la conformación del sector internacional, reconocidos como organismos autónomos e independientes de cualquier filiación política, religiosa y de nacionalidad, que buscan el bienestar social de la población mediante el desarrollo económico ecológicamente sustentable *(Pérez, 2004, 25-26)*.

Consumidor ecológico

Por otra parte el comportamiento del consumidor ecológico se considera como un fenómeno muy complejo en el que intervienen tanto variables internas al individuo como variables externas. Dentro de las variables internas se pueden incluir a los valores, ideas y opiniones, la personalidad o la actitud que el individuo muestra en cualquier actividad que desarrolla. Y en las

variables externas estarían las variables de información, la publicidad, los grupos sociales, la familia, la educación, etc., que influyen en los aspectos internos mencionados con anterioridad y, en definitiva en que su conducta sea más o menos ecológica *(Fraj y Martínez, 2002, 111).*

El estudio del comportamiento del consumidor ecológico se ha abordado desde diferentes perspectivas. Por un lado, se encuentra la aproximación que hace la psicología cognitiva hacia este tipo de comportamiento, atendiendo a la información que el consumidor tiene para valorar si un producto es más o menos respetuoso con el medio ambiente, y al conocimiento que éste va forjando conforme asimila dicha información. Por otra parte, la visión de la antropología cognitiva analiza las características culturales, es decir, los principios que mueven a este tipo de consumidores a comportarse de esta manera, y se centra en estudiar la forma en que éste se desarrolla y usa su conocimiento con un propósito determinado cuando realiza cualquier actividad en su rutina diaria *(Ibídem).*

A pesar de ser varias las perspectivas desde las que se estudia el comportamiento del consumidor, se debe señalar que la valoración que realizan de dicho comportamiento es poco exacta y por tanto confusa. El estudio del comportamiento del consumidor ecológico es tan amplio que es muy difícil tratar de abarcarlo por completo *(Fraj y Martínez, 2002, 112).*

A continuación abordaremos lo que algunos autores han denominado inteligencia ecológica como respuesta a la concientización del consumidor para el resguardo de la ecología.