



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES ZARAGOZA
PSICOLOGIA

**CONSUMISMO COMO ANTECEDENTE DE LA PERCEPCIÓN DE
RIESGO AMBIENTAL Y LA CONDUCTA PROAMBIENTAL.**

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADO EN PSICOLOGIA PRESENTA

FABIOLA RODRIGUEZ RAMIREZ

JURADO DE EXAMEN

TUTOR: DOCTOR. JOSE MARCOS BUSTOS AGUAYO

COMITÉ: DOCTORA. LUZ MARIA FLORES HERRERA

MAESTRA SARA GUADALUPE UNDA ROJAS

LICENCIADA DOLORES CÁRRDENAS MONROY

MAESTRA MARINA REYES ESPEJEL



Se agradece a DGAPA el apoyo recibido para el proyecto IN306508, del cual recibí beca tesis durante su elaboración



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES ZARAGOZA

LICENCIATURA EN PSICOLOGIA

**CONSUMISMO COMO ANTECEDENTE DE LA PERCEPCIÓN DE RIESGO Y LA CONDUCTA
PROAMBIENTAL**

RESUMEN

El presente estudio analiza ¿Cuál es la relación entre consumismo, percepción de riesgo ambiental, y la realización de conductas Proambientales? Esto, desde el enfoque de psicología ambiental. Dicho estudio se llevo a cabo en la ciudad del Distrito Federal en la delegación Venustiano Carranza con una muestra no probabilística de 300 sujetos, de los cuales 150 son hombres y 150 son mujeres con edades, de entre los 18 y los 60 años de edad; el estudio se llevó a cabo mediante un diseño transversal descriptivo, para poder analizar cada variable Los instrumentos utilizados para la realización de esta tesis, fueron creados por separado. Primero se sometieron a un piloto, para poder obtener los tres instrumentos de medición para cada una de las variables quedando de la siguiente manera: a) Cuestionario de Consumismo, b) Cuestionario de Percepción de Riesgo Ambiental y c) Cuestionario de Conducta Proambiental. Los datos se recolectaron mediante la aplicación de encuestas en los hogares, obteniendo como resultado, que la muestra estudiada tiende al consumo desmedido, mientras que su percepción de riesgo es moderada, y no tiende a la realización de conductas Proambientales.

Palabras Clave: Consumismo, Riesgo Ambiental, Percepción de Riesgo y Conducta Proambiental.

Consumo ambiental sustentable o sostenible o consumo amigable con el ambiente

Rodríguez R. Fabiola

Se agradece el apoyo del PAPIIT IN306508 para la beca recibida durante la elaboración de esta tesis

Índice

Introducción	
Capítulo 1 ¿Qué es el consumismo?	4
1.1 ¿Qué motiva al ser humano a consumir?	8
1.2 Publicidad, medios de comunicación y consumismo	12
1.3 Tipos de compra	14
1.4 Tipos de Consumo	15
1.4.1 Consumo de Energía y Electricidad	15
1.4.2 Consumo de Agua y de Gas	15
1.4.3 Consumo de Alimentos básicos	16
1.4.4 Consumo de Alimentos Empaquetados y comida rápida	17
1.4.5 Consumo de Tecnologías.	18
Capítulo 2 Percepción de Riesgo Ambiental	20
2.1 Antecedentes de la Percepción de Riesgo Ambiental	20
2.2 Percepción de Riesgo ambiental	22
2.3 Teorías del Riesgo	27
2.4 Hacia una percepción de riesgo ambiental	30
Capítulo 3 Conducta Proambiental.	34
3.1 Definición de Conducta Proambiental	34
3.2 Factores que desencadenan las conductas proambientales	37
Capítulo 4 planteamiento del problema	44
Capítulo 5 Metodología	45
5.1 Pregunta de Investigación	45
5.2 Objetivos Generales	45
5.3 Objetivos Específicos	45
5.4 Hipótesis	45
5.5 Variables Conceptuales	45
5.6 Variables Sociodemográficas	46
5.7 Método	47
5.8 Características de la Muestra	47

5.9 Instrumentos	48
5.10 Procedimiento	50
Capítulo 6 Resultados	52
6.1 Descripción del Instrumento. Análisis de Frecuencias	54
6.2 Validación y consistencia Interna	60
6.3 Correlaciones entre las variables Consumismo y Percepción de Riesgo Ambiental	72
6.4 Categorización de Consumismo, Percepción de Riesgo Ambiental y Conducta Proambiental.	75
6.5 Datos Complementarios	77
Capítulo 7 Discusión	85
Capítulo 8 Conclusiones	94
Referencias.	95
Apéndice 1	104
Apéndice 2	108
Apéndice3	112
Apéndice 4	113

Agradecimientos.

Agradezco primero a todos los maestros que me han acompañado a lo largo de mis estudios, en especial al Doctor Marcos Bustos por su paciencia, comprensión y apoyo; a la Doctora Luz María Flores por abrirme los ojos ante mi Tesis; a la Maestra Sara Unda por ser un gran apoyo; a la Licenciada Dolores Cárdenas por verificar hasta el más mínimo detalle de este trabajo, por último agradecer a la Maestra Marina Reyes por enseñarme que no hay reto imposible.

Quiero agradecer también el gran apoyo y amor que me ha dado toda mi familia, mi Madre y mi Padre quienes hicieron de mí la mujer que ahora soy, a mi hermana Daniela por ser compañera de juego enojos, tristezas y aventuras.

A todos mis amigos que estuvieron conmigo en las buenas, las malas y las peores, gracias por compartir risas, llantos, alegrías y tristezas, gracias por estar ahí hombro con hombro, Laura Villalba, Katia Rodea, Carolina Ramírez, Alicia Santa Fe, Minerva Fajardo Félix Manzano y Ulises Ortiz gran diseñador y amigo. Sin dejar de mencionar a los amigos que han patinado conmigo el Team C-Bear, en especial a Ricardo, Fernando y Miguel. Además a quienes me enseñaron a reírme de una caída el Team de Visión Natural, en especial a Erick, Kenji, Harol y Ricardo.

También agradezco el gran apoyo, el amor, la comprensión y los ánimos de Carlos Martín Hernández Rivera quien además de ayudarme a regresar a la escuela y motivarme para continuar con ella, siempre tiene para mí un girasol frente a mí cama.

Por último, admito que se me llenan los ojos con lágrimas de felicidad por agradecer a una personita que llegó 8 años después que yo a este mundo, y él ha sido la fuente de inspiración más grande que siempre he tenido para realizar los más grandes logros de mi vida, gracias Jorge Omar por venir a este mundo a ser mi hermano.

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

El presente trabajo tiene como objetivo introducir al fenómeno del consumismo como opositor de un medio ambiente sustentable.

El consumismo es un término que se utiliza para describir los efectos de igualar felicidad, la cual para fines de este estudio se podría definir en un inicio como una emoción resultado de una actividad neuronal fluida en la que los factores internos y externos interactúan estimulando el sistema límbico. La estimulación del ego por parte de este sistema, nos dará un enfoque de los resultados más óptimos, ayudando a la integración de la información adecuada. Ello fomentará respuestas nutridas desde el inconsciente, que nuestro consciente adaptará a los límites de medio. De esta forma se propicia o se aplaza ese estado anímico. Si no se logra integrar la información de forma óptima, el resultado será una polarización a la espera de ser integrada en una solución que cancele la carga (Landázuri, Hernández, Terán y González; 2002)

Por tanto la felicidad personal para muchos, estaría en función de la compra de bienes y servicios o el consumo en general. El caso es ejemplificado por la frase “cuanto más consumo, más feliz soy”, que genera el consumo desmedido de bienes y servicios en la sociedad contemporánea e impacta seriamente en los recursos naturales y el equilibrio ecológico.

Se denominan recursos naturales a aquellos bienes materiales y servicios que proporciona la naturaleza sin alteración por parte del hombre; y que son valiosos para las sociedades humanas por contribuir a su bienestar y desarrollo de manera directa (materias primas, minerales, alimentos) o indirecta (servicios ecológicos indispensables para la continuidad de la vida en el planeta). Mientras que el equilibrio ecológico se define como un estado en que las interacciones entre las poblaciones, los seres vivos y el medio ambiente en el que conviven están balanceadas, y este balance perdura en el tiempo. Hay que entender que este balance es relativo, pues el número de individuos por especie puede variar levemente dentro de un rango acotado, sin que esto signifique la pérdida del rol que el organismo tiene en el ecosistema (y con ello la pérdida del equilibrio).

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

Cuando ocurren disturbios importantes (naturales u ocasionados por el hombre), el ecosistema evoluciona hacia un nuevo estado de equilibrio entre las poblaciones y el medio. En ecología esta es una teoría que se conoce como la de estados y transiciones (Dreux, 1998), en la cual los estados serían los momentos de equilibrio del ecosistema (siempre alterándose levemente, dentro de los rangos acotados) y las transiciones serían los momentos de evolución hacia un nuevo estado de equilibrio. En medio de ambas, ocurren los disturbios, como incendios, avalanchas, sobrepastoreo, lluvia ácida, etc. El ciclo completo entonces sería entonces: equilibrio/disturbio/transición/equilibrio/disturbio/transición/, y así sucesivamente; por tanto en el momento en el que el ser humano toma materia prima y recursos naturales del medio ambiente para continuar con su modo consumo se logra un desequilibrio mayor, y esto tiene gran impacto sobre el medio.

Prueba de esto es el hecho de que, el consumo de recursos de la sociedad estadounidense, de aplicarse en todo el planeta, requeriría los recursos de dos planetas más iguales a la Tierra para sustentarlo. De igual forma en la Cumbre de la Tierra celebrada en la Ciudad de Río de Janeiro, en el año de 1992, cuyo capítulo 4 de la Agenda 21, se señala: “la causa más importante del deterioro continuo del medio ambiente global son los patrones insostenibles de consumo y producción, particularmente en los países industrializados”, así mismo menciona que lograr un desarrollo sustentable requerirá tanto de la eficiencia en los procesos de producción como de los cambios en los patrones de consumo, en muchas instancias esto requerirá de una reorientación en los procesos de producción actuales y los patrones de consumo, los cuales han surgido predominantemente de los países desarrollados y están siendo imitados cada vez con mayor frecuencia en la mayor parte del mundo, incluyendo a los países en vías de desarrollo.

Entonces ¿qué es consumo sustentable?, una definición es la expresada en el Simposio de Oslo en 1994 y adoptada en la tercera sesión de la Comisión de Desarrollo Sustentable en 1995 que lo explica como: “El uso de bienes y servicios que responden a las necesidades básicas y proporcionan una mejor calidad de vida, al mismo tiempo minimizan el uso de recursos naturales,

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

materiales tóxicos y emisiones de desperdicios y contaminantes durante todo el ciclo de vida, de tal manera que no se ponen en riesgo las necesidades de futuras generaciones”.

Así mismo, en la década de los noventa, en Río de Janeiro, se planteó que la educación es fundamental para lograr el Desarrollo Sostenible, el cual significa: “Aprendizaje a lo largo de toda la vida para obtener valores, conocimientos y competencias que ayuden a niños, jóvenes y adultos a hallar nuevas soluciones para los problemas sociales, económicos y medioambientales que les afectan” (Hernández, 2008, pág.6)

Por tanto el consumo del ser humano debería de ser un “consumo sustentable”, es decir lograr plena conciencia en cada individuo del compromiso y responsabilidad en la aplicación de modelos económico, político ambiental y social, tomando en cuenta los patrones de consumo que establecen la calidad de vida de los seres humanos. En consecuencia se trata de utilizar los recursos para satisfacer las necesidades básicas, procurando mantener un equilibrio entre el consumo y recuperación de los recursos.

Esta tesis trata del consumismo y se pretendió identificar si se presenta la percepción de riesgo generado por el consumo y la presencia de conducta proambiental en población de la Ciudad de México

Capítulo 1. ¿Qué es el consumismo?

Desde que el hombre existe en la tierra ha tenido, al igual que muchas otras especies, que cubrir sus necesidades para preservarse a sí mismo y a su especie. Por lo que había tenido que absorber los recursos que le ofrecía la naturaleza, dando así un uso al medio ambiente que lo rodeaba. A su vez este uso iba desgastando el medio ambiente, y por lo tanto el hombre se veía obligado a ir cubriendo sus necesidades conforme fuera cambiando este mismo ambiente. Esto es una primera forma de consumo que estaba orientada a sostener su propia existencia. Sin embargo ésta forma de consumo fue tomando un matiz diferente en el ser humano ya que al incrementar los núcleos de la población estos fueron impactando en el medio ambiente debido a las necesidades que tenían ya como grupo social para satisfacer a su existir; hasta aquí esta forma de consumo primitiva da un gran salto con la aparición de la vida sedentaria y el nacimiento de la agricultura.

Con la conformación de la vida sedentaria y la aparición de la agricultura la manera de consumo de los humanos, cambia radicalmente, pues ahora no solo se dedicaban únicamente a tomar los recursos que la naturaleza les ofrecía, sino que ahora comienza la domesticación de animales, útiles para la subsistencia de los seres humanos. Cabe destacar aquí el carácter antropocéntrico de los seres humanos, es decir, las nacientes sociedades humanas comenzaron a utilizar los elementos naturales que servían para su propio consumo y con ello a destruir aquello que les obstaculizaba la nueva forma de vida, tal que los animales que conservaban (como vacas, toros) era en virtud de servir a la raza humana, por el contrario aquellos que no eran útiles, (como lobos, osos, etc.) se aniquilaban por no formar parte de su lógica de desarrollo.

Esta dinámica tiene la necesidad de aumentar al desarrollarse estos grandes núcleos de población, en la cual la diversificación de las actividades productivas de las sociedades humanas ofrecía grandes alternativas para sostener el modo de vida imperante, y en la que empieza a hacer acto de aparición las primeras formas de cambio, como el trueque, que favorecía la

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

obtención de determinados productos, en tanto dificultaba los otros, y así se contribuyó al descubrimiento del principio de la especialización económica (D'Egremy, 1985).

Con lo mencionado se entiende por qué la humanidad se vio en la necesidad de transportarse, ya que los mercados se extendían por esta razón entre otras, la tecnología tenía que avanzar, sigue el aumento de las poblaciones, y de esta manera se llega a lo que hasta el día de hoy se conoce como “consumismo”, cuya principal característica es adquirir tecnologías, bienes y servicios que no necesariamente están destinados a la necesidad de alimentación y de vivienda.

El consumismo, o las sociedades de consumo inician su desarrollo y crecimiento a lo largo del siglo XX como consecuencia directa del capitalismo y de la mercadotécnica asociada; ésta última tiene como uno de sus objetivos crear nuevas necesidades en el consumidor a modo de aumentar las ventas de los productos. El consumismo se ha desarrollado principalmente en el mundo occidental haciendo popular el término antropológico social de “sociedad de consumo”, que se refiere al consumo masivo de productos y servicios por una sociedad determinada.

Sin embargo, este consumo es llevado, a que el medio ambiente se altere por la mano del hombre, ya que toma prestado de la naturaleza sin reeditarlo, sin tener una conducta proambiental pese a que se pueda tener una percepción de riesgo. Este, es el costo del fenómeno del consumismo.

Por tanto se puede llegar a la conclusión de que el consumismo es el fenómeno de consumo excesivo por parte de un sector de la población. El consumismo se refiere al consumo exagerado de satisfactores, muy por arriba de los que una persona necesita para vivir decorosamente.

Entonces al hablar de consumismo o sociedades de consumo hacemos referencia a que en ellas el consumo se constituye en un acuerdo social, fuerza de impulso y desarrollo de una comunidad que lo adopta como una cultura específica e *interpela* a sus ciudadanos en función del modelo cultural. De este modo, el consumo coordina y ocupa un rol importante en la reproducción

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

sistémica, en la integración y la estratificación social, en la formación y construcción de las identidades y, asimismo, en la selección y consecución de prácticas socialmente relevantes. Igualmente, el consumo se presenta como factor principal de estratificación, inclusión y exclusión social. Por lo tanto, podemos mencionar que en las sociedades de consumo, mediadas por el mercado de manera estructural, se reinterpretan las relaciones humanas a semejanza de la dinámica que se establece entre consumidores y bienes de consumo. Así, el mercado se establece como un espacio socialmente institucionalizado (Bauman, 2005; 2007).

Esto, aunado al avance de las tecnologías, a las luchas de poderes entre países por tener el control de otros países han logrado abrir camino a la gran competencia entre cadenas comerciales que se ven reflejadas en las sociedades actuales: “sociedades de consumo”.

No se puede tener fecha exacta de cuando surgió el consumismo como tal, ya que como se ha mencionado éste se dio en diferentes formas a partir de la existencia del ser humano.

Sin embargo a la sociedad de consumo se la considera “auge y expansión de valores hedonistas, donde el sujeto, libre de las trabas coercitivas y disciplinarias de una sociedad conservadora, se transforma en el principal articulador de sus proyectos de vida. De esa manera, se crea una cultura hedonista que permite a las personas dedicarse a vivir más para sí; serán ellas quienes autodeterminan su relación con otros y consigo mismas” (Lipovetsky, 2002).

Por tanto lo que comienza a tener auge en los años ochentas es el término “sociedades de consumo” ya que fue la época que marco la publicidad y los puntos venta tal cual se conocen hoy en día (D’egremy, 1985).

El consumo desmedido de las llamadas “sociedades de consumo” está llevando a una mayor crisis ambiental, pues no es casualidad que en la actualidad el planeta se vea afectado por perforación de la capa de ozono que permite de manera más directa el paso de los rayos ultravioleta, provocando

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

así cáncer en la piel, o los problemas de escasez de agua que se ven desde las delegaciones de la ciudad de México hasta los lugares más lejanos del mundo.

En oposición, se debe de tomar en cuenta que la “palabra consumo” no necesariamente implica “destrucción”, pues siempre y cuando se le reditué algo al medio ambiente lo que le es tomado, no se dará la escasez de recursos, la extinción de especies, el daño a la atmosfera, al agua y al subsuelo.

Por supuesto, el incremento poblacional es un factor central y se debe entender al consumismo como una actitud que predispone al ser humano a compras superfluas, o sea aquellas prescindibles. A mayor inseguridad personal mayor consumismo, en relación con los productos que enriquecen el poder de la atracción, físico o social (Ferrer, 1994).

Pero, el consumo propiamente dicho, es un fenómeno no sólo económico, sino también biológico, (por ejemplo el consumo de los alimentos), tecnológico (como el carbón utilizado por las industrias), y hasta psicológico, como ocurre, por ejemplo, con la belleza de algún lugar público. Justo aquí surge una razón al consumo, cuya importancia radica en el valor sentimental y emocional que las personas impregnen en los objetos, por lo que el consumo se da bajo el cobijo de sentimientos o de representaciones influenciadas por el contexto social y cultural de cada individuo.

No obstante, el hombre ha tenido poca capacidad de reflexionar acerca del daño que le hace a su medio ambiente, por ende esta razón hace parecer que el precio de consumir para saciar todos aquellos vacíos físicos y psicológicos repercuten directamente en la naturaleza, ya que como indica Dunlop (Citado por Corraliza, 1997), “el ambiente (natural) es, tal y como hoy lo conocemos, el resultado de ambiciones humanas, deseos, actuaciones y actitudes” (p.36)

Bajo esta condición, el ser humano, tiene diversas creencias de estilos, formas de vida, o expectativas de vida. Pero ese sentimiento de una “vida superior o adecuada” no se lo proporciona el producto, sino la cultura o la educación. (Lazer citado por Dubois y Rovira; 1998), por tanto pareciera que la búsqueda

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

de satisfacciones en un producto está por demás, ya que el producto en si proporciona sólo un efecto placebo de lo que se cree.

Por tanto el concepto consumismo para fines de esta tesis queda definido como: “tendencia desmedida a adquirir bienes y servicios no siempre necesarios” (Berenguer, Mollá, Pérez; 2006)

1.1 ¿Qué motiva al ser humano a Consumir?

Como se ha venido mencionando a lo largo de estas páginas, los motivos que tiene el ser humano para consumir, es la satisfacción de necesidades y deseos. Las necesidades y los deseos son la base del consumo; “las necesidades por lo general se definen como aquellas cosas que son básicas para la supervivencia, es decir, alimentos, agua, refugio y seguridad. Los deseos son las cosas que los comunicadores desean pero que no son necesariamente sustentadores de la vida” (Schultz y Tannenbaum, 1992, p.48). En el momento en el que se ha reconocido la participación de una necesidad en el consumidor se encamina hacia la satisfacción de ésta, regida al mismo tiempo por sus deseos. Tomando en cuenta que la satisfacción de estos deseos o de estas necesidades pueden ser fundamentales para la vida, o sólo un lujo que no es esencial para la existencia misma, es decir los lujos lograrán un reconocimiento externo e interno, o sea que permite a su vez elevar la autoestima-, el sujeto puede, a través del consumo, llevar a cabo una personalización de su identidad, pues el objeto (producto o servicio que se consuma), dotado de connotaciones sociales específicas, comunica una identidad que se relaciona, al mismo tiempo, con un sentido de pertenencia. Por lo tanto, las mercancías permiten una construcción y expresión de la identidad y, asimismo, son un mecanismo de integración al grupo de pares y a la sociedad en su conjunto. Así pues, se cubre una necesidad social, una necesidad de aceptación o bien una necesidad de pertenencia.

La necesidad se puede definir como un vacío que se requiere cubrir. Una definición más detallada, es la que nos ofrece la enciclopedia de la REA, la cual indica que viene del latín *necessitas*, lo que significa todo aquello que uno no puede prescindir, para poder vivir, como la comida por ejemplo.

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

Estas necesidades se encuentran clasificadas en dos ramas, la primera de ellas son las necesidades fisiológicas, que en realidad son las más elementales para la sobrevivencia, como la obtención del alimento y agua, una de las más básicas y que al mismo tiempo ha dado paso a la comercialización de muchos productos es dormir (Blackwell, Minard, y Engels. 2002). Y un segundo rubro estaría compuesto por necesidades creadas, es decir, aquellas que van imponiendo las reglas y situaciones de una sociedad. Por ejemplo de estas se pueden mencionar necesidades de seguridad, como la adquisición de armas y dispositivos de protección; de recursos financieros como las cuentas en los bancos, que ofrecen premios en la utilización de éstas; y por último necesidades de placer, imagen social, aceptación o pertenencia y posesión; dentro de éstas se puede mencionar a los clubes deportivos, a la joyería o a fragancias que otorgan al dueño ciertas cualidades.

Ejemplo de lo anteriormente mencionado se puede leer en el siguiente anuncio, el cual respondería a aquellas necesidades creadas:

Giordani Gold: el privilegio que te distingue.

“La mujer Giordani Gold es distinguida por su naturaleza. Su mundo privilegiado está regido por el lujo. Su ritual de belleza se complace en la perfección de los detalles, en la complacencia de los sentidos y en las más íntimas satisfacciones de saberse rodeada por lo mejor”

Catálogo Oriflame, pág. 21, junio 2006

Es evidente que en este anuncio de catálogo se pretende persuadir a la mujer haciendo uso de situaciones impuestas por la sociedad, como la belleza, ya que se clasifica a la mujer “Giordani Gold” como lo que la hace completamente diferente al resto de las mujeres.

Es por ello que resulta importante destacar que la satisfacción de una necesidad o un deseo, no es lo único que va a definir la decisión final con respecto de un producto a consumir; además de la identificación del deseo o necesidad, se debe de tomar en cuenta que el individuo pasará por ciertas

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

etapas al comprar un producto que D'Egremy (1985) menciona: el despertar de la necesidad.

Estas etapas son tres:

- A) Búsqueda de la información acerca de un producto, características y elementos que lo hacen peculiar.
- B) Evaluación de las ventajas y desventajas de cada producto.
- C) Fallo final por un producto (decisión).

La primera de estas etapas, la búsqueda de la información

La segunda etapa sería una conducta de evaluación, en donde se analizan las ventajas y desventajas de entre varios productos.

La tercer etapa, la decisión de compra, es decir, una vez valoradas las ventajas, se dará un fallo hacía un producto. Por lo que citaremos a Blackwell, et al. (2002) quienes aseguran existen tres formas de compra. La primera es una compra planeada en la que el producto y la marca ya se han seleccionado con anterioridad. La segunda sería una compra parcialmente planeada en la que la decisión por marca y producto se dará hasta la búsqueda. Y la tercera sería una compra no planeada, en donde la marca y el producto se escogen al tiempo real del punto de venta.

