

# SOSTENIBILIDAD Y CONSUMO 2023

## DE LA ASPIRACIÓN A LA NECESIDAD

SECTORES DE  
MOVILIDAD SOSTENIBLE,  
ECONOMÍA CIRCULAR  
Y TRANSICIÓN  
ENERGÉTICA



 [elobservatoriocetelem.es](http://elobservatoriocetelem.es)  
 [cetelem.es](http://cetelem.es)  
 [@Obs\\_Cetelem\\_ES](https://twitter.com/Obs_Cetelem_ES)

**OBSERVATORIO**  
Cetelem



# ÍNDICE

- 03 El Observatorio Cetelem.**  
Franck Vignard, CEO  
BNP Paribas Personal Finance en España.
- 04 Sostenibilidad y Consumo 2023**  
Liliana Marsán,  
Responsable del Observatorio Cetelem,  
BNP Paribas Personal Finance en España.
- 05 Entrevista a nuestros expertos**
- 06** Entrevista Pilar Méndez,  
Directora de partenariado de marcas y  
Sergio Escudero, Director Comercial Auto,  
BNP Paribas Personal Finance España
- 08** Entrevista a Jose Antonio Gimeno, Director de  
Marketing y grandes cuentas Retail,  
BNP Paribas Personal Finance España
- 11** Entrevista a Felix Justicia,  
Gerente de cuentas Retail Cataluña,  
BNP Paribas Personal Finance España
- 13 Aspectos generales sobre  
sostenibilidad y consumo**
- 14** Responsabilidad social corporativa
- 18** Aspectos generales sostenibilidad
- 28** Conclusiones aspectos generales
- 32 Transición energética**
- 33** Eficiencia energética en el hogar
- 37** Inversión y consumo en el hogar
- 40** Energía fotovoltaica (placas solares)
- 42** Motivaciones y frenos
- 44** Rentabilidad de la inversión
- 45** Leyes de autoconsumo
- 49** Conclusiones transición energética
- 55 La voz de nuestros partners**
- 56** Entrevista Juan Buitrón,  
Sales Manager de Enphase Energy  
para España y Portugal
- 57** Entrevista Josep Maria Albert,  
CCO Engel Energy
- 59** Entrevista Rafael Reyes, CEO Solideo
- 60** Entrevista Hugo Fernandez,  
Director financiero Adnaya
- 61** Entrevista Daniel Fernández  
CEO de Sotysolar
- 63 Economía circular**
- 64** Economía circular y reducción de residuos
- 68** Segunda mano
- 68** Compras de segunda mano
- 74** Ventas de segunda mano
- 79** Índices de reparabilidad y de durabilidad
- 81** Productos reacondicionados
- 84** Alquileres/renting
- 89** Conclusiones economía circular
- 95 La voz de nuestros partners**
- 96** Entrevista Juan Carretero,  
CEO Bike Ocasión
- 97** Entrevista Sergi Luque,  
Director comercial y de operaciones Escapa
- 99 Movilidad sostenible**
- 100** Movilidad urbana sostenible
- 107** Bicicletas y patinetes
- 107** Intención de compra
- 110** Segunda mano
- 114** Renting
- 117** Coche eléctrico/Moto eléctrica
- 117** Intención de compra
- 118** Barreras para su compra y máximo esfuerzo  
económico
- 121** Intención de compra moto
- 124** Carsharing/Motosharing
- 130** Conclusiones economía circular
- 135 La voz de nuestros partners**
- 136** Entrevista Francisco Berroya,  
Atebi
- 137** Entrevista Tony Amat,  
Director Tradebike
- 139** Entrevista Carlos Whang,  
CEO YADEA
- 140** Entrevista Victor Gonzalez,  
Director General Yamaha
- 141** Ficha técnica

## EL OBSERVATORIO CETELEM

**Franck Vignard-Rosez** | CEO BNP Paribas Personal Finance España

Desde sus inicios en España, hace ya más de un cuarto de siglo, en el año 1997, los informes y estudios del Observatorio Cetelem han venido analizando con rigor las tendencias y hábitos de consumo de los ciudadanos.

Hemos estudiado, de forma constante, diferentes sectores del consumo, desde el amplio sector de la automoción, pasando por la tecnología y la electrónica, hasta llegar a sectores más concretos como la bicicleta o los elementos relacionados con la transición energética o la economía circular. En resumen, todo aquello relacionado consumo en los hogares. Mención aparte merece nuestro análisis sobre el comercio electrónico como forma de consumo en crecimiento constante o, más recientemente la relación entre el consumidor y la sostenibilidad. Estas décadas de esfuerzo han convertido a El Observatorio Cetelem en un referente, no solamente entre los medios de comunicación, sino también entre los profesionales especializados, dentro y fuera de nuestras fronteras,



siendo un socio privilegiado para los actores clave en el mundo del consumo y las asociaciones patronales de la distribución y la automoción, con los que mantenemos relaciones permanentes.

A día de hoy, El Observatorio Cetelem se ha consolidado como prescriptor sobre el análisis del consumo, convirtiéndose en una herramienta informativa de gran calado social gracias a los datos que comparte con

distintas audiencias. Con cinco grandes informes anuales (Motor en España, Consumo Europa, Consumo y Sostenibilidad, Consumo España y Comercio electrónico), el barómetro mensual y nuestros zooms temáticos específicos y estacionales, ofrecemos un amplio abanico de información que refleja siempre la actualidad y tendencias del consumo en su sentido más amplio.

BNP Paribas Personal Finance, a través de su marca comercial Cetelem es, sin duda, un líder del crédito al consumo nacional e internacional y esa experiencia y conocimiento se comparten, periódicamente, con todos aquellos públicos interesados en profundizar en el consumo como uno de los pilares de la economía. Para mí, por lo tanto, es un placer compartir estas páginas con todos vosotros e invitaros, no solamente a una lectura de este documento, sino a visitar la página web del Observatorio Cetelem donde podréis encontrar la información relativa a todos los estudios publicados. ■

## INTRODUCCIÓN

**Liliana Marsán** | Responsable del Observatorio Cetelem

La sociedad es un ser vivo que no deja de evolucionar y las empresas siempre deben ir a la estela de esos cambios. Pero cuando centramos el tema sobre la sostenibilidad, los últimos tiempos han supuesto un cambio profundo. La pandemia, las crisis y los esfuerzos que los ciudadanos hemos tenido que hacer para adaptarnos a todo ello han hecho que las actitudes del consumidor hayan cambiado aún más profundamente, si cabe. Si antes la sostenibilidad era vista como un buen deseo que debía ser alcanzado de forma progresiva, ahora es visto como una necesidad.

Las empresas no deben mostrar intenciones, deben presentar hechos y el consumidor lo ve, lo exige como un factor decisivo en sus decisiones de compra.

Hoy en día basta abrir las páginas de un medio de comunicación, escuchar



la radio o ver televisión (cuando no plataformas digitales) y constatar que todo esto es una realidad. Las empresas han tomado las riendas y presenciamos una competición constante en la gestión de esas marcas para ofrecernos una imagen de sostenibilidad.

Este nuevo panorama supone un reto, no solamente ante eso que ahora se llama "eco postureo" o, más técnicamente, *greenwashing*, sino más seriamente, la altura de la respuesta que debemos dar al consumidor para estar en su mente en el momento de la compra. Una compra más limitada debido a la situación compleja de subida de precios y en donde el consumidor valora más los argumentos, que como este que tratamos, pueden inclinar la balanza.

Desde el Observatorio Cetelem seguiremos atentos para compartir puntualmente los resultados de nuestros análisis

Disfruten de la lectura.

Liliana Marsán  
Responsable del  
Observatorio Cetelem. ■

---

# ENTREVISTA A NUESTROS EXPERTOS



## ENTREVISTA

**Pilar Méndez** Directora de partenariado de marcas y **Sergio Escudero**, Director Comercial Auto en BNP Paribas Personal Finance España

**Sergio, el propósito de BNP Paribas Personal Finance, es promover un consumo más responsable y sostenible para apoyar a nuestros clientes y partners. ¿Cómo lo ponéis en práctica desde el área de Mobility Spain?**

Nuestro compromiso está bastante alineado con las expectativas de los consumidores. Hace años, ya preguntábamos en los estudios del Observatorio sobre el interés por parte de los consumidores hacia vehículos más ecológicos, y sobre todo cuál era su expectativa de compra. En aquel momento veíamos mucha diferencia entre la intención manifestada frente al volumen de compras que existía realmente. En 2023, estamos viendo que se acortan las diferencias, que realmente la venta de vehículos eléctricos y sobre todo los electrificados, si sumamos ambos mercados, empieza a tener un peso bastante importante y relevante en nuestro país. Aunque hay que decir que todavía estamos muy lejos del peso que tiene en otros países, incluso de nuestro entorno más cercano como es Portugal, pero poco a poco, observamos que estas diferencias se acortan.

**Desde el área de mobility, lo que hacemos es colaborar con nuestros partners para ayudar al consumidor hacia esa evolución de una compra de vehículos menos contaminantes, más sostenibles**

Por ejemplo, en términos de acciones concretas, estamos muy focalizados a productos financieros en el corto plazo, es decir, pensamos que en un momento en que el cliente tiene incertidumbre, al final no sabe bien qué tipo de motorización comprar, pues proponemos modelos como la suscripción o el renting.

En este sentido, entra el alquiler, podemos colaborar dando cierta certidumbre a las



intenciones de compra que tenga el cliente. Tenemos un producto que le permite el derecho a equivocarse, como es el Multiopción, con el que puedes acceder a un vehículo electrificado o eléctrico, y en el plazo de dos, tres o cuatro años, poder tomar la decisión de seguir con ese vehículo y comprarlo, o cambiarlo por otro de la misma marca con mejores prestaciones y tecnología, de una manera muy cómoda y con mensualidades similares a las que tenías hasta ese momento. Si además a todo esto le das servicios y propuesta de valor, estamos haciendo una contribución que da un servicio muy este propósito.

**Pilar: Uno de los compromisos dentro del Manifiesto de PF es transformar nuestros modelos y ofertas comerciales y operativos. ¿Qué nos puedes decir sobre las acciones que estamos llevando a cabo dentro del sector Auto y en concreto en relación a los acuerdos con las principales marcas?**

Lo principal para nosotros como financiera de grandes marcas, es acompañar a estas marcas en sus estrategias que pasan obligatoriamente por objetivos de sostenibilidad y de diversidad.

En el sentido de la sostenibilidad, tenemos que tener en cuenta que hay unos objetivos muy claros de cada uno de los partners en lo se refiere a la venta de coches eléctricos. Con lo cual, cada movi-

miento, cada acción de negocio que hacemos con ellos, tiene que tener en cuenta dichos objetivos.

