



TRABAJO DE FIN DE GRADO

El efecto de la atención plena sobre el comportamiento ecológico del consumidor

(The effect of mindfulness on the ecological behavior of the consumer)

Autor: D^a. Huayna Ventura, Kelly Liliana

Tutora: D^a. Iniesta Bonillo, María Ángeles

Grado en Administración y Dirección de Empresas

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
UNIVERSIDAD DE ALMERÍA
Curso Académico: 2018 / 2019
Almería, Septiembre de 2019

ÍNDICE

1. Resumen.....	1
2. Introducción.....	1
3. Perspectiva ambiental y economía.....	3
4. Mindfulness.....	5
4.1. Mindfulness, consumidor y medioambiente.....	6
4.2. Efecto del mindfulness en la orientación al Nuevo Paradigma Ecológico (NEP) 9	
5. Metodología.....	11
6. Resultados.....	15
7. Conclusiones.....	20
8. Implicaciones sobre la gestión empresarial.....	21
9. Limitaciones y futuras líneas de investigación.....	22
10. Bibliografía.....	23

Tabla de contenido: Tablas

Tabla 5. 1. Datos sociodemográficos (n=34).....	14
Tabla 5. 2. Aspectos relacionados con su práctica previa de atención plena	15
Tabla 6. 1. Estadísticos descriptivos de los índices GEB y NEP (PRE y POST)	16
Tabla 6. 2. Análisis de dependencia (ANOVA)	17
Tabla 6. 3. Informe de los análisis de dependencia	17
Tabla 6. 4. Análisis de correlaciones	18
Tabla 6. 5. Test t para muestras relacionadas	18
Tabla 6. 6. Relación entre GEB POST y GEB 30 PRE	19

Anexos

Anexo I. Escala de Comportamiento Ecológico General (GEB)	25
Anexo II. Escala del Nuevo Paradigma Ecológico (NEP)	27

1. Resumen

Los problemas ambientales cada vez están cobrando más importancia en la conciencia de los seres humanos. Tanto el impacto humano en el medioambiente como el comportamiento ecológico de las personas son de interés público, pues además de tener consecuencias sobre el entorno natural, tienen serias repercusiones sobre la salud. Se hace necesario, por tanto, tomar medidas para encontrar una manera de vivir más respetuosa y sostenible hacia uno mismo y con el medioambiente. El mindfulness parece erigirse como uno de los determinantes del consumo consciente ya que promueve la reflexión sobre el impacto ecológico de la actividad de consumo y aumenta la capacidad de elección de las personas en el mercado frente a los mensajes a favor del consumo que reciben; además de derivar en una mayor capacidad para llevar a cabo cambios en sus estilos de vida que promuevan la sostenibilidad. En consecuencia, en este trabajo se pretende indagar en el efecto que la práctica de una atención plena correcta tiene sobre la conducta ecológica de los individuos, y sobre su orientación pro-ambiental o hacia el nuevo paradigma ecológico.

2. Introducción

Dada la creciente preocupación por los problemas ambientales desde los años 50 del siglo pasado, la tendencia hacia el desarrollo de comportamientos más respetuosos con el medioambiente ha ido cobrando importancia en el comportamiento del consumidor. El avance de las economías nacionales a través de la rápida urbanización y la aceleración de la innovación tecnológica han traído consigo numerosos beneficios para la vida de las personas, pero también ha tenido algunas consecuencias negativas, entre ellas, sobre el medioambiente (UNEP, 2019).

En este contexto, es importante tener y crear conciencia sobre las consecuencias que tanto el comportamiento de sobreconsumo de los individuos como la gestión de los productos tras su uso tiene sobre el medioambiente, pues además de ser el medio de supervivencia de los seres humanos, tiene efectos sobre la salud de los mismos.

De este modo, el interés del presente estudio parte de la problemática medioambiental y la necesidad de abordarla, en este caso desde una perspectiva interior basada en el desarrollo de la plena consciencia, la cual es fomentada por la práctica del mindfulness -calidad de consciencia que denota una atención receptiva y una consciencia en los estados y

comportamientos internos en curso-, relacionando la misma con el comportamiento ecológico, así como con la nueva visión ecológica del mundo.

Muchos estudios han demostrado que el mindfulness (también conocido como atención plena o consciencia plena), puede llevar a las personas a repensar sus valores y aumentar su bienestar subjetivo, independientemente del consumo material. Su práctica permite mejorar la capacidad de las personas para autorregularse, provocando una reducción del consumo excesivo y del desperdicio de desechos al ayudar a los consumidores a estar más satisfechos con lo que tienen por periodos de tiempo más largos; en definitiva, sirviendo como un antídoto eficaz para los automatismos y la reactividad en el mercado (Brown y Kasser, 2005), además de fomentar comportamientos ecológicos como consecuencia de una mayor conexión entre el individuo y la naturaleza, lo que se traduce en comportamientos más sostenibles (Barbaro y Pickett, 2015).

Teniendo en cuenta lo anterior, el objetivo de este trabajo es indagar en el efecto que la práctica de la atención plena (mindfulness) tiene sobre la conducta ecológica de los consumidores, así como en el cambio del paradigma social dominante al nuevo paradigma ecológico (NEP). En particular, se llevará a cabo lo siguiente:

- 1) Conocer la orientación o visión pro-ambiental, así como la conducta ecológica de personas que recibieron en 2018 la Formación de Monitores de Atención Plena (FMAP) de la Escuela de Atención Plena (EAP).
- 2) Analizar si hay diferencias en la conducta ecológica y en la orientación pro-ambiental de los individuos en función de la frecuencia de práctica de la atención plena antes de iniciar la formación.
- 3) Identificar si existe una variación significativa en el nivel de las dos variables estudiadas antes y después de la formación.
- 4) Conocer si existe relación entre la conducta ecológica y la orientación pro-ambiental o hacia el nuevo paradigma ecológico de los individuos.
- 5) Estudiar si la intención de desarrollar una conducta más ecológica al inicio de la formación en mindfulness afecta a la conducta que manifiestan haber desarrollado tras la misma.

Para abordar estos objetivos estructuraremos este trabajo del siguiente modo. En primer lugar, comenzaremos hablando sobre la perspectiva ambiental en relación a la economía,

después definiremos qué es el mindfulness, así como la relación de su práctica con el medioambiente y el comportamiento ecológico de los consumidores. A continuación abordaremos el Nuevo Paradigma Ecológico (NEP) y estableceremos la relación entre la práctica del mindfulness y la orientación pro-ambiental de las personas. Seguiremos el trabajo con el desarrollo de un estudio empírico mediante el diseño y aplicación de un cuestionario administrado en dos momentos del tiempo -pre y post- a los estudiantes del Programa Mindfulness Basado en la Tradición Budista (MBTB) en su modalidad de Formación de Monitores de Atención Plena (FMAP), impartido por la Escuela de Atención Plena en 2018, que permitirá contrastar las relaciones propuestas. Tras la recogida de datos y el análisis estadístico de los mismos, se presentarán los resultados obtenidos y las principales conclusiones derivadas de los mismos. Por último, se presentan las implicaciones de este trabajo, así como posibles líneas de investigación futuras.