Después de las tres etapas, vendrán sentimientos de satisfacción o de arrepentimiento y de ser así se comenzará una nueva búsqueda.

En función de sus sentimientos un consumidor se pueden identificar dos tipos de consumidores: a los cuales se les llamara activos y pasivos.

- a) Activos -----→ Reflexionan acerca de un producto y dan un fallo final.
- b) Pasivos-----→Realizan una compra no planeada en tiempo real dentro del punto de venta.

Entendiéndose entonces por consumidores activos, aquellos que no tan fácil se dejan persuadir por falsas expectativas de un producto, mientras que un

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

consumidor pasivo será aquel que se deja persuadir por completo por la publicidad de algún producto.

Cabe mencionar que a lo largo de la historia los motivos de los seres humanos por cubrir sus necesidades tanto fisiológicas como psicológicas, van cambiando conforme a la sociedad en la que se ubican, es decir, objetivo principal de consumo, o sea de la supervivencia, ha dado un giro radical que lleva consigo alcanzar también necesidades creadas, así como la autosuficiencia personal y familiar, con las intenciones de un modo ambicioso y capitalista, ya que el individuo en vez de tomar lo que necesita del medio ambiente lo hace mediante grandes cadenas de comercio.

Un segundo objetivo de consumo, se relaciona con los grupos sociales de los cuales está rodeado cada individuo, como por ejemplo, la familia, los amigos, el trabajo o la escuela, los cuales a su vez están marcados por una cultura o subcultura. Por tanto al momento de interactuar con estos grupos sociales se forjarán en el individuo gustos, formas de ser o de pensar, lo que a su vez se verá reflejado en su manera de consumir. “Los deseos y la conducta del ente humano están forjados en gran parte por sus afiliaciones actuales a los grupos y por aquellos a los que aspira a alcanzar” (Veblen citado por D’Egremy, 1985, pág. 53)

La familia entonces juega un papel muy importante ya que es la base de la educación de cada individuo, pues es el primer grupo social al que él pertenece y del que difícilmente se deslindará por completo, es ahí en donde cada persona aprende la mayoría de los valores, de lo moral, y de lo permitido por la sociedad, que dará forma a su modo de vivir y de consumir (Schiffman y Lazar, 2001)

La teoría del aprendizaje social (Bandura, y Ribes 1984) refuerza lo anteriormente mencionado, ya que esta teoría intenta ir más allá de la consideración de la conducta humana como respuesta a estímulos que hacía el conductismo. El aprendizaje de conductas se produce siempre, según esta teoría, en un marco social. Esto implica que, además de aprender las normas de conducta por medio de las relaciones que los demás tienen ante sus actos,

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

los niños adquieren los modelos de comportamiento adecuados por la observación viendo a los otros actuar.

Este medio de aprendizaje es llamado también imitación o modelado, ya que los niños copian el comportamiento de aquellas personas que son aceptadas socialmente, o que tienen un lugar importante en su mundo.

1.2 Publicidad, Medios de Comunicación y Consumismo.

Para que se dé una sociedad de consumo desmedido como la que se tiene hoy en día, se requiere que exista la publicidad. La publicidad rodea al ser humano todo el tiempo, desde que una persona se despierta y mira su despertador es seguro que al centro de las manecillas de este se encuentre escrita la marca del reloj. Lo mismo sucederá si voltea a ver el televisor o al prender el radio o al tomar un desayuno o al leer el periódico. La publicidad es la comunicación visual, interpersonal o masiva y esta funciona de alguna manera cuando un consumidor ha aceptado y ha incorporado la información. “De manera que la forma en la cual funciona la publicidad depende mucho de la forma en la cual se acepta el mensaje, se almacena y más adelante se utilizará para tomar decisiones” (Schultz, y Tannenbaum, 1992).

En si la publicidad es un mecanismo clave para que el consumidor tenga conocimiento acerca de los productos que existen en el mercado así como sus precios y beneficios. Con esto el consumidor se formará ideas con respecto de los diferentes productos por eslogans, frases que identifiquen un servicio o producto. Asimismo estarán en función de la presentación, de la imagen e incluso de si lo anuncian personajes famosos o no.

“La publicidad de imagen utiliza componentes visuales y palabras para ayudar a los consumidores a formarse una expectativa acerca de sus experiencias en la tienda y qué tipo de consumidores [que puedan impactar]...La publicidad formativa, por otra parte proporciona detalles respecto de los productos, precios, horarios de operación de la tienda, ubicaciones y otros atributos que pudieran influenciar las decisiones de compra...” (Blackwell, et al. 2002, pág. 134)

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

Pero para saber qué tipo de frase, eslogan o figura famosa va a lograr mayor impacto sobre las personas de una sociedad, es necesario ponerse como objetivo un público meta, para esto es necesario llevar a cabo investigaciones de mercado, en las cuales se verán reflejados los gustos, preferencias y necesidades de este grupo de personas al que va dirigido dicho producto.

Las investigaciones de mercado, en sí “tienen por meta estudiar los mercados, los productos, las políticas y los planes comerciales, la organización de venta y de distribución, las actividades publicitarias y promocionales, y todo lo que se refiere directa e indirectamente al flujo de los bienes y servicios del producto al consumidor o usuario final, con el fin de asegurar que todas las decisiones de las direcciones tengan en cuenta las exigencias de la clientela y las posibilidades de mercado y permiten a la empresa conseguir, con el mínimo gasto, el máximo resultado” (Butazzi, 1978, pág. 20-21). Asegurando así el consumo de sus productos.

Ahora bien, para poder dar a conocer la publicidad se hace valer de los medios masivos de comunicación, como la televisión, la radio, las revistas, los periódicos, etc. Estos son facilitadores del manejo de estrategias publicitarias para lograr vender al consumidor productos que prometen cubrir esas necesidades, físicas o psicológicas presentes en cada individuo, las cuales pueden ser estilos de vida.

Este punto es crucial, tanto para los consumidores activos, ya que se enfrentan ante la delgada línea entre lo que les ofrece la publicidad y la realidad del producto. Pues quizá la publicidad sea muy persuasiva pero el producto no es de buena calidad, y viceversa, puede estar uno ante el riesgo de no dejarse persuadir por la publicidad y dejar escapar un muy buen producto.

Lo anterior queda mejor explicado en palabras de Blackwell, et al. (2002) quienes mencionan que este dilema, puede tomar una de las siguientes tres formas:

- 1) El conflicto enfoque-enfoque. Ocurre cuando la persona debe decidir entre dos o más alternativas deseables...

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

- 2) El conflicto evitación-evitación involucra elegir entre dos o más alternativas no deseables.
- 3) El último tipo, el conflicto enfoque-evitación existe cuando el comportamiento tiene a la vez consecuencias positivas y negativas.

Así que el consumidor tiene tres opciones, por una parte llevar el producto que a él le parezca mejor opción, llevar ambos productos, o bien no llevar nada.

Es cierto que la publicidad juega un papel importante dentro de la decisión de compra, sin embargo se debe de tomar en cuenta que todo individuo es consumidor, y por ello los actos de compra obedecen a varios factores, por ejemplo económicos, psicológicos, sociológicos, intelectuales, etc. Y que para fines de esta tesis los tipos de compra y de consumo que se tratarán son aquellos relacionados con su frecuencia y comodidad.

1.3 Tipos de Compra.

Se pueden clasificar las compras hoy en día en tres tipos, las cuales responden a la manera de adquirir, un producto, bien y servicio. (Alducin, 2010):

***Compra Ocasional:** se le llama así al tipo de compra que se realiza esporádicamente y que tiende a cubrir una necesidad no satisfecha anteriormente y postergada en el tiempo por el consumidor. Este tipo de compra contempla igualmente las compras de impulso y cuantía menor que cubren necesidades básicas. Los sitios más habituales donde se realizan estas compras ocasionales se encuentran en mercadillos, rastros, ferias, las novedosas tiendas de “todo a cien” tiendas tradicionales, 24 horas, súper, etc.

***Compra de Proximidad:** esta obedece a una necesidad de satisfacer la demanda de suministros alimentarios y del hogar de manera práctica, rápida y cercana. Cubren las necesidades básicas y habitualmente tienden a cubrir periodo de consumo familiar relativamente corto.

***Compra de Comodidad:** este tipo de consumo hace referencia a los servicios como la comida rápida (pizzas, hamburguesas, etc.), o de otros servicios (lavandería a domicilio) con el fin de facilitar algunas tareas de los individuos.

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

Se debe mencionar que las grandes empresas toman seriamente este punto, para cada vez tener más clientes.

1.4 Tipos de Consumo

También existen tipos de consumo los cuales responden a todo aquellos productos bienes y servicios que se toman para poder cubrir necesidades.

1.4.1 Consumo de energía y Electricidad

Este consumo se calcula en la cantidad de emisiones de CO₂ (dióxido de Carbono).

El consumo de electricidad junto con la vida moderna son prácticamente sinónimos en el mundo capital e industrializado porque las comunicaciones, el transporte, el abastecimiento de alimentos, y la mayor parte de los agrados y servicios de los hogares, oficinas y fábricas de nuestros días dependen de un suministro fiable de energía eléctrica.

A medida que más países se industrializan se consumen cantidades de energía cada vez mayores. El consumo mundial de energía se ha multiplicado por 25 desde el siglo pasado.

El promedio de consumo de electricidad por individuo es alrededor de diez veces mayor en los países industrializados que en el mundo en desarrollo (Extramiana, 1987).

1.4.2 Consumo de agua y de gas.

En la actualidad es muy estudiado el consumo del agua así como las formas en las que se puede ahorrar. A continuación se presenta una escala obtenida en la Comisión Estatal de Servicios Públicos de Tijuana (CESPT, 2012) con respecto al consumo del agua en México.

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

El agua que se gasta en promedio	
Llave abierta	10 lts. por minuto
Regadera	= 100 lts. por 10 minutos
Lavando Platos	= 50 lts. por 5 minutos
Lavando Ropa	= 180 lts. por lavado
Goteo de llave	= 150 lts. por día
Lavar el carro con manguera	= 110 lts.
Manguera abierta regando	= 600 lts. por hora
Inodoro	= 13 lts. cada vez que se baja la palanca

Sin embargo el consumo de agua durante los procesos agropecuarios, que van desde el cultivo de los alimentos para el ganado, hasta que se destina para dar de beber a los animales durante la crianza y desarrollo y el que se utiliza en los rastros durante los procesos de matanza, destace y limpieza de canales y vísceras, es enorme, y el desperdicio está presente en cada fase del proceso.

Por otra parte el gas natural representa casi la cuarta parte del consumo energético mundial. El consumo de gas natural es la fuente de energía primaria que experimentará un mayor crecimiento en todo el mundo según el informe International Energy Outlook 2005 elaborado por la Energy Information Administration (EIA) del Departamento de los Estados Unidos. Los pronósticos apuntan que el consumo se vio incrementado a una medida de un 2.3% anual desde 2002 a 2005, superior a la del petróleo (1.9%) y a la del carbón (2.0%). Así pues, durante este periodo el consumo de gas natural aumentó en un casi 70%, esto a nivel mundial.

1.4.3 Consumo de Alimentos básicos.

Los resultados de las investigaciones con respecto de alimentos adulterados químicamente, realizadas por el Instituto Nacional de Cáncer de los Estados Unidos, muestran que hay una estrecha relación entre el consumo de frutas y verduras adulteradas y la frecuencia de enfermedades crónico degenerativas en la población, como cáncer, enfermedades del corazón, artritis, diabetes, osteoporosis, diverticulosis entre otras. Y según un estudio realizado en el estado de Michoacán en México (Salgado, 2001-2002) , se puede deducir que: la frecuencia de estas enfermedades será mayor de la población que carece de

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

una dieta suficiente en el consumo de frutas y verduras y por el contrario, será menor, si hay un consumo suficiente y adecuado en el consumo de estos alimentos.

1.4.4 Consumo de alimentos empaquetados y establecimientos de comida rápida.

La llamada comida rápida, o *Fast Food*, engloba carnes precocinadas con grasas, diversas clases de fritos, productos de panadería ricos en hidratos de carbono y bebidas de alto poder calórico con edulcorantes artificiales.

La preocupación por los efectos en la nutrición y el medio ambiente que provocan estos establecimientos no es nueva, ya que la primera alarma surgió hace unos años cuando investigadores de Suecia, Noruega y Gran Bretaña suecos lo detectaron en algunos de los alimentos más consumidos. Este dato se confirmó después en Estados Unidos, uno de los países con mayor índice de colesterol y enfermedades vasculares por habitante. Cabe mencionar que en la actualidad México es el país con mayor índice de niños con obesidad en el país y existen 387 Mc Donald's (Mc Donald's 2012)

No es noticia saber que los establecimientos de comida rápida tales como Mc Donald's han traído al mundo problemas de obesidad en las personas y sobretodo en la población infantil. La incidencia de Diabetes tipo II elevándose de manera alarmante entre niños latinos como resultado del constante aumento de peso, atribuido en gran parte al consumo excesivo de hamburguesas, papitas fritas y otros alimentos típicos de los restaurants de comida rápida.

De igual forma todo el unicel, y bolsas de plástico provocan grandes cantidades de basura y son más difíciles de reciclar, pues tan solo en México se reutiliza el 12%, de acuerdo con datos de la Secretaría del Medio Ambiente y Recursos Naturales (Semarnat). Ese porcentaje resulta alarmante si se considera la cantidad de basura plástica generada en el país: alrededor de 3.8 millones de toneladas, según cálculos de la Asociación Nacional de Industrias del Plástico (ANIPAC). (Vargas, 2011)

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

1.4.5 Consumo de tecnologías.

El consumo de tecnologías se refiere a teléfonos celulares, mp3, laptops, books pantallas de plasma, etc. los cuales llevan la intención de ofrecer, comodidad y comunicación con las personas más queridas, esto sin decirle al público que estas mismas tecnologías hacen a las personas más propensas a las cefaleas, al cáncer, no tomando en cuenta que provocan vulnerabilidad al estrés crónico y a los trastornos del sueño. Además, la basura electrónica empieza a inundar los tiraderos mexicanos.

Este nuevo tipo de desperdicio se desarrolla con rapidez en México, generado por el alto crecimiento de la industria electrónica, principalmente computadoras celulares, sector que en 2003 alcanzó ventas en el país de México por arriba de los 2 millones de computadoras de escritorio; la mitad fueron ensambladas, y para el año 2010 el número de Mexicanos con computadoras llegó a ser aproximadamente de unos 40 millones. (Cortés, 2005)

Como una secuencia del desarrollo de esta industria, se vuelven obsoletos los aparatos rápidamente, habrá un incremento de basura tóxica, ya que estos desechos contienen químicos peligrosos y metales pesados.

Cada año cientos de miles de computadoras y celulares se producen en nuestro país exponiendo a trabajadores de las maquiladoras de electrónicos a sustancias y solventes usados en la producción; cada semana cientos de toneladas de chatarra electrónica son depositadas en tiraderos a cielo abierto, contaminando con químicos peligrosos a trabajadores de la basura, y exponiendo a la población a estar en contacto con productos químicos que resultan tóxicos. “Las montañas de estos productos electrónicos obsoletos están creciendo en proporciones tales que se desencadenará una crisis, a menos que las corporaciones de la electrónica, que se benefician de la fabricación y venta de estos aparatos, enfrenten sus responsabilidades”, asegura la Sra. Marisa Jacott, responsable de la campaña de tóxicos de la organización ambientalista Greenpeace (2005).

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

Todo este consumo en desmedida de bienes y servicios además de ser un problema económico y político también es un problema medio ambiental, ya que se está dañando de manera irreversible al planeta en el que el ser humano habita con otras especies. Sin tomarse en cuenta que el daño no sólo es hacia el planeta tierra, sino también hacia los seres humanos. La manera en la que el ser humano ha aprendido a consumir, es exagerada, pues las creencias de estilos, formas de vida, o expectativas de vida, hacia una “vida superior o adecuada” esta desembocando en la obtención de más y más productos que permiten esta satisfacción, y que permiten por tanto exista el consumismo. Es así como el ser humano continúa su camino sobre el mundo, dejando esa huella devastadora que marcara la historia del cambio medio ambiental. (Lazer citado por Dubois y Rovira;1998).

Por tanto, al buscar un mejor nivel de vida, el humano podría estar consumiendo de tal manera que no perciba el daño que le hace al medio ambiente.

Capítulo 2. Percepción de Riesgo Ambiental

Desde el momento en el que se nace se está en constante interacción con un flujo informativo con respecto de un medio ambiente, la manera como el individuo obtiene conocimientos de su medio a fin de lograr una conducta adaptativa, es de suma importancia. La obtención de tales conocimientos necesita de la extracción de la información a partir de la gran cantidad de energía física que estimula los sentidos del organismo. Sólo los estímulos que tienen valor de señal, es decir, aquellos que desencadenan algún tipo de acción reactiva o adaptativa en el individuo deberán denominarse información.

2.1 Antecedentes de la Percepción de Riesgo Ambiental

Es necesario encontrarse dentro de cualquier medio ambiente para tener una percepción, por lo que no se puede estar en un medio sin percibirlo, en todo momento se están percibiendo luces, sonidos, sabores, olores, etc. Todo esto va formando en los individuos experiencias, formas de ser, de pensar, y por ende de percibir las situaciones que hay a su alrededor, es por ello que existen diferentes áreas de estudio que se interesan en la percepción.

La percepción es un proceso constructivo, de carácter selectivo, mediante el que las sensaciones son organizadas en conjuntos dotados de sentido, en el que intervienen tanto los estímulos procedentes del mundo exterior, como las formas o estructuras perceptivas y las motivaciones, expectativas, experiencias previas, etc. del sujeto que percibe. La Percepción se define como la organización cognoscitiva de las sensaciones que implica la conciencia de la presencia actual de un objeto exterior y la atribución al mismo de determinadas propiedades a partir de datos suministrados por la experiencia (Forgus, y Melamed, 1989).

Entonces es así como toda información obtenida de los escenarios con los que se interactúa permite que haya una percepción ambiental de cada individuo. Y es justo aquí donde se debe de realizar la distinción entre una evaluación del medio ambiente y una apreciación del mismo. Al hablar de evaluación se hace referencia a un punto de vista más objetivo de un escenario y generalmente se

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

lleva a cabo por varios observadores para mantener en la medida de lo mayor posible esta objetividad con la que será calificado dicho lugar. Por apreciación del medio ambiente, se entiende una manera subjetiva de percibir ese medio, es la opinión que cada persona tiene con respecto del ambiente en el que se encuentra, es decir, lo que a una persona un bosque a media luz puede parecer bello, quizá a cualquier otra persona le parezca el escenario perfecto para sentir miedo. Levy-Levoyer (1985) explica como apreciación a las representaciones mentales del medio ambiente y sostiene que esto a su vez es una abstracción y una síntesis, realizada a partir de las experiencias vividas de las percepciones del medio ambiente.

Sin embargo en esta ocasión la percepción tomará un rumbo ambientalista, de esta manera la percepción ambiental puede definirse como el conjunto de procesos y actividades relacionadas con la estimulación que alcanza a los sentidos, mediante los cuales se obtiene la información respecto de un hábitat, las acciones que se efectúan en él y los propios estados internos, considerando además, que la persona organiza su experiencia en el entorno a partir de unos determinados objetivos o propósitos.

Pero esto no quiere decir que un hombre común no pueda hacer una evaluación con respecto de un escenario, inclusive tanto apreciación como evaluación van de la mano y Kaplan citado por Levy-Levoyer, (1985) describe cuatro órdenes que el hombre debe tomar para poder sobrevivir en un hábitat, el primero implica el saber con precisión en donde se está, el segundo hace referencia a que el hombre debe de tener la capacidad de conectar las representaciones actuales con las representaciones futuras, el tercero indica que el hombre debe tener además una evaluación, porque está hecha en referencia las motivaciones del individuo para formar un juicio o valor. De esta forma se llega al cuarto en donde el hombre hace una proyección hacia el futuro del hábitat donde se encuentra.

Mientras que la psicología general, estudia a la percepción ambiental desde un punto más neurológico, ya que la mayoría de los estudios se hacen en base a como se percibe una figura, un fondo, cuánto tarda un post-efecto, una gama

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

de colores, etc. En psicología ambiental, la importancia de la percepción, radica en que por medio de ésta el individuo podrá darse cuenta del ambiente en el que está habitando, lo que llevará posiblemente a reflexionar si el medio ambiente en el que se encuentra es apto para su supervivencia o no, ya que sólo así podrá saber qué hacer para adaptarse a su medio. Es decir, la percepción dentro de un marco ambientalista, está integrada no solo por factores neurológicos, sino también por matices emocionales y de acción para protección y conservación del ser humano y por tanto la supervivencia de la estirpe humana.

Con lo anteriormente explicado se puede pasar a una definición de riesgo. Riesgo es una palabra de uso común, en muchas lenguas. En su uso diario denota incertidumbre asociada a una situación futura o a una supuesta situación. Una descripción con sentido común del término riesgo debería incluir las circunstancias que amanecen con disminuir la seguridad, el bienestar social, la salud, y la libertad de una sociedad determinada.

Esta descripción no apunta a definiciones técnicas o específicas del riesgo, ocupa un lugar relevante en los debates de la sociedad actual por encontrarse muy ligado a la existencia misma de los individuos, de las organizaciones y de las sociedades. “En principio según la definición ofrecida por la Real Academia Española Riesgo es la contingencia o la proximidad de un daño” (Puy y Cortés, 2010, pág. 27).

2.2 Percepción de Riesgo Ambiental

La percepción de riesgo ambiental implica la obtención de información posible, daño o riesgo sobre el medio ambiente, la sociedad y el individuo. Para ello Weber, Hair y Fowler (2000) aportan una definición, la cual establece que consiste en la evaluación general de riesgo, en donde se evalúa el grado mediante los cuales los sujetos perciben como peligrosas o dañinas determinadas problemáticas ambientales específicas, éstas para sí mismos, la comunidad o la sociedad.

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

Rodríguez, (1991) ofrece otra definición: la percepción de riesgo ambiental, es una percepción compleja, que excede con mucho el puro aprendizaje de la probabilidad, puesto que además de la probabilidad de que se actualicen determinados riesgos intervienen en aquellos datos cognoscitivos acerca de las fuentes de riesgo, datos espacio temporales y un cúmulo de factores personales de experiencias y motivación.

Se puede decir que para Rohrman y Ree (citados por Pérez 2004, p.30) la percepción de riesgo ambiental responde a un conjunto de evaluaciones y juicios que las personas hacen de los peligros a los que se enfrentan, (involucrando las creencias y la experiencia adquirida al respecto), las cuales juegan un papel importante al momento de tomar la decisión de qué hacer ante el evento.

Como se puede ver las definiciones ofrecidas dentro de este contexto tienen un factor en común, que el riesgo ambiental tiene como característica las estimaciones que los individuos generan ante cierta situación, y que por tal razón se ven en la necesidad de recurrir al conocimiento previo que le han dado las experiencias previas que han tenido a lo largo de su vida así como de la información que pueden obtener en ese momento, es por ello que las personas toman diferentes posiciones ante las situaciones de riesgo.

No obstante se debe tomar en cuenta el papel que juega hoy en día el avance tecnológico de las sociedades, ya que este también es un factor de riesgo para el medio ambiente y por tanto para la sobrevivencia del individuo, ejemplo de ello puede ser la tecnología nuclear.

La percepción de riesgo juega un papel importante dentro de la decisión de las personas, pues no es de extrañarse que si alguien sabe el riesgo que puede correr, tome una medida para evitar el daño.

Generalmente los seres humanos no reparan en los daños que a mediano o largo plazo se pueden provocar con la obtención de productos y servicios, es decir, el hombre se dedica al uso y desuso de productos y servicios sin reeditarle nada al medio ambiente, o tal vez, sin reflexionar acerca de qué

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

sucedirá cuando ese producto o servicio ya no cubra las necesidades o simplemente nos ofrezca estar a la vanguardia y sea colocado en la basura, mostrándose así como una máquina que va destruyendo a placer todo lo que se cruza en su camino amenazando su propia existencia.

