

EL INTERÉS ECOLÓGICO Y EL CONSUMO SOCIALMENTE RESPONSABLE

-DOS CONCEPTOS PARA LA GESTIÓN AMBIENTAL DEL EMPRESARIO- (1)

Guillermo Villegas Arenas
Profesor Titular
Departamento Estudios de familia
Universidad de Caldas

Mario Hernán López Becerra
Profesor Asociado
Departamento Economía y Administración
Universidad de Caldas

Manizales, 2006-02-03 (Rev. 2006-04-28)

RESUMEN

En este artículo se examinan con detenimiento dos aspectos ligados a la gestión ambiental: El consumo socialmente responsable, definido por Antil como “aquellos comportamientos y decisiones de compra hechas por los consumidores que ponen en consideración los problemas ambientales y de los recursos y que están motivados no sólo por el deseo de satisfacer las necesidades personales, sino también por un interés ante las posibles consecuencias adversas y sus efectos consecuentes”, y el interés ecológico desde el cual se reconoce que la vida simple ayuda a evitar la degradación ambiental y a preservar los recursos de la tierra para la utilización por parte de los más pobres del mundo y de las generaciones venideras según su necesidad.

PALABRAS CLAVE

Sostenibilidad, sustentabilidad, interés ecológico, consumo socialmente responsable.

THE ECOLOGICAL INTEREST AND SOCIALLY RESPONSIBLE CONSUMPTION -TWO CONCEPTS FOR THE BUSINESSMAN'S ENVIRONMENTAL ADMINISTRATION-

ABSTRACT

This article thoroughly examines two aspects linked to environmental administration. The first: the socially responsible consumption, defined by Antil as “those behaviors and purchase decisions made by consumers that consider environmental and resource problems that are not only motivated by the desire to satisfy personal necessities, but also due to an interest regarding the possible adverse consequences and their consequent effects”. The second aspect: the ecological interest that recognizes that a simple life can help avoid environmental degradation, as well as preserving the Earth's resources so that those less fortunate and the coming generations can use them according to their necessity.

KEY WORDS

Sustainability, maintainability, ecological interest, socially responsible consumption.

“Todas las culturas, en el momento de su ocaso, sueñan con volverse sostenibles. La crisis ambiental no está llamando simplemente a un acto de arrepentimiento, acompañado de un propósito de buena conducta (...).”

Augusto Ángel Maya

A MANERA DE INTRODUCCIÓN

Los estudiantes de los cursos de gestión ambiental preguntan con frecuencia sobre las diferencias entre el

desarrollo sostenible y el desarrollo sustentable, la respuesta siempre inicia advirtiendo que algunos autores no establecen diferencias entre sostenibilidad y sustentabilidad ambiental: una gran cantidad de ellos emplean los conceptos en la economía para referirse a medidas con sentido de largo plazo; en el campo de la administración se aplican para referirse a los equilibrios financieros o a las decisiones productivas. Paradójicamente, en el lenguaje económico, la sustentabilidad expresa la permanencia y duración de un modelo centrado en el crecimiento que, al mismo tiempo, provoca la crisis ambiental.

Pueden establecerse diferencias entre lo sostenible y lo sustentable; en el primer caso, se trata de un enfoque del desarrollo económico que introduce los costos ambientales como variable en la composición del precio de los bienes y servicios; el desarrollo económico sostenible promueve la gestión ambiental pública y los mecanismos de comando y control como estrategias complementarias para mitigar los impactos ambientales, pone énfasis en la responsabilidad de las empresas. La sustentabilidad es otra cosa, se refiere a la necesidad de realizar transformaciones en la sociedad y la cultura, -no solamente se trata de ajustar el aparato tecnológico o cambiar algunos patrones en las formas de producción y el consumo-, la sustentabilidad está ligada a la generación de nuevas relaciones políticas y económicas internacionales y nacionales y a la transformación de las culturas acumulativas en culturas basadas en el reconocimiento de la escasez.

¿Por qué, a pesar del aumento en la calidad y en la cantidad de la información sobre la crisis ambiental, los sistemas sociales y políticos tienden a promover una racionalidad depredadora? ¿Estamos asistiendo a la configuración de una contradicción entre el reconocimiento de los problemas ambientales y la actuación ante ellos, tanto de productores como de consumidores?