3. Perspectiva ambiental y economía

El deterioro del medioambiente no es un tema alejado de la conciencia de los individuos, pues tanto nuestros comportamientos como los estilos de vida que venimos llevando desde la industrialización contribuyen al calentamiento global, la destrucción del hábitat y el agotamiento de la capa de ozono (Nisbet y Gick, 2008). Ello coincide además de con un cambio de organización económica, con un cambio en la cosmovisión predominante en las sociedades, fundamentada en la progresiva expansión de la mentalidad industrial y mecánica, que separa conceptualmente al hombre de la naturaleza (Lobera Serrano, 2011).

De hecho, se reconoce que las dinámicas o tendencias de las poblaciones humanas y el desarrollo económico son los principales impulsores del cambio ambiental, y que la rápida urbanización y aceleración de la innovación tecnológica han pasado a ser influencias adicionales (UNEP, 2019). El crecimiento de la economía de la mayoría de países desarrollados se ha basado en el paradigma del progreso ilimitado. Y con ello, la publicidad, el marketing y las técnicas de venta han ido cobrando cada vez mayor importancia dando lugar a un nuevo estilo de vida: el consumismo (Lobera Serrano, 2011); influyendo así en el comportamiento de los consumidores al hacer que no estén satisfechos del todo con un producto y se vean obligados a cambiarlo por las nuevas mejoras introducidas por las empresas, generado también por la obsolescencia programada y el avance tecnológico. Ello genera un cúmulo de residuos para las sociedades, de los cuales muchos de ellos no se gestionan adecuadamente o requieren de mayor tiempo para su eliminación.

Si bien es cierto que, en las últimas décadas, muchas naciones se han esforzado por establecer políticas medioambientales en diversas dimensiones para vivir de manera más respetuosa y sostenible con el medioambiente, viéndose las empresas abocadas a implementar dichas políticas en todos sus procesos de gestión, cambiando los negocios y la industria hacia una competencia resultante por compañías “más verdes” (Lobera Serrano, 2011). Y que la mayoría de los ejecutivos son conscientes de la profunda importancia que su respuesta al desafío de la sostenibilidad tiene para la competitividad, y tal vez incluso para la supervivencia de sus organizaciones (Sheth, Sethia y Srinivas, 2011), ya que los consumidores también han evolucionado, son más conscientes, buscan información más allá del precio, dejan de comprar innecesariamente, reciclan, venden de segunda mano y recirculan los bienes que ya no necesitan o prefieren productos ecológicos; aunque esto no siempre se debe a motivaciones sostenibles, pues hay grandes capas de la sociedad ajenas al consumo consciente (OCU, 2018). “El ritmo del consumo y las actividades lineales (extraer-fabricar-usar-desechar) ha incrementado la explotación de recursos más allá de la capacidad de recuperación de los sistemas ecológicos, y ha provocado consecuencias perjudiciales a todos los niveles, desde el local al mundial” (UNEP, 2019, p.20), que cada vez están contribuyendo más al deterioro progresivo del medioambiente.

Según una serie de encuestas elaboradas por diferentes consultoras de administración estratégica (McKinsey, Boston Consulting Group, MIT-Sloan Management Review) la respuesta empresarial a la sostenibilidad es meramente de cumplimiento a la normativa ambiental en lugar de ser tratado con un enfoque estratégico y, aunque la sostenibilidad tiene una amplia aceptación y existen empresas que destacan por ello, son casos excepcionales a la norma (Sheth y otros, 2011).

Por tanto, para afrontar los desafíos de la sostenibilidad se requiere tanto de una oferta como de una demanda más considerada con el medioambiente. Las empresas y el gobierno no son los únicos que deben asumir este reto, pero para poder satisfacer a todas las partes de una economía sin impactar negativamente al medioambiente, es esencial que los empresarios consideren el tema de la sostenibilidad dentro de su estrategia de negocios como parte de sus objetivos a largo plazo (Sheth y otros, 2011), de modo que gestionen de manera adecuada sus actividades y traten de disminuir y/o evitar las consecuencias irreversibles sobre los ecosistemas, la salud humana y los costos económicos (UNEP, 2019).

De este modo, la sostenibilidad, interpretada a través de tres dimensiones: económica, ambiental y social, implica que los resultados del negocio no se basen únicamente en el desempeño económico, sino también en el impacto ambiental y social (Sheth y otros, 2011). Además que, como ya se ha comentado, los consumidores están cambiando, siendo más conscientes del impacto que genera tanto las actividades que ellos mismos realizan como las de los demás sobre el medioambiente, por lo que las empresas se ven forzadas también a afrontar el reto de la sostenibilidad centrado en el cliente, el cual puede tener implicaciones sobre su permanencia en los mercados.

4. Mindfulness

El mindfulness, también conocido como atención plena o consciencia plena, es una práctica ancestral procedente del budismo, extendida en occidente por el doctor Jon Kabat-Zinn en los años setenta del siglo pasado a través de su programa de Reducción de Estrés basado en Mindfulness (MBSR). Desde entonces han ido surgiendo diversas definiciones, en función del contexto sociocultural o religioso, habiéndose llegado incluso a reducir su significado a una definición más del término ‘atención’.

Tratando de ser lo más fiel posible al sentido original del término en la tradición budista, la definición propuesta por Kabat-Zinn (1994) entiende el mindfulness como un estado de presencia, sin juicio, con respecto a los estímulos internos (pensamientos, emociones y sensaciones corporales) y externos (Kabat-Zinn, 1994). No obstante, para Grossman (2014) dicho término sólo alcanza un verdadero significado cuando se contempla dentro de un sistema de prácticas y conductas que es esencialmente compartido por las principales tradiciones budistas, según las cuales, para estar presente se requiere una forma especial de atención, la cual se encuentra continuamente condicionada por la ecuanimidad y la aceptación de la corriente de experiencias percibidas que surgen espontáneamente.

Considerando estas cuestiones, este autor define mindfulness como “un acto de experiencia imparcial, abierta y ecuaníme de eventos y procesos perceptibles a medida que se desarrollan momento a momento (como sensaciones, percepciones, pensamientos, emociones, imaginaciones, o cualquier otro contexto mental del que nos demos cuenta en cualquier momento)” (Grossman, 2014, p.18). No obstante, el maestro budista Dokushô Villalba (2019), fundador de la Escuela de Atención Plena, lo entiende como “un estado de atención abierta a la totalidad de nuestra experiencia vital aquí y ahora. Se trata de una experiencia

integral en la que tomamos plena conciencia del estado corporal, de la respiración, de las sensaciones, las emociones, los contenidos mentales y nuestro entorno” (Escuela de Atención Plena, 2019). La atención o consciencia plena no va a favor ni en contra de las cosas; se trata de una atención ecuánime, de una aceptación de las cosas tal y como son, sin juzgarlas. No es, por tanto, un conocimiento intelectual, sino más bien una experiencia inherente a la condición humana, que va más allá de cualquier tradición particular (EAP, 2019).

Las últimas dos décadas han visto un crecimiento exponencial de la investigación de la atención plena. Así, el mindfulness es objeto de una extensa investigación en muy diversos campos del conocimiento, como la filosofía, la educación, la medicina, la psicología, el ámbito empresarial y el de derecho. Ya son numerosos los estudios que han demostrado las diversas influencias que puede generar la práctica de la atención plena sobre el comportamiento del ser humano, al estar éste más abierto a la experiencia, la autoconciencia, la reflexión, el autocontrol y otros aspectos reflexivos de la consciencia (Brown y Ryan, 2003).