¿Será a caso que el hombre no siente una relación estrecha entre él y el medio ambiente? A esta pregunta Kluckhohn citado por Hernández e Hidalgo (2010) señala dos orientaciones generales que describen la relación del ser humano con la naturaleza. En la primera orientación “el ser humano vive subyugado por la naturaleza”. Las personas viven a merced de los poderes naturales. Mantienen sentimientos de indefinición y asocian los cambios naturales a la voluntad divina. En la segunda, “el ser humano domina a la naturaleza”. Se sustenta una concepción del ser humano como un ser superior, aquí es donde se explica el derecho y obligación de la humanidad a controlar la naturaleza y acomodarla a sus necesidades. La última es la concepción del hombre como parte de la naturaleza, supone a la humanidad a controlar a la naturaleza y acomodarla a sus necesidades.

No se debe olvidar que a lo largo de la historia de la humanidad se ha sobreexplotado el medio ambiente lo que trae como consecuencia la extinción de algunos animales y áreas verdes, esto es prueba de que el hombre se inclina hacia la segunda orientación, en donde el hombre es dominante de la naturaleza, lo que posiblemente no le permite tener una adecuada percepción de riesgo, un ejemplo muy claro a la vista de cualquiera es la basura, ya que no sólo contamina el medio ambiente, da mal aspecto y malos olores, sino que además son también verdaderos focos de infección y lugares de reproducción de bacterias, hongos y otros microorganismos, aunando que son fuentes alimenticias y reproductoras de roedores que a su vez son portadores de enfermedades para el hombre.

La poca percepción de riesgo en el hombre se debe a la cultura y educación que lo ha acompañado a lo largo de toda su vida.

Desde que se es niño no se aprende como redituarle al medio ambiente lo que se toma de él, y aunque existe una educación acerca del cuidado del medio

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

ambiente por parte de las escuelas y los hogares, no es suficiente. Se debe reconocer que en la actualidad se comienza a tener cuidado del agua, pero hay que destacar al mismo tiempo que este cuidado se debe a 20 años de estar haciendo consciencia, y al riesgo que ahora representa para algunas partes del mundo, inclusive del país, o de delegaciones, municipios o poblados que sufran escasez de agua.

Berenguer y Corraliza (2000), sostienen que la preocupación ambiental tiene un origen cultural. De tal manera que si alguien está rodeado o simplemente qué, su mundo gire en torno a la mercadotecnia y la publicidad difícilmente dará cuenta del riesgo que implica estarse comiendo al mundo.

Por otro lado alguien que haya tenido una educación un poco más amplia al conocimiento del planeta en el que vive tendrá una percepción más vasta.

“Pero el aprendizaje perceptivo es mucho más que una simple asociación entre mensajes visuales y mensajes táctiles. Descansan en la construcción de las invariantes, es decir, los aspectos constantes, conservados de los objetos, y en el modo-más o menos preciso-que tiene el individuo de representar el efecto de sus propios desplazamientos en el medio ambiente que percibe”. (Levy-Levoyer, 1985. Pág.61)

Aunque existen aquellos “consumidores activos”, o sea, aquellos que alcanzan a percibir un riesgo, como su nombre lo dice “consumen”, por lo que todo comportamiento de compra indica un riesgo en el sentido de que toda acción de consumo tendrá consecuencias que él no pueda anticipar.

Sin embargo, tomará decisiones que minimicen el riesgo a partir de su percepción de la realidad. Esta percepción del riesgo en una situación de compra está en función de las consecuencias posibles y de sus incertidumbres.

Cuanto mayor sea el riesgo percibido por el consumidor sobre la compra que realizará, mayor atención prestará a su conducta con el medio ambiente.

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

“La percepción de riesgo ambiental se constituye en un importante factor motivacional para cuidar el entorno y por lo tanto para cuidarse a sí mismo y a las personas cercanas a uno” (Corral, Frías, y González, 2003).

Generalmente cuando las personas acuden a centros comerciales para adquirir algún producto se topan ante la duda: ¿Cuál de todas las variedades de un solo producto será la mejor?, entonces se comienza a hacer una serie de evaluaciones ya sean de tipo económicas o benéficas, entre otras, es decir, se podría optar de entre varios precios con el fin de economizar, o tal vez verificar las ventajas y desventajas que los productos ofrecen al consumidor. Ambas opciones serán, evaluadas por el criterio individual con el que cada uno de los consumidores cuente.

Esta condición mediante la cual se escogen los productos, en gran parte se debe a la publicidad de muchos de ellos, ya que como se había comentado en el capítulo anterior, la publicidad mueve emociones deseos y sentimientos en los consumidores, pero generalmente en la televisión mexicana, se encuentran pocos comerciales con respecto del cuidado del medio ambiente, sin embargo existen, muchos otros sobre rebajas, ahorros o en los que se ofrecen ventajas si se adquiere cierto producto.

Difícilmente, aunque no se niega que sí las haya, existen personas que reflexionan, en el riesgo que ciertos productos o tecnologías puedan traer al medio ambiente, ya que de ser lo contrario no se tendría un planeta deteriorado por tanta contaminación.

Existe al mismo tiempo una posibilidad de que el individuo no esté consciente de ciertos riesgos, por lo que no se percibirá un riesgo cercano, sin embargo esto no implica que se le este restando importancia de manera consciente, sino que debido al trasfondo de cultura y educación de cada individuo será imposible darse cuenta o no de cierto peligro, por lo que en cada individuo, según Kates y Kaperson (citados por Puy y Cortés 2010) existe “tolerabilidad” (niveles permisibles de riesgo) hacia el medio ambiente., sin indicar con ello vía libre para la negligencia.

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

Se debe de cuestionar si las grandes empresas y corporativos no se preguntan qué venderán cuando los recursos medio ambientales de los que se sostienen sean opacados por la extinción de los mismos, las empresas de muebles de madera por ejemplo, ¿Cómo seguirán fabricando el día en que se termine la madera?, o las empresas de agua ¿Qué va a suceder el día en el que ya no haya agua?, y si ya se lo han cuestionado entonces seguramente deben de encontrarse ahora mismo bajo el apoyo de la tecnología viendo cómo obtener madera o agua, aunque ya no sea de forma natural.

Entonces, debe de quedar muy claro que el hombre puede tomar todo aquello que hay a su alrededor, con la condición de no afectar otros sistemas de vida y redituando algo al medio ambiente, es decir un aporte reciproco entre medio ambiente y ser humano.

2.3 Teorías de la Percepción de Riesgo

En la actualidad se puede decir que existen dos teorías elementales que refieren a la percepción de riesgo, la primera de ellas pertenece al paradigma psicométrico, la cual tiene por función: 1) Traducir los conceptos teóricos a indicadores mediante la operacionalización de constructos. 2) Aportar una lógica que posibilita la construcción de técnicas que evalúen rasgos psicológicos, psicosociales o ambientales de los sujetos. 3) Facilitar la articulación entre el discurso teórico y la aplicación práctica de los fenómenos psicológicos. El paradigma psicométrico, considera que la comprensión intuitiva del riesgo es un concepto multidimensional que no puede reducirse a un simple producto de probabilidades y consecuencias, sino que hay que integrar otros factores relacionados con todos los efectos indeseables que la gente asocia con una causa específica. En este sentido, las divergencias entre la percepción del público y la de los expertos no se deben sólo a la ignorancia de las magnitudes del riesgo definidas por los científicos, sino que hay otros elementos que las personas tienen en cuenta y que los expertos en ocasiones ignoran. (Espluga, 2002)

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

Según el enfoque psicométrico, las personas hacen juicios cuantitativos con respecto al nivel de un riesgo en particular y del nivel deseado en su regulación. Posteriormente, estos juicios se relacionan con factores que reciben otras propiedades que afectan la percepción de riesgo, por ello es la teoría bajo la cual se cobijará esta tesis.

La segunda responde a la teoría social, ésta se centra en examinar los efectos de las variables grupales y culturales en la percepción de los riesgos, mientras que el paradigma psicométrico, tiene como objetivo identificar las reacciones emocionales de las personas ante situaciones riesgosas (Slovic y Weber, 2002).

Se han identificado hasta 47 factores (Corraliza, 1995) que influyen en la percepción de riesgos, tales como el control, el beneficio, el carácter voluntario y la confianza, entre otros. Mientras que un riesgo como tal no cambia, la forma en que la sociedad lo percibe sí puede ser alterada por dichos factores, y para las personas que habitan dentro de esa misma sociedad esto es lo importante, pues de ello depende tanto la aceptación de riesgo en cuestión como el comportamiento frente a él. Covello y Merkhofer (1994) señalan algunos de los factores que conlleva la percepción de los riesgos, que incluye entre otros:

*El potencial catastrófico. La gente se interesa más en desgracias y daños que se agrupan en el tiempo y el espacio (accidentes aéreos) que los que ocurren espaciadamente y al azar (accidentes automovilísticos).

*La familiaridad. Existe mayor atención por los riesgos que no les son familiares, cómo la destrucción de la capa de ozono, que por aquellos que les resulta familiares (accidentes caseros)

*La comprensión. Actividades poco atendidas como la exposición a la radiación, suelen ser más interesantes y por tanto comprendidas como “daño” que las actividades que son más cercanas y divertidas como deslizarse sobre el hielo.

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

*La incertidumbre científica. Las personas se interesan más en los riesgos que son científicamente desconocidos o inciertos (recombinación genética) que en los bien conocidos por la ciencia (un choque automovilístico).

*El control. La gente está más interesada en los riesgos que no están bajo su control personal (presencia de plaguicidas en los alimentos) que los que dependen de su control personal (manejar un automóvil).

*La exposición voluntaria. Los riesgos que son impuestos, como los residuos en los alimentos generan mayor interés que los riesgos voluntariamente aceptados como el fumar cigarro.

*El impacto en los niños. Las personas están más interesadas en los riesgos que, según su percepción, afectan desproporcionadamente más a los niños.

*Otros factores que influyen en la percepción de riesgos incluyen: el terror, la confianza institucional, el medio de atención, el historial de accidentes, los beneficios del riesgo, la reversibilidad y los intereses personales.

Dentro de la teoría social, algunos estudios han encontrado que la percepción y la aceptación de los riesgos tienen sus raíces en factores sociales y culturales. Así mismo se ha encontrado que las respuestas a los peligros se modifican por influencias sociales y culturales

La percepción del riesgo tiene impactos en la sociedad, ya que esta misma se ve afectada por la ocurrencia de una situación desfavorable, puede ser un accidente menor o mayor, una nueva forma de contaminación, una epidemia, un incidente de sabotaje, y en general cualquier situación o falla que involucre un riesgo conocido o ignorado y tenga consecuencias potenciales para una cantidad considerable de personas.

Los impactos adversos en algunas ocasiones no sólo se limitan a daños a víctimas y propiedades, sino que se extienden hasta demandas judiciales en contra de responsables del evento (Slovic y Weber, 2002).

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

2.4 Hacia una Percepción de Riesgo Ambiental

Cómo se mencionó, el hombre está marcado por una cultura, y una educación, si se tuviera una cultura acerca del cuidado del medio ambiente el horizonte perceptivo de riesgo ambiental en el ser humano sería extenso. Así el conocimiento no se vería recargado solo en un grupo selecto mientras que los demás se muestran ignorantes ante el tema.

“El experto establece su conocimiento científico en virtud de medidas de las sustancias contaminantes, de recuentos de las fuentes de producción activas y de la rapidez con que la situación atmosférica permitirá la dilución de los contaminantes. Su juicio se expresa en una dimensión cuantitativa Física y puede adoptar la forma de un mapa de contaminación que aparece en la prensa. El hombre ingenuo percibe la contaminación atmosférica por sus sentidos y fundamentalmente se guía de tres indicios: turbidez en el aire, olor y picor de las mucosas. Su juicio suele expresarse sobre una dimensión algo hedónica o de placer-displacer” (Rodríguez, 1991, pág.52)

Es decir, el conocimiento y la experiencia de cada ser humano son las columnas principales en la percepción de riesgo, no percibe el mismo grado de riesgo un Geofísico, que por lo consiguiente es una persona que tiene nociones más precisas de los riesgos a los que está expuesta la tierra, que alguien con un conocimiento más común acerca de la tierra, así no tendrán la misma percepción de alguien que ya estuvo presente por ejemplo en un huracán. Y a propósito de este ejemplo, se puede citar a Sánchez, Yerena, García, y Rodríguez, (2006) quienes refieren que dependiendo del grado en el que un evento percibido, las actitudes hacia el factor del estrés, la experiencia anterior y la anticipación de las consecuencias, dará la evaluación de sus costos al percibir dicha situación de riesgo.

Pero a todo ¿Qué tanto influyen en una persona los medios masivos de comunicación en la percepción? Es verdad que no toda la información por parte de los medios de comunicación es para mal, ya que parte de la información también va dirigida a aquellas personas que se preocupan por su salud, su bienestar físico y mental, esta información, favorece a las personas que gustan

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

de hacer deporte o llevar una alimentación sana, esto habla de otro tipo de cultura y de educación.

En un estudio realizado por Mc Donald y Clarck; citados por Heimstra y Farling (1979) se encontró que la mayoría de las personas que asisten a los parques tienen una educación universitaria y de posgrado. Por ejemplo, en México, existe la costumbre de salir a pasear y correr en el parque los fines de semana, o que se den eventos culturales al aire libre. Al mismo tiempo puede haber personas que asistan a la práctica de algún deporte al aire libre con el fin de conservar una buena imagen corporal, o como Driver; citado por Heimstra y Farling (1979) proponen, para escapar del estrés de la vida cotidiana. Estas son sólo algunas causas por las cuales las personas gustan de ir a espacios al aire libre, aunque no por esta razón implique que el aire sea limpio y fresco.

Sin embargo, esto no quiere decir que se tenga actitudes completamente positivas hacia el medio ambiente, pues lo que hace que una persona tome actitudes positivas o negativas ante su entorno está basado en la cultura, educación, percepción y evaluación de cada individuo, ya que existen factores que afectan la percepción de riesgo ambiental. Para esto Gutiérrez (2005) menciona dos posturas que puede tomar un individuo, la primera de ellas afirma que las personas compensan el medio ambiente, ya que son inherentes a las características naturales (por ejemplo, cuando se planta un pino por haber cortado otro), y la segunda que las personas se comportan frente a la situación de riesgo con base a estimaciones subjetivas, asociados a los procesos de deterioro más críticos por la degradación de servicios ambientales (por ejemplo sentir la necesidad de formar un comité ciudadano para resolver el problema de drenaje en la colonia).

Debido a los problemas sociales y medio ambientales de hoy en día, los programas de educación desde preescolar (Programa de Educación Preescolar PEP 2004 y Reforma Integral de Educación Básica RIEB 2011) hasta la educación Secundaria (Reforma de Educación Secundaria RES 2007) han cambiado por completo el esquema de educación.

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

La principal diferencia es que en los programas anteriores se educaba bajo un esquema de áreas, materias y objetivos, por ejemplo:

Área: Naturales

Materia: Ciencias Naturales

Objetivo: que el alumno mencione los principales ciclos de la naturaleza. Carbono, nitrógeno, fósforo y agua.

Mientras que los programas actuales de educación están basados en un esquema de desarrollo de competencias, es decir el conjunto de conocimientos, habilidades valores y actitudes dentro del Campo Formativo, por ejemplo.

Campo Formativo: Exploración de la naturaleza y la sociedad.

Aspecto: Exploración del mundo natural.

Competencia: Analizaremos y comprenderemos los principales ciclos de la naturaleza. Carbono, nitrógeno, fósforo y agua.

Por lo que ya se invita al alumno a tomar plena consciencia del medio natural, lo importante que es, y entonces mantenerlo para una mejor calidad de vida, pues no es lo mismo solo memorizar que saber el por qué y el para qué. Así entonces una competencia ambiental se forma en el alumno, ya que analizando y comprendiendo se obtienen los conocimientos (saber), las habilidades (saber hacer) y las actitudes y los valores (ser).

En suma, la Percepción de Riesgo Ambiental es la evaluación general de riesgo donde se valora el grado mediante el cual los sujetos perciben como peligrosas o dañinas determinadas prácticas que deterioran el medio ambiente, y que se ha analizado a partir de aspectos vinculados a la percepción de riesgo, de esta forma la sociedad procura avanzar hacia un mejor cuidado del medio ambiente.

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

Hasta aquí se ha visto a lo largo de los dos capítulos anteriores como es que el ser humano lleva a cabo sus conductas consumistas al tiempo que percibe los riesgos medio ambientales, y como ciertos sectores de la sociedad preocupados por el medio ambiente indagan sobre como generar consciencia ambiental para poder llevar a cabo conductas que puedan mejorar el medio ambiente, denominada Conducta Proambiental (CPA) objeto del siguiente capítulo.

Capítulo 3 Conducta Proambiental

El hecho de que el ser humano habite en el planeta tierra, implica un consumo de los recursos naturales de este para la supervivencia de la especie. Es decir, mientras exista vida en la tierra, existirá la necesidad de tomar elementos de la naturaleza, ya sea para alimentación, para habitar, o para cubrir otras necesidades, y esto ha sido desde la presencia de cualquier especie en el mundo.

Sin embargo el Hombre, durante siglos se ha dedicado a tomar prestado del medio ambiente sin retribuirle nada a cambio, ya que, no solo el consumo desmedido daña el medio ambiente, sino también la producción de emisiones y residuos, la construcción incontrolada, la sobreexplotación de los recursos o la pérdida de biodiversidad. Por lo que se requiere de conductas que mantengan el equilibrio del medio ambiente

3.1 Definición de Conducta Proambiental.

Según Corral–Verdugo y Pinheiro (2004), en la literatura psicoambiental se mencionan los términos *comportamiento ambiental* (Bratt, 1999; Zelezny, 1999), *conducta proambiental* (Leeming, Dwyer, Porter y Cobern, 1993; Corral-Verdugo, 2001), *conducta ecológica* (Kaisher y Shimoda, 1999), *conducta ambiental responsable* (Cottrell y Graefe, 1997) y *conducta sustentable* (Schmuck, Schultz, 2002) como acciones que resultan del cuidado del medio ambiente. Sin embargo, nadie ha aclarado si estos conceptos son sinónimos, si se refieren exactamente al mismo tipo de acciones, o si existen diferencias entre ellos.

Comportamiento ambiental (Bratt, 1999; Zelezny, 1999; citado por Corral-Verdugo y Phineiro, 2004), parece sólo dirigirse a la búsqueda de la preservación del medio ambiente físico, sin especificar un interés explícito en el bienestar humano en otros aspectos como la justicia social la economía y el goce de satisfactores básicos como la salud, el empleo o la educación.

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

Conducta ecológica (Kaisher y Shimoda, 1999; citado por Corral-Verdugo y Phineiro, 2004); está conformada por aquellas acciones humanas que influyen ya sea positiva o negativamente en el carácter y en la medida de los problemas ambientales, es decir, en la medida en que estas actividades mejoren o deterioren el ambiente se diferenciarán como “efectos protectivos” y “conductas destructivas” respectivamente.

Conducta Ambiental Responsable (Coettrell y Graefe, 1997; citado por Corral-Verdugo y Pinheiro, 2004): requiere un cambio de pensamiento referente a las repercusiones que tiene cada decisión que se tome o cada acción realizada, y asumir la responsabilidad de sus consecuencias; aprender a distinguir entre lo lujoso y lo necesario, preguntar si lo que se hace o consume es realmente lo que permite cubrir verdaderas necesidades materiales, espirituales y culturales propias de la familia y la sociedad. Debe valorarse qué impacto sobre la salud, el patrimonio natural o cultural, el entorno en general, las vidas de otras personas, o sobre la economía, tendrá esta conducta y consecuentemente pensar en la posibilidad de modificarla si fuera necesario.

Conducta sustentable (Schmuck, y Schultz, 2002; citado por Corral-Verdugo y Pinheiro, 2004): La conducta sustentable se define como el conjunto de acciones efectivas cuyo fin es asegurar los recursos naturales y socioculturales que garantizan el bienestar presente y futuro de la humanidad

Conducta proambiental: son las conductas mediante las cuales el ser humano puede reeditar aquello que toma de su entorno natural. Corral-Verdugo citado por Martínez y Manríquez (2002) define a la conducta proambiental como “El conjunto de acciones intencionales, dirigidas y efectivas, que responden a requerimientos sociales e individuales que resultan de protección del medio” Otra definición planteada también por Corral-Verdugo (2001) sugiere que la conducta proambiental es “el conjunto de acciones deliberadas y efectivas que responden a requerimientos sociales e individuales que resultan en la protección del medio ambiente (pág. 37).

Debido al planteamiento anterior, es necesario dar una definición delimitada del concepto de conducta proambiental para este estudio, ya que el hecho de que

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

existan tantas definiciones podría provocar una confusión de conceptos. Por tanto se definirá a la conducta proambiental como acciones dirigidas a proteger el medio ambiente, concepción que se refuerza en el modelo teórico desarrollado por Bamber y Möser (2007; citado por Bustos, Flores y Barrientos, 2004), basado en los resultados de 20 años de investigaciones, postula que la intención para realizar conducta proambiental (CPA) es un mediador significativo de las actitudes, la percepción de control personal y la norma moral. Como todo modelo teórico se espera que derive en intervenciones efectivas en contextos diversos.

Al mismo tiempo De Castro, citado por Barrientos (2004) se encarga de dar otra definición no muy diferente a la que ofrece Corral, en la cual afirma que la CPA es aquella que realiza una persona, ya sea de forma individual o en escenario colectivo, a favor de la conservación de los recursos naturales dirigida a obtener una mejor calidad del medio ambiente.

Si se comparan ambas definiciones se puede observar que no hay mucha diferencia entre ellas, es decir, ambas definiciones dan a entender que una conducta proambiental es aquella que va destinada al cuidado del entorno natural en el que se encuentra inmerso el ser humano.

Entonces, así es como el hombre es capaz de destruir su medio ambiente también es capaz de preservarlo, sólo que se necesita reforzar esas conductas que están en pro del ambiente, es por ello que Corral-Verdugo (2002) pone énfasis en la necesidad de saber cómo, cuándo y bajo qué condiciones de las personas se comportan de cierta forma.

El ser humano necesita mantenerse con los recursos naturales del planeta, pero está dejando de lado la responsabilidad que esto implica, ya que justo en estos momentos aun logra cubrir sus necesidades, pero en cuanto se acaben estos recursos ¿cómo será posible seguir cubriendo dichas necesidades?.

Entonces es momento de hablar de sostenibilidad. La sostenibilidad implica la necesidad de satisfacer las necesidades de las generaciones presentes, sin

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

comprometer a las futuras para satisfacer sus propias necesidades (Corraliza, 1995).

Para lograr la sostenibilidad, es necesario comenzar por la realización de conductas proambientales, estas conductas como su nombre lo indica son aquellas que están en pro del ambiente, o sea que están para favorecer al medio ambiente, por medio del ahorro de recursos y de la evitación de su consumo desmedido.

Una conducta proambiental ya sea encaminada a restaurar el medio ambiente o conservarlo, incluye la reducción en el consumo de recursos naturales o productos procesados. Por tanto para poder sostener esta tesis la definición de conducta proambiental es el conjunto de acciones deliberadas y efectivas que responden a requerimientos sociales e individuales que resultan en la protección del medio ambiente. (Corral Citado por Martínez y Manríquez, 2002).

Una vez que ha quedado definido un concepto de Conducta Proambiental, es necesario preguntar ¿Qué factores o qué situaciones desencadenan las Conductas Proambientales?

3.2 Factores que desencadenan las Conductas Proambientales.

Una respuesta inicial a esta pregunta sería: La Percepción de Riesgo, ya que “La Percepción de Riesgo Ambiental se constituye en un importante factor motivacional para cuidar el entorno y, por lo tanto, para cuidarse a sí mismo y a las personas cercanas a uno” (Corral-Verdugo, Frías y González, 2003, pág 52)

Existen algunos otros factores que pueden anunciar una conducta proambiental, que sobrepasan la simple noción de que el riesgo ambiental y los factores que se encuentran son de carácter étnico, cultural, creencias, género, nivel socioeconómico, el nivel educativo y el contexto, por qué estos influyen en percepción de los riesgos medioambientales y la manera en la que se enfrentan.

