

Uno de cada dos americanos se siente ecociudadano

Esta nueva herramienta pretende analizar mensualmente el grado de confianza de los americanos acerca de sus dirigentes, sus instituciones y sus empresas en lo referente a cuestiones medioambientales, así como medir el impacto de las compras de sus productos verdes.

Según las primeras conclusiones publicadas por “Greener World Media”, sólo un 26,6% de los 2.500 ciudadanos encuestados juzgaba la labor del gobierno federal en materia de conservación medioambiental como positiva. Las grandes empresas no salían mejor paradas en la opinión ciudadana, con sólo un 22,7% de los encuestados que estimaba que sus acciones eran satisfactorias. Por otra parte, más de la mitad (52%) de los ciudadanos estimaba que su conducta se correspondía con la de un “ecociudadano”.

A pesar de la crisis económica, más de un 79% de los consumidores se comprometían a comprar la misma o mayor cantidad de productos verdes que el año anterior. Sin embargo, un 64% de ciudadanos fueron incapaces de citar de forma espontánea el nombre de alguna empresa que consideraran verde. Entre las compañías verdes mejor valoradas por los americanos capaces de nombrar una, aparecían algunos grandes supermercados descuento y, sin embargo, se echaban a faltar empresas que acreditaran un verdadero respeto al medioambiente en su actividad económica. Esta paradoja evidencia la dificultad con que se encuentran muchas empresas a la hora de hacer llegar el mensaje de su filosofía a los consumidores.

Otro aspecto que estudia este nuevo índice son las fuentes que utiliza el consumidor americano para informarse sobre cuestiones medioambientales. Como recursos menos utilizados destacan los portales en Internet o los blogs de las empresas, esto es debido a la desconfianza del consumidor ante la creciente oleada de ecoblanqueo por parte de muchas empresas. Los americanos prefieren intercambiar información con sus amigos, colegas o miembros de su familia. Por otra parte, los ciudadanos confiesan confiar en los blogs de temática verde, aunque reconocen que no los utilizan verdaderamente.

Greenconfidence

(fin del artículo)