Por poner un ejemplo interesante, recientemente y además impulsado por Cetelem, hemos firmado un acuerdo muy bonito la CNAE, que es la Confederación Nacional de Autoescuelas y con uno de nuestros partners, para la realización de cursos de conducción sostenible para formar a los compradores de un coche eléctrico o electrificado en cómo optimizar la conducción del vehículo y que además sea sostenible. Hasta ahora, solo hemos conducido vehículos de combustión y lo que tenemos en el mercado es un cambio tan radical, que es necesario formar a los conductores para poder optimizarlo, teniendo muy presente la sostenibilidad.

**Sergio: Cetelem se ha distinguido por escuchar las necesidades de sus clientes y partners, anticipándose siempre a aportar soluciones financieras. ¿Cómo han cambiado estas necesidades en los últimos años? ¿Y qué ha hecho BNP Paribas Personal Finance para acompañar a sus clientes en este momento de alta inflación y subida de los tipos de interés?**

Es algo que nos caracteriza, anticiparnos, estar pendientes, observar hacia dónde van los consumidores y nuestros clientes. Hace tres años, con la pandemia, tomamos a nivel corporativo decisiones muy

importantes para acompañar a nuestros clientes en todo momento, aplazando una gran cantidad de recibos en ese momento y en definitiva estando muy cerca de sus circunstancias en ese momento tan complicado.

***Es algo que nos caracteriza, anticiparnos, estar pendientes, observar hacia dónde van los consumidores y nuestros clientes***

Pero a la vez también lo hicimos o lo hacemos constantemente cuando nuestros partners, por ejemplo, nos han solicitado ser mucho más imaginativos y lanzar productos que en cada momento sean un gancho y dinamicen el consumo. Me estoy acordando que en ese momento hacíamos campañas con aplazamiento en el que el cliente podía adquirir su coche y derivábamos o posponíamos la primera mensualidad para unos meses más tarde.

Cetelem tiene capacidades y competencias para estar a la altura en estos momentos como por ejemplo ahora con la inflación. Tenemos un producto que se llama mobility, que va asociado a los productos multiopción, y que no necesariamente, pero casi siempre tenemos la opción de hacer la contratación de los seguros de coche e incluirlos dentro del producto de financiación, haciendo una especie de renting particular. Y gracias a la fuerza de negociación que tenemos con las principales aseguradoras de este país, somos capaces de asegurar en una prima plurianual, el mismo precio del seguro que contratas ahora con respecto al que vas a tener dentro de tres o cuatro años. Esta opción, en un momento inflacionario en el que los costes suben, el producto mobility, es realmente una propuesta de valor muy importante para partners, fabricantes y distribuidores que trabajan con nosotros y que además pueden trasladar esta ventaja al cliente final.

**Pilar: ¿Qué te gustaría destacar sobre las principales acciones que están realizando nuestros partners del sector auto en relación a la sostenibilidad?**

Me gustaría destacar el compromiso, la concienciación con todo lo que está ocurriendo y con la sostenibilidad. Es importante porque dentro de la perspectiva de los partners y en todo lo que es su responsabilidad, las interacciones que tienen a diario con la red de concesionarios y con el cliente final, subyace todo ese movimiento y nosotros les estamos acompañando en todo momento.

Existe un fuerte compromiso en lo que respecta a la transición de la gama. Cada vez hay más vehículos electrificados, pero también más eléctricos puros. Nuestros partners se sitúan prácticamente en una cuota del 50% de venta de coche electrificado, y en el caso de los puros un 15%. Por supuesto, todo esto se refleja en la producción que nosotros hacemos con ellos.

También es muy importante destacar que no solamente se queda en la orientación del vehículo y de la gama, sino que además ellos ya ponen objetivos a su red de concesionarios de disminución de huella de carbono y premian las concesiones, las instalaciones más sostenibles, que eso también es muy interesante. Personalmente, me gusta mucho una de las acciones que además compartimos con ellos, que es la colaboración con Ecomar, una ONG de limpieza de entornos naturales. Es una concepción, una labor interesante de concienciación de limpieza de entornos naturales, que es el mundo del futuro, y que es nuestro planeta y hay que cuidarlo. Son valores que compartimos no solamente los partners, sino también en el grupo BNP Paribás.

**A los dos: Para finalizar, hablando de sostenibilidad y mirando al futuro ¿Cómo veis la situación de las empresas en general? ¿Y la de BNP Paribas Personal Finance en concreto?**

Pilar: Al final el entramado de las empresas está porque existe el ciudadano, porque existe un cliente. Un ciudadano de a pie, es un ciudadano que antes de tirar una basura se para y piensa, antes de comprar un vehículo o de comprar un artículo determinado, se para y piensa, antes de incluso coger un medio de transporte u otro, se para y piensa. Las empresas tienen que interiorizar esto y hacer los cambios necesarios si quieren estar en el mercado del futuro.

Por supuesto, no tengo ninguna duda que en BNP Paribas se supo desde hace tiempo, y se han realizado y se están realizando los cambios necesarios, tal y como hemos mencionado a lo largo de esta entrevista. Además de facto, no en ideas que se quedan en el aire, y yo, me siento realmente orgullosa de pertenecer a una empresa que lo ha visto claro y que va a ser una empresa de futuro.

Sergio: La distribución y los fabricantes del sector auto han evolucionado mucho, es un sector súper intensivo en recursos. Realmente hay muchísima formación y de muy alto nivel en los partners que trabajan con nosotros en la distribución en general. Y aunque es un futuro en el que se atisban muchas incertidumbres y algunas amenazas, realmente pensamos que estamos preparados para acompañarles. La distribución va a acometer todos estos cambios que vienen con muchísima determinación, sean los que sean, y lo vemos con optimismo y también con la tranquilidad y la voluntad de que vamos a permanecer liderando este sector durante mucho más tiempo. ■

## ENTREVISTA

**Jose Antonio Gimeno** Director de Marketing y grandes cuentas Retail en BNP Paribas Personal Finance España

**Hablando de sostenibilidad y en relación a negocio. Tenemos tres pilares básicos que es todo el tema de movilidad sostenible, transición energética y también circular economy. Me gustaría saber desde negocio cómo lo estáis llevando a cabo y cuáles son las principales estrategias.**

La verdad que son muchas y muy diversas, te daré algunas sin ser conclusivo:

En materia de movilidad sostenible, desde hace diez años, comenzamos a apostar por el sector del ciclismo, un sector donde hay una confluencia de sinergias sociales muy intensa como dar solución a la movilidad urbana contribuyendo a la reducción de la emisión de gases de efecto invernadero o fomentar la práctica deportiva y en definitiva hábitos saludables.

En la actualidad, en nuestra actividad somos líderes del sector de bicicletas, toda la industria nos reconoce como un actor clave. Además, como primicia te puedo confirmar que acabamos de conseguir la certificación "Bike Friendly", es una certificación de calidad en ciclomotilidad al trabajo desarrollada por la European Cyclist Federation (ECF) bajo el Programa Bike2Work con el objetivo de establecer un estándar de calidad a nivel

**En la actualidad, en nuestra actividad somos líderes del sector de bicicletas, toda la industria nos reconoce como un actor clave**

Europeo para aquellas empresas y organizaciones que quieren apostar por el uso de la bicicleta, básicamente acredita a aquellas empresas que están promoviendo el uso de ciclismo a nivel general, pero particularmente entre sus colaboradores y empleados. Para nosotros es muy importante ser coherentes entre lo que proponemos a nuestros clientes y lo



que hacemos dentro de la empresa.

Por otro lado, desde hace varios años tenemos un acuerdo de colaboración con ATEBI, que es la Asociación Española del Comercio Minorista Especializado de la Bicicleta. Para Cetelem, es una asociación muy interesante porque les acompañamos en las reivindicaciones de la industria, que necesita mucho apoyo. Creemos que un sector muy necesario al que hay que dar más visibilidad.

Desde hace muchos años somos patrocinador oficial de la Sea Otter Europe que es la feria más importante de Estados Unidos, y que se ha trasladado a Europa. También tenemos presencia en Festibike y en otros eventos. Realizamos estudios referentes del mercado como el Observatorio de la bicicleta, y por último estamos trabajando en desarrollar productos adaptados al sector orientados en torno a la circularidad y en materias de seguros. En definitiva, como puedes ver hay un ecosistema de acciones relacionadas con el sector bike, que tienen mucho impacto.

El segundo pilar que mencionabas, la transición energética, agrupa varios sectores dentro del área de *retail*. El más representativo es el de paneles solares, pero ahora también estamos abordando otros como las reformas para mejorar la

eficiencia energética de los hogares, calderas eficientes y tecnologías como la aerotermia, electrodomésticos con etiquetas de máxima eficiencia etc.

Básicamente se trata de entender que cada uno de estos mercados tienen una explicación en cuanto a los procesos que tenemos que acompañar y darles condiciones preferenciales para ayudarles a que los clientes hagan esa transición energética en sus hogares.

El tercer pilar sería la circularidad, que quizá sea el más complicado de materializar, pero que ya estamos encontrando fórmulas para incentivarla. Ya tenemos un peso relevante en la financiación de materiales y productos reacondicionados de segunda mano, sobre todo en electrónica y bicicletas. Estamos desarrollando

**Se trata de entender que cada uno de estos mercados tienen una explicación en cuanto a los procesos que tenemos que acompañar y darles condiciones preferenciales para ayudarles a que los clientes hagan esa transición energética en sus hogares**

varios productos orientados a la circularidad, en este sentido por ejemplo hemos lanzado hace unos meses un producto de renting para dispositivos móviles en empresas como Carrefour o Samsung, comercializamos imbuidos en nuestra financiación seguros de extensiones de garantía gratuitas de la mano de la asociación de comerciantes de electrodomésticos ACEMA y ERSM y otras muchas iniciativas que espero daros luz pronto.

Por último, destacaría especialmente nuestra acción *C-Friday* durante el Black Friday donde buscamos aprovechar este momento de gran consumo para promover entre nuestros *partners* y sus clientes que incorporen la circularidad en sus

estrategias de consumo. El año pasado desarrollamos una colaboración muy inspiradora con REMAR, que es una asociación que emplea a personas vulnerables para la gestión del reciclaje. Aparte de colaborar con ellos con una donación, también tratamos de hacer visible su objeto social y generar concienciación entre el gran público.