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

Sin embargo es importante mencionar que la investigación sobre la conducta proambiental ha sido abordada desde tres modelos Corral-Verdugo, Hess, Hernández y Suarez. (2002):

- 1) El primero implicaría el concepto de un Modelo unificactorial que cobija el hecho de tener una condición general de conducta proecológica.
- 2) El segundo de ellos estaría en función de un modelo multifactorial que tomará en cuenta cada una de las conductas Proambientales, es decir que las viera de una forma **independiente**, que pese a ello se porta flexible y permite la relación entre cada una para dar paso a un factor de orden superior. (Independiente)
- 3) Y el último responde al mismo modelo multifactorial que permite un ajuste de las conductas proambientales, solo que ésta la que lleva el fin de jerarquizar o de priorizar una conducta de las anteriormente referidas como base de una segunda, por tanto de **relacionarlas** lógicamente. (dependiente)

Por otra parte, Holahan (2005) define las actitudes ambientales como “sentimientos favorables, o desfavorables que se tienen hacia alguna característica del ambiente físico o hacía un problema relacionado con él” - (p.115), definición que se basa explícitamente en la de Berkowitz (citado por Holahan; 2005). El concepto de actitud ambiental ha sido aplicado a diversos temas (Holahan, 2005; Hernández e Hidalgo, 2010): satisfacción residencial y cambio de residencia, referencias de pasajes, desarrollo y utilización de recursos y protección y conservación ambiental.

De Castro (citado por Fishbein y Ajzen 1975) muestra una interpretación del modelo de conducta proambiental en la teoría de la acción razonada donde puede observarse como el concepto de “norma subjetiva” es traducido por el de “norma proambiental”.

También los desarrollos teóricos acerca del uso de recursos naturales y la protección y la conservación ambiental han mostrado un desplazamiento que va desde un punto de vista inicialmente centrada en el individuo (con frecuencia tildado de reduccionista) hacía nuevos enfoques en los que se

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

destacan aspectos más sociales. Para Íñiguez y Pol (1993) las estrategias basadas en la comunicación persuasiva, las actitudes y las conductas, deben ser alternativas que destaquen la influencia social como supuesto teórico de necesario desarrollo y aplicación.

La evaluación del entorno ha propiciado el desarrollo de instrumentos de medida de la calidad ambiental, el estudio de las preferencias del paisaje y la satisfacción residencial. La medida de la calidad ambiental se expresa en índices de carácter directamente observables con medidas físicas objetivas de variables como el ruido, contaminación, etc., pero pretender evaluar la calidad implica también la estimación de la subjetividad, esto es, como es percibida por las personas.

Craik y Zube, (1976) proporcionan una estimación cuantitativa de un aspecto determinado (aire, agua, ruido, vivienda, transporte, etc.) según es valorado subjetivamente por un determinado grupo de personas.

Desde otro punto de vista, es la evaluación general de riesgo donde se valora el grado mediante el cual los sujetos perciben como peligrosas o dañinas determinadas prácticas que deterioran el medio ambiente, y que se ha analizado a partir de aspectos vinculados a la percepción de riesgos, el comportamiento en los desastres y la preferencia de paisajes (Puy y Cortés, 2010).

Del estudio de las preferencias del paisaje cabe destacar el modelo desarrollado por Kaplan y Kaplan, (1982) del cual se derivan dos principales dimensiones: los contenidos ambientales, dimensión en la que la presencia de naturaleza es predominante; y la configuración espacial, dimensión caracterizada por las cualidades bipolares de abierto-cerrado y de espacio definido-indefinido.

En cuanto a la satisfacción residencial, existe una interdependencia entre factores físicos y sociales además de diferencias culturales (Zube, 1991). Desde la perspectiva de la calidad de vida, Amérigo (2010) sintetiza el estudio de este ámbito abordando los diferentes modelos teóricos y niveles de análisis

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

–desde la casa hasta el vecindario–, así como las principales técnicas de evaluación del ambiente residencial.

Por tanto el consumismo, al darse en una sociedad con creencias, percepciones y conductas, provoca que la percepción de riesgo varíe de individuo a individuo, de tal manera que al estar empapados de una sociedad el consumo no se dan cuenta que dichas conductas de consumo que cada una de las personas llevan a cabo en el ambiente no sólo le repercuten así misma, sino también a todos los organismos que habitan en el planeta, y que a pesar de que las necesidades de los seres humanos se vean cubiertas aquí , en el ahora, las consecuencias a largo plazo pueden ser irreparables, es por ello que se debe de ser “coherente con el medio ambiente y reducir el consumo, entendiendo este consumo de forma amplia: el consumo de energía pero también de bienes como ropa, calzado, coches...” (Galindo, 2000, pág.7).

Entonces, se puede decir que la percepción de riesgo es un significativo motivante para que una persona comience a hacer algo para prevenir daños o no seguir cometiendo un daño al medio ambiente que a su vez resulta ser un daño para sí mismo. Así, existe una parte de la humanidad que se ha encargado de investigar y de ver que se puede hacer por un planeta tierra en el que cada día predomina más la contaminación del deterioro del medio.

Y es gracias a esta parte de las personas que se ha logrado ver que el origen de muchos problemas ambientales, puede relacionarse con pautas del comportamiento humano y de la organización social, por lo que puede decirse que muchos problemas ambientales tienen soluciones comportamentales (Cone y Hayes 1982).

De todas las soluciones que residen en el comportamiento humano, es el estudio de las actitudes ambientales el que se ha suscitado con mayor número de estudios y trabajos.

En distintos informes de investigación se han registrado un alto nivel de preocupación ambiental. Valgan como ejemplo los trabajos de Scott y Willits (1994) o de Dietz, Stern y Guagnano (1998) en muestras norteamericanas,

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

Gooch (1995) en un estudio comparativo con muestras de Suecia Lituania y Letonia o Aragonés y Amérigo (2002) y Corraliza, Berenguer, Muñoz y Martín (1995) en muestras españolas. Cabe mencionar también los trabajos de Corral Verdugo, Bechtel, Armendáriz y Esquer (1997) efectuados en población mexicana En todos estos trabajos se confirma la existencia de un alto nivel de concienciación ambiental. La investigación sobre la conducta proambiental se ha centrado en dos aspectos diferenciados: la investigación sobre los factores sociodemográficos relacionados con la preocupación ambiental, y el estudio de valores y creencias con los que se relacionan los indicadores de preocupación (Dietz et al., 1998).

En uno y en otro caso, el interés por la preocupación ambiental se ha justificado porque ésta puede ser un recurso útil para predecir el comportamiento ecológico.

Se ha comprobado la existencia de una fuerte relación entre preocupación ambiental y otras actitudes y creencias proambientales, pero se ha comprobado igualmente la existencia de correlaciones bajas y muy bajas entre el nivel de preocupación y los comportamientos proambientales (Black, Stern y Elworth, 1985).

De acuerdo con la idea de Stern (1992), la preocupación ambiental puede ser definida desde cuatro perspectivas: 1) la perspectiva ecológica, de las que son buenos ejemplos la escala *New Enviromental Paradigm* (NEP) de Van Liere y Dunlap (1978) y la “escala de Preocupación ambiental” de Weigel y Weigel (citados por Liere y Dunlap1978), utilizada en una muestra española por Aragonés y Amérigo (1991); 2) la perspectiva que relaciona la preocupación ambiental con los valores altruistas, aplicando el modelo de Schwartz (1977, Black et al., 1985); 3) la perspectiva egoísta, según la cual, la preocupación ambiental refleja la preocupación por el bienestar, y este sería el factor determinante de creencias y acciones Proambientales, y 4) la perspectiva ideológica, según la cual la preocupación ambiental estaría relacionada con los valores y la cultura que subyacen a los modelos socialmente aceptados de

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

relación entre las personas y la naturaleza (véase por ejemplo a Newman, 1986).

Esta diversidad de perspectivas ha producido una cierta irregularidad en la medición y utilización del concepto de preocupación ambiental como predictor de conductas, aunque opere efectivamente como correlato de otras creencias Proambientales (Scott y Willits, 1994).

Recientes trabajos han mostrado la dificultad para establecer una relación consistente entre el nivel de preocupación ambiental, y factores de la estructura social como el nivel educativo, la edad, el género, entre otros (Dietz et al., 1998).

Al mismo tiempo se ha comprobado empíricamente (González y Américo; 1998) la necesidad de diferenciar los valores sociales (como el altruismo y los de apertura al cambio) utilizados para explicar la preocupación ambiental.

Debido a que la Percepción de Riesgo Ambiental es a su vez un fenómeno social, la definición adecuada para los fines de este estudio es la ofrecida por Corral-Verdugo (2001) la cual sugiere que la conducta proambiental es “el conjunto de acciones deliberadas y efectivas que responden a requerimientos sociales e individuales que resultan en la protección del medio ambiente (pág. 37)

Lo anteriormente argumentado pretende entonces resaltar que la peculiaridad ecológica que actualmente vivimos es la consecuencia no intencionada de ciertas preferencias y pautas sociales, políticas, económicas e intelectuales; además, los modelos de pensamiento, producción y consumo están adaptados a las circunstancias actuales de la humanidad, es decir al clima de hoy, la abundancia de la energía, al rápido crecimiento demográfico y al crecimiento más rápido de la economía (Mc Neill 2003). Con todo ello la responsabilidad cívica de comenzar a cuidar el medio ambiente empieza a favorecer las conductas proambientales, sin embargo parecería no ser suficiente, ya que al parecer el ser humano no ha podido lograr un consumo sustentable, es decir, no se ha podido consumir del medio al mismo tiempo que se le reditúa. “La

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

defensa y el mejoramiento del medio humano para las generaciones presentes y futuras se ha convertido en meta imperiosa de la humanidad, que ha de perseguirse al mismo tiempo que las metas fundamentales ya establecidas de la paz y el desarrollo económico y social en todo el mundo, y de conformidad con ellas” PROCLAMA ONU (1977; citado por Naina Pierri; 2006)

Cabe mencionar que “la conducta proambiental, no aboga por una reducción drástica en el consumo, pues ello tendría implicaciones económicas e individuales como el desempleo. Lo hace por un consumo menos ostentoso y más encaminado a las satisfacción de necesidades primarias, evitando consumir de manera injustificada los recursos naturales” (Bustos y Flores, 2006; Ruiz y Conde, 2002; citado por Bustos, Flores y Ramírez, 2008).

Sin embargo, la verdadera solución al medio ambiente ¿radicará en una sociedad no consumista?, el consumismo realmente logrará nublar la percepción de riesgo ambiental? Y sobre todo teniendo múltiples definiciones de acciones a favor del ambiente, será posible que el consumismo impida la realización de estas?

Capítulo 4 Planteamiento del problema

En el marco teórico puede notarse una relación entre el consumo desmedido, la percepción de riesgo ambiental y la conducta proambiental.

El consumismo es una condición que afecta a una sociedad determinada, envuelta en la dinámica de mercado por necesidades creadas, de este modo podría entrecruzarse una interacción entre las tres variables. Siendo la primera un modificador de las siguientes, y puesto que no todas las sociedades interactúan del mismo modo con la naturaleza, porque las necesidades sociales son distintas, puede entenderse de donde surge la conducta proambiental (CPA) y la percepción de riesgo en mayor o menor medida, dependiendo de su formación cultural. Así, el consumismo constituye una condición social que afecta a la percepción de riesgo ambiental y a la realización de CPA.

El consumismo, por medio de su instrumento por excelencia: la publicidad y la enajenación que consigo lleva, provoca que la percepción de riesgo se encuentre nublada, de tal manera que los individuos que se encuentran empapados de una sociedad de consumo no se dan cuenta de las consecuencias que acarrearán dichas conductas tanto para sí como para el medio ambiente. De modo que el consumismo se vuelve una condición a diagnosticar en la población del estudio, para describir su relación con la percepción de riesgo ambiental y la realización de CPA.

Capítulo 5 Metodología.

5.1 Pregunta de Investigación

¿Cuál es la relación entre consumismo, percepción de riesgo ambiental y la realización de conductas proambientales?

5.2 Objetivos generales

-Determinar la correlación entre el consumismo, y la percepción de riesgo ambiental.

-Determinar la relación entre el consumismo y la conducta proambiental.

5.3 Objetivos específicos

-Elaboración de instrumentos. Se realizaron los instrumentos para cada una de las variables con el fin de poder medir los niveles de Consumismo, Percepción de Riesgo Ambiental y conducta Proambiental

-Establecer las relaciones entre el consumismo y la variables sociodemográfica del sexo de la población estudiada.

-Establecer las posibles relaciones entre el consumismo y la variable sociodemográfica de edad de la población estudiada.

5.4 Hipótesis

“A mayor consumismo, menor percepción de riesgo ambiental; por tanto menor frecuencia de conductas proambientales”

5.5 Variables conceptuales

Variable independiente

Independiente

Consumismo: Tendencia desmedida a adquirir bienes y servicios no siempre necesarios (Berenguer, Mollá, Pérez; 2006). En términos operacionales, es el resultado de la evaluación de una serie de ítems sobre consumo de la escala

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

Likert, que oscila desde 1 a 5. Donde el valor de 1 significa “no lo consumo”, 2 “lo consumo con muy poca frecuencia”, 3 “lo consumo con poca frecuencia”, 4 “lo consumo con frecuencia” y 5 “lo consumo con mucha frecuencia”

Variables Dependientes

Percepción de Riesgo Ambiental: Evaluación general de riesgo, donde se valora el grado mediante el cual los sujetos perciben como peligrosas o dañinas determinadas prácticas que deterioran el medio ambiente. (Puy y Cortés, 2010). En términos operacionales, es el resultado de la evaluación de una serie de ítems sobre percepción de riesgo ambiental en una escala Likert, que oscila desde 1 a 5. Donde el valor de 1 indica “nada riesgoso”, 2 “poco riesgoso”, 3 “medianamente riesgoso”, 4 “muy riesgoso” y 5 “excesivamente riesgoso”.

Conducta Proambiental: Es el conjunto de acciones deliberadas y efectivas que responden a requerimientos sociales e individuales que resultan en la protección del medio ambiente. (Corral Citado por Martínez y Manríquez, 2002). En términos operacionales, es el resultado del conteo de las conductas Proambientales mencionadas como respuesta a una pregunta sobre el tema.

5.6 Variables sociodemográficas

Sexo. Es un conjunto de características físicas en las personas, que las define como hombre o mujer. En términos operacionales, consta del simple reporte del sexo al que pertenece el encuestado.

Edad. Tiempo transcurrido a partir del nacimiento de un individuo. En términos operacionales, son los años cumplidos que tiene la persona desde la fecha de su nacimiento hasta el momento de la entrevista, clasificados en cuatro grupos: Adolescencia (12-21), juventud (22-40), madurez (41-65) y vejez (65 en adelante) (Organización Mundial de la Salud).

Tipo de Estudio Explicativo: Los estudios explicativos van más allá de la descripción de conceptos o fenómenos, o del establecimiento de las relaciones entre conceptos, están dirigidos a responder las causas de los eventos físicos o

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

sociales, su interés se centra en explicar porqué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se da este, o porque dos o más variables están relacionadas. Estos son más estructurados que las demás clases de estudios y de hecho implican los propósitos de ellos a que hacen referencia, hay además un cierto valor explicativo. (Kerlinger 1991)

Está dirigido a responder a las causas de los eventos físicos o sociales, dando a reconocer por qué ocurre un fenómeno, proceso o hecho, en qué condiciones se da éste o por qué dos o más variables están relacionadas. Es un diseño más estructurado que los exploratorios y descriptivos y de hecho implican los propósitos de la investigación (exploración, descripción y correlación) además de proporcionar un “sentido de entendimiento” del fenómeno estudiado. (Humberto; 1977)

Tipo de Diseño: Transversal Descriptivo (para Castañeda, De la Torre, Morán y Lara (2002). En este diseño se conoce la información sobre el tema y cuenta con una determinada experiencia, se encargan de describir lo que encuentra en un solo momento de aplicación.

5.7 Método

Tipo de Muestreo: no probabilístico por cuota (Kerlinger, 1991) con total de 300 sujetos de la delegación Venustiano Carranza.

5.8 Características de la muestra

300 sujetos 150 hombres y 150 mujeres de edades que oscilen entre los 18 y los 50 años de edad, ya que es el grupo de edad, ya que es el grupo de edad en el que se concentra la mayor población (306 222; INEGI 2005).

Puesto que el objetivo principal de esta investigación fue medir el consumo de las personas y ver si este es responsable o tiene relación con su persona, y ver si éste es responsable o tiene relación con su percepción de riesgo ambiental y de su conducta proambiental en la Delegación Venustiano Carranza, se tomó en cuenta una población de 300 individuos ya que de acuerdo a los datos

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

obtenidos por el centro de estudios de las finanzas públicas (2005) en el Distrito Federal aproximadamente se generan 12 millones de toneladas de residuos al día, que en promedio el 40% son residuos orgánicos y un 60% son materiales inorgánicos.

Sí se estima que un habitante genera 1.35 kg de basura, de basura, de una población total de 447 459, que corresponde al número total de habitantes de la Delegación Venustiano Carranza de acuerdo al INEGI (2007), se hace indispensable su atención, en tanto que dicho problema es el resultado del conjunto de acciones humanas encaminadas al consumo, en donde una vez usado un producto, es desechado, debido a que ya no posee el valor por el cual fue adquirido, convirtiéndose en un estorbo para el que lo posee, del cual se deshace sin decoro, provocando consecuencias inimaginables y tomando en cuenta que no se encuentra considerada como una de las áreas del Distrito Federal que tienen suelo de conservación (Gobierno del Distrito Federal) se tomó en cuenta también que es una de las delegaciones que se han organizado para cumplir con la ley de residuos sólidos.

5.9 Instrumentos

El instrumento de consumismo consta 26 ítems en escala Likert. Que va del 1 al 5.

Dentro del cuestionario de consumo cuanto mayor sea la puntuación, la conducta es desmedida, de ahí, que en la escala (apéndice 1) las puntuaciones más bajas correspondan a una conducta poco consumista y las más altas a una conducta desmedida del consumo, quedando de la siguiente manera:

1 significa no lo consumo, 2 lo consumo con muy poca frecuencia, 3 lo consumo con poca frecuencia, 4 lo consumo con frecuencia y 5 lo consumo con mucha frecuencia.

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

Sin embargo a partir de la pregunta 17, las posibles respuestas eran:

1=nunca 2=Casi nunca 3=Frecuentemente 4=Muy frecuentemente 5=Siempre.

Ya que responden a formas y estilos de compra.(Ver apéndice 1)

Por lo que se sumaron los valores respecto a cada ítem de manera vertical, para la categoría de respuesta. En este caso, el instrumento consta de 26 ítems por grupo, que se multiplicó por el valor más alto de cada ítem (5) que corresponde a una conducta desmedida del consumo, el resultado de esto (135), se dividió entre el número de categorías deseadas (2) quedando así: “Consumo moderado” y “Consumo desmedido” (Ver apéndice 1)

Puntuación Por Rangos	Categorías de Consumo
1 a 67	Consumo moderado
68 a 135	Consumo desmedido

El instrumento de Percepción de Riesgo consta de 15 ítems, cada ítem tenía tres categorías: “para mí”, “para mi familia” y “para el medio ambiente”. Se encuentra en escala Likert., y cada categoría va del 1 al 5.

En el cuestionario de Percepción de Riesgo, cuanto mayor sea la puntuación, mas alta es la percepción, de ahí que entre más baja sea la puntuación menor riesgo percibe la persona, mientras que la más alta percibe un alto grado de riesgo, quedando de la siguiente manera:

1 nada riesgoso, 2 poco riesgoso, 3 medianamente riesgoso, 4 muy riesgoso y 5 excesivamente riesgoso.

En este instrumento se obtuvo un mayor puntaje de respuesta por pregunta, el cual correspondió a 15, se debe recordar que dicho cuestionario tenía respuesta a tres categorías: “para mí”, “para mi familia”, y “para el medio

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

ambiente” y para cada una de ellas la mayor puntuación por categoría era de 5, por lo que al multiplicarlas el resultado es 15, esto con el único fin de obtener una respuesta global de la percepción de riesgo ambiental. (Ver apéndice 2)

Por último el instrumento de Conducta proambiental consta de 2 ítems únicamente en forma dicotómica.

El inventario de conducta proambiental, únicamente se respondió a dos preguntas: ¿Realiza alguna conducta a favor del ambiente?, si decían no, la respuesta ya estaba dada, mientras que si decían si, al momento de mencionarlas se contaban sus conductas sus conductas, si eran mínimo tres se tomaban como proambiental mientras que si contestaban menos de tres fue tomado como no proambiental (Corral citado por Martínez y Manríquez, 2002) quedando de la siguiente manera:

1 No proambiental 2 Proambiental

Como se puede observar en la realización de esta investigación, se obtuvieron dos categorías de consumismo y dos categorías de percepción de riesgo, y dos categorías de conducta proambiental, esto con el fin de que las tres variables contaran únicamente con dos valores, para poder realizar una comparación más exacta.

Es importante resaltar que el instrumento de consumismo como en el de percepción sólo puede darse una respuesta por ítem, dos o más respuestas invalidan el dato.(Ver apéndice 1)

5.10 Procedimiento

La técnica de recolección de los datos quedó abierta a las condiciones que exigían los encuestados, por ende, se utilizaron tanto la lectura en voz alta, por parte del aplicador, así como la auto-aplicación.

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

Los pasos a seguir para la recolección, fueron los siguientes:

- 1.- Ir de casa en casa pidiendo la colaboración de hombres y mujeres de entre los 18 y los 50 años de la delegación Venustiano Carranza
- 2.-Explicar la relevancia de sus respuestas en el desarrollo de esta investigación.
- 3.-Una vez que los participantes aceptaban se proseguía a entregarles el cuestionario junto con un bolígrafo o lápiz para lo que contestarán, o a la lectura en voz alta por parte del aplicador, según sea el caso.
- 4.-Se le dio al encuestado el tiempo que requería para contestar y se le solicitaba la devolución del instrumento.
- 5.- Se le agradecía su participación.

Capítulo 6 Resultados.

Para iniciar con el análisis de los resultados es necesario mencionar que los instrumentos de medición de esta investigación fueron sometidos antes de su aplicación a un piloteo, con el fin de aprobarlos, de este modo se realizó su análisis y se permitió la expulsión de aquellas inconsistencias que impedían la confiabilidad del instrumento, seguido de este proceso, se pudo llevar a cabo la aplicación de este mismo.

Los datos recolectados fueron registrados en una base de datos informatizada, con base en los resultados de los tres instrumentos, cuestionario de consumismo, cuestionario de percepción de riesgo ambiental y cuestionario de conducta proambiental. Las categorías de respuesta se ajustaron semánticamente a las características de la población, para evitar confusiones.

Para el análisis estadístico de los datos se hizo uso del programa SPSS. Statistical Package for the Social Sciences, en su versión 12.0.

Los análisis estadísticos que se tomaron en cuenta para el presente estudio constan en primera instancia de un a) **análisis de frecuencias por grupo**, para ver aquellas respuestas que tuviesen mayor porcentaje y conformar bien los reactivos. Posteriormente se realizó un b) **análisis factorial y un alfa de Cronbach**, esto con el fin de obtener la validez y la consistencia interna respectivamente, de los instrumentos utilizados (cuestionario de consumismo, cuestionario de percepción y cuestionario de conducta proambiental) tomando en cuenta aquellos reactivos que tuviesen mayor carga factorial (arriba de .300) de esta manera se obtuvieron 9 grupos de consumismo y 12 de percepción de riesgo, los cuales se recortaron a 6 grupos de consumismo, pues se integraron formalmente los factores formalmente tomando en cuenta el alfa de Cronbach que determinó la consistencia interna.

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

Cabe mencionar que el Factor 6 “formas de compra” no se tomo en cuenta ya que disminuía la consistencia interna del instrumento debido a que este factor obtuvo un $\alpha=0.513$ (ver tabla 7). La razón de esto radica en la diferencia de preguntas, ya que a partir de la pregunta 17 al encuestado se le preguntaba acerca de los estilos y formas de compra, cambiando también el sentido de la respuesta.

De igual forma se formaron los 11 grupos de percepción de riesgo lo que da un total de 17 factores.