4.1. Mindfulness, consumidor y medioambiente

Una de las razones por las que los consumidores modifican su comportamiento respecto al medioambiente está relacionada con la salud. Las personas suelen modificar su comportamiento cuando se sienten personalmente vulnerables a una amenaza para su salud ya que no creen que el cambio climático por sí solo sea una amenaza que justifique un cambio de comportamiento individual (Nisbet y Glick, 2008). Ello dependerá, por tanto, de la susceptibilidad a las consecuencias negativas que se produzcan en su entorno particular y en ellos mismos.

El hecho de que muchos comportamientos de salud tengan beneficios colaterales para el medio ambiente y viceversa se ve como la razón de una relación aparente entre el comportamiento de salud y ecológico, por su entrenamiento de concienciación sobre el clima y el activismo (Geiger, Otto y Schrader, 2018). Al estar conscientes de que su bienestar depende también del bienestar ambiental, es probable que reflejen comportamientos que conserven el medioambiente y estén relacionados con un estilo de vida más saludable y sostenible, al aportarles mayor capacidad para debilitar los hábitos perjudiciales y mejorar la experiencia. De hecho, investigaciones anteriores sugieren que la práctica de la atención plena implica beneficios colaterales para la salud y el medioambiente al mismo tiempo

(Barrett y otros, 2016), pues su práctica induce a comportamientos más saludables –como, por ejemplo, la nutrición vegetariana-, que a su vez está positivamente relacionado con el comportamiento ecológico en general.

Además de la preocupación por la salud, existen otros factores que pueden conducir a una persona a modificar su comportamiento respecto al medioambiente, como la propia conciencia del efecto sobre él de nuestros comportamientos en general, o actos de consumo en particular. Es más, “Princen, en 1997, sugirió que una condición previa para la orientación consciente del comportamiento de consumo es la conciencia de los mensajes de retroalimentación sobre el impacto ambiental de dicha conducta” (Brown & Kasser, 2005, p.351). Dos décadas después, el mindfulness parece erigirse como otro determinante del consumo consciente, que actúa sobre tantos consumidores que caminan dormidos a través de una niebla de impulsos, hábitos, adicciones y compulsiones (Bahl y otros, 2016).

Se ha encontrado también que la atención plena orienta al individuo hacia los valores intrínsecos –aquellos enfocados hacia el crecimiento personal, las relaciones y la participación de la comunidad-, y que estos están asociados con un mayor bienestar subjetivo, pero que de alguna manera tiene efectos positivos para la reducción de la huella ecológica. Al no depender los valores intrínsecos de los bienes materiales, la energía invertida en actividades intrínsecas puede significar menos energía dedicada a algunas actividades basadas en el consumo, con lo que la atención plena puede llevar a las personas a repensar sus valores y aumentar su bienestar subjetivo, independientemente del consumo material (Brown y Kasser, 2005).

La atención plena, por tanto, promueve la reflexión sobre el impacto ecológico de la actividad de consumo y aumenta la capacidad de elección de las personas en el mercado frente a los mensajes a favor del consumo que reciben (Brown y Kasser, 2005). Una mayor conciencia inhibe las respuestas de comportamiento automáticas, ayuda en la regulación del comportamiento y hace que las opciones de comportamiento alternativas sean relevantes. Por su parte, (Bahl y otros, 2016), en términos de conciencia interna, encontraron que la atención plena mejora la conciencia de las sensaciones corporales de los consumidores y de su dependencia de las señales fisiológicas en los episodios de consumo; y, en términos de conciencia externa, ésta incrementa el acceso a la información, lo que resulta en una perspectiva más amplia de la experiencia (Barbaro y Pickett, 2015).

En base a los hallazgos de Bahl y otros (2016) la atención plena presenta un potencial transformador del consumo consciente que parece derivar en diferentes prácticas a favor del bienestar del consumidor, bienestar social y bienestar ambiental. Centrándonos en los aspectos ambientales, el mindfulness implica prestar una mayor atención a las sensaciones corporales, emociones y pensamientos evocados por estar en el mundo y en la naturaleza, una mayor consciencia de los efectos beneficiosos que nos aporta el medioambiente, así como la forma en que el comportamiento de uno afecta al mismo, la apertura a estilos de vida más sostenibles, la conciencia de una conexión más profunda con el valor de los recursos existentes, visión clara de las prácticas derrochadoras, y la apertura a cambios de comportamiento e innovaciones que reduzcan los desperdicios.

Así, esta práctica deriva en una mayor capacidad para aprender, hacer y sostener cambios en el estilo de vida que promuevan la sostenibilidad (Bahl y otros, 2016) -las personas más conscientes son más propensas a participar en comportamientos sostenibles (Brown y Kasser, 2005)- y una mayor capacidad para realizar y mantener cambios en el estilo de vida que disminuyan los desperdicios -los consumidores conscientes suelen tener en cuenta la información sobre los desechos (por ejemplo, la reciclabilidad) al tomar decisiones de consumo (Brown y Kasser, 2005).

En consecuencia, se ha encontrado que la atención plena está asociada con un menor materialismo, una tendencia hacia un menor consumo en la actividad y una mayor capacidad de decisión informada en la vida cotidiana (Brown y Ryan, 2003), y que, por tanto, es más probable que los consumidores conscientes tengan en cuenta las facetas ecológicas de un producto al tomar decisiones de consumo, apoyándose en la idea de que estos pueden preocuparse más por los efectos de su comportamiento en el medioambiente (Brown y Kasser, 2005).

De hecho, las investigaciones realizadas por Brown y Kasser (2005), Barbaro y Pickett, (2015), Geiger y otros (2018), entre otros, coinciden en que la atención o consciencia plena puede conducir indirectamente al ser humano hacia un comportamiento más ecológico y amable con el medioambiente, pues una mayor consciencia y atención en el momento presente están correlacionadas positivamente con una conexión más fuerte con la naturaleza y un compromiso pro-ambiental. Esta inclinación o actitud generada en el individuo, se traduce en un comportamiento más ecológico. Por su parte, la investigación realizada por Barbaro y Pickett (2015) ha demostrado que a mayor consciencia, mayor importancia de las

alternativas sostenibles en los comportamientos cotidianos a favor del medioambiente (por ejemplo, reciclar, usar la bicicleta cuando las circunstancias lo permitan o compartir el automóvil para ir al trabajo y/o la universidad).

Por tanto, esta conexión con la naturaleza producida por la atención plena motiva a la participación y elección de comportamientos pro-ambientales con un menor impacto en el entorno natural. Esto es, esta práctica acaba actuando como una especie de antídoto para el consumismo al mejorar la capacidad de las personas para autorregularse, provocando una reducción del consumo excesivo y del desperdicio de desechos al ayudar a los consumidores a estar más satisfechos con lo que tienen por periodos de tiempo más largos (Brown y Kasser, 2005), pese a no ser ese su propósito pues, tal y como se ha mencionado, su práctica requiere de una observación ecuánime y sin juicio acerca del objeto de atención.

Considerando todo lo expuesto, planteamos la siguiente hipótesis:

H₁: La práctica de la atención plena afecta positivamente al comportamiento ecológico del consumidor.