Buena parte de las propuestas del desarrollo sostenible radican en la adopción de estándares de calidad ambiental y en la incorporación de medidas que mitiguen o solucionen impactos ambientales negativos en el proceso productivo; hasta ahora el énfasis se ha puesto en la gestión ambiental de las empresas sin considerar las características de los individuos que toman las decisiones de incorporar o no las medidas: ¿qué conocen los empresarios sobre la magnitud y los alcances de la crisis ambiental?, ¿existe algún tipo de relación entre el conocimiento que posee el empresario sobre los temas ambientales y la calidad de la gestión ambiental en su empresa?, ¿qué conocen los empresarios acerca de los intereses y comportamientos ambientales de sus consumidores? Las respuestas a las preguntas anteriores pueden constituirse en la base para un tipo de gestión ambiental basada en la transformación cultural de empresarios y consumidores, y no sólo en la adopción forzosa de normas y reglamentaciones de carácter correctivo o restaurador.

En este artículo se examinan con detenimiento dos aspectos ligados a la gestión ambiental: El consumo socialmente responsable, definido por Antil como "aquellos comportamientos y decisiones de compra hechas por los consumidores que ponen en consideración los problemas ambientales y de los recursos y que están motivados no sólo por el deseo de satisfacer las necesidades personales, sino también por un interés ante las posibles consecuencias adversas y sus efectos consecuentes", y el interés ecológico desde el cual se reconoce que la vida simple ayuda a evitar la degradación ambiental y a preservar los recursos de la tierra para la utilización por parte de los más pobres del mundo y de las generaciones venideras según su necesidad.

El consumo socialmente responsable

Contrario al planteamiento del *Homo Economicus* que propone al consumidor como un agente aislado y concentrado en su propio interés, la nueva teoría del consumidor define un individuo que, sin abandonar el propósito maximizador de su satisfacción, pone en consideración a los demás por la vía de las interdependencias de las preferencias; esto quiere decir que, si bien el consumidor cuenta con la libertad de elegir de acuerdo con las posibilidades que le brinda el ingreso y la actitudes físicas o intelectuales -entre otras-, no significa que esta libertad le permita satisfacer todos sus deseos, en razón a que sus preferencias están conectadas con los demás.

Dada la interconexión de preferencias, la teoría económica supone que el bienestar que busca el consumidor tiene múltiples sentidos, de él hacen parte tanto el reconocimiento que la persona desea obtener de otros, como el autorreconocimiento y la complacencia ante el compromiso por causas comunes. En esta situación el consumidor puede recurrir de manera exclusiva o combinada a acciones como las siguientes: adquisición y acumulación de riqueza, búsqueda y obtención de poder, prácticas ligadas a la filantropía, sentidos de la responsabilidad ambiental a través de formas sanas y limpias en el consumo; en ocasiones estas búsquedas se orientan a comportamientos de tipo altruista como la caridad, el empleo de tiempo y recursos al servicio de los otros o de causas comunes (Lepage, 1979).

No todas las personas procuran alcanzar reconocimiento (de otro o de sí mismo) mediante el incremento de la riqueza y el disfrute de bienes materiales o a través de la obtención de poder, hay quienes lo hacen dando sin esperar recibir a cambio algo material; en este caso el individuo actúa sobre los demás o sobre sí mismo para producir un valor social que aprecia particularmente pero no puede comprar en el mercado por tratarse de productos no comerciales; es un consumidor que le concede importancia a lo que otros piensan de él o a lo que piensa de sí mismo, y no del egoísta perfecto, aquel que menosprecia lo que el resto opine de su actuación.

Cuando la motivación por el reconocimiento es el altruismo o el bien común, surge la figura del consumidor socialmente responsable.

Un consumidor socialmente responsable tiene al menos dos vías para generar satisfacción incorporando el bienestar ajeno: En el primer caso, puede considerar que al evitar un perjuicio, incomodidad o malestar al conjunto de la sociedad, provoca un incremento en el bienestar colectivo (2); en razón a su contenido altruista este acto es motivo de satisfacción propia. En el segundo caso, puede asumir que una decisión de consumo que resulta en una disminución del bienestar ajeno le genera un costo que bien puede ser la vergüenza o la pena; evitar el costo por motivos altruistas resulta en un hecho que incrementa o al menos no disminuye la satisfacción.