Así mismo se llevó a cabo la realización de un análisis de correlación que por su puesto permitió saber la relación entre las variables consumismo y percepción de riesgo. Esto con el fin de asegurar una relación entre el consumo y la percepción de riesgo. Para ver la relación entre consumismo y conducta proambiental se llevo a cabo una χ^2 , y la misma prueba se utilizo para la percepción de riesgo ambiental y la conducta proambiental.

Esto con el fin de ver la relación entre las 3 variables, ya que anteriormente se ha demostrado la relación existente entre en la percepción de riesgo ambiental y la realización de conductas proambientales, no tomando en cuenta la variable consumo y su relación con la percepción de riesgo ambiental, ni su relación con la conducta proambiental de manera lineal.

Por tanto después se hizo una prueba t para una comparación de medias entre las conductas consumistas y la percepción de riesgo. Sin embargo para poder analizar los datos junto a la variable consumismo se hizo un análisis de frecuencias, ya que las variables se encuentran en diferentes escalas de medición.

La prueba t también se realizó para ver la diferencia entre consumismo, percepción de riesgo y conducta proambiental con respecto del sexo, mientras que con la variable sociodemográfica edad, se hizo un análisis de varianza

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

(ANOVA), con el fin de observar las diferencias por edades con respecto de las tres variables.

6.1 Descripción del Instrumento (Análisis de Frecuencias)

Como se mencionó anteriormente en primera instancia se realizó un análisis de frecuencias de aquellos reactivos con mayor frecuencia para después llegar a la conformación. (agrupando los reactivos bajo cada factor)

La tabla 1 muestra mayor carga de consumo en los artículos que son de aseo y uso personal, tales como el reactivo 1, obteniendo un porcentaje de 80% en la categoría “lo consumo con mucha frecuencia”, de igual forma se puede observar el reactivo número 2 que está relacionado con los productos de aseo personal como fijador, cosmético y perfumes, el cual alcanza un 31% sobre la opción “lo consumo con mucha frecuencia”.

Otro reactivo que resulta substancial en este análisis es el número 8, este está en función de la luz, agua, gas, teléfono, en donde se observa que el 67% de la población lo consume con mucha frecuencia, tomando en cuenta que un 0% de esta misma no lo consume, es decir, el consumo mínimo se encuentra en “lo consumo con muy poca frecuencia con un .3%. Para el instrumento de la percepción de riesgo se siguió el mismo procedimiento, es decir, se analizaron las frecuencias de las respuestas.

También se puede mencionar el reactivo número 13, este examina el consumo de productos que tienen relación con una alimentación natural , como huevo, leche, carnes etc., que el mayor porcentaje se encuentra en la opción de “lo consumo con mucha frecuencia” con un 66.3%.

Otro dato que se puede mencionar, es el reactivo número 16, ya que este se encuentra en función del consumo de bebidas alcohólicas y cigarrillos, en donde el mayor número de respuestas se encuentran en la respuesta “no lo consumo”, con un porcentaje de 36.0%.

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

Por último cabe mencionar que del reactivo 19 al 24 el mayor número de respuestas recae sobre la opción “casi nunca”. Estos reactivos están en función de las formas o estilos de compra que tienen las personas al momento de adquirir sus productos. Es decir, si comparan precios, si lo hacen por costumbre familiar, si les gusta conocer marcas nuevas etc. Así mismo los porcentajes podrían ser indicadores de no tener una forma segura de consumir, ya que “con poca frecuencia” utilizan alguna de las opciones antes mencionadas. (Ver tabla 1)

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

Tabla 1 Frecuencia de Respuestas. Escala de Consumo

Reactivos	No lo Consumo		Lo consumo con muy poca frecuencia		Lo consumo con poca frecuencia		Lo consumo con Frecuencia		Lo consumo con mucha frecuencia	
	F	%	f	%	f	%	f	%	F	%
R1	4	1.3	4	1.3	9	3	43	14.3	240	80
R2	26	8.7	54	18	40	13.3	87	29	93	31
R3	181	60.3	52	17.3	28	9.3	19	6.3	20	6.7
R4	4	1.3	23	7.7	48	16	92	30.7	133	44.3
R5	51	17	81	27	60	20	32	10.7	76	25.3
R6	81	27	101	33.7	51	17	36	12	31	10.3
R7	66	22	67	22.3	66	22	55	18.3	46	15.3
R8	0	0	1	0.3	22	7.3	76	25.3	201	67
R9	60	20	44	14.7	47	15.7	91	30.3	58	19.3
R10	98	32.7	40	13.3	33	11	69	23	60	20
R11	40	13.3	52	17.3	38	12.7	67	22.3	103	34.3
R12	9	3	61	20.3	58	19.3	71	23.7	101	33.7
R13	0	0	1	0.3	47	15.7	53	17.7	199	66.3
R14	26	8.7	82	27.3	81	27	62	20.7	49	16.3
R15	65	21.7	76	25.3	71	23.7	64	21.3	24	8
R16	108	36	71	23.7	33	11	41	13.7	47	15.7
R17	60	20	70	23.3	82	27.3	63	21	25	8.3
R18	28	9.3	31	10.3	64	21.3	90	30	87	29
R19	57	19	54	18	118	39.3	50	16.7	21	7
R20	25	8.3	35	11.7	100	33.3	71	23.7	69	23
R21	50	16.7	48	16	105	35	62	20.7	35	11.7
R22	25	8.3	73	24.3	116	38.7	48	16	38	12.7
R23	37	12.3	75	25	90	30	62	20.7	36	12
R24	11	3.7	43	14.3	104	34.7	95	31.7	47	15.7
R25	10	3.3	46	15.3	53	17.7	95	31.7	96	32
R26	47	15.7	73	24.3	86	28.7	58	19.3	36	12

**Se evaluó del 1 al 5, en donde 1 era la calificación más baja “no lo consumo” y 5 las más alta “Lo consumo con mucha frecuencia”.*

De igual forma se procedió con los datos de percepción de riesgo, así se puede observar, por ejemplo, en el reactivo 4 con un porcentaje del 47.3%, el 5 con un porcentaje del 45.3%, el 6 con un porcentaje de 33.3%, están en un empleo de la percepción de riesgo con respecto de las tecnologías de punta, y sus porcentajes recaen sobre la categoría “nada riesgoso”, y sin embargo como ya

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

se reviso dentro del marco teórico este tipo de basura es la que más contamina. Aunado a ello, el 7 con un porcentaje del 44% y por último el 8 con un porcentaje del 36.3%.

Por otra parte es importante mencionar que el reactivo 22 con un 71.3% y el reactivo 23, con un 72.3% tuvieron tales porcentajes en la categoría de “nada riesgoso” es decir, las personas perciben que los productos relacionados con vestimenta son nada riesgosos para sí mismos y para su familia.

Otro grupo de reactivos en los que se encontró alto porcentaje, está conformado por el 31 con el 88.3%, este corresponde al riesgo que corre el medio ambiente con el uso de artículos para limpieza del hogar es 32 con un 90.3% y el número 33 con un 74.3%, mientras que estos últimos refieren a los riesgos que podía conllevar los alimentos naturales. Los tres se encuentran dentro de la categoría “nada riesgoso”, en el caso del reactivo 31 se percibe como nada riesgoso para el medio ambiente, y en el caso de los reactivos 32 y 33, el consumo de alimentos naturales, es percibido como “nada riesgoso” para sí mismos y para la familia.

Por último se podría señalar que los individuos no perciben excesivamente riesgoso el uso de luz y/o el gas para su familia y para ellos mismos, ya que el porcentaje de los reactivos 43 y 44 con un porcentaje de 0% respectivamente recaen sobre “excesivamente riesgoso” (Ver tabla 2).

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

Tabla 2 Frecuencias y porcentajes de la escala de Percepción de Riesgo.

Reactivos	Nada Riesgoso		Poco Riesgoso		Medianamente Riesgoso		Muy Riesgoso		Excesivamente Riesgoso	
	F	%	f	%	F	%	F	%	F	%
R1	53	17.7	62	20.7	111	37	43	14.3	31	10
R2	44	14.7	63	21	115	38.3	39	13	39	13
R3	23	7.7	61	20.3	109	36.3	107	35.7	0	0
R4	142	47.3	77	25.7	53	17.7	21	7	7	2.3
R5	136	45.3	77	25.7	58	19.3	19	6.3	10	3.3
R6	100	33.3	71	23.7	70	23.3	39	13	20	6.7
R7	132	44.0	94	31.3	42	14	24	8	8	2.7
R8	109	36.3	102	34	57	19	25	8.3	7	2.3
R9	57	19	54	18	98	32.7	64	21.3	27	9
R10	92	30.7	60	20	84	28	36	12	28	9.3
R11	85	28.3	61	20.3	84	28.3	33	11	37	12
R12	105	35	48	16	86	28.7	25	12	25	8.3
R13	143	47.7	82	27.3	42	14	19	6.3	14	4.7
R14	135	45	90	30	41	13.7	18	6	16	5.3
R15	52	18	62	20.7	113	37.7	43	14.3	28	9.3
R16	12	4	11	3.7	60	20	89	29.7	128	42.7
R17	15	5	8	2.7	58	19.3	85	28.3	134	44.7
R18	30	10	11	3.7	62	20.7	55	18.3	142	47.3
R19	38	12.7	62	20.7	101	33.7	45	15	54	18
R20	38	12.7	55	18.3	101	33.7	43	14.3	63	21
R21	17	5.7	20	6.7	71	23.7	81	27	111	37
R22	214	71.3	49	16.3	23	7.7	11	3.7	3	1
R23	217	72.3	48	16	30	10	4	1.3	1	0.3
R24	173	57.7	66	22	41	13.7	9	3	11	3.7
R25	124	41.3	107	35.7	50	16.7	19	6.3	0	0
R26	114	38	107	35.7	54	18	23	7.7	2	0.7
R27	78	26	85	28.3	60	20	57	19	20	6.7
R28	192	64	71	23.7	24	8	6	2	7	2.3
R29	196	65.3	72	24	22	7.3	2	0.7	8	2.7
R30	128	42.7	78	26	48	16	28	9.3	18	6
R31	265	88.3	17	5.7	16	5.3	2	0.7	0	0
R32	271	90.3	18	6	11	3.7	0	0	0	0
R33	223	74.3	34	11.3	35	11.7	4	1.3	4	1.3
R34	46	15.3	47	15.7	121	40.3	52	17.3	34	11.3
R35	34	11.3	58	19.3	116	38.7	52	17.3	40	13.3
R36	48	16	70	23.3	97	32.3	44	14.7	41	13.7
R37	126	42	100	33.3	50	16.7	18	6	6	2
R38	122	40.7	88	29.3	66	22	19	6.3	5	1.7
R39	131	43.7	54	18	63	21	32	10.7	20	6.7
R40	189	63	75	25	22	7.3	8	2.7	6	2
R41	185	61.7	69	23	30	10	10	3.3	6	2
R42	155	51.7	71	23.7	49	16.3	15	5	10	3.3

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

R43	172	57.3	79	26.3	34	11.3	15	5	0	0
R44	156	52	87	29	42	14	15	5	0	0
R45	71	23.7	83	27.7	86	28.7	35	11.7	25	8.3

*Se evaluó del 1 al 5, en donde 1 era la calificación más baja “nada riesgoso” y 5 las más alta “excesivamente riesgoso”.

También se realizó un análisis de frecuencias de las respuestas de conducta proambiental arrojando una frecuencia de 89 proambientales que responde a un porcentaje del 70.3 y una frecuencia de 211 que se muestran “no proambientales” lo que corresponde a un 29.7%, por dicha razón resulta viable notar que la minoría se muestra con una condición en pro del ambiente. (Ver tabla 3).

Tabla 3. Frecuencias y porcentajes de respuestas del cuestionario de Conducta Proambiental

Variable	F	%
CPA	89	70.3
CNPA	211	29.7
Total	300	100

Así mismo se logró obtener que de un total de 150 mujeres, 77 (25.6%) son “No proambientales”, por lo que 73 mujeres (24.4%) son “proambientales”, mostrándose así que la población femenina tiende a realizar más conductas proambientales que la población masculina, ya que los 150 hombres (50%) 134 (44.6%) son “No proambientales” y tan solo 16 (5.4%) son “proambientales”. Por lo tanto, de una muestra de 300 personas, 211 (70.2%) no llevan a cabo la realización de conductas proambientales y 89 (29.8%) personas no las realizan. (ver tabla 4)

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

Tabla 4 Conducta Proambiental por Sexo

Variable	Sexo				Total	
	Femenino		Masculino			
	F	%	F	%	F	%
CNPA	77	25.6%	134	44.6%	211	70.2
CPA	73	24.4%	16	5.4%	89	29.8
Total de la población	150	50	150	50	300	100

6.2 Validación y Consistencia interna.

Para la validación se llevó a cabo la realización de un análisis factorial de componentes principales con rotación varimax, con el fin de conformar los factores finales. Como ya se mencionó para la variable de consumismo, en un principio habían quedado nueve factores contenían reactivos con cargas factoriales mayores a .300, sin embargo de ahí aún se redujo a cinco grupos o factores, esto debido a los que representaban la mayor carga, y los pocos que quedaban sesgados se pudieron acomodar dentro de los seis factores finales, quedando de la siguiente manera:

***Diversión:** refiere todas aquellas preguntas que conllevan conductas que las personas realizan para salir de la rutina diaria. Que incluye las preguntas 15,16, y 17.

***Individuo y Hogar:** está integrado por preguntas que involucran el quehacer diario del hogar y el bienestar diario de las personas en casa. Que incluye las preguntas 6, 11,12 y 19.

***Aseo personal:** a este factor lo integran reactivos que van encaminados a conocer los artículos que utiliza el individuo para mantener un buen estado su persona. Que incluye las preguntas 2 y3.

***Tecnología:** tiene como objetivo explorar el consumo de artículos novedosos, dentro de los avances tecnológicos de la sociedad. Que incluye las preguntas 7,9,10,y14.

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

***Hogar:** este factor asume como propósito indagar en el consumo de las personas por objetos para disfrutar de su hogar o lucirlo. Que incluye las preguntas 1,4,8 y 14

***Formas de compra:** y por último como su nombre lo indica, este factor busca arrojar información acerca del como consumen las personas. Que incluye las preguntas 20,21 y 22.

Por las razones antes mencionadas, se puede decir en síntesis que el nombre de dichos factores se dio con el fin de englobar lo que cada pregunta indicaba, es decir, se les dio un nombre general a las preguntas en común. (ver tabla 5).

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

Tabla 5. Resultados de análisis factorial con rotación varimax (cargas factoriales) para consumismo.

N°	Pregunta	Factor								
		1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Aseo Personal					0.311				0.645
2	Arreglo personal			0.748						
3	Eléctricos Cabello			0.723						
4	Limpieza de hogar			0.745		0.345				
5	Electrodomésticos		0.814							
6	Decoraciones para el hogar		0.556	0.451						
7	Tecnologías de Punta	0.61								
8	Luz, agua, gas, teléfono				0.74					
9	Internet y TV de paga	0.61		0.359						
10	Automóvil			0.772						
11	Transporte Público		0.365	0.788						
12	Vestimenta	0.3	0.747							
13	Naturales				0.75					
14	Empaquetados y comida rápida			0.555						
15	Lugares de Diversión	0.8								
16	Cigarros y Bebidas alcohólicas	0.71					0.322			
17	Publicidad	0.63	0.323				0.316			
18	Beneficios					0.656			0.315	
19	Calidad	0.4	0.373							
20	Menor Calidad							0.793		
21	Costumbre							0.77		
22	Productos de Siempre						0.3	0.346	0.557	
23	Comparar Marcas								0.799	
24	Comprar Precios									0.788
25	Agradar a personas						0.796			
26	Aceptación Social.						0.663			

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

Para la variable de Percepción de Riesgo Ambiental se siguió el mismo procedimiento, sólo que esta vez en primera instancia se contaban 12 factores y a diferencia de la variable consumismo, la percepción de riesgo sólo se produjo un factor más, quedando así once factores de doce que eran.

De igual manera se tomaron en cuenta aquellas cargas factoriales mayores a .300, y por consecuente los reactivos que quedaban sesgados fueron absorbidos por otros factores con mayores carga.

El nombre que se le dio a cada uno de los once factores pretendía englobar bajo un solo título las preguntas relacionadas quedando de la siguiente manera:

***Percepción de tecnologías:** tiene como objetivo ver que tanto las personas perciben o no como riesgoso el consumo de artículos novedosos. Que está conformado por las preguntas 4,5,6,25,26,27,37,38 y 39.

***Percepción de arreglo personal:** explora el nivel de peligrosidad para las personas con respecto de artículos para lucir bien. Que está conformado por las preguntas 8,9,13 y 14

***Percepción de Vestimenta y Alimentación:** busca explicar el grado de percepción de riesgo que esté relacionado con el uso de artículos para vestir, así como el tipo de alimentación que se lleva. Que está conformado por las preguntas 22,23,24,31,32 y 33.

***Percepción de decoraciones para el hogar:** indaga sobre el riesgo posible que implica consumir cosas para tener un hogar adornado. Que está conformado por las preguntas 28,29,30,40,41 y 42.

***Percepción de diversión:** este factor pretende conocer si las personas perciben riesgoso o no el hecho de consumir en cadenas de comida rápida, asistir a cines o a parques de diversión. Que está conformado por las preguntas 10,11 y 12

***Percepción de pasatiempo:** este factor a diferencia del factor "Diversión" busca conocer el nivel de percepción de riesgo de las personas con respecto

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

de bebidas alcohólicas, cigarros o paseo en un automóvil. Que está conformado por las preguntas 16,17,18 y 19

***Percepción de servicios para el hogar:** aquí se trata de averiguar cómo las personas perciben riesgosos o no el consumo de gas, agua, luz, y teléfono. Que está conformado por las preguntas 44 y 45.

***Percepción del transporte:** este apartado, explora el estado posible de riesgo que está relacionado con el uso por ejemplo, de autobuses. Que está conformado por las preguntas 20 y 21.

***Percepción de Limpieza y hogar:** este factor tiene como fin conocer si para las personas implica algún riesgo el hecho de utilizar ciertos productos que mantengan limpia su vivienda. Que está conformado por las preguntas 1,2 y 3.

***Percepción de aseo y arreglo personal:** con este factor si se intenta observar si para los individuos indica algún riesgo el uso de los utensilios para lucir limpio y bien. Que está conformado por las preguntas 9 y 15.

***Percepción de alimentos empaquetados:** por último este factor procura explorar que tan riesgoso es para los individuos el hecho de llevar una alimentación bajo productos que vienen empaquetados. Que está conformado por las preguntas 34,35 y 36 (ver tabla 6)

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

Tabla 6. Resultados del análisis factorial con rotación varimax (cargas factoriales) para percepción de riesgo.

N°	Pregunta	Factor											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	Limpieza del hogar									0.933			
2	Limpieza del hogar									0.946			
3	Limpieza del hogar									0.638			
4	Tecnologías de Punta	0.68	0.327										
5	Tecnologías de Punta	0.689											
6	Tecnologías de Punta	0.536									0.473		
7	Arreglo Personal		0.824										
8	Arreglo Personal		0.799										
9	Arreglo Personal		0.374								0.757		
10	Comida rápida y Diversión					0.878							
11	Comida rápida y Diversión					0.852							
12	Comida rápida y Diversión					0.672							
13	Aseo Personal	0.821											
14	Aseo Personal	0.865											
15	Aseo Personal		0.69								0.421		
16	Cigarros y Bebidas alcohólicas						0.867						
17	Cigarros y Bebidas alcohólicas						0.88						
18	Cigarros y Bebidas alcohólicas						0.698		0.337				
19	Automóvil y transporte público						0.33		0.823				
20	Automóvil y transporte público								0.797				
21	Automóvil y transporte público			0.316			0.32		0.532		0.346		
22	Vestimenta			0.775									

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

23	Vestimenta	0.322		0.658								0.391
24	Vestimenta			0.356			0.305					0.564
25	Electrodomésticos	0.555				0.452						
26	Electrodomésticos	0.551				0.45						
27	Electrodomésticos	0.467			0.302	0.509						
28	Artículos Limpieza y hogar		0.391	0.382	0.504				0.333			0.303
29	Artículos Limpieza y hogar											
30	Artículos Limpieza y hogar				0.546				0.416			
31	Alimentos naturales			0.892								
32	Alimentos naturales			0.864								
33	Alimentos naturales			0.449								0.575
34	Alimentos Empaquetados										0.904	
35	Alimentos Empaquetados										0.912	
36	Alimentos Empaquetados	0.341							0.569	0.385		
37	Internet, TV paga, Celular	0.875										
38	Internet, TV paga, Celular	0.885										
39	Internet, TV paga, Celular	0.808										
40	Artículos decorar Hogar			0.325	0.783							
41	Artículos decorar Hogar				0.77							
42	Artículos decorar Hogar				0.761							
43	Agua, Luz, Gas Teléfono						0.891					
44	Agua, Luz, Gas Teléfono						0.884					
45	Agua, Luz, Gas Teléfono						0.586					

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

Una vez el análisis factorial de componentes principales con rotación varimax se utilizó el alfa de Cronbach, reuniendo aquellos de mayor carga factorial, para determinar la consistencia interna de cada uno de los factores de consumismo, ya que lo deseable para la confiabilidad de un instrumento es que los ítems estén relacionados entre sí consistentemente. Los factores son 5 (ver tabla 7).

Tabla 7. Resumen de factores y Alfa Cronbach para escala de consumismo.

N° y Nombre del Factor	N° de Reactivo		Carga Factorial	Alfa de Cronbach
Diversión (Factor 1)	Pregunta 15	Lugares de Diversión	0.797	0.631
	Pregunta 16	Cigarros y Bebidas alcohólicas	0.708	
	Pregunta 17	Publicidad	0.629	
Individuo y Hogar (Factor 2)	Pregunta 6	Decoraciones para el hogar	0.559	0.631
	Pregunta 11	Transporte público	0.365	
	Pregunta 12	Vestimenta	0.747	
	Pregunta 19	Calidad	0.337	
Arreglo personal (Factor 3)	Pregunta 2	Arreglo personal	0.782	0.621
	Pregunta 3	Aparatos Electrónicos	0.365	
Tecnología (Factor 4)	Pregunta 7	Tecnología de Punta	0.442	0.704
	Pregunta 9	Internet y TV de Paga	0.359	
	Pregunta 10	Automóvil	0.772	
	Pregunta 14	Empaquetados y Comida Rápida	0.555	
Hogar (Factor 5)	Pregunta 1	Aseo Personal	0.311	0.632
	Pregunta 4	Limpieza del Hogar	0.346	
	Pregunta 8	Luz, Agua, Gas, Teléfono	0.772	
	Pregunta 14	Empaquetados y Comida Rápida	0.555	
	Pregunta 21	Costumbre	0.77	
	Pregunta 22	Productos de siempre	0.346	

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

Y de esta forma se logró tener un alfa de Cronbach total de .644 en el instrumento de consumismo, observando que el factor más bajo fue “Formas de Compra”, lo que hizo que el alfa total de Cronbach bajara su valor.

Para el cuestionario de percepción de riesgo, como ya se menciona se siguió el mismo procedimiento obteniendo 11 factores quedando así:

Tabla 8. Resumen de alfa de cronbach para la percepción de riesgo ambiental.