**La posición de Cetelem y en concreto del área de retail, es un caso de éxito dentro del grupo. De hecho, según tengo entendido más del 25% del negocio ya está relacionado con temas de sostenibilidad. ¿Nos puedes contar cual ha sido la trayectoria de estos años?**

Efectivamente vamos a finalizar el 2023 con más del 25% del total de nuestra actividad ligada a la sostenibilidad, además estamos muy satisfechos de que actualmente BNP PF ocupa una posición de liderazgo en el mercado español. Si tuviera que darte algunas claves destacaría:

***Vamos a finalizar el 2023 con más del 25% del total de nuestra actividad ligada a la sostenibilidad***

- En primer lugar, tenemos una fuerte cultura corporativa enfocada en la diversificación y el desarrollo de nuevos negocios. Vocación y experiencia que están siendo muy útiles para poder aprovechar todas las oportunidades que surgen en estos nuevos mercados. En este sentido te diría que en nuestra actividad, hicimos hace más de cuatro años una apuesta decidida por mercados relacionados con la sostenibilidad cuando todavía no estaban tan de moda y eran tan evidentes como ahora, esto nos ha permitido ganar velocidad y tracción ahora.

Pondré un ejemplo sencillo para ilustrarlo: desde hace dos años, todos nuestros equipos comerciales tienen sus propios objetivos comerciales e incenti-

vos diferenciados ligados al desarrollo de la sostenibilidad. Creemos firmemente en el activo que tenemos con nuestra red comercial, que es la mejor de su clase, con una fuerte vocación de apoyo y acompañamiento a nuestros socios.

Nuestros partners y clientes ya nos asocian con la promoción de la sostenibilidad, y nuestras iniciativas generan una expectativa.

- Otra de las vías, las competencias digitales y disponer de un amplio ecosistema de soluciones de suscripción. Los mercados asociados a la sostenibilidad demandan nuevos procesos, para ello tenemos que ser adaptarnos y darles soluciones.

- Flexibilidad, analítica y adaptación continua para responder a las expectativas de nuestros clientes y saber gestionar los riesgos inherentes a este sector.

**Cetelem se ha distinguido por escuchar las necesidades de sus clientes y partners, anticipándose siempre a aportar soluciones financieras. ¿Cuáles son las expectativas de socios y clientes específicas en materia de sostenibilidad?**

Yo diría que hay algunas comunes y otras específicas de cada uno de ellos. En general, tanto nuestros partners como nuestros clientes finales, participan en la expectativa común de tener acceso a una financiación preferencial. Si estamos hablando de productos sostenibles: "Pues quiero sentir que tienes una preferencia sobre esta producción y me ayudas"

Específicamente por parte de los socios, nos piden que el proceso de recorrido del cliente se adapta a las especificaciones de su canal de ventas, que es diferente del negocio habitual de una financiación convencional en tiendas tradicionales.

En cuanto a los clientes finales, quieren poder confiar en que el socio es fiable en cuanto a la calidad del material, proceso de instalación, y que realmente les per-

mitirá cumplir sus expectativas en términos de impacto en ahorro en su factura mensual de electricidad; en este sentido nos demandan que les acompañemos en todo el proceso.

**¿Y cómo ayudan para cumplir estas expectativas?**

Bueno, para poner en perspectiva lo dicho en la respuesta anterior, ayudamos a nuestros clientes y socios con una oferta muy específica:

Condiciones financieras preferentes, tanto en términos de plazo máximo como de tipo de interés, que son significativamente más atractivas que nuestra oferta tradicional.

Un recorrido del cliente que tiene en cuenta la naturaleza específica del proceso de venta del socio. Nuestra fuerte vocación y desarrollo digital, así como la variedad de procesos de suscripción que podemos ofrecer, nos ayudan mucho.

Por último, somos muy exigentes en los criterios que deben cumplir nuestros socios. Lo hacemos con un amplio aban-

***Nuestros partners y clientes ya nos asocian con la promoción de la sostenibilidad, y nuestras iniciativas generan una expectativa.***

nico de herramientas y una clara política comercial al servicio de esta orientación: solo nos aliamos con socios fiables, con solidez financiera y una fuerte vocación de servicio al cliente, y supervisamos cuidadosamente la calidad del servicio que ofrecen a nuestros clientes

**Para terminar y mirando al futuro. ¿Cómo ves la situación de las empresas en general y en concreto de Cetelem?**

En Cetelem tenemos unas orientaciones muy claras y que llevamos aplicando

desde hace mucho tiempo.

- En primer lugar, acompañar a aquellas empresas que están liderando o quieren liderar mercados relacionados con la sostenibilidad.

- Estamos seguros de que surgirán nuevos mercados de interés y de que los actuales, aunque todavía incipientes, experimentarán una fuerte evolución. Debemos ser capaces de identificar las oportunidades para nuestro negocio y crear valor para nuestros clientes y socios.

- Seguir desarrollando, adaptando y mejorando la experiencia cliente en todos nuestros procesos. Seguimos creyendo que hay mucho potencial de mejora y estamos inmersos en varios proyectos. En este sentido, las oportunidades que ofrece la innovación tecnológica son cruciales.

- Por último, estamos comprometidos en avanzar en la seguridad, transparencia del sector y la protección de nuestros clientes. Queremos asegurarnos de que están satisfechos con su instalación o solución de sostenibilidad y que se cumplen sus expectativas. ■



## ENTREVISTA

**Félix Justicia** Gerente de cuentas Retail Cataluña en BNP Paribas Personal Finance España

**El propósito de BNP Paribas Personal Finance, es promover un consumo más responsable y sostenible para apoyar a nuestros clientes y partners. La posición de Cetelem y en concreto retail España en materia de sostenibilidad está siendo un caso de éxito. ¿qué te gustaría destacar al respecto?**

Bajo mi punto de vista, el éxito radica en la concienciación de las personas que trabajan en Cetelem y en Retail en particular, dado que hemos adoptado como propia, la estrategia de BNP PARIBAS en relación a la sostenibilidad y la economía circular.

En Retail hemos tenido siempre muy clara la apuesta por un consumo sostenible de nuestros partners y clientes, liderando el mercado, por ejemplo, del sector Bike, que para nosotros es un sector estratégico, dado que promueve ventajas para la sociedad como una mejor movilidad, la práctica del deporte y una mejora de la salud.

***Hemos tenido siempre muy clara la apuesta por un consumo sostenible de nuestros partners y clientes, liderando el mercado, por ejemplo, del sector Bike***

Otro sector importante por el que venimos apostando firmemente los últimos años son las energías renovables y desde Cetelem buscamos las formas de pago más atractivas y responsables que se puedan ajustar lo mejor posible a nuestros clientes para que puedan acceder a productos de autoconsumo como son los paneles solares.

Quiero aprovechar a agradecer a todos los partners que colaboran con Cetelem su confianza y fidelidad por nuestra empresa y que nos acompañan en el reto de facilitar la vida de nuestros clientes y hacer juntos un mundo mejor.



**En tu caso, eres un claro ejemplo en este sentido ya que has recibido el premio a la cartera más sostenible ¿cómo te sientes? ¿Qué nos puedes contar de lo que supone en tu actividad comercial diaria tener en cuenta este propósito de la compañía?**

Recibir este premio fue un auténtico privilegio y estoy muy agradecido a la empresa por este reconocimiento. Es un premio que se hubiera merecido cualquiera de mis compañeros, dado que como decía anteriormente, la conciencia sobre la sostenibilidad es total por parte de todos los empleados de Cetelem y de Retail.

En Cetelem siempre hemos puesto a disposición de nuestros clientes nuestra profesionalidad, experiencia y liderazgo en el crédito al consumo y ahora es un orgullo ser una parte del eslabón de la cadena que favorezca un consumo que promueva una mejora del medioambiente.

Nuestra misión es contribuir a buscar soluciones a nuestros partners que hagan viables planes de consumo sostenible para concienciar al cliente, dado que estamos en un momento de cambio donde ahora el consumidor puede disfrutar de la energía que él mismo produce y es importante una labor de educación por parte de todos.

En Cetelem nos dedicamos a asesorar a nuestros partners y les facilitamos regularmente estudios de mercado como este que realiza el Observatorio, donde por ejemplo extraemos conclusiones como que 1 de cada 2 españoles, toma en consideración la sostenibilidad en sus decisiones de compra.

**Hablando de sostenibilidad y mirando al futuro ¿Cómo ves la situación de las empresas en general? ¿Y la de BNP Paribas Personal Finance en concreto?**

Hacer un mundo mejor es tarea de todos: de los individuos, de las instituciones y, cada vez más, de las empresas.

Las empresas cada vez más contribuyen a que el entorno sea más sostenible y la sociedad más justa y no solo están convencidas de que hay que hacer esta contribución, sino que, además, hay que tener la visión que supone una gran oportunidad de negocio. Según la revista Forbes, más del 80% de los consumidores valoran positivamente las empresas que apuestan por la sostenibilidad.

***Los consumidores podemos llevar a que las empresas fortalezcan sus criterios de producción al priorizar aspectos ambientales o sociales***

En relación a los consumidores, generaciones como los millennials, compran con una idea preconcebida los productos, muchas veces basada en criterios y opiniones vertidos en redes sociales por eso, es fundamental proporcionar por parte de las empresas, información clara, concisa y contrastada, de manera transparente sobre las ventajas de sostenibilidad de los productos.

Los consumidores podemos llevar a que las empresas fortalezcan sus criterios de producción al priorizar aspectos ambientales o sociales. Los consumidores podemos pasar de ser sujeto pasivo, a tomar decisiones sobre el futuro que queremos y por eso cada decisión de compra es importante y debemos interiorizar la

importancia de gestos sencillos como ahorrar electricidad, calefacción, agua o combustible para hacer que mejore la calidad de vida de la colectividad.

BNP Paribas quiere ser un ejemplo y un referente en formar parte de la concienciación por parte de la sociedad y nos

mueve un sentido de responsabilidad hacia la sostenibilidad.

Todos debemos ser conscientes de nuestro impacto medioambiental. Lo que hagamos hoy, veremos los frutos en el futuro.



---

# ASPECTOS GENERALES SOSTENIBILIDAD Y CONSUMO

---



# RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

Valora del 1 al 10 el efecto directo que tienen sobre tu vida y tu salud los siguientes problemas medioambientales, donde 1 es «muy poco» y 10 es «mucho».  
(Escala 1-10)

	2022	2023
El cambio climático	7,7	7,8
La contaminación atmosférica	7,8	7,8
La gestión de los residuos	7,6	7,6

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2022  
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2023

Hemos preguntado a los consumidores que valoren el efecto directo que los tres principales problemas medioambientales tienen sobre su vida y su salud. En general, observamos una preocupación notable por parte de los consumidores ya que las notas otorgadas son cercanas al 8 en los tres casos.