El consumo socialmente responsable lo define Antil (1984: 20) como: "aquellos comportamientos y decisiones de compra hechas por los consumidores que ponen en consideración los problemas ambientales y de los recursos y que están motivados no sólo por el deseo de satisfacer las necesidades personales, sino también por un interés ante las posibles consecuencias adversas y sus efectos consecuentes".

Además del altruismo, en la base del concepto de consumo socialmente responsable, está la equidad que Cutter (1995), en el contexto ambiental define como la posibilidad que deben tener todos de acceder al consumo de recursos, igual distribución y tratamiento de riesgos sociales e igual consideración de intereses en competencia. La equidad ambiental se manifiesta en dos formas, como resultado y como proceso; en cuanto a resultado la equidad es el patrón de distribución de los recursos, los beneficios sociales y el riesgo ambiental. Como proceso, la equidad hace referencia a las causas sociales, económicas, políticas o institucionales de distribuciones desiguales.

Existen al menos tres formas de aproximarse a la equidad ambiental: social, generacional y de procedimiento.

Equidad social. Hace referencia al papel de las fuerzas sociales, económicas y políticas en el consumo de los recursos y la degradación del ambiente, involucra el impacto diferencial de la degradación ambiental sobre grupos sociales definidos por clase, edad, raza, y género. A nivel local y social incorpora usos no deseados del espacio, tales como rellenos, terrenos deleznable, autopistas e industrias y negocios nocivos, que con frecuencia coinciden con los vecindarios más pobres. La yuxtaposición de actividades económicas, ampliamente determinada por criterios de localización (terrenos baratos o el acceso del transporte, entre otros) y la geografía social de los lugares, crea un panorama diferenciado de riesgo: distingue personas y sitios con niveles relativos de vulnerabilidad. Los residuos o basuras peligrosas depositados en zonas marginales son un ejemplo de problemas de equidad social.

Equidad generacional. La equidad generacional es el principio de justicia aplicado a las generaciones futuras. Los recursos naturales y culturales de la tierra proceden de antepasados -padres, abuelos-, luego, de acuerdo con la custodia que se haga de tales recursos, pasará a hijos, nietos. En correspondencia con el código de equidad generacional, se requiere que cada generación cuide la herencia ambiental recibida, para asegurar su mantenimiento y supervivencia para transferirla a las generaciones futuras en las mismas o mejores condiciones. La equidad generacional tiene elementos tanto de resultados como de procesos: como resultados, el estrecho interés propio de una generación puede causar irreparables daños a generaciones futuras (inequidades en riesgos y beneficios). En cuanto a procesos, sugiere un esquema de consideraciones éticas y normas legales alrededor de prácticas actuales y pasadas tendientes a suministrar justicia a las generaciones futuras; ellos apuntan al mantenimiento de la diversidad natural y cultural, la reducción de la degradación relacionada con la actividad económica y a preservar una oferta ambiental accesible para todos (zonas de reservas, parques naturales, entre otros).

Equidad de procedimiento. La equidad de procedimiento se refiere al alcance de las reglas, los acuerdos, las regulaciones, los tratados y sanciones. Los sesgos en la protección ambiental se encuentran a lo largo y ancho del mundo. Los activistas denuncian este tipo de sesgos y afirman que la gente pobre es más vulnerable y recibe un tratamiento diferente de parte de las autoridades gubernamentales. A diferentes niveles de autoridad, muchas sociedades tienen una limitada capacidad para proponer regulaciones ambientales o para hacerlas acatar cuando ya existen; otras, tras el afán meramente económico de aprovechar las oportunidades de inversión de cualquier procedencia, toman decisiones que con frecuencia consideran el lucro inmediato por encima de las metas a largo plazo.

De las equidades expuestas la que parece más clara en la definición de consumo socialmente responsable es la generacional, que Page (1989) denomina también como equidad intertemporal. En interpretación del autor, el consumidor socialmente responsable es un personaje altruista-egoísta. Egoísta, porque procura su máximo bienestar presente; altruista, porque al considerar en su decisión las condiciones de las generaciones posteriores reconoce en este acto una manera para garantizar su propio bienestar.