N° y Nombre del Factor	N° de Reactivo		Carga Factorial	Alfa de Cronbach
Tecnologías (Factor 1)	Pregunta 30	Tecnologías de Punta	0.793	0.913
	pregunta 31	Tecnologías de Punta	0.77	
	Pregunta 32	Tecnologías de Punta	0.346	
	Pregunta 51	Electrodomésticos	0.555	
	Pregunta 52	Electrodomésticos	0.551	
	Pregunta 53	Electrodomésticos	0.467	
	Pregunta 63	Internet, TV de paga y Celular	0.875	
	Pregunta 64	Internet, TV de paga y Celular	0.885	
Arreglo Personal (Factor 2)	Pregunta 65	Internet, TV de paga y Celular	0.808	0.927
	Pregunta 33	Arreglo Personal	0.824	
	Pregunta 34	Arreglo Personal	0.799	
	Pregunta 39	Aseo Personal	0.821	
Vestimenta y Alimentación (Factor 3)	Pregunta 40	Aseo Personal	0.865	0.856
	Pregunta 48	Vestimenta	0.824	
	Pregunta 49	Vestimenta	0.799	
	Pregunta 50	Vestimenta	0.821	
	Pregunta 57	Alimentos Naturales	0.865	
	Pregunta 58	Alimentos Naturales	0.864	

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

	Pregunta 59	Alimentos Naturales	0.449	
Decoración para el Hogar (Factor 4)	Pregunta 54	Artículos de Limpieza	0.824	0.849
	Pregunta 55	Artículos de Limpieza	0.799	
	Pregunta 56	Artículos de Limpieza	0.821	
	Pregunta 66	Artículos Para Decorar	0.865	
	Pregunta 67	Artículos Para Decorar	0.864	
	Pregunta 68	Artículos Para Decorar	0.449	
Diversión (Factor 5)	Pregunta 36	Comida Rápida y Diversión	0.878	0.858
	Pregunta 37	Comida Rápida y Diversión	0.852	
	Pregunta 38	Comida Rápida y Diversión	0.672	
Pasatiempos (Factor 6)	Pregunta 42	Cigarros y Bebidas Alcohólicas	0.867	0.832
	Pregunta 43	Cigarros y Bebidas Alcohólicas	0.88	
	Pregunta 44	Cigarros y Bebidas Alcohólicas	0.698	
	Pregunta 45	Cigarros y Bebidas Alcohólicas	0.33	
Servicios en el Hogar (Factor 7)	Pregunta 70	Agua, Luz, Gas, Teléfono.	0.884	0.675
	Pregunta 71	Agua, Luz, Gas, Teléfono.	0.586	
Transporte (Factor 8)	Pregunta 46	Automóvil y Transporte	0.797	0.55
	Pregunta 47	Automóvil y Transporte	0.532	
Limpieza y Hogar (Factor 9)	Pregunta 27	Limpieza y hogar	0.933	0.816
	Pregunta 28	Limpieza y hogar	0.946	
	Pregunta 29	Limpieza y hogar	0.638	
Aseo y Arreglo Personal (Factor 10)	Pregunta 35	Arreglo Personal	0.757	0.757
	Pregunta 41	Arreglo Personal	0.421	
Alimentos Empaquetados (Factor 11)	Pregunta 60	Alimentos empaquetados	0.904	.809
	Pregunta 61	Alimentos empaquetados	0.912	
	Pregunta 62	Alimentos empaquetados	0.385	

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

De esta forma el alfa de Cronbach total obtenida en percepción de riesgo fue de .784.

Medias y Desviación Estándar

Una vez obtenidos los grupos definitivos que conformarían la matriz de datos, se continuó la elaboración de un análisis de medias y desviaciones estándar por factor.

Los factores que se encontraron con mayor disposición al consumo son los factores de Hogar con una media de 4.29, es decir, lo consumen frecuentemente. Mientras que de la variable percepción de riesgo, el factor de pasa tiempo obtuvo el promedio más alto con 3.76, lo que involucraría el hecho de que los individuos perciben como más riesgoso fumar o dar paseos en automóvil.

De igual forma que de los dos factores ya mencionados son aquellos que se encuentran menos diseminados, debido a su desviación estándar. Es importante mencionar que los datos se encuentran entre una media de 1.39 y una media de 4.29. Así mismo los valores de la desviación estándar se encuentran entre un valor 0.592 y un valor más alto de 1.077, es por ello que se puede decir que las subescalas con mayor variabilidad son Diversión , Arreglo personal y Tecnología con respecto de los factores de consumismo; mientras lo que respecta a los factores de percepción de riesgo, se encuentran las subescalas Percepción de Diversión, Percepción de Transporte, Percepción de aseo y arreglo personal y por último Percepción de alimentos empaquetados. (Ver tabla 9)

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

Tabla 9. De medias y desviación estándar de cada factor.

Factor	Media	Desviación Estándar
Factor 1 Diversión	2.64	1.005
Factor 2 Individuo y Hogar	3.08	0.883
Factor 3 Arreglo Personal	2.69	1.086
Factor 4 Tecnología	2.98	1.018
Factor 5 Hogar	4.29	0.557
Factor 6 Percepción de Tecnologías	2.08	0.844
Factor 7 Percepción de Arreglo Personal	1.98	0.996
Factor 8 Percepción de Vestimenta	1.39	0.592
Factor 9 Percepción de Decoraciones del Hogar	1.70	0.776
Factor 10 Percepción de Diversión	2.50	1.155
Factor 11 Percepción de Pasatiempo	3.76	0.969
Factor 12 Percepción de Agua, Luz, Gas, Teléfono	2.13	0.920
Factor 13 Percepción de Transporte	3.48	1.021
Factor 14 Percepción de Artículos de Limpieza para el hogar	3.23	0.954
Factor 15 Percepción de aseo y arreglo personal	2.8	1.077
Factor 16 Percepción de Alimentos empaquetados	2.94	1.019

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

6.3 Correlaciones entre las variables consumismo y percepción de riesgo proambiental.

Con el fin de identificar la relación entre consumismo y Percepción de Riesgo Ambiental se aplicó una correlación de Pearson, esto con el fin de encontrar las correlaciones entre las escalas de consumismo y percepción de riesgo ambiental. De esta manera se encontraron diversas correlaciones significativas entre los 16 factores. Sin embargo las correlaciones más fuertes se encuentran del factor 6 (percepción de tecnologías) al factor 14.

Para dicho análisis, se hizo especial énfasis considerando las siguientes decisiones:

- 1) El tipo de correlación, es decir se analizó la mayor frecuencia negativa.
- 2) Magnitud de la correlación, es decir, la mayor fuerza de correlación.

Así, dichos resultados, muestran relación que existe entre los factores. La primer relación a favor de la hipótesis que se encuentra sería Diversión (F1) inversa a la Percepción de Tecnologías (F6 $r=-.388$) Percepción de arreglo personal (F7) Percepción de Diversión (F10) y (F11 $p=-.353$) Percepción de Aseo y Arreglo Personal (F15) y Percepción de Alimentos Empaquetados (F16). Por lo que las personas no perciben el riesgo que se corre al adquirir artículos de tecnología avanzada, tampoco se percibe riesgo alguno si se tienen deseos de “pasar un buen rato”.

Otra relación más sería (F2) Individuo y Hogar con Percepción de Tecnologías (F6 $r=-.394$), Percepción de Arreglo Personal (F7 $r=-.366$), Percepción de Agua, Luz, Gas y Teléfono (F1), Percepción de Transporte (F13), Percepción de Aseo y Arreglo Personal (F15) y Percepción de Alimentos Empaquetados (F16 $r=-.372$). Por lo que consumir productos y servicios para mantener un hogar aseado, y adquirir ciertos productos empaquetados para la despensa del hogar tampoco representa gran riesgo para el ambiente.

También se puede mencionar (F3) Arreglo Personal, con Percepción de arreglo Personal (F7), Percepción de Transporte (F13 $p=-.302$) y Alimentos

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

empaquetados (F16). Al Parecer entonces mantener una buena imagen no dañaría en absoluto al medio ambiente.

De igual manera se encuentra Tecnología (F4), con Percepción de Tecnologías (F6 $r=-.471$), Percepción de Arreglo Personal (F7) y Percepción de Diversión (F10). Así entonces el hecho de salirse a divertir a cualquier lugar no trae consigo un daño al medio ambiente, el riesgo se podría percibir más bien en personal.

Por último (F5) Hogar con (F6 $p=-.468$) Percepción de Tecnologías, (F7) Percepción de Arreglo Personal, (F8) Percepción de Vestimenta, (F9) Percepción de Decoración de Hogar y (F10) Percepción de Diversión. Por lo que las personas no perciben riesgoso para el ambiente tener artículos, o servicios que hagan más cómoda la estancia dentro del hogar.

De tales resultados sobresalen algunos, debido a la correlación alta que obtienen, que obtienen entre factores de Percepción; ya que ellos tenían 3 subescalas: “para mí”, “para mi Familia” y “para el medio ambiente”.

De entre ellos se encuentra la subescala de percepción de pasatiempo (F11) que se encuentra correlacionado con un valor de $r=.724$ con la subescala de percepción de transporte (F13), con un valor significativo de $r=.724$, es decir, las personas perciben un riesgo para sí mismas y para su familia, salir a divertirse o andar en transporte público. También se puede mencionar la correlación entre la subescala percepción de riesgo Arreglo personal (F7) con la subescala de percepción de aseo y arreglo personal (F15), con un resultado de $r=.606$, las personas no perciben riesgoso el hecho de consumir artículos que sean para el cuidado de su persona, sino al contrario, habla de salud y bienestar para ellos y su familia, pero saben que no es benéfico para el medio ambiente, ya que al tirar envases, bolsas y demás desecho se genera basura y esto también contamina al medio.

Por último se puede referir la correlación existente entre el factor percepción de arreglo personal (F7) y percepción de decoraciones para el hogar (F9) con un

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

valor de $r=.554$, sin embargo el riesgo vuelve a ser para las personas y no para el medio ambiente.

A continuación se muestra la tabla con las correlaciones de los factores, para llevar a cabo la lectura de la tabla es necesario remitirse a la nota debajo de la misma.

Tabla 10 Matriz de correlaciones entre los factores de Consumismo y Percepción de Riesgo Ambiental*

	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8	F9	F10	F11	F12	F13	F14	F15	F16
FACTOR 1	1															
FACTOR 2	.296**	1														
FACTOR 3	.211**	.392**	1													
FACTOR 4	.459**	.089	.237**	1												
FACTOR 5	.020	.086	.331**	.247**	1											
FACTOR 6	-.388	-.394	.038	-.471	-.468**	1										
FACTOR 7	-.083	-.366	-.384	-.236	-.218**	.473**	1									
FACTOR 8	.256**	.114*	.122*	.209**	-.293**	.382**	.424**	1								
FACTOR 9	.127*	-.021	.105	.088	-.139*	.441**	.554**	.542**	1							
FACTOR 10	-.294**	.047	.079	-.257**	-.224	.468**	.349**	.094	.303**	1						
FACTOR 11	-.353**	-.195**	-.241*	-.018	.008	.209**	.182**	-.091	.066	.304**	1					
FACTOR 12	.123*	-.081	.010	.139*	.031	.412**	.252**	.361**	.401**	.237**	.042	1				
FACTOR 13	.004	-.324**	-.302**	.133*	-.239	.175**	.167**	-.112	.105	.271**	.724**	.060	1			
FACTOR 14	.021	.024	.002	.095	.026	.025	.0858	.064	.071	.034	.007	.094	.102	1		
FACTOR 15	-.074	-.341	.039	.005	.017	.350**	.606**	.256	.470**	.306**	.216**	.241**	.255**	.002	1	
FACTOR 16	-.211	-.372**	-.349**	.107	.017	.403**	.269**	.146	.315**	.386**	.306**	.437**	.319**	.076	.227	1

*La correlación es significativa el nivel 0.05 (bilateral)

**La correlación es significativa el nivel 0.01 (bilateral)

F1 Diversión, **F2** Individuo y Hogar, **F3** Arreglo Personal, **F4** Tecnología **F5** Hogar, **F6** Percepción de Tecnologías **F7** Percepción de Arreglo personal, **F8** Percepción de Vestimenta, **F9** Percepción de decoraciones para el hogar, **F10** Percepción de Diversión, **F11** Percepción de Pasatiempo, **F12** Percepción de Agua, Luz, Gas, Teléfono, **F13** Percepción de Transporte, **F14** Percepción de Artículos para el Hogar, **F15** Percepción de aseo y arreglo personal, **F16** Percepción de Alimentos empaquetados.

*Nota: para poder encontrar los valores dentro de la tabla se debe partir primero de los factores que se encuentran horizontalmente y posterior los factores que se encuentran verticalmente.

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

6.4 Categorización de Consumismo, PRA y CPA.

Posteriormente se realizó la categorización de consumismo y percepción de riesgo, para poder llevar a cabo la aplicación de la prueba t, esto con el fin de ver si existían diferencias significativas entre los sujetos que muestran un “consumo desmedido” o un “consumo moderado” con respecto de los que representan “una percepción de riesgo moderada” y una “percepción de riesgo alta”.

El mismo procedimiento se llevó a cabo con las categorías de consumismo y la conducta proambiental. Quedando de la siguiente manera la comparación entre “consumismo desmedido” y “percepción de riesgo ambiental” (Ver tabla 11)

Tabla 11 tipos de consumo y conducta proambiental

Tipo de Consumidor	N	Proambiental	No proambiental	χ^2	Df	sig.
Desmedido	284	82	202	128.042	44	.05
Moderado	16	6	10	6.5	3	.05
Total	300	88	212	134.542	27	.05

Es decir, 284 individuos realizan un consumo desmedido, de los cuales 82 se muestran proambientales, y 202 no proambientales. Por otra parte 16 sujetos llevan a cabo un consumo moderado, de los cuales únicamente 6 se muestran proambientales y 10 se comportan de manera no proambiental. En el caso de consumo desmedido se obtiene una $X^2 = 1280.42$, $p = <.05$ lo que permite decir que las personas de consumo desmedido son *no proambientales*, por tanto existe relación significativa.

Lo mismo se hizo con la percepción de riesgo ambiental y la conducta proambiental, para ver cuántos individuos tienen una “percepción de riesgo ambiental moderada” y cuántos una “percepción de riesgo alta”, y de estos quienes realizan o no conductas a favor del medio ambiente. Quedando de la siguiente manera:

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

Tabla 12. Percepción de riesgo ambiental y conducta proambiental.

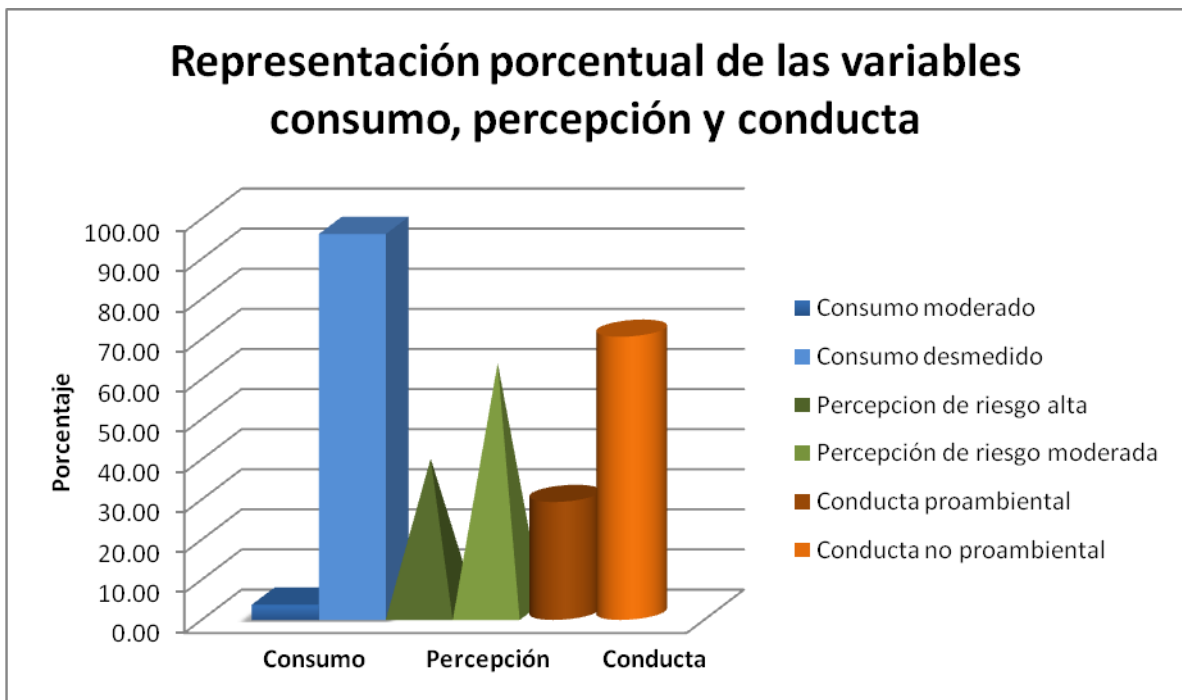
Tipo de Percepción	N	Proambiental	No proambiental	χ^2	df	sig.
Moderada	196	59	138	58.694	39	0.022
Alta	104	31	72	30.029	25	0.223
Total	300	90	210	88.172	64	0.245

Es decir, de 196 personas que tienen una percepción moderada, 59 realizan conductas proambientales contra 138 que no las realizan; mientras que de 104 personas que tienen una percepción de riesgo alta 31 personas llevan a cabo estas conductas. El valor de $X^2=58.69$ en el caso de Percepción Moderada con un valor de $p > 0.5$ por lo que existe una relación significativa entre la percepción de Riesgo ambiental moderada y la no realización de conductas proambientales.

Con el fin de representar cada sector de la muestra que representa cada variable, a continuación se presentan las graficas con los porcentajes correspondientes a cada variable (Consumismo, PRA y CPA).

Figura 1 Representación Porcentual de Consumismo, Percepción de Riesgo Ambiental y Conducta Proambiental

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental



6.5 Datos complementarios

Comparación de medias: prueba t para consumismo y percepción de riesgo por sexo.

Para ver si existía una diferencia entre las variables sociodemográficas sexo, y edad se realizó una prueba t

Con Respecto a la comparación entre el consumismo y la percepción de riesgo, se observa que de la muestra poblacional (300) solo 16 tienen un nivel de consumismo moderado, mientras que los que llevan a cabo un consumo desmedido corresponde a 284 de una muestra poblacional de 300, de los cuales 196 tiene una percepción de riesgo ambiental moderada y 104 cuenta con una percepción de riesgo ambiental alta. En el caso de Consumismo moderado, Percepción de Riesgo Moderada y Consumismo desmedido el valor de $\alpha=0.0001$, mientras que en el caso de percepción de riesgo alta $\alpha=0.0005$, por lo que hay una diferencia significativa estadísticamente en todos los casos. Por tanto se puede asegurar que las mujeres tienen una percepción de riesgo más alta que los hombres ya que el mayor número de personas con percepción

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

de riesgo alta son del sexo femenino (70); y aunque el número de personas con un consumo desmedido involucra a la mayoría de la población, se demuestra que las mujeres a pesar de tener gusto por las compras, no consumen tan desmedidamente como los hombres. (ver tabla 13).

También se sugiere ver la figura 2 y 3, ya que de igual forma se representó gráficamente las cantidades correspondientes tanto a hombres como mujeres con respecto a las variables de consumismo y percepción de riesgo ambiental.

Tabla 13. Prueba t comparación de medias por sexo entre consumismo moderado y desmedido así como percepción de riesgo moderada y alta.

Variables	N	Sexo	total	Valor de t	Sig.	Diferencia de medias
Consumismo Moderado	4	Masculino	16	54.426	0.0001	62.93
	12	Femenino				
Percepción de Riesgo Moderada	65	Masculino	196	110.735	0.0001	88.226
	131	Femenino				
Consumismo Desmedido	146	Masculino	284	107.5	0.0001	92.531
	138	Femenino				
Percepción de Riesgo Alta	34	Masculino	104	85.304	0.0005	136.35
	70	Femenino				

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

Figura 2 Consumismo y Sexo

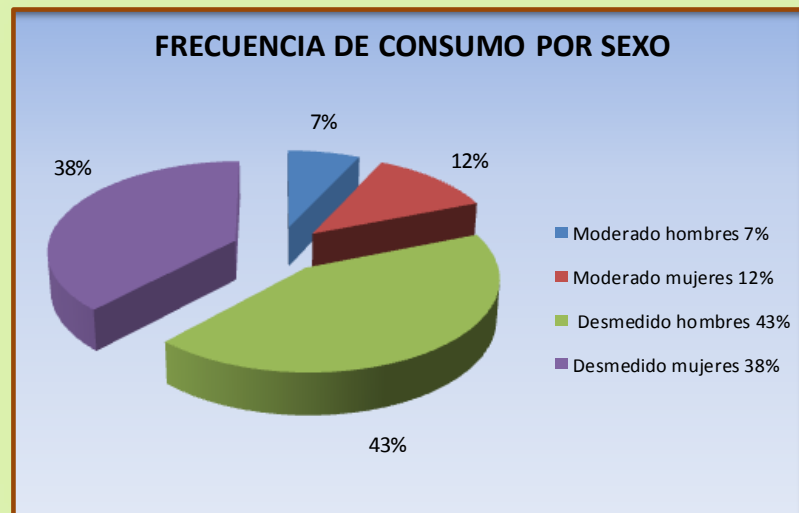
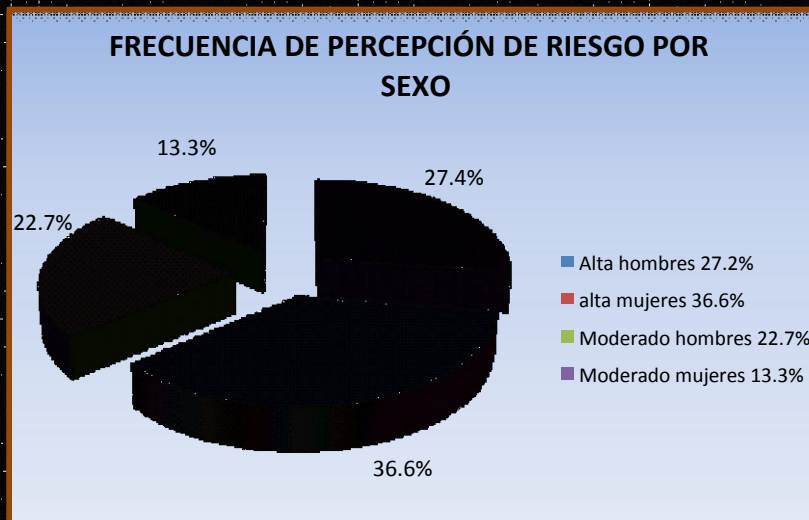


Figura 3 Percepción de riesgo y Sexo



Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

Después se realizó una prueba t para la variable sexo y los factores de percepción de riesgo. Encontrando así 5 factores con una diferencia significativa, las cuales son: “Percepción de Tecnologías” con un valor de $\alpha=.002$, “Percepción de Vestimenta y Alimentos” con un valor de $\alpha=.006$, “Percepción de Diversión” con un valor de $\alpha=.019$, “Percepción de Pasatiempo” con un valor de $\alpha=.001$ “Percepción de transporte” que obtuvo un valor de $\alpha=.000$. Y por último “Percepción de Arreglo Personal” con un valor de $\alpha=.002$

En donde la media más elevada se encuentra en el Factor 12 “Percepción de Pasatiempo” con un valor de 3.80 obtenido por el sexo femenino, y la medida de menor valor se encuentra en el factor 9 “Percepción de Vestimenta y Alimentos” que obtiene un valor de $\alpha=.006$ que responde al sexo femenino.(Ver tabla 14)

Tabla 14 Comparación de Factores de percepción de riesgo por sexo.

Factor de Percepción	Sexo	Valor de t	Media	Sig (bilateral)
Tecnologías	Femenino	3.249	2.24	.002
	Masculino		1.92	
Arreglo Personal	Femenino	0.579	2.01	0.503
	Masculino		1.94	
Vestimenta y Alimentos	Femenino	-1.73	1.34	0.006
	Masculino		1.45	
Decoraciones del Hogar	Femenino	0.805	1.73	0.361
	Masculino		1.66	
Diversión	Femenino	4.951	2.82	0.019
	Masculino		2.18	
Pasatiempo	Femenino	0.834	3.80	0.001
	Masculino		3.71	
Agua, Luz, gas, Teléfono	Femenino	-1.217	2.06	0.12
	Masculino		2.19	
Transporte	Femenino	-1.217	3.41	.002
	Masculino		3.55	
Art. de limpieza para el hogar	Femenino	-0.584	3.19	0.795
	Masculino		3.26	
Aseo y Arreglo Personal	Femenino	2.461	2.95	0.002
	Masculino		2.65	
Alimentos Empaquetados	Femenino	1.724	3.04	0.136
	Masculino		2.84	

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

Posterior se aplicó una prueba χ^2 para la variable conducta proambiental y la variable sexo. Encontrando así que el sexo femenino cuenta con 93 individuos “No Proambientales” y 118 que se muestran “Proambientales”, en lo que por parte del sexo masculino 57 individuos recaen sobre la categoría “No Proambiental” y 32 sujetos en la categoría “Proambiental” (Ver tabla 15). Con un valor de $p=0.036$, indicándose diferencias significativas.