El ranking es el mismo que en 2022. En primer lugar, está la contaminación atmosférica y el cambio climático con una nota de 7,8 en ambos casos, le sigue la gestión de los residuos con un 7,6.

Si segmentamos por edades, señalar que en las tres opciones son los consumidores con edades entre los 35 y 44 años los que otorgan una nota superior a la media.

**Valora del 1 al 10 la importancia que le das a las siguientes medidas, donde 1 es «muy poco importante» y 10 es «muy importante».**

(Escala 1-10)

	<b>2022</b>	<b>2023</b>
<b>Invertir en investigación, desarrollo y fomento de la sostenibilidad</b>	<b>8,2</b>	<b>8,2</b>
<b>Ofrecer más información y educación acerca de la sostenibilidad</b>	<b>8,2</b>	<b>8,1</b>
<b>Incentivar a las empresas para que se impliquen en actividades sostenibles</b>	<b>8,1</b>	<b>8,1</b>
<b>Reforzar el control legislativo</b>	<b>8,0</b>	<b>8,0</b>

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2022  
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2023

En línea con lo anterior, hemos preguntado también sobre la importancia que los españoles otorgan a las medidas necesarias para combatir los efectos del cambio climático y en definitiva contribuir a una mejora de la sostenibilidad. Al igual que en la pregunta anterior, las notas otorga-

das son muy altas y en este caso superan el 8.

La medida más valorada con una nota otorgada de un 8,2 es invertir en investigación y desarrollo para el fomento de la sostenibilidad. Le sigue ofrecer más información y educación

acerca de la sostenibilidad y el incentivar a las empresas para que se impliquen en actividades sostenibles con una nota de un 8,1 en ambos casos. Señalar que los consumidores mayores de 45 años se encuentran por encima de la media en las valoraciones de las cuatro opciones.

## ¿Hasta qué punto estás de acuerdo con las siguientes afirmaciones?

(% Totalmente de acuerdo+ de acuerdo)

	2022	2023
El impacto medioambiental es mi principal criterio de elección al comprar un producto (antes del precio, la facilidad de acceso, etc.)	34%	36%
Consumo menos para preservar el planeta	50%	50%
Compro mi comida directamente de productores locales	47%	46%
Compro/vendo objetos, libros, ropa de segunda mano	58%	61%
Comparto coche con personas desconocidas	16%	18%
Utilizo un servicio de alquiler de bicicletas o automóviles públicos	28%	29%
Estaría dispuesto/a a dejar mi coche en manos de un profesional (concesionario de coches, etc.) durante unos días al mes para alquilarlo	24%	26%

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2022  
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2023

Avanzamos un paso más y hemos preguntado a los españoles acerca de los hábitos de consumo en general en materia de sostenibilidad. En este sentido, la compra/venta de objetos de segunda mano es la opción más mencionada con un 61% de menciones, destacando por encima de la media los consumidores entre los 35 y 44 años con un 65% de menciones.

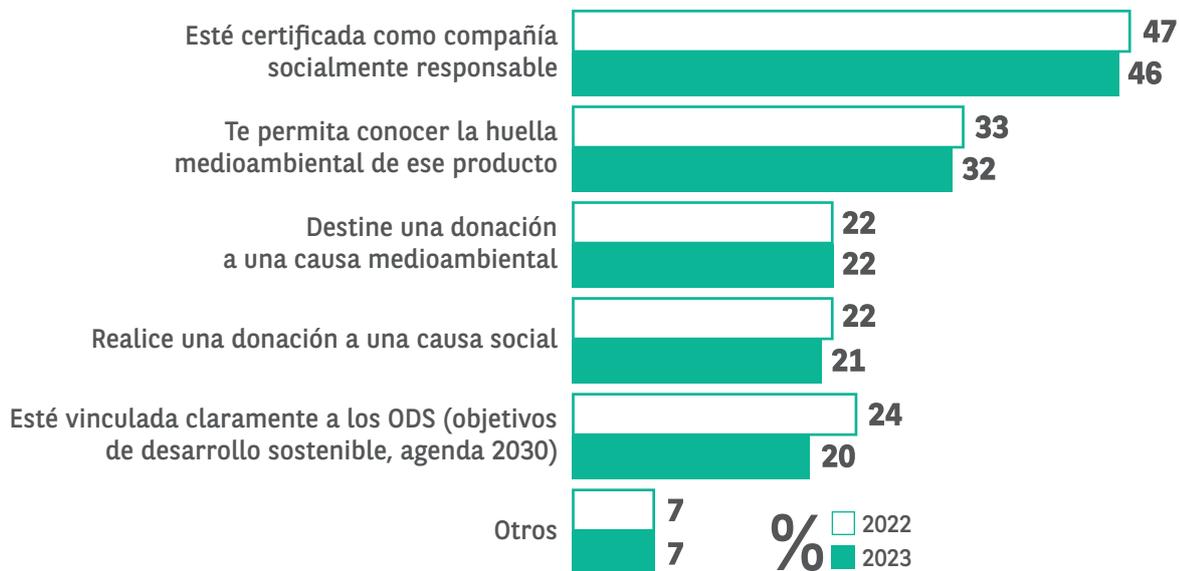
Le sigue el 50% que afirma que consume menos que antes para preservar el planeta, destacando aquellos consumidores entre los 25 a 34 años con un 57% de menciones. El Top 3 lo cierra el hecho de comprar comida directamente a productores locales con un 46% de menciones.

Por otro lado, es importante señalar que aunque con un porcentaje menor

de menciones, se observa un crecimiento respecto al año anterior en las opciones como utilizar un servicio de alquiler de bicis o coches públicos (29% vs 28% 2022) o el estar dispuesto a dejar el coche en propiedad al servicio de profesionales para alquilarlo unos días al mes (26% vs 24% en 2022).

## Influye en tu decisión de compra que la empresa que vende el producto por el que estás interesado...

(% Respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2022  
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2023

El 46% de consumidores encuestados afirma que influye en su compra el hecho de que la empresa que vende el producto por el que están interesados esté certificada como compañía socialmente responsable, siendo

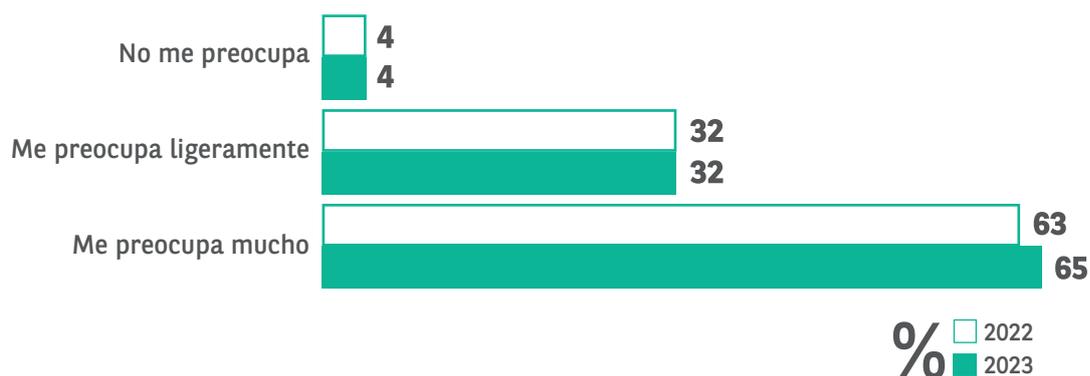
más importante para aquellos consumidores mayores de 45 años.

En segundo lugar, encontramos al 32% que afirma que el hecho de que la empresa le informe de la huella

medioambiental del producto que quiere comprar, es importante a la hora de tomar su decisión de compra.

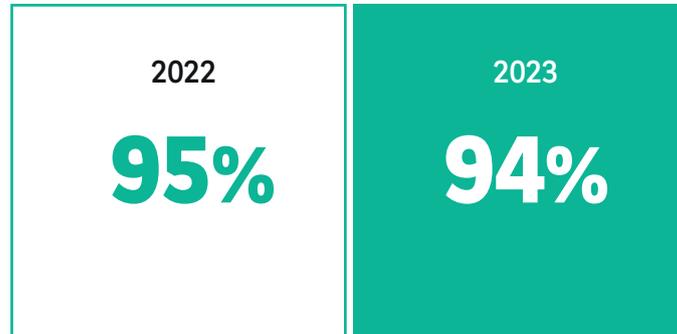
# ASPECTOS GENERALES SOSTENIBILIDAD

¿Te preocupa el cambio climático y todos los problemas que derivan de él?  
(% Respuesta única)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2022  
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2023

## ¿Estás dispuesto a tomar medidas? (% Respuesta única)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2022  
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2023

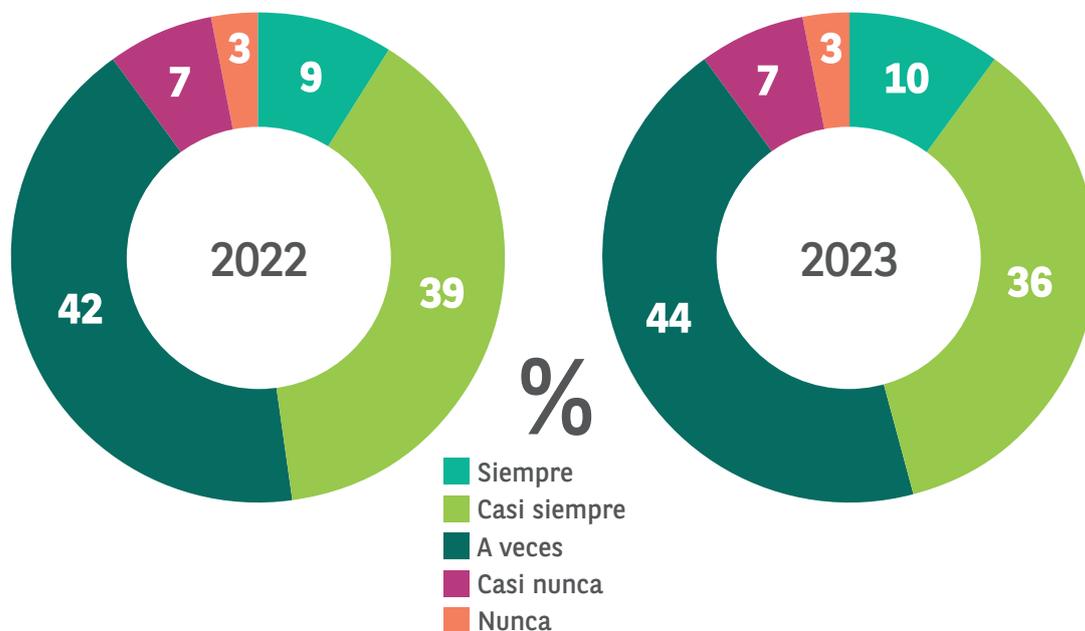
Es un hecho, que el cambio climático y todos los problemas que derivan de él, preocupan y cada vez más a los españoles. El 65% responde que le preocupa mucho este tema, destacando ligeramente por encima de la media, los mayores de 45 años.