Otra manera de aproximarse a la noción de consumidor socialmente responsable es considerarlo un agente con sentido de justicia desinteresada: el consumidor trata de ser justo con todas las generaciones, se ve así mismo

como personaje externo (3) capaz de influir sobre el bienestar de las generaciones venideras, para ello define límites al consumo actual buscando de esta manera permitir el consumo futuro (4).

El interés ecológico

El interés ecológico parte de una opción individual apoyada en algunos principios. Con base en tales principios se propone un acercamiento al concepto.

Principio de sistemas complejos. El interés ecológico se fundamenta en el convencimiento que la vida sobre la tierra depende y es parte de sistemas complejos, esto requiere:

- 1) Comprender que un ecosistema y su relación con el sistema social es un resultado de interacciones colectivas de componentes individuales, lo que obliga a una concepción y actuación holística ante el ambiente.
- 2) Aceptar que cada individuo cumple unas funciones muy particulares: la pérdida o degradación de un simple componente puede menguar la viabilidad del sistema.
- 3) Reconocer que los recursos del planeta son finitos y que la especie humana depende de materiales y energía ofrecidos por un ecosistema global.
- 4) Cuestionar el rumbo aparentemente seguro del cambio tecnológico apoyado en la ciencia.

Principio de acción responsable. Además de comprender la complejidad de los sistemas en los cuales se mantiene la vida, el interés ecológico necesita el reconocimiento de los impactos que los humanos tienen sobre aquellos sistemas. Hay factores que ejercen influencia sobre el ambiente y hay otros que lo regulan; sobre estos últimos recae la acción responsable incluyendo leyes, administración, políticas, responsabilidad cívica, decisiones de productores y consumidores, y todo aquello que regule la interacción humana con el ambiente.

El interés ecológico acepta que la acción o inacción de las personas conlleva consecuencias y responsabilidades ambientales, en tal razón considera que el costo total del desarrollo de las sociedades debería incluir mediciones y valoraciones de los impactos sobre los humanos y el ecosistema. El principio de acción responsable se sustenta en admitir que la organización de las sociedades en el pasado y en el presente -y las leyes e instituciones que las rigen y ordenan- tienen implicaciones para el desarrollo ambientalmente sustentable.

Principio de valoraciones y acciones cambiantes. El interés ecológico, como opción individual, orienta la revalorización de las ideas y las acciones. Las acciones son generadas e influenciadas por un sistema de creencias o conjunto de valores que surgen por épocas, pero que cambian a través del tiempo. Por ejemplo, ante algunos recursos hoy se promueve su conservación o uso más racional, porque ya no se ven como inagotables. También se admite el avance de la tecnología, pero se le reconocen limitaciones bien por su imposibilidad de resolver un problema bien por los efectos colaterales que se generan. Al crecimiento económico, antes visto con una dinámica infinita de avance y asociado automáticamente con el bienestar humano, se le reconocen en la actualidad restricciones impuestas por los recursos naturales y se le ve como necesario más no como suficiente para promover el desarrollo humano.

La revalorización de ideas ha colocado al interés ecológico ante un "nuevo paradigma ambiental donde el énfasis está en las preocupaciones por restringir el crecimiento, proteger la integridad de los ecosistemas, y vivir en armonía con la naturaleza" (Roberts y Bacon, 79: 1997); lo que requiere tener en cuenta que si bien es cierto que "el ambiente está afectado por acciones específicas, lo cual es una cuestión científica, también es verdad que la elección de nuestras acciones es cuestión de ética o de los valores culturales, religiosos y personales" (5).

Aunque solamente se sugieran, podrían considerarse como asuntos claves de este último principio el crecimiento económico y el desarrollo sustentable, la ética empresarial, los patrones de consumo y estilos de vida, los efectos del cambio tecnológico, los grandes problemas ambientales y el papel de los medios.

Principio de equidad ante las consecuencias ambientales de las decisiones humanas. Se trata de un principio que es transversal al consumo socialmente responsable y el interés ecológico expuesto en la primera parte de este ensayo.