Tabla 15. Comparación de frecuencias de conducta proambiental por sexo.

Sexo	Conducta No Proambiental	Conducta Proambiental	Total	Valor de χ^2	Sg.
Femenino	32	118	150	49.613	0.036
Masculino	93	37	150		
Total	211	89	300		

Por último se aplicó un análisis de varianza de una vía entre los datos que se obtuvieron mediante los sujetos, con las escalas que dieron forma a la muestra, las escalas de las que se componen los instrumentos y las variables sociodemográficas, esto con el fin de poder observar si existen diferencias entre las medias de los grupos. Para tal proceso se utilizó la variable sexo (hombres y mujeres), y la edad; cuyos rangos de edad en años fueron de adolescencia (12-21), juventud (22-40), madurez (41-65) y vejez (65 en adelante) (según clasificación de la Organización Mundial de la Salud) con los factores de percepción y de consumismo con el fin de comparar si existen diferencias significativas entre los grupos de edad.

Ahora bien, para el análisis de la variable sociodemográfica edad, y la variable conductas consumistas se obtuvieron diferencias significativas en los seis factores, en donde los valores de N quedaron de la siguiente manera: Adolescencia $N=66$, juventud $N=175$ y vejez $N=59$, dando un total de 300 sujetos, y que como se observa, la mayoría de los sujetos se encuentran entre los 22 y los 40 años de edad. La media más alta que se encuentra en este análisis está en el factor número 5 “Hogar” con un valor de $F=9.041$ en donde los sujetos de los 22 los 40 años obtienen la medida más alta siendo esta de 4.38. Recordemos que el factor “hogar” indaga el consumo de artículos que

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

permitan una mejor instancia en su hogar Así, la media con menor valor se encuentra en el factor número 1 “Diversión” con una media de 1.84 dentro de la categoría “Madurez” un valor de $F= 28.476$ (Ver tabla 16). Cabe mencionar que el valor de $p=.05$ es general en la tabla, por lo que sí hay diferencia estadísticamente hablando.

Tabla 16. Análisis de varianza. Comparación entre edades y consumo.

Factor	Edad	Media	D.S	F	Sig.
1 Diversión	Adolescencia	2.94	0.86	28.476	.001
	Juventud	2.8	1.013		
	Madurez	1.84	0.679		
2 Individuo y Hogar	Adolescencia	3.64	0.721	225.716	.0010
	Juventud	3.02	0.871		
	Madurez	2.61	0.75		
3 Arreglo Personal	Adolescencia	2.73	1.089	11.494	.0001
	Juventud	2.87	1.105		
	Madurez	2.11	0.804		
4 Tecnología	Adolescencia	3	0.836	19.91	.0230
	Juventud	3.2	0.964		
	Madurez	2.29	1.066		
5 Hogar	Adolescencia	4.04	0.575	9.041	.0001
	Juventud	4.38	0.58		
	Madurez	4.32	0.493		

Así mismo, se obtuvo un análisis de varianza para la variable de la percepción, en donde los valores de N quedaron de la misma manera que en la variable de consumismo, es decir: *Adolescencia 66 sujetos, juventud 175 sujetos y vejez 59 sujetos.*

Así se obtienen dos factores significativos, el factor 12 “percepción de agua, luz y gas” con una significancia de $p=.003$, en donde la media se recarga en los sujetos que comprende la categoría “juventud” con un valor de 2.19; y el factor número 13 “transporte” con un valor de $p=.341$, en donde nuevamente la media más alta está en “juventud” con un promedio de 3.55.

La media de mas baja se encuentra en el factor número 8 “vestimenta y alimentos”, en la categoría de adolescencia, con el valor de 1.34, mientras que

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

la medida más alta, se encuentra con un valor de $p=3.80$ en el factor número 11 “percepción de pasatiempo” dentro de la categoría adolescencia. (Ver tabla 17)

Tabla 17. Análisis de varianza de percepción de riesgo y edades.

Factor	Edad	N	Media	D.S	F	Sig.
6 Tecnologías	Adolescencia	66	2.16	0.92	0.874	0.418
	Juventud	175	1.92	0.731		
	Madurez	59	2.08	0.844		
7 Arreglo Personal	Adolescencia	66	2.01	0.942	0.765	0.446
	Juventud	175	1.94	1.049		
	Madurez	59	1.98	0.996		
8 Vestimenta y Alimentos	Adolescencia	66	1.34	0.528	0.997	0.37
	Juventud	175	1.45	0.645		
	Madurez	59	1.39	0.592		
9 Decoraciones del Hogar	Adolescencia	66	1.73	0.758	2.481	0.085
	Juventud	175	1.66	0.795		
	Madurez	59	1.70	0.776		
10 Diversión	Adolescencia	66	2.82	1.213	0.523	0.593
	Juventud	175	2.18	1		
	Madurez	59	2.50	1.155		
11 Pasatiempo	Adolescencia	66	3.80	0.8	3.215	0.042
	Juventud	175	3.71	1.113		
	Madurez	59	3.76	0.969		
12 Agua, Luz, Gas, Teléfono	Adolescencia	66	2.06	0.881	5.942	0.003
	Juventud	175	2.19	0.957		
	Madurez	59	2.13	0.92		
13 Transporte	Adolescencia	66	3.41	0.896	1.079	0.341
	Juventud	175	3.55	1.13		
	Madurez	59	3.48	1.021		
14 Artículos de Limpieza y Hogar	Adolescencia	66	3.19	0.952	0.613	0.543
	Juventud	175	3.26	0.949		
	Madurez	59	3.23	0.954		
15 Aseo y Arreglo personal	Adolescencia	66	2.95	9.71	0.029	0.971
	Juventud	175	2.65	1.156		
	Madurez	59	2.8	1.077		
16 Alimentos Empaquetados	Adolescencia	66	3.04	0.984	4.436	0.013
	Juventud	175	2.84	1.047		
	Madurez	59	2.94	1.019		

Como se observo los instrumentos de medición salieron con muy buenos niveles de confiabilidad, lo que permite poder generalizar los datos.

Capítulo 7 Discusión.

A la par de la evolución del hombre se puede ver un creciente desarrollo de la ciencia y la tecnología, las grandes sociedades de consumo han desarrollado diversas necesidades, y para cubrir las mismas, con ello se crean diversos facilitadores de vida, esto permite una enorme deforestación, contaminación y demás sucesos que han deteriorado el medio ambiente.

Sin embargo a los grandes corporativos parece que es lo que menos les interesa, ya que aquí entra en juego la economía de las industrias, por tanto de los países más desarrollados, que llevan la economía de este mundo.

Para sustentar lo anteriormente dicho, basta con salir a dar un paseo por la ciudad y ver como a la par del crecimiento de los grandes corporativos, se vienen también los grandes decaimientos naturales, lo que primero se ve a lo lejos son los espectaculares de las diversas marcas que pretenden llevarnos al consumo, y pareciera que el desarrollo de la vida social del ser humano gira en torno al consumo y el que paga por esos lujos es el planeta tierra. Justo aquí es donde se encuentran los problemas ambientales a los que actualmente se enfrenta todo ser vivo, incluyendo al ser humano, aunque este se pueda mostrar indiferente a ello.

Así es como la psicología ambiental decide participar dentro de este juego repetitivo de “construcción-destrucción”, estudiando variables como la percepción de riesgo, la conducta proambiental, las creencias, las actitudes, esto con el único objetivo de poder comprender como sería posible contrarrestar estas conductas que van en aumento de una mejor calidad de vida y también de la destrucción del planeta, y a todo lo que habita en el.

Tratando así de dar una solución a los problemas medioambientales, pretendiendo encontrar el punto de equilibrio entre el ser humano y el medio ambiente, intentando consolidar una relación más cercana con el mismo, exponiendo soluciones tales como el ahorro, el reciclaje, la conservación etc., y en el caso más específico de esta investigación *el consumo medido de los individuos*.

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

Las razones antes mencionadas fueron los motivos que dieron pie a realizar esta investigación, la pregunta que dio parte inicial a este estudio fue ¿cuál es la relación entre el consumismo percepción de riesgo y la realización de conductas proambientales? Es decir, si existe un grado de asociación entre el consumismo, la percepción de riesgo y la conducta proambiental, y si lo hay, que tan fuerte es como para poder asegurar que el consumismo impide una correcta percepción de riesgo y a su vez una serie de conductas que se encuentren en pro del medio ambiente.

Para dar lugar a esta respuesta, se llevó a cabo la elaboración y validación de tres instrumentos para cada una de las variables en cuestión, es decir, se elaboró un cuestionario de conductas consumistas, un cuestionario de percepción de riesgo y un cuestionario de conductas Proambientales. Los instrumentos para medir el consumo y la percepción de riesgo, fueron sometidos en una primer instancia a un piloteo, de ahí se realizó un análisis de frecuencias, esto con el fin de obtener sólo aquellos reactivos con mayor carga factorial, y así dejar de lado aquellos que fuesen poco significativos para esta investigación.

En primera instancia, los datos recolectados mediante los cuestionarios de consumismo y percepción de riesgo ambiental, tuvieron un valor de 1 a 5 en escala Likert, mientras que el cuestionario de conducta proambiental tuvo un valor dicotómico, ya que sólo se tenían dos categorías: “proambiental” y “No proambiental”. Sin embargo, se debe de recordar que para fines de análisis de los datos los instrumentos de consumismo y de Percepción de Riesgo Ambiental, se sometieron a una categorización mediante las calificaciones obtenidas, las cuales consistían en “consumismo moderado”, “consumismo desmedido” por una parte y por otra “Percepción de Riesgo Ambiental Moderada” y “Percepción de Riesgo Ambiental Alta”.

Los datos más relevantes que arrojó el instrumento de consumismo, es que el mayor consumo que tiene actualmente el ser humano son las tecnologías, servicios en el hogar, productos para el hogar, que las personas perciben un riesgo de alimentos empacados para sí mismas y no para el medio ambiente, al

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

igual que salir a comer o divertirse por la noche. El factor que mayor relación tuvo fue tecnología, en donde las personas percibían un riesgo lejano, bien es cierto que los teléfonos móviles que han tenido un desarrollo tecnológico demasiado rápido. La historia de la telefonía celular se remonta a los años 40's, cuando motivada por la segunda guerra mundial, la empresa Motorola desarrollo un teléfono móvil llamado Handie Talkie H12-16, este aparato usaba ondas de radio que para ese momento no superaban los 60 MHz. Sin embargo hasta principios de los 80's diversas compañías investigaron y buscaron ofrecer un sistema de comunicación a distancia para el público general. Comenzando así con la tecnología 1G, 2G,3G y hasta llegar a lo que se conoce como 4G de la compañía Apple, que ofrece mayor ancho de banda que permite, entre muchas otras cosas, la recepción de televisión en Alta Definición

Para esclarecer más esta situación se citará el artículo Belmonte (2004), en España, el cual expone que el desarrollo de la telefonía móvil ha experimentado un crecimiento casi exponencial que ha puesto la proliferación de redes de telefonía móvil y un aumento significativo de la contaminación electromagnética y de la percepción social de riesgo asociado a estas infraestructuras, y que a pesar de que la movilización social y ecologista ha obligado a algunas comunidades autónomas de España a establecer normativas más preventivas y niveles de exposición al público más restrictivo, resulta necesaria una directiva europea que sirva como un instrumento real para hacer compatible el desarrollo de la telefonía móvil y salud pública, es decir, pese a todos estos problemas las compañías de telefonías celulares siguen vendiendo al por mayor y con esto generando más basura electrónica.

Es importante que se atienda los efectos ambientales y de salud ya comprobados y otros probables de los productos de alta demanda como en el caso de los aparatos de telefonía. En la Página de CNN Expansión de puede leer la siguiente noticia, publicada en septiembre del 2010 "**La huella de bióxido** de carbono generada por el uso de tu teléfono celular es simplemente determinada por el factor de cuánto usas tu teléfono. La huella estimada de bióxido de carbono generada por la fabricación del teléfono por sí misma es de 16 kilogramos, que es similar a la huella generada por un kilogramo de carne

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

de res, si se incluye la energía que se consume durante dos años de uso, la cantidad aumenta a 22 kilogramos. Pero la **huella de energía** requerida para transmitir tus llamadas a través de la red es en torno a tres veces mayor a esta cantidad". Es importante tomar en cuenta que tan solo en México existen 99 millones de smartphones.

De seguir estas tendencias de crecimiento de venta de productos tecnológicos, se requerirán más controles sobre el uso seguro y disposición adecuada de los residuos y productos desechados.

Se muestra también, un consumo elevado en los productos de "tecnologías de punta". Existe una clara tendencia desde hace unos años que mantiene a la cabeza de las reclamaciones aquellas relacionadas con la adquisición y el uso de las nuevas tecnologías, móviles e internet en donde la población juvenil se perfila como consumidores por excelencia, amén de sus condición de consumidores potenciales y de futuro (Cayuela y Cervantes, 2005).

Otro dato importante de la variable consumismo es que el siguiente mayor consumo está en todos aquellos artículos que permiten una mejor estancia o confort en el hogar.

Los instrumentos empleados en esta investigación, fueron para analizar el consumo de los hogares, se encontró una diferencia significativa estadísticamente entre el consumo de hombres y de mujeres, aunque vivan en el mismo hogar. Manero y Caraballo (2007) realizaron un estudio acerca del comportamiento variado de consumo en hogares españoles y sus características sociodemográficas. Los datos utilizados proceden del panel de hogares de AC Niesel. Desde esta base, se define y se construye el escenario de compra de los hogares teniendo en cuenta los diferentes establecimientos, formatos y enseñas comerciales minoristas de alimentación y confort que son utilizados para resolver la compra de productos de uso frecuente.

Al mismo tiempo, en donde el ser humano no percibe mayor riesgo, es en el uso de las tecnologías así como los artículos para el arreglo personal, ya que secadoras, planchas para cabello y envases de plástico son difíciles de reciclar.

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

Esto se debe a que si bien el hombre tiene una idea del daño que hace la tecnología al medio ambiente, sin embargo como no es un daño cercano a él, no es tan preocupante, pese a saber que la tecnología daña al medio ambiente, prefiere tener un iPhone, pues no ve de cerca la desertización, la generación de residuos y los accidentes por petróleo sólo por mencionar algunos. Las actividades humanas, desde la obtención de una materia prima, hasta el desecho de los residuos generados tras la obtención de un producto tecnológico, pueden tener consecuencias nefastas para la conservación del medio ambiente. El impacto medioambiental de las obras tecnológicas, la contaminación producida en la obtención y tratamiento de muchas materias primas o de fuentes de energía y los residuos generados en muchas actividades industriales. (Ulrich, 2007)

El segundo objetivo de esta investigación tiene que ver con la descripción de la relación entre el consumismo y la percepción de riesgo ambiental, en el caso de esta investigación la relación resulta negativa, pues al parecer la mercadotecnia y por ende el consumismo, logran nublar a percepción de riesgo ambiental. Ya que al no haber Percepción de Riesgo Ambiental, no se realizan Conductas Proambientales. Se puede citar a Barrientos y Bustos (2011) quienes en su estudio “El consumo ambientalmente responsable en adolescentes Mexicanos” encontraron que los adolescentes son una población altamente susceptible a la publicidad; ya que cada vez más son más productos y servicios cuyas repercusiones ambientales son altas. De ello se desprende la necesidad de que aprendan a tomar en cuenta, no sólo el precio de los productos, sino también el costo de su uso, mantenimiento y disposición final de los mismos. Para ello, la comprensión de cómo es su conducta de consumo y la disposición que tienen para realizar acciones responsables con el medio ambiente es crucial.

De igual forma con el presente estudio se pretende describir la relación entre el consumismo y la conducta proambiental, y es de notar que existe un grupo reducido de personas que procuran consumir productos que protejan el medio ambiente, y esto a su vez tiene que ver con la cultura y la educación de los individuos, tal y como lo señala el estudio llevado a cabo en la Universidad de

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

Castilla- La Mancha utilizando una muestra de 408 estudiantes (Amérigo y González, 2010).

Los valores personales se están convirtiendo en una variable fundamental para explicar y entender la preocupación por la protección del medio ambiente. En el estudio de Amérigo y González, se trató la preocupación ambiental a través de la relación entre los valores personales, las creencias sobre las condiciones ambientales y las intenciones de conducta proambiental. Con respecto al género las mujeres manifiestan mayores intenciones de realizar comportamientos proambientales. Al final de este estudio se encontró una estrecha correspondencia entre los sentimientos de obligación moral y la preocupación ambiental.

Dentro de las variables sociodemográficas sexo y edad, se encontró como dato relevante que jóvenes del sexo femenino prefieren consumir productos bajos en azúcares y grasas, mientras que jóvenes del sexo masculino prefieren consumir productos de “preparación fácil” que generalmente contiene grandes cantidades de calorías.

Por lo anterior mencionado se puede dar cuenta que tanto el sexo como la edad se encuentran en relación con la forma de consumir de los individuos. Ya que de cierta manera el consumo o no consumo de ciertos productos se verá influenciado por la edad y el sexo.

Los datos arrojados por los instrumentos permitieron realizar una serie de análisis, los cuales a continuación y en breve serán explicados.

Se llevó a cabo un análisis de frecuencias con el instrumento de medición para conducta proambiental, la cual arrojó como dato sobresaliente un mayor porcentaje de conductas proambientales en el sexo femenino, tal y como lo muestra el estudio realizado por Armégio y González (2010).

Un factor que se mostro variante fue “Diversión”, incluido también dentro del instrumento para medir el consumismo, así como “Arreglo Personal” y “Tecnología”, esto pudo haber variado gracias a las variables sociodemográficas, utilizadas para esta investigación, es decir, la edad y el

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

sexo. Por ejemplo lo que responde al factor de “Diversión”, la mayoría del consumo es comprendida por los adolescentes, sin embargo los datos estadísticos no dejarán de lado a los adultos y a las personas maduras.

Mientras que por otro lado el mercado de las tecnologías se ve con mayor tendencia hacia el grupo de los adultos, y por último el factor de arreglo personal parece tener un mayor campo de acción con las personas mayores (Rojas y Charcon, 2006).

Con el instrumento de percepción, en donde uno de los factores que más sobresale es el de “Percepción de Pasatiempo”, en donde según la estadística indica el grupo de personas que tiende más a percibir un riesgo en este factor son los adolescentes.

Pese a que los instrumentos mostraron consistencia interna y confiabilidad. No se pudo hacer una análisis con las tres variables al mismo tiempo, ya que el tercer instrumento se encuentra en una escala diferente a los instrumentos de consumismo y percepción de riesgo ambiental, aun así, esto no fue mayor problema para ver mediante un análisis de frecuencias que la población muestral consume de manera desmedida, percibiendo desde una perspectiva moderada y no realizando conductas que le reditúen algo de lo que se toma al medio ambiente.

Con lo anteriormente mencionado no se quiere decir que “nadie” haga nada por el medio ambiente en el que se ve desenvuelto, ya que cabe mencionar que hubo quienes dentro de la entrevista llegaban a comentar sólo una actividad a favor del medio ambiente, pero recuérdese que para fines de este estudio se tomarían tres actividades ambientales, las cuales podrían ser por ejemplo, 1) ahorra agua, 2) ahorra luz y 3) consumir productos que no dañen la capa de ozono, otro bien podría ser 1) reciclar papel, 2) recoger pilas y llevarlas al depósito, y 3) reciclar latas para poder catalogar al individuo como “Proambiental”.

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

Sin embargo se debe reconocer que el medio ambiente no necesita sólo ahorro de agua, o de energía, o de costos de basura orgánicos e inorgánicos. Sino también de redituárle al medio lo que se toma de él.

Así entonces es necesario mencionar que la percepción de riesgo ambiental es buen motivante para una conducta proambiental, como ya lo han mencionado Corraliza, 1995; Bustos, Flores y Andrade, 2002) ya que al percibir un riesgo cerca de uno mismo, el hombre tratará de encontrar la solución a ese problema, ejemplo de ello es el consumo de agua, ya que al percibir más cerca el riesgo por difusión y educación se tiene una mejor conciencia acerca del cuidado del agua, se puede decir que actualmente los automóviles ya no se lavan con manguera.

Cabe mencionar que la percepción de riesgo necesita de factores socioculturales que permitan desarrollar ciertas cualidades en el individuo para poder tener plena conciencia de lo que implica un riesgo ambiental, tal cual lo menciona Acosta, Mmontero, y López (2001) citados por Ramírez, Bustos y Flores (2008) quienes aseguran que el conocimiento y la información de los problemas ambientales no garantizan que los sujetos presenten conductas protectoras del ambiente, es imprescindible además, que se posean las habilidades y condiciones necesarias para emitirlas, lo cual refiere que el efecto de esta variable sobre el comportamiento deseado es indirecto

La hipótesis se prueba, ya que el consumismo logra impedir una adecuada percepción de riesgo ambiental, y al no haber percepción, no puede haber una conducta en pro del ambiente. Sin embargo para poder continuar con la misma línea de investigación se propone hacer las siguientes reflexiones:

- a) Tomar en cuenta la variable sociodemográfica “nivel socio-económico” ya que el consumismo podría estar determinada por el nivel socio-económico, ya que “socio” implica el comportamiento que se va a tener ante un ingreso “económico”, es decir, un comerciante podría ganar lo mismo o más que un profesionista y ambos, tener un nivel de consumismo diferente debido a la cultura que los rodea.

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

- b) Ampliar más el instrumento de conducta proambiental, ya que a pesar de que no se mencionó, el hecho de no ofrecer más opiniones al encuestado, fue con el fin de no darle ideas para acerca de lo que beneficia el medio ambiente, lo que hablaría acerca de su poco saber acerca de conductas a favor del mismo, sin embargo esto mismo pudo haber sido razón para que algún encuestado estuviera haciendo algo en pro del medio ambiente en el que vive y no lo supiera. Y con ello mismo poder medir al mismo tiempo las tres variables
- c) Tomar en cuenta la variables “Nivel educativo” y ver que tanto influye con las tres variables.
- d) Otra variable que se debería de tomar en cuenta, es el “lugar de residencia de las personas”, para poder ver los niveles de “tolerabilidad” que se tiene ante los riesgos que pueda tener el medio ambiente”

Cabe mencionar por último que con esta línea de investigación se pueden resolver problemas que actualmente presentan el medio ambiente y el ser humano, por lo que se debe de continuar en ella, ya que es un tema difícil de comprender y estudiar por la complejidad de especificar el “consumismo”. Además las tres variables en conjunto ha sido un tema poco estudiado.

Capítulo 8 Conclusiones

En esta investigación se ve como culpable de este problema al fenómeno del consumismo, situación que es generalizable a una población, sin embargo la línea de investigación sigue abierta, debido a la amplitud de la variable consumismo y PRA, proponiendo entonces tomar más aun en cuenta el término “Ecocidio” termino que refiere a la destrucción del medio ambiente, y fue generado en los tiempos de la guerra de Vietnam, (Cesarman; 1972). Y sobre esta línea poner especial atención en lo poco que se “personaliza” el problema del medio ambiente, es decir, los estudios que tienen que ver con ecología, sustentabilidad, reciclaje, y problemas medioambientales en general, se refieren a “El hombre” como un ente ajeno y lejano a la realidad, por lo que el riesgo no se percibe en primera persona. Ejemplo de ello en este mismo estudio es el reactivo 4 del instrumento de percepción de riesgo “Pienso que el asistir con frecuencia a las cadenas alimenticias, bares, antros, y lugares de diversión”, donde las personas lo perciben como poco riesgoso, sin saber que el consumir en este tipo de lugares favorece increíblemente al calentamiento global; en cambio las personas tienen más conciencia del cuidado del agua, ya que este desde los años 80’s se ha visto más personalizado, con slogans como “Se parte de la solución no del problema....el 40% de agua utilizada en casa se gasta en el w.c....” “Cuidar el agua, es cuidar tu vida y la de los demás”...por tanto lo mismo debería suceder con todos los problemas que atañan al medio ambiente, comenzando desde la investigación hasta los comerciales por televisión, para lograr así una mejor percepción de riesgo, y como nos afecta a cada uno de nosotros, y como dice aquella frase tan trillada: “Los problemas del medio ambiente son culpa de cada uno y no de todos para así entonces poder erradicar algún día el verdadero problema de raíz, y que el ser humano pueda desenvolverse en un mundo mejor.