El 94% declara que están dispuestos a tomar medidas para combatir los impactos, en este sentido destacan 2 puntos por encima de la media aquellos con edades comprendidas entre los 25 y 34 años.

Pero en general, podemos decir que no hay grandes diferencias significativas por grupo de edad, confirmando el hecho de que es un problema que preocupa y afecta a todas las generaciones.



**¿Tienes en cuenta la sostenibilidad de los productos y servicios en tus compras?**  
(% Respuesta única)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2022  
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2023

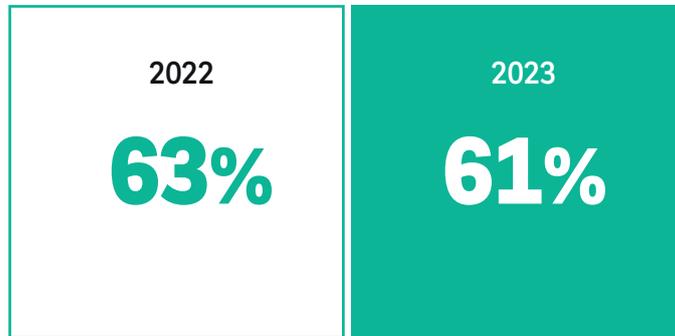
En lo que respecta al consumo, casi 5 de cada 10 consumidores españoles encuestados afirma que a la hora

de realizar sus compras tiene en cuenta siempre o casi siempre la sostenibilidad. Aquellos con edades

entre los 25 y 34 años destacan por encima de la media en este sentido (49% vs 46% media).

## ¿Estarías dispuesto/a a pagar un mayor precio por un producto que sea sostenible? (% Respuesta única)

---



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2022  
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2023

---

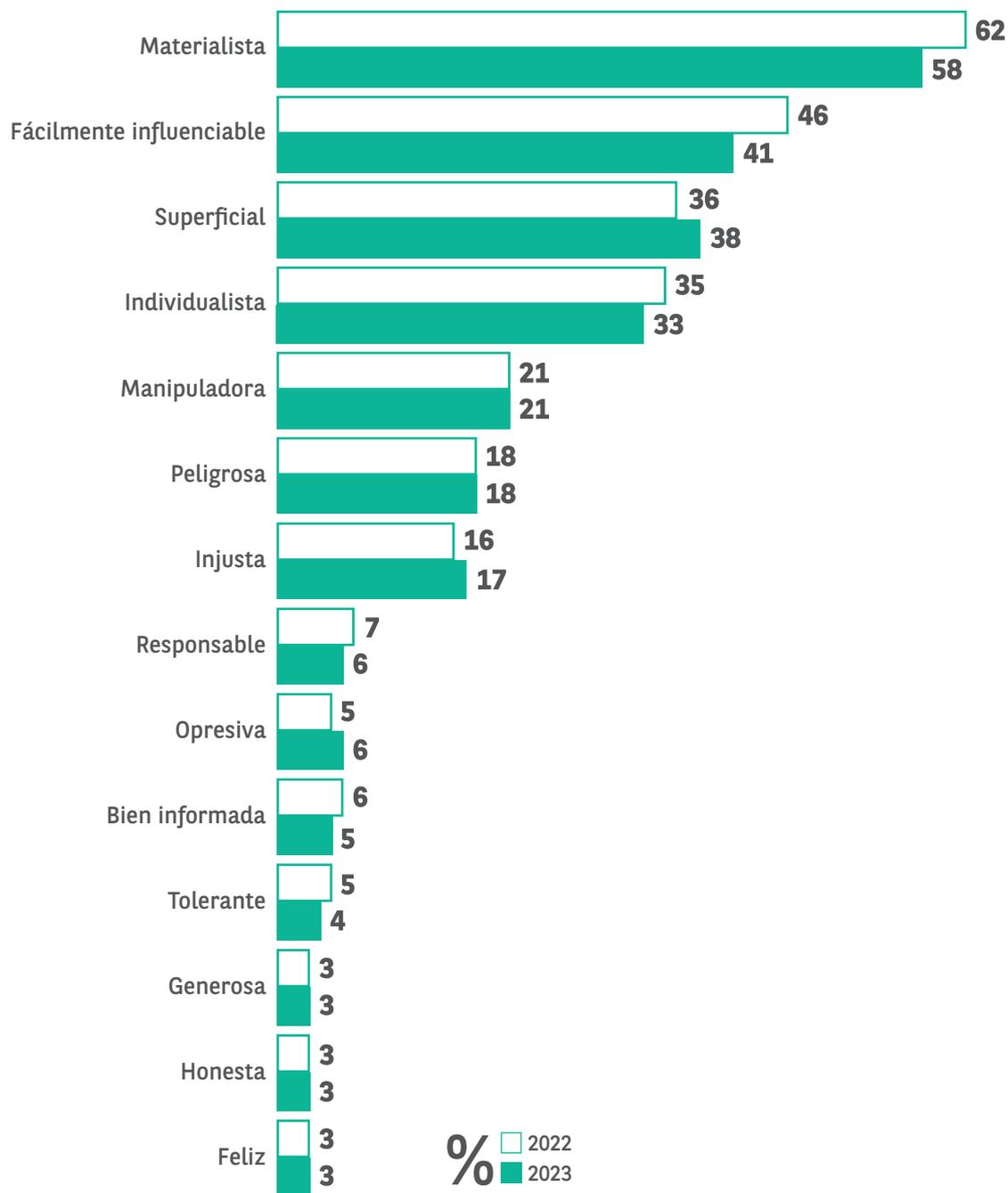
El 61% de los españoles estaría dispuesto a pagar un precio más elevado por un producto que sea sostenible, aunque este porcentaje

desciende 2 puntos porcentuales respecto a las declaraciones del año anterior. Si analizamos por grupo de edad, los consumidores entre 25 y

34 años destacan notablemente por encima de la media con un 71% de menciones.

### ¿Con qué adjetivos describirías la actual sociedad de consumo?

(% Respuesta múltiple - máximo 3 respuestas). TOP 5



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2022  
 Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2023

Los dos adjetivos más mencionados por los españoles para describir la actual sociedad de consumo son materialista y fácilmente influenciabile, con un 58% y un 41% de menciones respectivamente, aunque hay que señalar que ambos calificativos muestran un descenso respecto al 2022. Los más críticos en este sen-

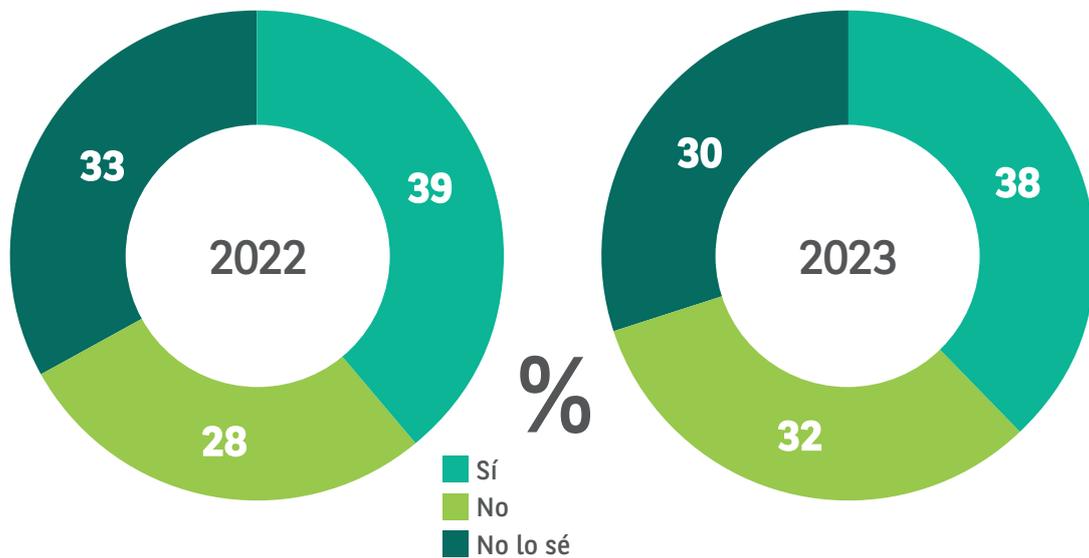
tido son los consumidores mayores de 45 años que destacan notablemente por encima de la media, con un 61% y un 45% de menciones respectivamente.

Para completar el top 5, le siguen los adjetivos de una sociedad de consumo superficial, individualista y

manipuladora.

A pesar de esta valoración o calificación por parte de los consumidores, hay que destacar que el 38% de ellos piensa que un futuro tendremos un modelo de consumo más sostenible.

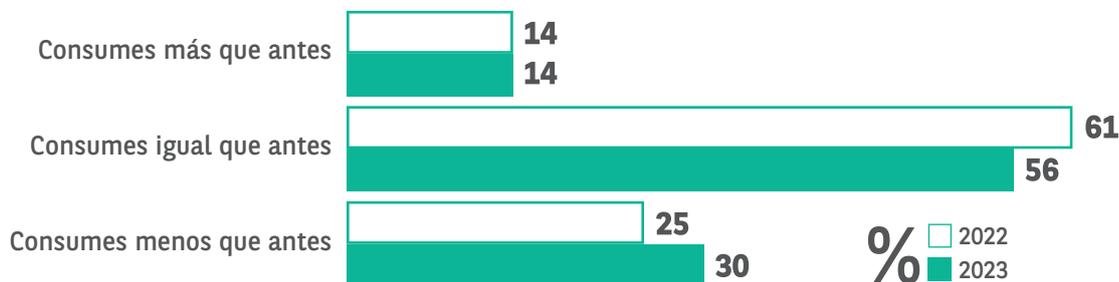
**¿Piensas que en los próximos años tendremos un modelo de consumo más responsable?**  
(% Respuesta única)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2022  
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2023

## En tu opinión, piensas que...

(% Respuesta única)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2022  
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2023

La mayoría de españoles afirma consumir igual que hace tres años (56%) pero hay que señalar que este porcentaje desciende 5 puntos respecto a 2022.

que antes, siendo los consumidores entre 25 y 34 años los que destacan en este sentido, con un 21% de menciones, 7 puntos por encima de la media.