Podría afirmarse, retomando e interpretando a Latorre (2002), que una persona orientada hacia el interés ecológico opta por vivir con sencillez y esto incorpora comprender cosas, conductas y actitudes las cuales se presentan como una simple propuesta y no como fórmula dogmática. La persona orientada hacia el interés ecológico reconoce que la vida simple ayuda a evitar la degradación ambiental y a preservar los recursos de la tierra para la utilización por parte de los más pobres del mundo y de las generaciones venideras según su necesidad. Su ejemplo es un incentivo positivo para que otros se comprometan en la protección de la naturaleza. Quien escoge una vida simple tiende a conectarse estrechamente con la tierra y a manifestar preocupación por la naturaleza, reconoce que vive dentro de algo: "la tierra, la cual es una parte extendida de su cuerpo"; que los recursos que ésta posee son limitados y que es posible vivir sin algunos productos que amenazan extinguir la

materia prima de donde se obtienen.

Quien vive con sencillez recurre a la autocrítica y admite los alcances ambientales de sus actos y, sin desconocer la responsabilidad que les compete a otros agentes como el Estado y las empresas, no se escuda en estos para actuar desinteresadamente ni aplaza cambios con la esperanza puesta en las soluciones que eventualmente puedan ofrecer la ciencia y la tecnología.

En una vida sencilla, la persona se auto-reconoce y considera a los demás como simples seres integrados a un todo y no como los amos del entorno; en tal circunstancia acepta que es parte del problema porque el ambiente se afecta por nuestras acciones específicas, pero también es parte de la solución y, aunque puede ser válido que la suma de las voluntades puede mover a la sociedad hacia una mejor armonía con la naturaleza, también acata que se necesitan leyes, controles y otras acciones y decisiones de agentes públicos y privados, además de cierta dosis de compromiso personal.

A MANERA DE CONCLUSIÓN

Claves para el reconocimiento del consumo socialmente responsable y el interés ecológico.

CONSUMO SOCIALMENTE RESPONSABLE	INTERÉS ECOLÓGICO Una persona con interés ecológico...
El consumidor acepta que no puede realizar cuanto capricho se le ocurre en virtud a que sus decisiones pueden afectar al otro por la vía de las interdependencias de las preferencias	Reconoce que la vida sobre la tierra depende y es parte de sistemas complejos. Construye cosmogonías que incluyen todas las formas de vida.
El consumidor pone en consideración los problemas ambientales motivado por la preocupación ante las posibles consecuencias adversas de sus decisiones.	Sabe que cada individuo cumple unas funciones muy particulares y la pérdida o degradación de un simple componente puede menguar la viabilidad del sistema
Es un consumidor que favorece la posibilidad de todos para acceder al consumo de recursos, igual distribución y tratamiento de riesgos sociales e igual consideración de intereses en competencia	Acepta que los recursos del planeta son finitos y que la especie humana depende de materiales y energía ofrecidos por un ecosistema global
El consumidor socialmente responsable es un agente con un sentido de justicia, comprende que sus decisiones pueden influir sobre el bienestar colectivo y futuro.	Considera el crecimiento económico como necesario más no suficiente para promover el desarrollo humano.
Es selectivo al comprar y al hacerlo, incorpora su interés por el medio ambiente incluso con restricciones de su comodidad inmediata.	Reconoce que se necesitan leyes, controles y otras acciones y decisiones de agentes públicos y privados.
Procura enterarse acerca de la fabricación de los productos para asegurarse que fueron producidos con sensibilidad hacia el ambiente.	Considera las futuras generaciones humanas y de todas las especies ante el uso de los recursos
Le imprime un sentido político a su actuación como consumidor, lo cual lo impulsa a actuar colectivamente, a generar capacidad de movilización social alrededor de demandas por productos sanos, apropiados y compatibles.	Interpreta como incierto el cambio tecnológico apoyado en la ciencia. Por eso, no aplaza cambios en su vivir con la esperanza puesta en las soluciones que puedan ofrecer la ciencia y la tecnología.
Favorece el reciclaje y la reutilización de las cosas.	Vive con sencillez porque la vida simple ayuda a evitar la degradación ambiental y a preservar los recursos de la tierra y da ejemplo para que otros se comprometan en la protección de la naturaleza.
Dedica tiempo para enterarse de las propiedades y contenidos de los productos y opta por aquellos más seguros ambientalmente	Tiende a conectarse estrechamente con la tierra y a manifestar preocupación por la naturaleza
Sus decisiones de compra están basadas en necesidades verdaderas.	No se escuda en otros (las empresas o el Estado) para actuar desinteresadamente ante la problemática ambiental.

