

UNCUMA resalta el comportamiento paradójico de los consumidores españoles con el medio ambiente

Comunicado de Prensa, 03/02/2010

- **La Unión de Cooperativas de Consumidores y Usuarios de Madrid, UNCUMA, resalta los resultados ambivalentes de la primera "Encuesta de Hogares y Medio Ambiente" publicada por el Instituto Nacional de Estadística, y realizada entre abril y septiembre 2008 en más de 27.000 hogares de toda España.**
- **Esta encuesta demuestra que la sensibilidad medio-ambiental de las familias aunque crece claramente, no se traslada en la misma proporción a los hábitos de consumo.**
- **Las acciones de sensibilización siguen siendo necesarias para incrementar el conocimiento de los consumidores sobre nociones como el ciclo de vida de los productos y el consumo sostenible, teniendo en cuenta que la concienciación aumenta con el nivel de ingresos y el nivel de estudios, y que las mujeres se preocupan mas que los hombres.**
- **Esta encuesta resalta también el necesario aumento y la diversificación de las ofertas de servicios o productos medio-ambientalmente responsables, ya sean de iniciativa pública o privada.**
- **La UNCUMA reclama el incremento de las acciones conjuntas de**

todos los agentes involucrados, administraciones públicas, empresas y sociedad civil, para conseguir una mayor concienciación y movilización de los hogares españoles a favor de un consumo sostenible.

La Unión de Cooperativas de Consumidores y Usuarios de Madrid, UNCUMA, resalta muchas contradicciones entre el 96,4% de ciudadanos que aceptarían tomar determinadas medidas para la protección del medio ambiente y el 4,4% de los hogares que tienen en cuenta las emisiones de CO2 a la hora de comprar un coche. Estas cifras demuestran que si crece claramente la sensibilidad medio-ambiental de las familias (el 76,9% manifiesta estar muy preocupado por el medio ambiente y el 59,2% ha tenido conocimiento de alguna campaña para su protección), su traslado a los hábitos de consumo no esta siendo suficiente.

Si los gestos de ahorro de agua (en el 96,9% de los hogares), separación de residuos o el uso de bombillas de bajo consumo (67,1%) se generalizan, al mismo tiempo muchos españoles siguen sin conocer el coste energético real de los electrodomésticos (más del 35% dice desconocer la calificación energética de sus electrodomésticos) o de los coches. Las acciones de sensibilización tienen que incrementar el conocimiento de los consumidores sobre nociones como el ciclo de vida de los productos y el consumo sostenible, teniendo en cuenta que la concienciación aumenta con el nivel de ingreso y el nivel de estudios, y que las mujeres se preocupan mas que los hombres.

En la separación de residuos influye no sólo la predisposición de los hogares a la eliminación selectiva de residuos, sino también la infraestructura disponible y su proximidad. De la misma manera, el 32,4% de los entrevistados usan su vehículo privado por falta de una oferta alternativa de transporte público. Estas consideraciones, que se pueden generalizar a muchos otros campos, resaltan cómo deben también incrementarse y diversificarse de manera notable las ofertas de servicios o productos medio-ambientalmente responsables, ya sean de iniciativa pública o privada.

La Unión de Cooperativas de Consumidores y Usuarios de Madrid, UNCUMA, que desarrolla desde años campañas de sensibilización a la eficiencia energética y da consejos prácticos para ahorrar energía, reclama el incremento de las acciones conjuntas de todos los agentes involucrados, administraciones públicas, empresas y sociedad civil, para conseguir una mayor concienciación y movilización de los hogares españoles a favor de un consumo sostenible.