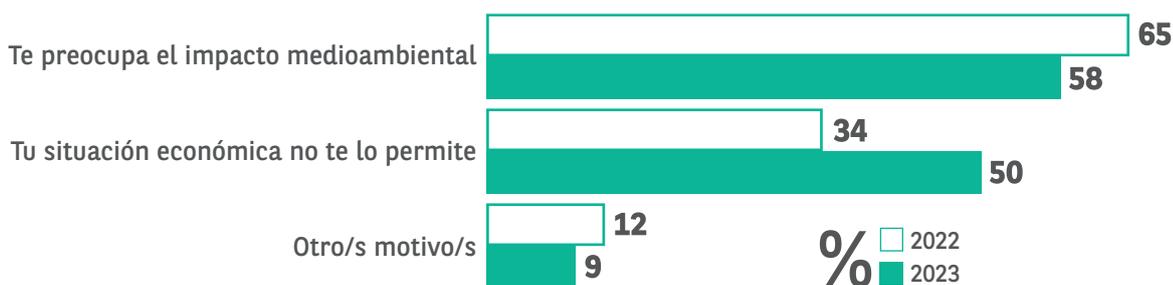
españoles encuestados que afirman consumir menos que antes (30% vs 25% en 2022), destacando ligeramente por encima de la media los consumidores mayores de 45 años con un 32% de menciones.

Se mantiene estable el porcentaje de aquellos que declara consumir más

Pero lo más destacable es el incremento de 5 puntos porcentuales de

## Has respondido que consumes menos que antes, ¿es por qué...?

(% Respuesta múltiple)



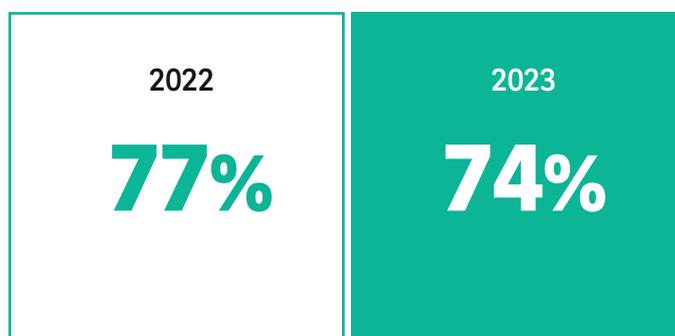
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2022  
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2023

Aunque el motivo principal para aquellos que dicen consumir menos que antes sigue siendo la preocupación por el medio ambiente (58%), este desciende 7 puntos porcentuales respecto a 2022. Siendo los jóvenes entre 18 y 24 años los que más

mencionan este motivo con un 71%. Pero lo más destacable es el fuerte aumento de 16 puntos porcentuales de los que afirma consumir menos porque su situación económica no se lo permite con un 50% de menciones

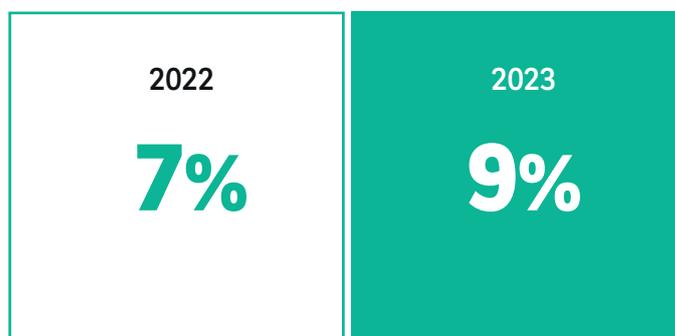
frente al 34% del año anterior. En este sentido, los consumidores mayores de 45 años destacan ligeramente por encima de la media con un 53% de menciones.

### ¿Estarías interesado/a en conocer tu huella de carbono, es decir, tu impacto en el planeta? (% Respuesta única)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2022  
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2023

### ¿Has calculado alguna vez tu huella de carbono? (% Respuesta única)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2022  
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2023

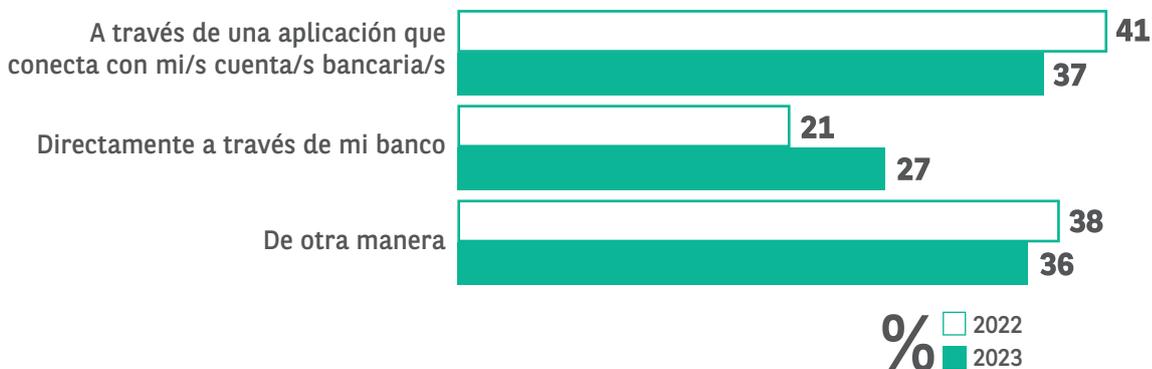
Respecto a la huella de carbono, el 74% de los encuestados nos dice que estaría interesado en conocer su impacto, aunque se observa un descenso de 3 puntos porcentuales respecto a los datos de 2022. Los

consumidores que muestran un mayor interés por conocer su huella de carbono son aquellos con edades entre los 25 y 34 años con un 85% de menciones, 11 puntos por encima de la media.

Sólo un 9% afirma que ha calculado su huella de carbono alguna vez, porcentaje que crece 2 puntos respecto al año anterior.

### ¿Cómo has calculado tu huella de carbono?

(% Respuesta única)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2022  
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2023

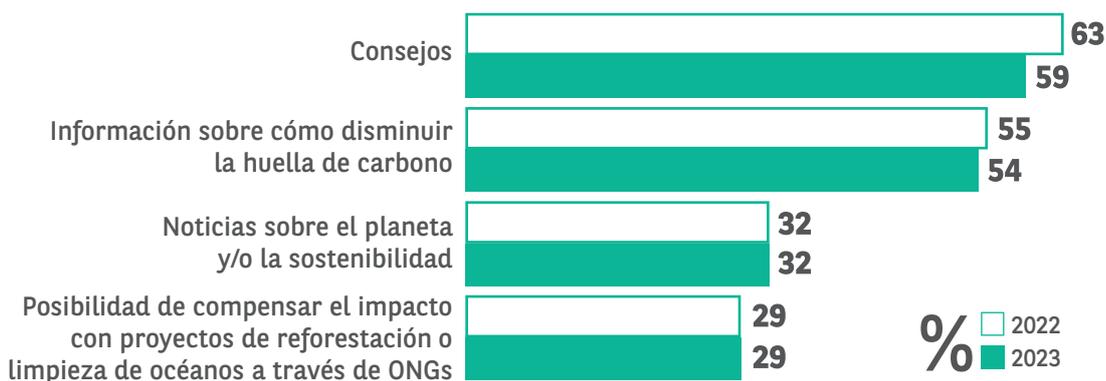
El medio más utilizado por aquellos que han calculado su huella de carbono es la app que conecta con su cuenta bancaria con un 37% de menciones, aunque muestra un descenso

respecto a 2022 de 4 puntos porcentuales. El 27% de encuestados declara que lo hace directamente a través de su banco con un 27% de menciones y un

incremento de 6 puntos respecto al año anterior. Los que más utilizan este método son aquellos con edades comprendidas entre los 25 y 34 años, con un 36% de menciones.

### Aparte de la información relativa a la calculadora de huella de carbono, ¿qué otro tipo de servicios te gustaría recibir?

(% Respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2022  
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2023

Además de conocer la huella de carbono, los consumidores también manifiestan su interés por recibir consejos relacionados con la sostenibilidad (59%) e información acerca de cómo disminuir su huella de carbono (54%). Aunque hay que señalar

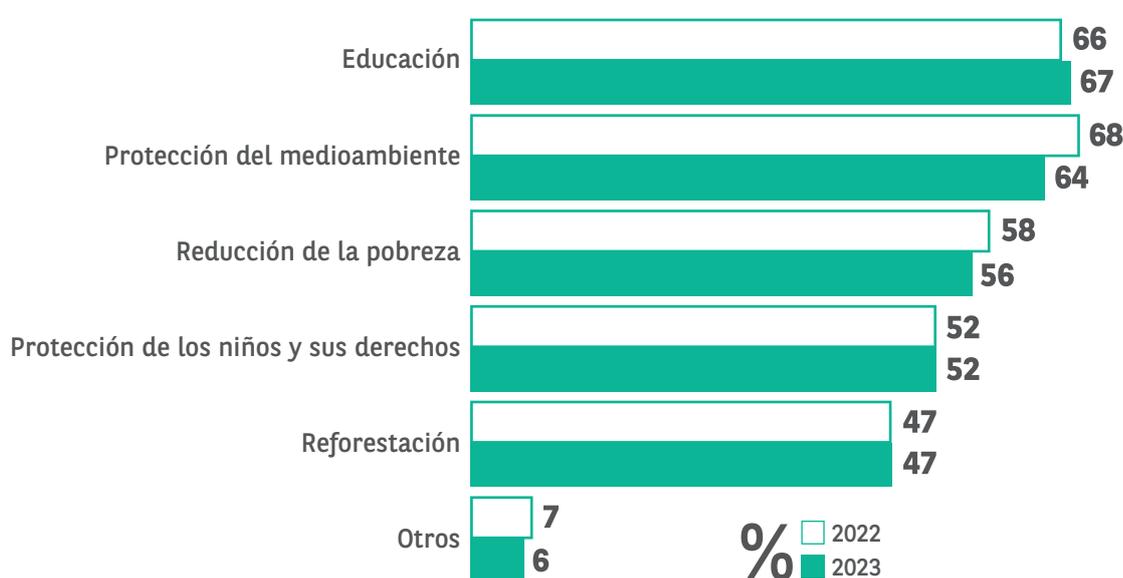
que ambos porcentajes disminuyen respecto al año anterior.

Aunque en menor medida, también son mencionadas las noticias relativas al planeta (32%) y la posibilidad de compensar el impacto con pro-

yectos de ONG´s como los proyectos de reforestación o la limpieza de océanos (29%). Este último es muy importante para aquellos con edades entre los 25 y 34 años que destacan por encima de la media con un 35% de menciones.

