

Salir de compras (4 de 4)

Autor: BIO, A.C. - 22-06-2000

<https://vinculando.org/ecologia/compras3.html>

Aquí entre nos

Olvídate de los cupones de descuento, ignora las rebajas y ofertas y deja ya de comparar los precios de las cosas. Los precios son apenas un elemento (ni con mucho el más importante) para hacer tus compras ambientales. Ante la necesidad de competir, no siempre el proveedor más barato es el mejor proveedor, te pueden estar vendiendo algo muy barato, pero quizá sea algo que en lugar de beneficiarte tarde o temprano va a causarte un daño.

Muchas personas ya se han convencido de que al hacer sus compras, es más adecuado hacerlo conforme a sus valores y convicciones personales en lugar que de acuerdo al dinero que uno tiene en la bolsa. Sobre todo porque las empresas que anuncian sus productos en la televisión, en las calles, en las revistas y hasta en las computadoras, no siempre son tan veraces.

Píldoras para los malestares, shampús para tener el pelo sedoso y brillante, miles de programas y películas por ver, muebles y enseres de casa que uno en realidad no necesita, vehículos apantallantes con los que catalizamos nuestras vidas. Esto es sólo una pequeña parte de la maquinaria que ha sido montada para hacer funcionar un sistema económico basado en el consumo, y no en el valor de los recursos.

En lugar de conformarnos con las vaciladas que nos ofrecen, debemos presionar a las empresas y organizaciones irresponsables a que cambien sus políticas y sus procesos dañinos al entorno natural. La razón es muy simple: nuestro bienestar depende de un ecosistema sano, no de acumular hasta el límite sus productos. ¿O es que tendremos que acabar comprando filtros electromagnéticos para purificar el aire de nuestras recámaras, o plantas de tratamiento de aguas para minimizar los efectos nocivos que éstas tienen sobre la naturaleza, o tendremos que acabar consumiendo alimentos mutágenos desarrollados con biotecnología?

¿Arriesgaremos la vida de otras personas que "tienen" que trabajar en condiciones de alto riesgo para su salud, o en condiciones de sobre-explotación?^[3] ¿Tendremos que seguir comprando los productos de aquellas empresas que cuentan con el capital y la tecnología suficiente para producir productos más duraderos y menos nocivos, pero que no los sacan al mercado, porque no es negocio? ¿Nos conformaremos a que nuestros hijos aprendan en sus computadoras con multimedia cómo eran los pandas y los elefantes?

Los riesgos son grandes. Nuestras decisiones son importantes. Sobre todo si sabemos que de nosotros depende el cambio.

Quizá acabemos sustituyendo nuestra marca de cereal favorito, el periódico que acostumbramos hojear, o dónde y cada cuándo adquirimos tal o cual producto. Son el tipo de decisiones importantes a LAS QUE ESTAMOS EXPUESTOS Y QUE A DIARIO REALIZAMOS. Esas Decisiones impactan en el mercado, para bien o para mal.

De todos aquellos productos y servicios que disfrutamos y nos gusta adquirir ¿conocemos a las empresas -qué tan limpios son sus procesos, de dónde obtienen sus materias primas, qué posibilidades de desarrollo ofrecen a sus empleados- o sólo conocemos lo que nos anuncian de su producto?

Algunas, no está aquí de sobra decirlo, contribuyen al deterioro de la capa de ozono, otras talan indiscriminadamente los bosques en los Estados, algunas más discriminan a las mujeres y a los indígenas (o contratan a las mujeres indígenas con salarios de miseria), incluso algunos consorcios colaboran abiertamente con

ciertos partidos políticos.

También hay empresas (que también las hay), que tratan bien a sus empleados, que son conscientes del deterioro ambiental y que verdaderamente se esfuerzan en modificar sus procesos (desde el origen) para no contaminar, que donan un porcentaje de sus utilidades a programas y proyectos que revitalizan las comunidades en donde se encuentran, o que sin ir más lejos, se comprometen en dar valor a sus clientes a cambio del dinero que reciben en la compra de sus productos.

Nadie más que tú decide con qué tipo de organización está dispuesto a gastar su dinero al adquirir bienes y servicios para ti y tu familia. Quizá tus decisiones como comprador estén determinadas por variables de: calidad, salud, seguridad, nutrición y precio (en un primer rango), y después por otras como "es la única marca que mi hijo come...", o porque "tiene un empaque lindísimo", aunque al final de cuentas uno acabe tirando el empaque, o porque nos dijo el vendedor que era "el último que le quedaba" y luego verificamos que ya no nos alcanza para pagar las cuentas.

Si observamos con cuidado veremos que muchas veces las diferencias entre un mismo tipo de productos son mínimas; las diferencias están dadas por la publicidad y pueden ser artificiales, triviales o del todo equivocadas.

También depende de nosotros el tipo de variables que consideremos al hacer nuestro análisis antes de comprar.

Notas.

[3] La esclavitud del siglo XX tiene nuevos nombres, aunque los resultados sean los mismos.

[Regresa al índice.](#)