4.2. Efecto del mindfulness en la orientación al Nuevo Paradigma Ecológico (NEP)

Como estamos viendo, la preocupación sociopolítica internacional por el deterioro progresivo del medioambiente desde las últimas décadas del siglo XX, ha llevado a los investigadores a indagar más a fondo en las actitudes y comportamientos ambientales, creando consigo escalas de medición que les ayuden a comprender cómo ve el público los problemas ambientales.

Impulsados por los movimientos ambientalistas de Estados Unidos en los años 60 y 70 e inspirados en la publicación de Rachel Carson “Silent Spring” -libro divulgativo sobre impacto ambiental que se ha convertido en un clásico de la concienciación ecológica (Wikipedia, 2019)-, Dunlap y Van Liere desarrollaron la escala del Nuevo Paradigma Ecológico (NEP) en 1978, una medida de respaldo a una visión del mundo pro-ecológica capaz de medir la transición de la visión del mundo prevaleciente en una población, o Paradigma Social Dominante (DSP) -ideología en la que no existen límites ecológicos para el crecimiento económico y se basa en un optimismo tecnológico como solución a los problemas ambientales-, hacia una visión del mundo más consciente del medioambiente (Anderson, 2012).

Desde entonces, la NEP se centró en las creencias sobre la capacidad de la humanidad para alterar el equilibrio de la naturaleza, la existencia de límites de crecimiento para las sociedades humanas y el derecho de la humanidad. Sin embargo, tras haber sido criticada la escala original, Dunlap, Van Liere, Mertig y Jones (2000) ampliaron su contenido hacia una apertura a los problemas ecológicos (en oposición a los ambientales, que resultan más estrechos, específicos y menos sistémicos), para convertirla en una herramienta confiable y válida para medir la cosmovisión ecológica de la población.

Esta medida es ampliamente utilizada en educación ambiental, recreación al aire libre y otros ámbitos donde se cree que las diferencias en el comportamiento o las actitudes se explican por valores subyacentes, una visión del mundo o un paradigma (Dunlap y otros, 2000).

El aumento de la aprobación de la escala NEP en numerosos estudios y la revisión de la misma para aportar mayor consistencia sobre este sistema de creencias, aporta utilidad para rastrear aumentos en el respaldo de una cosmovisión ecológica, así como para examinar el efecto de experiencias específicas y tipos de información para generar cambios en esta cosmovisión (Dunlap y otros, 2000). De manera global, en dichos estudios se ha encontrado que los adultos jóvenes, bien educados y políticamente liberales son más respetuosos con el medioambiente que sus homólogos, pues las personas más jóvenes están menos vinculadas a las cosmovisiones tradicionales, los mejores educados están expuestos a más información sobre temas ambientales y los más liberales están menos comprometidos con el Paradigma Social Dominante (DSP).

Como ya se comentó en el apartado anterior, en numerosos estudios se ha encontrado que la atención plena se asocia significativamente con una mayor conexión con la naturaleza, pues ésta mejora las experiencias momento a momento al mejorar la conexión con el mundo propio y al orientar el enfoque hacia el entorno natural (Barbaro y Pickett, 2015), dando como resultado una conexión más fuerte con la naturaleza.

Si bien actualmente no existen estudios y/o investigaciones que relacionen la práctica del mindfulness con la visión del Nuevo Paradigma Ecológico (NEP), se ha demostrado que estas experiencias con la naturaleza pueden fortalecer la propia visión del mundo (Bahl y otros, 2016) al estar más conectados con la naturaleza, orientando al ser humano hacia comportamientos pro-ambientales. La preocupación por el entorno natural hace que las opciones de comportamientos alternativos sean más notables a través de la intensificación de

las experiencias con el mismo (Barbaro y Pickett, 2015). Además, cabe recordar que una mayor atención plena puede llevar a las personas a repensar sus valores y aumentar su bienestar, con independencia del consumo material (Brown y Kasser, 2005), así como las diferencias individuales en la conexión con el medio ambiente pueden predecir las actitudes y comportamientos ecológicos del mismo (Nisbet y Gick, 2008).

Por tanto, la práctica del mindfulness puede promover la orientación del individuo hacia una visión más ecológica del mundo, al crear consciencia sobre las repercusiones que conllevan sus comportamientos y estilos de vida consumistas y poco conscientes, y sobre los efectos que generan sobre su entorno de supervivencia.

Considerando lo expuesto, se puede plantear la siguiente hipótesis:

H₂: La práctica de la atención plena tiene un efecto positivo sobre la orientación proambiental del consumidor, en términos de su orientación al Nuevo Paradigma Ecológico (NEP).

5. Metodología

Con el fin de contrastar las hipótesis planteadas, así como dar respuesta a los objetivos expuestos, se llevó a cabo una investigación descriptiva basada en el diseño de un cuestionario, el cual fue administrado a un grupo de estudiantes de la Formación de Monitores de Atención Plena (FMAP) -Programa Mindfulness Basado en la Tradición Budista (MBTB)-, elaborado por el maestro zen Dokushô Villalba, e impartido por la Escuela de Atención Plena (EAP) fundada por él, en el Monasterio Budista Luz Serena (Requena-Valencia). Dicho cuestionario fue respondido al inicio y fin de la formación, esto es, en enero y junio de 2018.

Si bien, esta formación enseña y transmite el cultivo de la atención plena tomando como base la tradición budista, se trata de un programa aconfesional; esto es, se trata de un programa integral que incluye todos los elementos transmitidos por dicha tradición, tanto técnicos como éticos, pero no se imparte doctrina budista alguna, ni se emplean símbolos ni rituales budistas.

Esta formación de Monitores de Atención Plena se distribuye en 6 módulos, cada uno de los cuales se imparte presencialmente durante un fin de semana al mes, y se practica por parte de los alumnos durante todo el mes hasta el encuentro siguiente. Cuenta con un total de 284

horas -47 teóricas, 60 de prácticas en grupo y 177 de práctica individual. Los contenidos de dichos módulos abarcan los siguientes aspectos: 1) Atención plena en la postura y la respiración; 2) Atención plena en las sensaciones; 3) Atención plena en las emociones; 4) Atención plena en los contenidos mentales; 5) Atención abierta; y 6) Didáctica del MBTB y código deontológico.

El cuestionario incluye diversos aspectos: características sociodemográficas de los encuestados, aspectos relacionados con su práctica previa de meditación, de la atención plena, así como de otras prácticas similares, una batería de preguntas para medir el nivel de atención plena, otras preguntas sobre aspectos de salud, una escala de comportamiento ecológico y la escala del nuevo paradigma ecológico. De dicho cuestionario, en este estudio no se trabajará sobre la escala de atención plena, pues se encuentra en una fase inicial de construcción, ni sobre las cuestiones vinculadas a la salud de los encuestados, ya que su análisis se aleja de los objetivos de esta investigación.

Para medir el comportamiento ecológico nos basamos en la escala de Comportamiento Ecológico General (GEB) propuesta por Kaiser (1998), la cual fue posteriormente ampliada por Kaiser y Wilson (2000). Dicha escala fue adaptada y medida de forma dicotómica (sí/no-0) a través de 29 ítems, tal y como se hizo en Kaiser (1998), incluyéndose un ítem adicional relativo a la intención comportamental pro-ambiental (ver Anexo I).