### ¿Cuál/es de los siguientes temas es especialmente importante para ti?

(% Respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2022  
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2023

Entre los temas que más preocupan a los españoles se posiciona en primer lugar la educación con un 67% de menciones y un ligero aumento de 1 punto respecto al año anterior. Le sigue la protección del medioam-

biente con un 64% de respuestas (68% en 2022) y la reducción de la pobreza (56%).

El 52% de encuestados muestra su preocupación por la protección de los

niños y sus derechos.

Si segmentamos por edades, los mayores de 45 años destacan por encima de la media en todos los temas preguntados.

# CONCLUSIONES ASPECTOS GENERALES

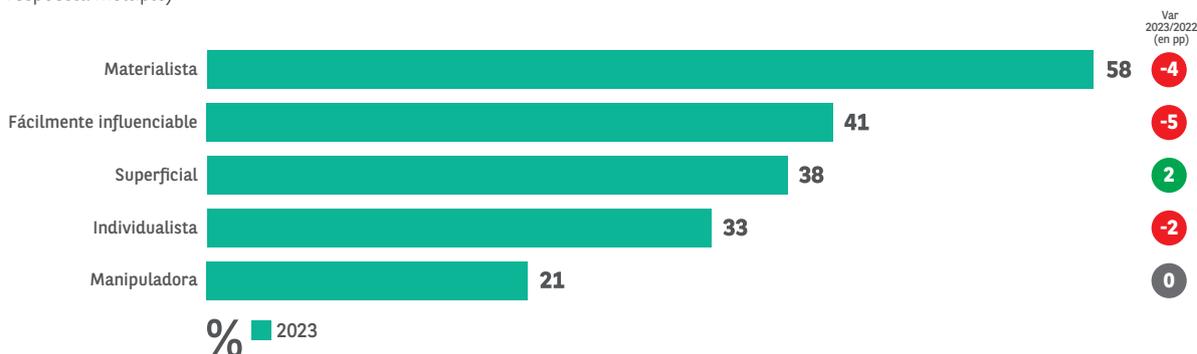
El **21%** de los encuestados afirma que su vivienda cuenta con sistemas de eficiencia energética incorporados en la construcción.

El **74%** opina que una edificación que tenga en cuenta la eficiencia energética es rentable para el consumidor.

**9** de cada **10** encuestados tendría en cuenta la eficiencia energética a la hora de comprar una vivienda

**3** de cada **5** españoles estaría dispuesto a pagar un mayor precio por un producto que sea sostenible

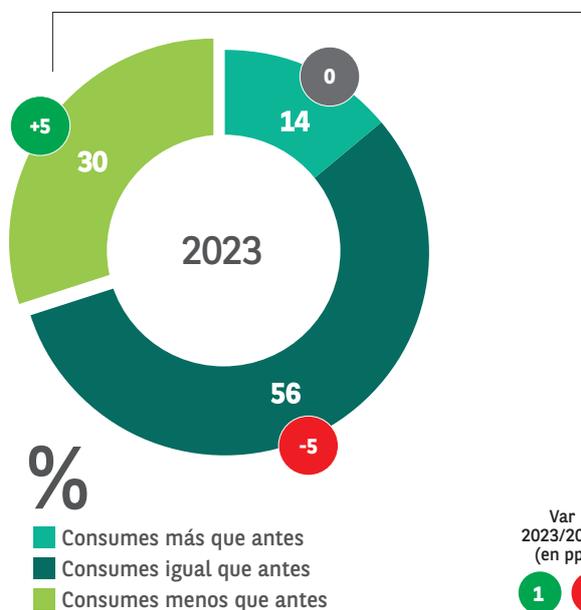
¿Con qué adjetivos describirías la actual sociedad de consumo?  
(% respuesta múltiple)



Aunque los adjetivos para la sociedad de consumo siguen siendo «materialista» y «fácilmente influenciable», se observa un descenso en el número de menciones.

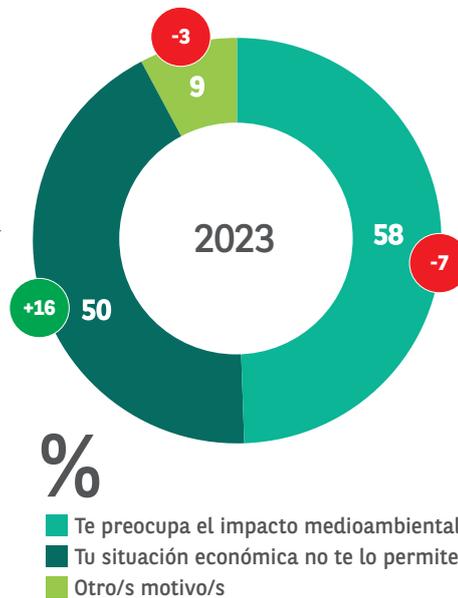
**En tu opinión, piensas que...**

(% respuesta única)



**Has respondido que consumes menos que antes, ¿cual es el motivo?**

(% respuesta múltiple)



Var  
2023/2022  
(en pp)



El **30%** de los españoles encuestados declara consumir menos que antes. Se observa un notable aumento de los que declaran que es motivado porque su situación económica no se lo permite.

**¿Cuál/es de las siguientes opciones tiene instaladas para hacer el hogar más sostenible?**  
(% respuesta múltiple)

	<b>2023</b>	Var 2023/2022 (en pp)
Sistemas de iluminación Led o eficientes	91%	-1
Electrodomésticos con etiqueta energética eficiente	90%	+2
Aislamiento térmico / ventanas de alta eficiencia	62%	0
Instalación de placas solares para Autoconsumo fotovoltaico	14%	+4
Reformas para mejorar la eficiencia de los edificios	38%	+2
Sistemas de restricción del caudal del agua (reducción de chorro de agua de los grifos)	61%	0
Termosolar (calentador de agua a través de energía solar)	17%	+4
Domótica y sistemas de monitorización	30%	+5
Calderas de gas eficientes	48%	-1
<b>Aeroterminia</b> (energía térmica que una bomba de calor extrae del aire ambiente) <b>y suelo radiante</b> (sistema de calefacción que funciona gracias a la canalización de una fuente de calor debajo del suelo)	12%	0
<b>Calderas de Biomasa</b> (son aparatos que proporcionan solo calefacción o calefacción + agua caliente sanitaria (ACS) mediante la combustión de desechos orgánicos, siendo los más comunes los pellets, la leña, los huesos de aceituna y la cáscara de algunos frutos)	11%	+2
Pintura ecológica / revestimientos naturales	36%	+2
Auditorías energéticas de tu hogar	25%	+7

Aumento significativo del porcentaje de consumidores españoles que afirma tener instaladas en su hogar las opciones de energía Termosolar, placas solares y domótica.

Gasto medio 2022

2.245€

Gasto medio 2023

2.816€ +12%

El gasto medio realizado en la instalación de sistemas de eficiencia energética y/o de energía renovable para mejorar la sostenibilidad del hogar asciende a los 2.800€ en 2023, un 12% más que el año anterior

¿A través de qué medio/s de pago has hecho frente a la instalación de sistemas de eficiencia energética y/o de energía renovable para mejorar la sostenibilidad del hogar?  
(% respuesta única)

	2023	Var 2023/2022 (en pp)
Efectivo	34%	-5
Tarjeta débito	27%	+1
Tarjeta crédito fin de mes	14%	-1
Financiación ofrecida / solicitada en la tienda donde has comprado	13%	+1
Tarjeta crédito pago a plazos (pago cuota fija al mes con intereses)	9%	+1
Financiación solicitada en una entidad financiera	9%	+1
Otros	7%	-2

El pago en efectivo sigue siendo el favorito pero desciende respecto al año anterior. Ligeramente aumento del pago a través de financiación.

---

# TRANSICIÓN ENERGÉTICA



# EFICIENCIA ENERGÉTICA EN EL HOGAR

En esta parte del estudio abordamos todo lo relacionado con la transición energética, y comenzamos por preguntar a los españoles acerca de las opciones sostenibles que conocen y que tienen actualmente en sus hogares.

**¿Cuál/es de las siguientes opciones conoces para hacer el hogar más sostenible?**  
(% Respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2022  
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2023

Si nos centramos en las opciones sostenibles para los hogares más conocidas por los consumidores españoles, el Top 5 lo componen por este orden:

los sistemas de iluminación Led, los electrodomésticos con etiqueta energética, el aislamiento térmico, la instalación de placas solares y las

reformas para mejorar la eficiencia de los edificios.

## ¿Tienes instalada o contratada alguna de las siguientes opciones para mejorar la sostenibilidad del hogar?

(% Respuesta única - sí / no)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2022  
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2023

En lo que respecta a las opciones que actualmente tienen instaladas los españoles en sus viviendas son los sis-

temas de iluminación Led (91%), los electrodomésticos con etiqueta energética (90%), el aislamiento térmico

(62%), los sistemas de restricción del caudal del agua (61%) y las calderas de gas eficientes (48%).

**¿Cuál es el gasto medio que realizaste en la instalación de sistemas de eficiencia energética y/o de energía renovable para mejorar la sostenibilidad del hogar?**  
(Abierta numérica)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2022  
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2023

El gasto medio realizado por los españoles que han instalado mejoras para su hogar en los últimos 12 meses ascendió a 2.816€, lo que supone un

12% más que el realizado el año anterior.

