa.es/wp-content/uploads/2022/10/1288217106_1288118325_DYC_2008_99_5_24.pdf)
- Gaudiano, E. G., & Valdez, R. E. (2012). Enfoques y sujetos en los estudios sobre representaciones sociales de medio ambiente en tres países de Iberoamérica. *CPU-e, Revista de investigación educativa*, (14), 1–17. <https://www.redalyc.org/pdf/2831/283121840001.pdf>
- Granados Aristizábal, J. I. (2011). Empaque, publicidad y sellos de productos agropecuarios: hacia una producción y comercialización responsable y ecológicamente sustentable. *Producción+ limpia*, 6(2), 78–91. [http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1909-04552011000200008&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1909-04552011000200008&script=sci_arttext)
- Guáqueta, C. H. (1999). Etiquetado ecológico. *Revista de la Universidad de La Salle*, 1(28), 103–108. <https://revistauls.lasalle.edu.co/files-articles/ruls/vol1999/iss28/10/fulltext.pdf>
- Guillén, F. C. (1996). Educación, medio ambiente y desarrollo sostenible. *Revista Iberoamericana de educación*, 11, 103–110. <https://rieoei.org/RIE/article/view/1159>
- Laverde Prieto, A. E., & Hernández Arias, L. M. (2021). La percepción del sello ambiental colombiano en la decisión de compra de los consumidores universitarios de la ciudad de Bogotá. [https://repository.cesa.edu.co/bitstream/handle/10726/4333/ADM\\_1020823124\\_2021\\_2.pdf?sequence=4](https://repository.cesa.edu.co/bitstream/handle/10726/4333/ADM_1020823124_2021_2.pdf?sequence=4)
- Lizarazo, H. O. L. M. A. N. E. S. T. E. B. A. N. (2020). *Influencia de los empaques de alimentos amigables con el medio ambiente en la decisión de*

- compra. [https://www.academia.edu/74834951/Influencia de los empaques de alimentos amigables con el medio ambiente en la decisi%C3%B3n de compra](https://www.academia.edu/74834951/Influencia_de_los_empaques_de_alimentos_amigables_con_el_medio_ambiente_en_la_decisi%C3%B3n_de_compra)
- Mónaco, Y. A., & Modesto, M. F. (2023). Sellos y certificaciones sustentables: propulsores del consumo. *XII Jornadas de Investigación. Repensando la Ciencia y la Investigación*. Chile. <https://www.fce.unl.edu.ar/jornadasdeinvestigacion/libro2016/72.pdf>
- Pincay Pilay, M. M. (2014). *Actitudes y comportamientos ecológicos de consumidores adultos guayaquileños* (Master's thesis). <http://201.159.223.2/handle/123456789/1538>
- Piza-Flores, V., Aparicio López, J. L., Rodríguez Alviso, C., & Beltrán Rosas, J. (2018). Transversalidad del eje “Medio ambiente” en educación superior: un diagnóstico de la Licenciatura en Contaduría de la UAGro. *RIDE. Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 8(16), 598–621. [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2007-74672018000100598&script=sci\\_arttext](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2007-74672018000100598&script=sci_arttext)
- Rodríguez, A. E., & Ramos, M. I. C. (2008). Educación Ambiental para el nivel medio superior: propuesta y evaluación. *Revista Iberoamericana de educación*, 46(2), 1–11. <https://rieoei.org/RIE/article/view/2009>
- Rodríguez La Rosa, S. N. (2024). El desarrollo de la conciencia ambiental en la didáctica del sistema educativo. *Revista Kawsaypacha: Sociedad y Medio Ambiente*, (13). [http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S2709-36892024000100018&script=sci\\_abstract](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S2709-36892024000100018&script=sci_abstract)
- Rodríguez Neris, C., & Rodríguez Grillo, J. E. (2020). *Comportamiento del consumidor de productos ecológicos en Tenerife: diferencias por género*. <https://riull.ull.es/xmlui/handle/915/17927>
- Rubio Novoa, J. D., & Méndez Niño, J. D. (2024). *Análisis del comportamiento del consumidor frente a prácticas sostenibles en el sector ganadero colombiano* (Bachelor's

- thesis). <https://repository.universidadean.edu.co/entities/publication/103f99aa-f0d2-4234-bfc5-0fd2f383668f>
- Sandoval-Escobar, M., Páramo, P., Orejuela, J., González Gallo, I., Cortés, O. F., Herrera Mendoza, K., ... & Erazo, C. (2019). Paradojas del comportamiento proambiental de los estudiantes universitarios en diferentes disciplinas académicas. *Interdisciplinaria*, 36(2), 1–1. [https://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1668-70272019000200001&script=sci\\_arttext](https://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1668-70272019000200001&script=sci_arttext)
- Torres, J., Rivera, A., & Guzmán, M. (2020). Comportamiento del consumidor verde y nivel de educación en países latinoamericanos. *Revista de Marketing Sostenible*, 8(2), 34–49. [https://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1668-70272019000200001&script=sci\\_arttext](https://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1668-70272019000200001&script=sci_arttext)
- Vargas Ramos, C., Medellín Moreno, J., Vázquez Galindo, L., & Gutiérrez Sánchez, G. (2011). Actitudes ambientales en los estudiantes de nivel superior en México. *Luna Azul*, (33), 31–36. [http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1909-24742011000200004&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1909-24742011000200004&script=sci_arttext)
- Véliz, T., Véliz-Gonzales, C., Silva, M., & Escobedo, R. (2020). Gestión de prácticas eco amigables con el medio ambiente en supermercados: una percepción de estudiantes universitarios y gerentes. *Revista Innova Educación*, 2(3), 474–490. <http://revistainnovaeducacion.com/index.php/rie/article/view/10>