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

REFERENCIAS

- Alducin, O. (2010) *Los comercios asociados a una Central de Compra y Servicios resisten mejor los efectos de la crisis* http://www.anceco.com/noticias-ver-mas.php?id_reportage=215 citado el 15 de Marzo de 2012
- Amérigo, M y González, A. (2010) *La preocupación Ambiental como función de los valores y creencias*. Revista psicología social, ISSN 0213-4748, Vol 13 N°3,. Pags 453-461.
- Aragónés, J. I. y Amérigo, M. (2002) *Psicología Ambiental*. México: Ediciones Piramide
- Ambientales. *Revista de Psicología Social*, 6, 223-240
- Bandura, A. y Ribes I. E. 1984 *Modificación de la conducta* 4° reimpresión México: Trillas.
- Barrientos, D. C (2004) *El bienestar subjetivo y su relación con la conducta proambiental*. Tesis En Licenciatura de Psicología. Universidad Nacional Autónoma de México; Facultad de Estudios Superiores Zaragoza.
- Barrientos, D. C. y Bustos, A. M. (2011). El consumo ambientalmente responsable en adolescentes mexicanos. Memoria en extenso. *XI Congreso de Psicología ambiental*, Universidad de Almería, Almería, España. 9-11 de febrero
- Bauman, Z. (2007). *Vida de consumo*. Buenos Aires fce.
- Bauman, Z. (2005). *Trabajo consumismo y nuevos pobres*. Barcelona: Gedisha
- Belmonte, E., P. (2004). Impacto de la redes de telefonía móvil citado en <http://www.ecologistasenaccion.org/article2157.html> el 15 de octubre del 2012
- Becker, M. (1974). *The health belief model and personal health behaviour*. Health Eduactional Monographs, 2, 324-508, 1974.

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

- Berenguer, S. J. y Corraliza, R. J. (2000). *Una propuesta para el estudio de la preocupación ambiental*. Universidad Autónoma de Madrid.
- Berenguer, G.; Mollá, A.; Pérez Alonso-Geta, P. M^a; Cánovas Leonhardt, P. (2006). "Los adolescentes como consumidores: La familia como agente de socialización" *Estudios sobre consumo*, nº 58, pp. 35-46. Madrid: Ministerio de Sanidad y Consumo. Instituto Nacional de Consumo.
- Black, J. S., Stern, P. C., and Elsworth, J. T. (1985). "Personal and contextual influences on household energy adaptations," *Journal of Applied Psychology* 70, 3–21.
- Blackwell, R., Minard, P. y Engels, J. *El comportamiento del consumidor*. México: Thomson.
- Butazzi, R. (1978). *Investigación comercial*. (2^aed.). España: Deusto.
- Bustos A. M., Flores H. L. M. y Barrientos, C. (2004). Estimación de la disposición proambiental. *Revista*
- Bustos A. M., Flores H. L. M. y Andrade, P. P. (2002). Motivos y percepción de riesgo como factores antecedentes a la conservación de agua en la ciudad de México". *La Psicología Social en México*. Vol. 9, 611-617.
- Castañeda J., De la Torre L., Moran R., Lara R., (2002). *Metodología de la Investigación*. México: Ed. Mc Graw Hill Interamericana.
- Cayuela, D. y Cervantes G. (2005) *Desarrollo sostenible*. Aula politécnica. Ciencia, cultura y sociedad. México: Ediciones UPC.
- Cesarman, F. (1972). *Ecocidio: la destrucción del medio ambiente*. México: Editorial Joaquín Mortiz.
- Cone, J.D. y Hayes, S.C. (1980). *Environmental problems/behavioral solutions*. Monterrey, CA: Brooks/Cole.

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

- Corral, V. V. Frias, A. M. y González, L. D. (2003). *Percepción de riesgos, conducta proambiental y variables demográficas en una comunidad de Sonora, México*. Revista Región y Sociedad. 15,26, 49-71
- Corral-Verdugo y Pinheiro (2004). *Aproximaciones al estudio de la conducta sustentable*. Medio Ambiente y Comportamiento Humano, 5(1-2), 1-26.
- Corraliza, J.A., Berenguer, J., Muñoz, M.D. y Martín, R. (1995). *Perfil de las creencias y actitudes ambientales de la población española*. En E. Garrido y C. Herrero (comp.), Psicología Política, Jurídica y Ambiental (pp.327-336). (Base de datos SERMARNAT).
- Corraliza J. A., Cáceres, M. D., Herreros, R. (1995) *Conducta Proambiental y Compromiso público* En: Medio Ambiente y Responsabilidad Humana. Aspectos Sociales y Ecológicos. Universidad Autónoma de Madrid.
- Corraliza, J. A. (1997). La Psicología Ambiental y los problemas medioambientales. *Papeles del psicólogo* (Revista del Colegio Oficial de Psicólogos, España), (67), 26-30.
- Corral-Verdugo, V. (2002) Introducción. En Victor Corral –Verdugo (comp.) *Conductas Protectoras del Ambiente. Teoría, Investigación y Estrategias de intervención*, 5-9. México: CONACYT y Universidad de Sonora.
- Corral- Verdugo, V.,Hess, S.,Hernández, B y Suárez E. (2002b). *Los fundamentos y la estructura de la acción proecológica medidos en una escala de conductas protectoras del ambiente*. Teoría, Investigación y Estrategias de Investigación, 63-80. ;México CONACYT y Universidad de Sonora.
- Corral-Verdugo, V., Frías, A.M. Y González, L.D. (2003) *Percepción de Riesgos, Conducta Proambiental y Variables demográficas en una Comunidad de Sonora, México*. Región y Sociedad, XV, 49-71.
- Covello, V., Allen F.(1988). *Seven Cardinal Rules of Risk Communication*. U.S Enviromental Protection Agency, Office of Policy Analysis.

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

- Covello, V. y Merkhofer, M. W. (1993). *Risk Assessment methods*. Approaches for assessing health and environmental Risk. Plenum Press.
- Craik, K. y Zube, E. (1976) *Perceiving Environmental Quality*. New York: Plenum.
- De Castro, R. (1998). Educación Ambiental. En J. I. Aragonés y M. Américo (Eds.), *Psicología Ambiental* (pp. 329-351). Madrid: Pirámide
- D'Egremy, F. (1985). *Los mil Rostros del Consumidor*. México: Edamex.
- Dreux, P. (1988). *Introducción a la Ecología*. Madrid: Alianza Editorial. S.A.
- Dietz, T., Stern, P. C y Guagnano, G. A. (1998). *Social Structural an Social Psychological bases of enviromental concern*. Envoroment and behavior corcern. *Enviroment and Behavior*, 30, 450 471. (textos especializados) Universidad del Valle de México.
- Dubois, B. y Rovira, A. (1998). *Comportamiento del consumidor. Comprendiendo al consumidor*. (2ªed.). España:pentice may.
- Espluga, J. (2002) "Percepción del riesgo y uso de pesticidas en la agricultura". *Ecología Política. Cuadernos de Debate Internacional*, núm. 22, p. 17-30.
- Extramiana, J. (1987) *El consumo de Energía Eléctrica en Edificios de Vivienda España* ISBN 84-505-6051-9.
- Ferrer, E. (1994) *La publicidad, textos y Conceptos*. México: Fondo de Cultura Económica,.
- Fishbein, M. y Ajzen, I. (1975). *Belief Attitude, intention and behavior: an introduction to theory and research*.
- Forgus, R.H. y Melamed, L.E. (1989). *Percepción. Estudio del desarrollo cognoscitivo*. México: Trillas. Cap. 6, pp. 125-162.

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

- Galindo Gómez, J. (2002). *Dañar al Medio Ambiente nos daña la salud, Desastres Ecológicos: la humanidad amenazada. Medio Ambiente y Salud*, (19), 7 p.p página web www.lector.net/verfeb00/salud.htm citado el 15 de julio del 2011
- González, A. y Américo, M. (1998). *La preocupación Ambiental como función de los valores y las creencias*. *Revista de psicología Social*, 13,453-461
- González, C. N. (2005) *Antología de Cultura y Educación Ambiental*. <http://es.scribd.com/doc/66614144/14/IMPACTO-DE-LA-BASURA-EN-EL-SUELO-AGUA-Y-AIRE> citado el 4 de febrero del 2006
- Gooch, G.D. (1995). *Environmental beliefs and attitudes in Sweden and the basic states*. *Environment and Behavior*, 27,513-539. (Base de Datos SERMARNAT).
- Gutiérrez, M. (2005) *Percepción y Realidad: Los Riesgo ambientales en el Distrito Federal*. Tesis de Licenciatura Psicología C.D. Universitaria Facultad de Psicología UNAM.
- Heimstra, N.W., y Mc Farling, L. H. (1979): *Psicología Ambiental*. México: El manual Moderno.
- Hernández, B., e Hidalgo, M. (2010). *Actitudes y creencias hacia el medio ambiente*. En: *psicología ambiental*. coord . por María Américo, Juan Ignacio Aragónes, Madrid, España. Pirámide.
- Hernández, R. (2008) *Educación de Calidad, Equidad y de Desarrollo Sostenible* www.unesco.org/education/Synergies4conferences.pdf. citado el 24 de Abril del 2011
- Holahan, C. J. (2005) *Psicología ambiental un enfoque general*. México: Limusa. Noriega Editores.
- Iñiguez, L. y Pol, E. (1993) *Estrategias para la transformación del medio ambiente urbano: análisis desde la psicología ambiental y social*, en E.

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

Wiensefield (comp): *contribuciones iberoamericanas a la psicología ambiental caracas*. Publ. Universidad Central de Venezuela.

Jacott, M. (2005). *México: mayo 2005. Tóxicos en la industria electrónica*. <http://www.greenpeace.org/raw/content/mexico/prensa/reports/el-lado-oscuro-de-la-industria.pdf> citado el 24 de abril del 2011

Kaplan, S. y Kaplan, R. (1982). *Cognition and environment. Functioning in an uncertain world*. Nueva York: Praeger.

Kerlinger, F. (1991). *Investigación del comportamiento. Técnicas y metodología*. México: Interamericana.

Landaruzi, O. M, Hernandez, C. Terán y González, U. (2002). *Propuesta de inserción de los procesos ambientales en el curriculum de la licenciatura en psicología*. Facultad de Estudios Superiores Iztacala. UNAM

Levy-Levoyer, C. (1985) *Psicología y Medio Ambiente*. Editorial Morata. Madrid, España.

Lipovetsky, G. (2002): *La era del vacío*. Barcelona: Anagrama

Manero, C. y Caraballo, N. (2007) "Estudios sobre consumo". ISSN 0212-9496, N° 82, págs 49-62.

Mancera, Diego. (1994) *Del libro la transición hacia el desarrollo sustentable. Perspectivas de América Latina y el Caribe*. Hacia un consumo sustentable Simposio de Oslo.

Martinez, J. y Manríquez, C. (2002). *Conducta Proambiental: Su relación con creencias generales, medio ambiente responsable y percepción de riesgo*. Tesis En Licenciatura de Psicología. Universidad Nacional Autónoma de México; Facultad de Estudios Superiores Zaragoza.

Naina Pierri (2006) *Historia del concepto desarrollo sustentable* <http://www.ambiente.gov.ar/infoteca/aea/descargas/pierri01.pdf> citado el 14 de febrero del 2012

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

- McNeill, R. (2003) *Algo Nuevo Bajo el Sol*. Madrid: Alianza Editorial.
- Newman, K. (1986). *Personal Values and commitment to energy conservation*. *Environment and Behavior*, 18, 53-74.
- Pérez, J. (2004). *Percepción de riesgos ambientales en relación a diferencias individuales: un estudio en la Zona Metropolitana de la Ciudad de México*. Tesis de Licenciatura. C.D. Universitaria. UNAM.
- Perrí, N, y Foladori, G (2005) *¿Sustentabilidad? Desacuerdos sobre el desarrollo sustentable*.
- Prohaska, T.T., Albrecht, G. Levy, J.A., Sugrue, N., y Kim, J-H (1990) *Determinants of self-perceived Risk of AIDS*. *Journal of Health on Social Behavior*, 384-394.
- Puy, A. y Cortés, B. (2010) *Percepción social de los riesgos y comportamiento en los desastres*. Por María Amérigo, y Juan Ignacio Aragónes. En: *Psicología Ambiental*. coord. Madrid, España. Pirámide.
- Ramírez, G. C., Bustos, A. M. y Flores, H. L. M (2008). Relación de conductas consumistas y conducta proambiental. *La psicología social en México, XII*, 827-832
- Rojas, R. (2001) *Guía para realizar investigaciones sociales*. (20 ed.) México: Plaza y Valdés.
- Rojas, X y Chacon, (2006) E. Estilos de Vida y Factores de Riesgo para la salud de adultos mayores. *Población y salud en Mesoamérica*. ISSN 1659-0201 Vol. 5 N°1
- Rodríguez, F. (1991). *Percepción ambiental*. En Jimenez Burillo, F. Y Aragónes J.I. (eds.) *Introducción a la Psicología ambiental*. (pag. 51-64) Madrid Alianza Editorial. Schwartz, S.H. (1977) *Normative Influences on altruism*. En L. Berkowitz (ed.), *Advances in Experimental Social Psychology*, (pp. 222-279). Nueva York: Academic Press.

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

- Salgado, J. (2002) *Estudio Sobre el Consumo de Frutas y Verduras En Michoacan, Mexico* <http://www.leafforlife.org> citado el 9 de agosto del 2011
- Sánchez, M. A.; Ferrer, P., E. Yerena, S.; García, R. y Rodríguez, C.; (2008). Factors affecting poaching risk to Andean Bears *Tremarctos ornatus* in the Cordillera de Mérida, Venezuela: space, parks, and people. *Oryx* 42: 437-447.
- Schiffman, L. G. y Lazar, L. (2001) *Comportamiento del consumidor*. (7ma ed.) México: Prentice Hall.
- Schultz, D. y Tannenbaum, S. (1992). *Elementos esenciales de la estrategia publicitaria*. México: Mc Graw-Hill.
- Scott, D y Willits, F.K. (1994). *Environmental Attitudes and Behavior*. A. Pennsylvania survey. *Environment and Behavior*, 26, 239-260. (Textos especializados) Universidad del Valle de México.
- Slovic, P. (1987). *Perception of Risk*. *Science*. N° 236, pag. 280-285.
- Slovic, P., y Weber, E. (2002). Perception of Risk Posed by Extreme Events. Paper prepared of discussion at the conference "Risk Management strategies in an Uncertain World", Palisades. Pág. 12-13.
- Stern, P. (1992). *Psychological dimensions of global environmental change*. *Annual Review of Psychology*, 43, 269-302. (Base de datos SERMARNAT)
- Ulrich, H. (2007) *Urban Population, Development and the Environment*, Department of Economic and Social Affairs, Population Division, ONU <http://www.un.org/esa/population/> citado el 9 de agosto del 2012
- Van Liere, K.D. y Dunlap, R.E. (1978). *Moral norms and environmental behavior: An application of Schawtz's norm-activation model to yard burning*. *Journal of Applied Social Psychology*, 8, 174-188.
- Vargas H.J., (2011). *No tires el unicef dáselo a la UNAM*. <http://www.cnnexpansion.com/mi-carrera/2011/11/04/no-tires-el-unicef-daselo-a-la-unam> citado el 28 de agosto del 2012

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

Varios, (2012) Comision Estatal de Servicios Públicos de Tijuana (2012) *Consumo y Tarifas del agua*. www.cespt.gob citado el 13 de enero del 2012

Varios, (2012) Mc Donald's (2012) Nutición <http://www.mcdonalds.com.mx> citado el 20 de septiembre del 2012

Varios, (2012) Secretaria de Esducación Pública (2012) <http://www.sep.gob.mx> citado el 20 de Septiembre del 2012

Varios, (2005) www.greenpeace.com citado el 24 de octubre del 2011

Weber, J., Hair, J. y Fowler, C. (2002) *Developing a Measure of Percived Enviromental Risk*. *Journal of Enviromental Education.*, 32 (1), 28-38.

Zube, E. H. (1991). Environmental psychology, global issues, and local landscape research. *Journal of Environmental Psychology*, 11, 321-334.

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

APENDICE 1 INSTRUMENTO DE MEDICIÓN.

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES ZARAGOZA.

Cuestionario Consumismo.

Este cuestionario tiene como objetivo conocer con que frecuencia en su hogar consumen productos de uso personal, para el hogar y de tecnologías.

Por favor marque con una "X", en la respuesta más aproximada a su consumo.

Cada reactivo contiene una escala del 1 al 5 en donde:

1=No lo consumo

2=Lo consumo con muy poca frecuencia

3=Lo consumo con poca frecuencia

4=Lo consumo con frecuencia

5=Lo consumo con mucha frecuencia.

Por su participación gracias.

Sexo____

Edad____

1.- Consumo productos de aseo personal y para toda la familia (shampoo, pasta dental, papel higiénico, etc.)

1 2 3 4 5

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

2.- Consumo productos de arreglo personal. (fijador para cabello, cosméticos, perfumes, tintes, etc.)

1 2 3 4 5

3.- Uso aparatos electrónicos para el cabello (Planchas, peinadoras, tenazas o rizadores).

1 2 3 4 5

4.- Consumo productos para la limpieza del hogar (detergentes, aromatizantes, líquidos de limpieza para suelos y superficies, limpiadores de muebles.)

1 2 3 4 5

5.- Consumo electrodomésticos (refrigeradores, estufas, microondas, tostador, extractor de jugos, etc.)

1 2 3 4 5

6.-Consumo decoraciones para el hogar (muebles, figuras de porcelana, floreros, imágenes o cuadros).

1 2 3 4 5

7.- Consumo artículos de tecnología de punta (celulares sofisticados, Laptops, pantallas de plasma, cámaras digitales, scanner, juegos de realidad virtual).

1 2 3 4 5

8.- Consumo luz, agua, gas, teléfono.

1 2 3 4 5

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

9.-Consumo internet y/o TV de paga.

1 2 3 4 5

10.- Uso de automóvil.

1 2 3 4 5

11.- Uso de transporte público.

1 2 3 4 5

12.- Consumo ropa y accesorios de vestimenta (zapatos, tenis, gorras, etc.)

1 2 3 4 5

13.-Consumo de alimentos naturales (huevo, leche, carne, frutas, verduras)

1 2 3 4 5

14.- Consumo de alimentos empaquetados o establecimientos de comida rápida (papas, refrescos, Mc Donal's etc)

1 2 3 4 5

15.- Acostumbro a asistir a lugares de diversión (antros, bares, cines, parques de diversión, etc).

1 2 3 4 5

16.- Consumo de cigarros y/o bebidas alcohólicas.

1 2 3 4 5

*A partir de la pregunta 17 las posibles respuestas son: 1=nunca 2=Casi nunca 3=Frecuentemente 4=Muy frecuentemente 5=Siempre.

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

17.- Los productos que consumo se deben a que me agrada su publicidad.

1 2 3 4 5

18.- Los productos que consumo se debe a los beneficios que me ofrece.

1 2 3 4 5

19.- Pienso que si el precio de un producto es alto, también lo es en calidad.

1 2 3 4 5

20.- Pienso que no siempre lo más caro es lo de mejor calidad.

1 2 3 4 5

21.- Los productos que consumo es por costumbre familiar.

1 2 3 4 5

22.- Consumo los productos de siempre y ya no busco otras marcas.

1 2 3 4 5

23.- Me agrada comparar marcas para conocer más productos.

1 2 3 4 5

24.- Suelo compara precios para economizar.

1 2 3 4 5

25.- Me gusta agradecerle a las personas que me rodean.

1 2 3 4 5

26.- Disfruto de ser aceptado por la sociedad.

1 2 3 4 5

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

APENDICE 2 INSTRUMENTO DE MEDICIÓN.

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES ZARAGOZA.

Cuestionario de Percepción de Riesgo

El siguiente cuestionario tiene como objetivo conocer su opinión con respecto del riesgo para usted, su familia y el medio ambiente.

Por favor coloque la calificación debajo de cada columna (para mí, para mi familia y para el medio ambiente) que mejor se acerque a su opinión, la calificación va del 1 al 5, en donde:

1=Nada riesgoso

2=Poco riesgoso

3=Medianamente riesgoso

4=Muy riesgosos

5=Excesivamente riesgoso.

Por _____ su _____ participación _____ gracias

Sexo_____

Edad_____

1.- Considero que el consumo de detergentes, limpiadores y materiales en spray es:

Para mí

para mi familia

para el medio ambiente

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

2.-Considero que el consumo de tecnologías de punta es:

Para mí	para mi familia	para el medio ambiente
_____	_____	_____

3.-Considero que el consumo de productos de arreglo personal es:

Para mí	para mi familia	para el medio ambiente
_____	_____	_____

4.- Pienso que el asistir con frecuencia a las cadenas alimenticias, bares, antros, y lugares de diversión es:

Para mí	para mi familia	para el medio ambiente
_____	_____	_____

5.- Considero que el uso de productos de limpieza personal es:

Para mí	para mi familia	para el medio ambiente
_____	_____	_____

6.- Creo que el consumo de cigarrros y de bebidas alcohólicas es:

Para mí	para mi familia	para el medio ambiente
_____	_____	_____

7.- Considero que el consumo de automóvil y/o transporte público es:

Para mí	para mi familia	para el medio ambiente
_____	_____	_____

8.- Considero que el consumo de ropa y artículos de vestimenta es:

Para mí	para mi familia	para el medio ambiente
_____	_____	_____

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

9.- Pienso que el consumo de energía así como el consumo de los productos electrodomésticos es:

Para mí	para mi familia	para el medio ambiente
_____	_____	_____

10.- Considero que el consumo de escobas, trapeadores, y demás artículos de limpieza para el hogar es:

Para mí	para mi familia	para el medio ambiente
_____	_____	_____

11.- Considero que el consumo de alimentos naturales es :

Para mí	para mi familia	para el medio ambiente
_____	_____	_____

12.- Considero que el consumo de alimentos empaquetados es:

Para mí	para mi familia	para el medio ambiente
_____	_____	_____

13.- Considero que el uso o consumo de internet, televisión de paga y celulares es:

Para mí	para mi familia	para el medio ambiente
_____	_____	_____

14.- Considero que el consumo de artículos para decorar el hogar es:

Para mí	para mi familia	para el medio ambiente
_____	_____	_____

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

15.- Pienso que el consumo de agua, luz y teléfono es:

Para mí

para mi familia

para el medio ambiente

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

APENDICE 3 INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES ZARAGOZA

Cuestionario de Conducta Proambiental.

El siguiente cuestionario tiene como objetivo conocer si usted realiza alguna labor en pro del medio ambiente.

Por favor responda a las preguntas sinceramente.

1.- ¿Realiza alguna labor que favorezca al medio ambiente?

Si____ NO____

2.- ¿Cuál o Cuáles? (según sea el caso).

Consumismo como antecedente de la Percepción de Riesgo Ambiental y la Conducta Proambiental

APENDICE 4 PILOTO DEL INSTRUMENTO.

Se aplicaron 30 cuestionarios sobre las conductas consumistas y la percepción de riesgo.

Los cuestionarios fueron distribuidos en las colonias de la delegación Venustiano Carranza en la ciudad de México. Se aplicaron 30 encuestas, de las cuales 15 fueron para mujeres y 15 para hombres; las respuestas obtenidas fueron analizadas mediante la estadística descriptiva haciendo uso de las medidas de tendencia central en el programa Statistical Package for the Social Sciences. (SPSS) en su versión 12.0.

La confiabilidad es el grado en que las mediciones repetidas producen resultados similares. La producción de similitudes depende del modo en el que se aplique el instrumento, por lo cual las condiciones deben de ser similares. Para fines de esta investigación se consideró la técnica de coeficiente de estabilidad, ya que se compararon los datos de a primera aplicación con los datos arrojados por una reaplicación del mismo.

Así mismo se hizo una validez relacionada con el constructo, ya que refiere el grado en que a medición se relaciona de manera consistente con otras mediciones de acuerdo con las hipótesis derivadas teóricamente y que conciernen a los constructos que se están midiendo, entendiéndose al término constructo como la variable medida y que tiene lugar dentro de una teoría.