Respecto al Nuevo Paradigma Ecológico (NEP), éste fue medido siguiendo la escala propuesta por Dunlap y otros (2000), siguiendo la traducción al castellano de Vozmediano Sanz y San Juan Guillén (2005). Siguiendo dicha escala, los 15 ítems que la componen representan 5 aspectos de las creencias generales sobre la relación entre el ser humano y la naturaleza: la existencia de límites al crecimiento de las sociedades humanas, el derecho de la humanidad a usar la naturaleza en su provecho o anti-antropocentrismo, la fragilidad del equilibrio natural, el rechazo al excepcionalísimo humano, y la posibilidad de crisis ecológica. Los ítems impares están redactados de forma que el acuerdo con ellos indica un punto de vista pro-ambiental, mientras que el desacuerdo con los pares también muestra una actitud pro-ambiental. En resumen, una orientación pro-ecológica o “ver el mundo ecológicamente”, reflejado por una puntuación elevada en la escala NEP, debería llevar a creencias y actitudes pro-ambientales en una amplia gama de temas (Dunlap y otros, 2000). Los ítems se midieron siguiendo una escala Likert de 5 niveles, siendo 1 -Totalmente en desacuerdo, y 5-Totalmente de acuerdo (ver Anexo II). Todos los ítems inversos fueron, por

tanto, revertidos antes de ser analizados, de forma que todos coincidieran en que, a mayor valor, mayor orientación hacia el nuevo paradigma ecológico.

En total se recogieron 54 cuestionarios válidos en la fase PRE y 37 en la fase POST, habiendo 34 casos completos (PRE y POST). Por tanto, para este estudio se emplea una muestra de 34 personas, puesto que nos interesa conocer el efecto que genera la práctica de atención plena de esta formación de la EAP. En las Tablas 5.1 y 5.2, se describe la muestra en función de sus datos sociodemográficos y cuestiones relacionadas con su práctica previa de atención plena desde diversas modalidades.

Como puede observarse en la Tabla 5.1, la muestra está compuesta levemente por más mujeres (58.8%) que hombres (41.2%); de los cuales, en su mayoría, se encuentran casados/as o emparejados/as (58.8), seguido de los solteros (23.5%). Asimismo, nos encontramos con más personas que poseen domicilio propio, concretamente 28 personas sobre el total de la muestra (82,3%): el 64.7% posee domicilio propio y convive con su pareja y/o hijos, mientras que el 17.6% posee domicilio propio y vive solo/a. En su mayor parte, estos cuentan con un buen nivel de estudios, el 76.5% posee estudios universitarios, lo cual manifiesta una muestra bastante formada. Por otra parte, el 73.5% se encuentra laboralmente activo, trabajando por cuenta ajena el 64.7% y el 8.8% de manera autónoma. En cuanto a sus ingresos mensuales, nos encontramos con diversos resultados; no obstante, de manera representativa el 41.1% obtiene entre 1201-2400€ al mes, seguido, por un lado, del 17.6% que posee más de 2400€ al mes, y, por otro lado, del 17.6% que mensualmente posee menos de 600€.

Tabla 5. 1. Datos sociodemográficos (n=34)

Características	Frecuencia absoluta	Porcentaje
Género		
Hombre	14	41.2
Mujer	20	58.8
Estado civil		
Casado/a emparejado/a	20	58.8
Soltero/a	8	23.5
Separado/a divorciado/a	5	14.7
Viudo/a	1	2.9
Forma de convivencia		
Domicilio propio solo/a	6	17.6
Domicilio propio con la pareja y/o hijos	22	64.7
Domicilio de familiares	2	5.9
Alquiler con parejas	2	5.9
Piso compartido	2	5.9
Nivel de estudios		
Graduado escolar (EGB, ESO, FP I, Grado Medio)	2	5.9
Estudios secundarios (BUP, Bachillerato Superior, COU, PREU, FP II, Grado Superior)	4	11.8
Estudios universitarios	26	76.5
Doctorado	2	5.9
Situación laboral		
Estudiante	1	2.9
Ama de casa	1	2.9
Desempleado/a con subsidio	4	11.8
Empleado/a por cuenta ajena	22	64.7
Jubilado/a	1	2.9
Autónomo	3	8.8
Ns/Nc	2	5.9
Ingresos mensuales		
<600€	6	17.6
601-1200€	5	14.7
1201-2400€	15	44.1
>2400€	6	17.6
Ns/Nc	2	5.9

Fuente: Elaboración propia a partir del análisis de datos en el programa estadístico SPSS.

Respecto a la práctica de la meditación, en la Tabla 5.2 se puede observar como el 88.2% de la muestra cuenta con experiencia en práctica de meditación formal previa a la formación por parte de la EAP, habiendo un 67.6% activo en la práctica de meditación en el momento en que rellenaron el cuestionario. Del total de estos últimos, más del 70% practica la meditación de forma continua; un 39.13% medita entre 3 y 4 veces a la semana, mientras que un 34.78%

lo hace diariamente. Ahora bien, en cuanto al tiempo de dedicación a la misma, nos encontramos con una media de 52.53 meses y 21.76 minutos al día. Por tanto, de acuerdo con los datos obtenidos respecto a las cuestiones relacionadas con la práctica previa de la atención plena, podemos decir que más de la mitad de la muestra tiene experiencia en la práctica de la meditación y ha sido activa en su práctica anterior a su incorporación en la formación.

Tabla 5. 2. Aspectos relacionados con su práctica previa de atención plena

Muestra total (n=34)			
Aspectos	Frecuencia	Porcentaje	
Experiencia en práctica de meditación formal			
No	4	11.8	
Sí	30	88.2	
Práctica activa en meditación			
No	11	32.4	
Sí	23	67.6	
Muestra activa en meditación (n=23)			
Aspectos	Frecuencia	Porcentaje	
Frecuencia			
1 a 3 veces/mes	4	17.39	
1 a 2 veces/semana	2	8.70	
3/4 veces/semana	9	39.13	
Diariamente	8	34.78	
Aspectos	Mínimo	Máximo	Media
Tiempo/meses	0	444	52.53
Minutos/día	0	60	21.76

Fuente: Elaboración propia a partir del análisis de datos en el programa estadístico SPSS.

6. Resultados

Tanto para alcanzar los objetivos propuestos como para contrastar las hipótesis planteadas, se llevaron a cabo análisis de dependencia, análisis de correlaciones, así como el test t para muestras relacionadas. A continuación se presentan los resultados para cada uno de los objetivos planteados.

Objetivo 1

En la Tabla 6.1 se presenta los descriptivos de las variables estudiadas antes y después de recibir la formación de atención plena. Se calcularon índices sumativos con todos los ítems que componían las escalas GEB y NEP.

Respecto a la escala GEB, al tratarse de ítems dicotómicos con valores 0/1; los valores que puede alcanzar dicho índice en cada encuestado son 0 (mínimo) y 29 (máximo). Por su parte, los ítems de la escala NEP adoptaban valores de 1 a 5, de modo que el índice sumativo para dicha escala podía adoptar valores entre 15 (mínimo) y 75 (máximo).