BIBLIOGRAFÍA

- ÁNGEL MAYA Augusto. La Fragilidad Ambiental de la Cultura. Bogotá: Editorial Universidad Nacional: Instituto de Estudios Ambientales –IDEA, 1995.
- ANTIL, John H. Socially responsible consumers: profile and implications for public policy. *Journal of Macromarketing*, Fall 1984. 18 – 39.
- BRITISH COLUMBIA. MINISTRY OF EDUCATION. Environmental concepts in the classroom: A Guide for Teachers. (En línea): Octubre 11, 2003. Disponible en: http://www.bced.gov.bc.ca/environment_ed/.
- CUTTER, Susan L. The forgotten casualties: women, children, and environmental change. *Global environmental change*, Vol. 5, No.3, 1995. 181-194.
- LATORRE, Emilio. Empresa y medio ambiente en Colombia. En: CORREA, María Emilia y VALENCIA, Jorge. (Editores). *El desarrollo sostenible en la economía de América Latina*. Santafé de Bogotá: Tercer Mundo Editores, 1995.
- _____. El cuidado ambiental desde el hogar. Cali, Colombia: Artes Gráficas del Valle, 2002.
- LEPAGE, Henry. Mañana el capitalismo. 1979. (sin más datos).
- PAGE, Talbot. El impuesto a la extracción como un instrumento de la equidad intertemporal. En: DALY, Herman E. *Economía, Ecología y Ética*. México: Fondo de Cultura Económica, 1989.
- ROBERTS, James y BACON, Donald R. Exploring the subtle relationships between environmental concern and ecologically conscious consumer behavior. *Journal of Business Research* 40, 79-89, 1997.
- VILLEGAS A. Guillermo, LOPEZ B. Mario Hernán. *La Gestión Ambiental de las Pymes en Manizales: el interés ambiental y el consumo socialmente responsable del empresario*. Manizales: Centro Editorial – Universidad de Caldas, 2006.

NOTAS:

1. El presente artículo hace parte de un trabajo de investigación realizado por los autores sobre la gestión ambiental de las PYMES en la ciudad de Manizales. La investigación examina la relación entre el comportamiento del empresario en su papel social como consumidor y el conocimiento que posee sobre los problemas ambientales, así como las conexiones que estas variables establecen con la gestión ambiental de las empresas.
2. O al menos el otro no experimenta reducción alguna en el bienestar.
3. Se califica como externo en razón a que no es miembro constitutivo de las generaciones posteriores.
4. Respecto a estas dos interpretaciones que buscan caracterizar al consumidor socialmente responsable (altruista-egoísta y justo desinteresado), Page (1989: 318 y 319) advierte: “Estas dos interpretaciones son conceptualmente distintas y tienen direcciones diferentes. La primera es poco atractiva éticamente para quien toma en cuenta los intereses del futuro y la posibilidad de que estos entren en conflicto con los intereses del presente. La segunda interpretación tiene cierto atractivo, aunque no está claro cuál es la fuerza ética de un criterio motivado por un caso base y no aplicado luego a otros casos diferentes. En la interpretación de la justicia desinteresada, se definen las generaciones presentes y futuras; se definen de modo que puedan considerarse algunas acciones que mejoran la situación de generaciones sin perjudicar a otras... en la interpretación del altruismo egoísta sólo define los intereses o las funciones de la primera generación de modo que no se puede hablar de un bienestar intergeneracionala.
5. BRITISH COLUMBIA. MINISTRY OF EDUCATION. *Environmental Concepts in the Classroom: A Guide for Teachers*. (En línea): Octubre 11, 2003. Disponible en: http://www.bced.gov.bc.ca/environment_ed/.

Close Window