Respecto al primer objetivo (Conocer la orientación o visión pro-ambiental, así como la conducta ecológica de personas que recibieron en 2018 la Formación de Monitores de Atención Plena (FMAP) de la Escuela de Atención Plena (EAP)), podemos decir que los resultados señalan una muestra bastante inclinada hacia comportamientos ecológicos y una visión pro-ecológica previa a la formación, pues así lo indican sus medias. También podemos observar que los valores medios para estas variables después de recibir la formación siguen siendo elevados.

Tabla 6. 1. Estadísticos descriptivos de los índices GEB y NEP (PRE y POST)

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. Típica
GEB PRE	34	13	26	20,21	2,442
GEB POST	34	15	26	21,77	2,543
NEP PRE	34	48	75	61,32	7,243
NEP POST	34	49	75	60,83	6,301

Fuente: Elaboración propia a partir del análisis de datos en el programa estadístico SPSS.

Objetivo 2

Con respecto al objetivo 2 (Analizar si hay diferencias en la conducta ecológica y en la orientación pro-ambiental de los individuos en función de la frecuencia de práctica de la atención plena antes de iniciar la formación), el análisis de dependencia que se presenta en la Tabla 6.2, nos muestra cómo la frecuencia con la que meditan los encuestados previa a su incorporación a la EAP no influye sobre el comportamiento y la visión pro-ecológica que indican tener antes de dicha formación. Pues como podemos observar en la Tabla 6.3, las medias de las variables GEB y NEP para cada categoría de la variable “Frecuencia con la que medita” poseen valores elevados y sin ninguna diferencia destacable entre los mismos.

Ambas variables presentan desviaciones típicas bajas, lo cual señala que la mayor parte de los datos están agrupados cerca de la media.

Tabla 6. 2. Análisis de dependencia (ANOVA)

		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
GEB PRE*Frecuencia con la que medita	Entre grupos	18,563	4	4,641	0,755	0,563
	Dentro de grupos	178,151	29	6,143		
	Total	196,714	33			
NEP PRE*Frecuencia con la que medita	Entre grupos	139,552	4	34,888	0,636	0,641
	Dentro de grupos	1591,889	29	54,893		
	Total	1731,441	33			

Fuente: Elaboración propia a partir del análisis de datos en el programa estadístico SPSS.

Tabla 6. 3. Informe de los análisis de dependencia

Frecuencia con la que medita	N	GEB PRE		NEP PRE	
		Media	Desv. Típica	Media	Desv. Típica
Nunca	11	20,04	2,376	61,83	6,028
1 a 3 veces/mes	4	20,33	0,577	66,67	4,509
1 a 2 veces/semana	2	21,50	3,536	63,50	16,263
3/4 veces semana	9	21,05	2,098	59,78	7,032
Diariamente	8	19,18	3,110	59,75	8,379
Total	34	20,21	2,442	61,32	7,243

Fuente: Elaboración propia a partir del análisis de datos en el programa estadístico SPSS.

Objetivo 3

Respecto al tercer objetivo (Identificar si existe una variación significativa en el nivel de GEB y NEP antes y después de la formación impartida por la EAP), se han llevado cabo análisis de correlaciones entre las variables tanto antes como después de la formación.

En la Tabla 6.4 se puede apreciar que el comportamiento ecológico del encuestado antes y después de la formación en atención plena (GEB PRE y POST) está fuertemente correlacionado; el valor medio es ligeramente superior al inicio (ver tabla 6.1), siendo además dicha diferencia significativa (Tabla 6.5). De modo que podemos afirmar que la práctica de atención plena a través de la formación suministrada por el programa de Monitores de Atención Plena en la Escuela de Atención Plena estimula una mejora en el comportamiento ecológico de los practicantes y, por tanto, aceptamos la hipótesis H₁.

En cuanto a la orientación pro-ecológica (NEP), la Tabla 6.4 nos muestra una correlación positiva entre sus valores antes y después de la formación, lo cual señala que existe relación entre ambas variables. Sin embargo, como se puede apreciar en la Tabla 6.1, el valor medio tras la formación es inferior al valor medio previo a la misma. Además, el test t para muestras relacionadas muestra que la diferencia entre ambos valores no es significativa (Tabla 6.5), lo que nos lleva a rechazar la hipótesis H₂, pues la práctica de atención plena a través de la formación no ha generado una mejora sobre la perspectiva de una visión más ecológica del mundo y, por el contrario, lo ha disminuido. Ello quizás se deba a que la práctica de la atención plena y de las prácticas coadyuvantes que se aprenden y practican, han podido provocar una mayor ecuanimidad en las personas, y un menor juicio, hasta el punto de que ciertos aspectos que anteriormente se consideraban muy negativos o catastrofistas de los contemplados en la escala NEP, desde unos ojos ecuanimes quizás se han empezado a ver de otra manera.

Tabla 6. 4. Análisis de correlaciones

		GEB PRE	GEB POST	NEP PRE	NEP POST
GEB PRE	Correlación de Pearson	1			
	Sig. (bilateral)				
GEB POST	Correlación de Pearson	0,700**	1		
	Sig. (bilateral)	0,000			
NEP PRE	Correlación de Pearson	0,230	0,102	1	
	Sig. (bilateral)	0,191	0,566		
NEP POST	Correlación de Pearson	-0,101	-0,095	0,594**	1
	Sig. (bilateral)	0,567	0,594	0,000	

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral)

Fuente: Elaboración propia a partir del análisis de datos en el programa estadístico SPSS.

Tabla 6. 5. Test t para muestras relacionadas

	Media	Desv. Típica	Error promedio	Inferior	Superior	t	gl	Sig. (bilateral)
GEB PRE Y POST	-1,552	1,934	0,332	-2,227	-0,878	-4,681	33	0,000
NEP PRE Y POST	0,490	6,162	1,057	-1,660	2,640	0,464	33	0,646

Fuente: Elaboración propia a partir del análisis de datos en el programa estadístico SPSS.

Objetivo 4

Por lo que respecta al objetivo 4 (Conocer si existe relación entre la conducta ecológica y la orientación pro-ambiental o hacia el nuevo paradigma ecológico de los individuos –GEB y NEP), podemos ver en la Tabla 6.4 que la correlación no es significativa, pues el p-valor es superior al nivel de significación. Esto se traduce en que el comportamiento ecológico que los encuestados muestran antes de la formación no guarda relación con la visión ecológica que reportan cada uno de ellos, previa a la formación. Lo mismo ocurre para las variables GEB POST y NEP POST, el análisis de correlación nos muestra un resultado no significativo para las mismas.

Objetivo 5

Finalmente, en cuanto al último objetivo (Estudiar si la intención de desarrollar una conducta más ecológica al inicio de la formación en mindfulness afecta a la conducta que manifiestan haber desarrollado tras la misma), dado que todos los encuestados presentan una respuesta afirmativa para la variable de intención de llevar a cabo diferentes actividades para proteger el medioambiente y evitar su deterioro (GEB 30), estadísticamente no tiene sentido calcular si existe diferencias en las medias de comportamiento ecológico entre los que sí tienen intención y los que no la tienen (Tabla 6.6).

Tabla 6. 6. Relación entre GEB POST y GEB 30 PRE

		N	Porcentaje
GEB POST*GEB PRE 30	Incluido	34	100,0
	Casos excluidos	0	0,0
	Total	34	100,0
NEP PRE*Frecuencia con la que medita	Incluido	34	100,0
	Casos excluidos	0	0,0
	Total	34	100,0
Informe de la intención de llevar a cabo comportamientos sostenibles			
GEB 30 PRE	Media	N	Desv. Típica
Sí	21,77	34	2,543
Total	21,77	34	2,543

Fuente: Elaboración propia a partir del análisis de datos en el programa estadístico SPSS.

7. Conclusiones

Tras la revisión de la literatura sobre el tema abordado, así como el estudio empírico realizado en el presente estudio, podemos afirmar que la atención plena contribuye a cierto cambio mental y comportamental de los individuos sobre el impacto que tienen muchas de sus acciones sobre el entorno en el que se desenvuelven, logrando que estos opten por comportamientos que reduzcan su impacto sobre el medioambiente. Muchos de los comportamientos del día a día se realizan de manera automática, sin darnos cuenta de los efectos que tienen sobre el planeta y la vida que este acoge, por lo que este estado de mayor atención en el presente repercute en una mayor concienciación y control de cada decisión que es llevada a cabo.

En consecuencia, la atención plena se establece como una nueva vía de actuación que puede contribuir a la gestión de los problemas ambientales, pese a no ser éste su propósito principal. No obstante, esta actitud tomada hacia una mejora individual, no sólo logra alcanzar una mayor aceptación y felicidad con uno mismo, sino que permite a las personas entender al ser humano como parte de la naturaleza, consiguiendo así conectar con el presente y fomentar relaciones equilibradas con otros seres vivos y con los demás elementos de la naturaleza. Por tanto, la búsqueda legítima de un mayor bienestar a través de esta práctica, aun cuando pudiera comenzar en algunas personas con un propósito individualista y egocéntrico, acaba conduciendo a la toma de conciencia de que un bienestar duradero no se puede alcanzar si dicho estado no está presente en el mundo. Ser conscientes ayuda a las personas a reconocer que tienen suficiente y a estar menos preocupadas por acumular posesiones materiales, adquiriendo así una mentalidad que se preocupa por sí mismas, por la comunidad y por la naturaleza, que se traduce conductualmente en atemperar los excesos asociados con el consumo adquisitivo, repetitivo y aspiracional (Sheth y otros, 2011).

Así, pese a que entre la concienciación y la acción para reconfigurar su comportamiento puede haber cierta postergación de la actuación, la práctica de la atención plena puede ayudar a las personas a modificar sus comportamientos a favor de las alternativas sostenibles que puedan existir en muchos de sus comportamientos. Este cambio comportamental y mental abre paso a un nuevo tipo de consumidor, capaz de procesar todo tipo de información recibida sin que ello se traduzca en un acto de consumo, gracias a una mayor atención a sus sensaciones corporales, emociones y pensamientos con respecto a sí mismo y a su entorno.

Si bien actualmente son cada vez más los consumidores que exigen productos más respetuosos con el medioambiente y toman la decisión de no adquirir determinados productos porque no están acorde con sus valores ambientales, la adopción de esta práctica en cualquier individuo puede conseguir más adeptos conscientes de la situación ambiental, que tanto de forma indirecta como directa afecta a todos los factores de una economía, pues tenemos que ser conscientes del deterioro del medioambiente, de la escasez de los recursos naturales y de las graves repercusiones que pueden tener sobre los ecosistemas, la salud humana y los costos económicos.

8. Implicaciones sobre la gestión empresarial

Como se ha mencionado anteriormente, la práctica de atención plena permite a los individuos mejorar su conciencia sobre el impacto de sus comportamientos, entre ellos, en el medioambiente, consiguiendo, desde la perspectiva del consumo, que estos puedan autorregularse ante sus dependencias fisiológicas en los episodios de consumo, y reduciendo consigo aquellos comportamientos que no son responsables con el medioambiente. Con lo que, si hoy por hoy muchas personas son conscientes del impacto ambiental de los procesos productivos de muchas empresas y exigen productos sostenibles con el medioambiente, el aumento de la práctica del mindfulness tanto por los consumidores como por el resto de agentes en una economía, podría llevarlos a tomar acción desde una perspectiva más amable con el medioambiente y no como una medida obligada ante las circunstancias o la misma normativa. Pues se sabe que la sostenibilidad es un tema ampliamente aceptado en el entorno empresarial; sin embargo no son muchas las empresas que la enmarcan dentro de sus decisiones estratégicas, y dados los cambios producidos en la sociedad, el aumento de la concienciación ambiental así como el incremento de una demanda más ecológica por parte de unos consumidores cada vez más conscientes, es ahora un reto añadido para las empresas el fomentar el consumo consciente, del cual dependerá su competitividad en el mercado.

Por tanto, al igual que dicha práctica genera un cambio mental y comportamental sobre el comportamiento de consumo del consumidor, las empresas impulsadas por una gerencia consciente de la situación ambiental y partidarias por querer transmitir esos valores ecológicos a sus empleados, podrían emplear la práctica de mindfulness en sus empleados, logrando que estos al conectar mejor consigo mismos –además de contribuir a un mejor rendimiento en su entorno laboral-, consigan conectar con estos valores. De modo que las empresas fomenten el consumo consciente dando ejemplo desde el interior de la misma,

llevando a cabo una gestión gerencial, productiva y de marketing enfocada en la sostenibilidad -tanto social como medioambiental-, con gestión de los residuos post-venta de sus productos/servicios que puedan ser llevados por ellos mismos o por los mismos consumidores. De hecho, la introducción de formación en mindfulness en las organizaciones es ya una realidad desarrollada en cada vez más empresas.

9. Limitaciones y futuras líneas de investigación

Este trabajo presenta limitaciones, entre ellas, el tamaño reducido de la muestra. En investigaciones futuras sería interesante contrastar estas hipótesis, tanto en personas que hagan esta formación de monitores, como cualquier otro formato de enseñanza de la atención plena, y en diferentes colectivos.

También sería muy interesante volver a recoger estos datos de la misma población, pero habiendo transcurrido un intervalo mayor de tiempo después de finalizar la formación, controlando si en dicho tiempo han seguido con la práctica y sus efectos sobre sus hábitos de consumo consciente. Y, además de ello, podría ser bastante sugerente recoger datos específicos sobre sus hábitos de compra en diferentes grupos, es decir, en relación a los alimentos, vestimenta, entre otros.

Otro aspecto interesante para abordar sería comparar los efectos sobre el comportamiento ecológico entre practicantes de la atención plena siguiendo el método MBTB y otras formaciones de mindfulness de características parecidas.

10. Bibliografía

- Anderson, M. (2012). New Ecological Paradigm (NEP) Scale. *Berkshire Publishing Group*, 260-262. Obtenido de: https://www.researchgate.net/publication/264858463_New_Ecological_Paradigm_NEP_Scale
- Bahl, S., Milne, G., Ross, S., Mick, D., Grier, S., Chugani, S., . . . Boesen-Mariani, S. (2016). Mindfulness: Its Transformative Potential for Consumer, Societal, and Environmental Well-Being. *Journal of Public Policy & Marketing*, 35(2), 1-13. doi:10.1509/jppm.15.139
- Barbaro, N., & Pickett, S. (2015). Mindfully green: Examining the effect of connectedness to nature on the relationship between mindfulness and engagement in pro-environmental behavior. *Personality and Individual Differences*, 93, 137-142. doi:10.1016/j.paid.2015.05.026
- Barrett, B., Grabow, M., Middlecamp, C., Mooney, M., Checovich, M., Converse, A., . . . Yates, J. (2016). Mindful Climate Action: Health and Environmental Co-Benefits from Mindfulness-Based Behavioral Training. *Sustainability*, 8(1040), 1-20. doi:10.3390/su8101040
- Brown, K., & Kasser, T. (2005). Are Psychological and Ecological Well-Being Compatible? The Role of Values, Mindfulness, and Lifestyle. *Social Indicators Research*, 74, 349-368. doi:10.1007/s11205-004-8207-8
- Brown, K., & Ryan, R. (2003). The benefits of being present: Mindfulness and its role in psychological well-being. *Journal of Personality and Social Psychology*, 84(4), 822-848. doi:10.1037/0022-3514.84.4.822
- Dunlap, R., Van Liere, K., Mertig, A., & Jones, R. (2000). Measuring Endorsement of the New Ecological Paradigm: A Revised NEP Scale. *Journal of Social Issues*, 56(3), 425-442.
- Escuela de Atención Plena (EAP)*. (2019). Obtenido de <http://eaplana.es/>
- Geiger, S., Otto, S., & Schrader, U. (2018). Mindfully Green and Healthy: An Indirect Path from Mindfulness to Ecological Behavior. *Frontiers in Psychology*, 8(2306), 1-11. doi:10.3389/fpsyg.2017.02306
- Grossman, P. (2014). Mindfulness: Awareness Informed by an Embodied Ethic. *Springer Science*, 17-22. doi:10.1007/s12671-014-0372-5

- Kabat-Zinn, J. (1994). *Where You Go, There You Are: Mindfulness Meditation in Everyday Life*. Hyperion , 1-6.
- Kaiser, F. (1998). A General measure of ecological behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 28(5), 395-422.
- Kaiser, F., & Wilson, M. (2000). Assessing people's general ecological behavior: A cross-cultural measure. *Journal of Applied Social Psychology*, 30(5), 952-978.
- Lobera Serrano, J. (2011). Sociedad y medio ambiente: cosmovisiones, límites y conflictos. (15), 1-6.
- Nisbet, E., & Glick, M. (2008). Can Health Psychology Help the Planet? Applying Theory and Models of Health Behavior to Environmental Actions. *Canadian Psychological Association*, 49(4), 296-303. doi:10.1037/a0013277
- Organización de Consumidores y Usuarios (OCU). (2018). *Otro consumo para un futuro mejor. Nuevas economías al servicio de las personas y el planeta*.
- Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (UNEP). (2019). *Perspectivas del Medio Ambiente Mundial 6: Resumen para responsables de formular políticas*.
Obtenido de https://wedocs.unep.org/bitstream/handle/20.500.11822/27652/GEO6SPM_SP.pdf?sequence=6&isAllowed=y
- Sheth, J., Sethia, N., & Srinivas, S. (2011). Mindful Consumption: A Customer -Centric Approach to Sustainability. 39, 21-39. doi:10.1007/s11747-010-0216-3
- Villalba, D. (2019). Atención Plena. Mindfulness basado en la tradición budista. *Kairós*.
- Vozmediano Sanz, L., & San Juan Guillén, C. (2005). Escala Nuevo Paradigma Ecológico: propiedades psicométricas con una muestra española obtenida a través de Internet. 6(1), 39-47.
- Wikipedia. (2019). Obtenido de https://es.wikipedia.org/wiki/Primavera_silenciosa

ANEXOS

Anexo I. Escala de Comportamiento Ecológico General (GEB)

	SI	NO
1. Tiro las pilas gastadas a la basura.		
2. Echo los restos líquidos de comida por las tuberías de desagüe.		
3. Las medicinas caducadas las devuelvo a la farmacia.		
4. Acumulo el papel usado y lo llevo al contenedor de papel.		
5. Llevo las botellas usadas a un contenedor de vidrio.		
6. Suelo optar por una ducha antes que por un baño.		
7. Tengo el grifo abierto mientras me estoy lavando los dientes.		
8. Mantengo la plancha encendida mientras me cambio.		
9. Acumulo suficiente cantidad de ropa para llenar la lavadora.		
10. Utilizo suavizante cuando lavo la ropa.		
11. Abro las ventanas para ventilar con la calefacción encendida.		
12. Lavo la ropa sucia sin prelavado.		
13. Utilizo un producto espray para limpiar el horno.		
14. Echo insecticida para eliminar los insectos en mi casa.		
15. Utilizo ambientador en el baño.		
16. Uso limpiadores químicos para la tasa del baño.		
17. Para lavar utilizo detergentes con compuestos ecológicos.		
18. A veces compro las bebidas envasadas en latas y plásticos.		
19. En el supermercado compro las frutas y verduras sin envasar.		
20. Las bolsas del supermercado las reutilizo.		
21. Cuando puedo compro los productos en envases retornables.		
22. Si puedo compro los productos envasados en papel y no en plástico.		
23. A menudo hablo con amigos de temas del medio ambiente.		
24. Contribuyo económicamente con organizaciones ecológicas.		
25. He recriminado a alguien su conducta anti ecológica.		
26. Apoyo a los grupos u organizaciones de defensa del medio ambiente		

27. Evito conducir mi coche por la ciudad.		
28. Normalmente, suelo conducir a velocidad menor a 120 Km/h.		
29. Cuando es posible utilizo transporte público o voy andando.		
30. Estoy dispuesto a realizar diferentes actividades para proteger el medio ambiente y evitar su deterioro.		

Fuente: Kaiser y Wilson (2000)

Anexo II. Escala del Nuevo Paradigma Ecológico (NEP)

1. Nos estamos aproximando al límite de personas que la tierra puede albergar.
 2. Los seres humanos tienen derecho a modificar el medio ambiente para adaptarlo a sus necesidades.
 3. Cuando los seres humanos interfieren con la naturaleza, a menudo las consecuencias son desastrosas.
 4. El ingenio humano asegurará que no hagamos de la Tierra un lugar inhabitable.
 5. Los seres humanos están abusando seriamente del medio ambiente.
 6. La tierra tiene recursos naturales en abundancia, tan sólo tenemos que aprender a explotarlos.
 7. Las plantas y los animales tienen tanto derecho como los seres humanos a existir.
 8. El equilibrio de la naturaleza es lo bastante fuerte para hacer frente al impacto que los países industrializados le causan.
 9. A pesar de nuestras habilidades especiales, los seres humanos todavía estamos sujetos a las leyes de la naturaleza.
 10. La idea de que la humanidad va a enfrentarse a una “crisis ecológica global” se ha exagerado enormemente.
 11. La tierra es como una nave espacial, con recursos y espacio limitados.
 12. Los seres humanos fueron creados para dominar al resto de la naturaleza.
 13. El equilibrio de la naturaleza es muy delicado y fácilmente alterable.
 14. Con el tiempo, los seres humanos podrán aprender lo suficiente sobre el modo como funciona la naturaleza para ser capaces de controlarla.
 15. Si las cosas continúan como hasta ahora, pronto experimentaremos una gran catástrofe ecológica.
-

Fuente: Vozmediano Sanz y San Juan Guillén (2005)