Si realizamos una segmentación por

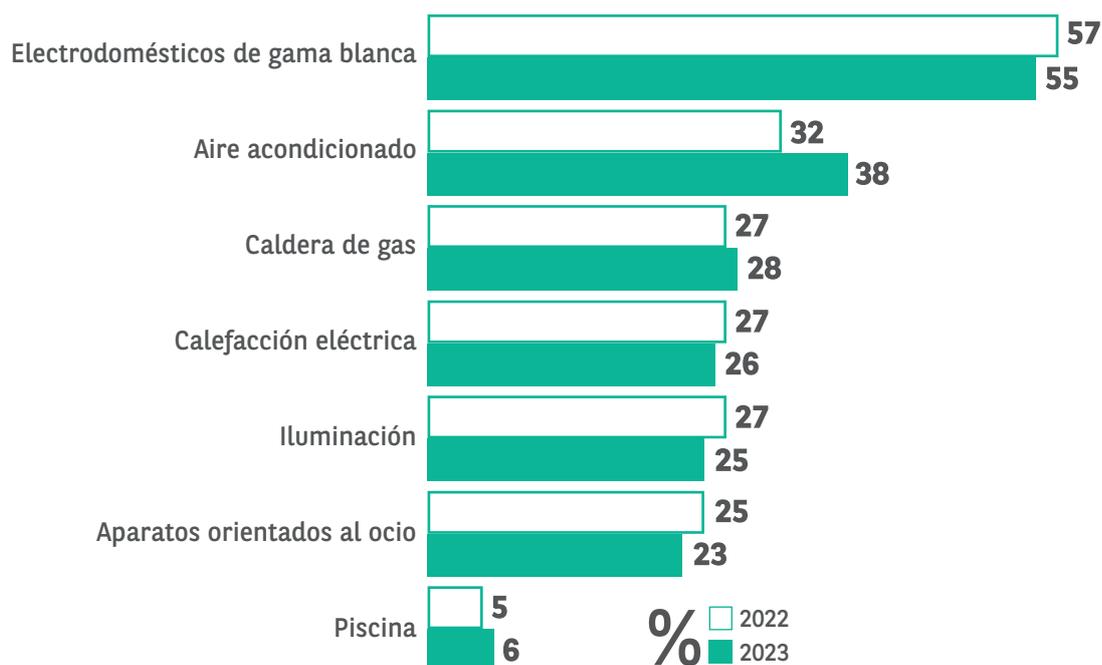
edades, son aquellos con edades de los 35 a los 44 años los que destacan por encima de la media con un gasto medio declarado de 3.020€, un 7% más.



# INVERSIÓN Y CONSUMO EN SOSTENIBILIDAD

¿Cuáles son las DOS fuentes de consumo de energía que te generan un mayor gasto mensual en tu hogar?

(% Respuesta múltiple - 2 respuestas)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2022  
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2023

Respecto a la fuente de consumo de energía que les genera un mayor gasto mensual a los españoles, son los electrodomésticos de gama blanca como lavadoras, frigoríficos o lavavajillas, los

más mencionados con un 55% de menciones, con un descenso de 2 puntos porcentuales respecto a las declaraciones del año anterior.

Le sigue el gasto generado por los aparatos de aire acondicionado con un 38% de menciones, aumentando en 6 puntos respecto a 2022.

**¿Qué tipo/s de sistemas de eficiencia energética y/o de energía renovable para mejorar la sostenibilidad del hogar estás pensando instalar?**  
 (% Respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2022  
 Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2023

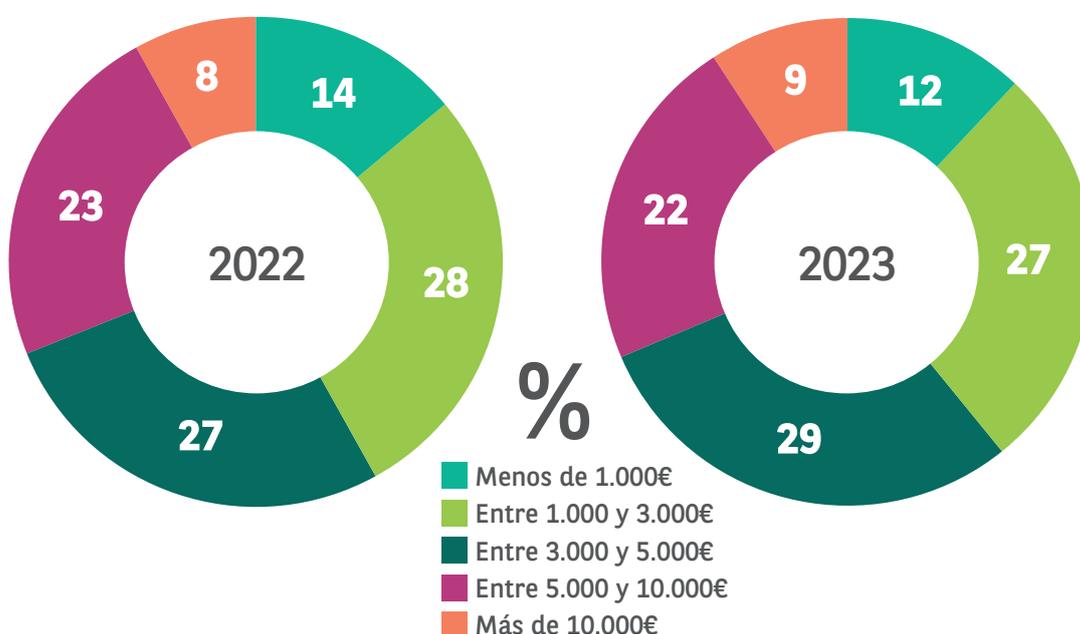
Lo destacable es que el 23% de los españoles encuestados se plantean la instalación de placas solares, prácticamente al mismo nivel que el año anterior. Hay que tener en cuenta que

existen bonificaciones en el pago del impuesto IBI a aquellos que instalen placas solares en sus viviendas, hasta ahora solo en el caso de unifamiliares, pero que se ha extendido también a

los bloques de viviendas, con el objetivo de incentivar la instalación de placas solares en las comunidades de propietarios.

### ¿Cuál es el coste que estimas para una inversión en sistemas de eficiencia energética y/o de energía renovable para mejorar la sostenibilidad del hogar?

(% Respuesta única)



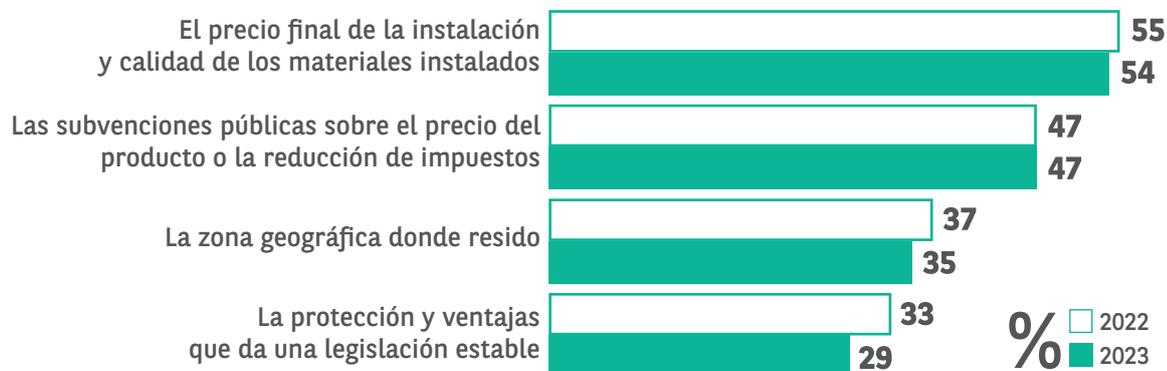
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2022  
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2023

6 de cada 10 consumidores estima un coste entre 1.000€ y 5.000€ y una amortización de la inversión entre 3 y 10 años.

# ENERGÍA FOTOVOLTAICA / AUTOCONSUMO (PLACAS SOLARES)

A continuación, abordamos con más detalle todo lo relacionado con el autoconsumo y las placas solares.

**En tu opinión, la rentabilidad de la inversión en energía fotovoltaica (placas solares) depende de:**  
(% Respuesta múltiple)



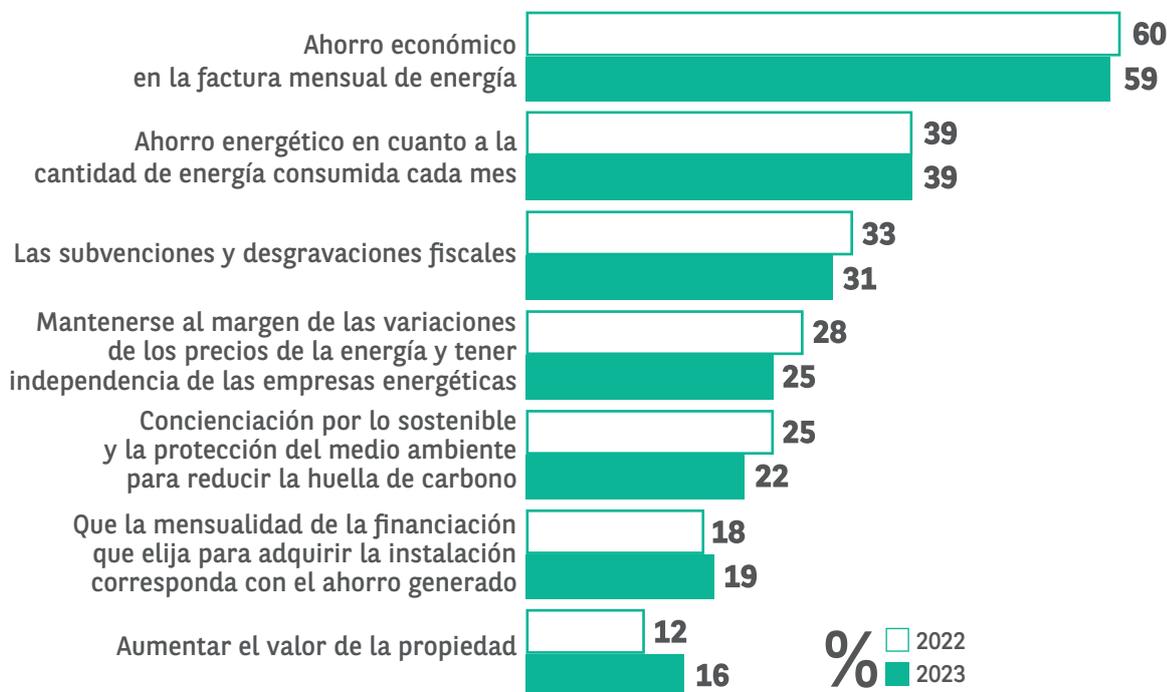
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2022  
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2023

Más de la mitad de los encuestados opina que la rentabilidad de la inversión en placas solares depende del precio final y de la calidad de los materiales instalados, con un 54% de menciones frente al 55% del año anterior. Otra de las variables importantes para

los consumidores y que se mantiene respecto a 2022 son las subvenciones públicas sobre el precio del producto o la reducción fiscal. En ambos casos, señalar que son los consumidores mayores de 45 años los que destacan por encima de la media.

La zona geográfica es importante para el 35% de encuestados. A continuación, analizamos los principales motivos y frenos a la hora de decidir instalar este sistema de energía fotovoltaica.

## ¿Cuáles de las siguientes razones te motivarían más a realizar una inversión en placas solares? (% Respuesta múltiple - máximo 3 respuestas)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2022  
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2023

En lo que respecta a las razones que más motivarían a los españoles a realizar una inversión en placas solares, destaca el ahorro económico mensual, con un 59% de menciones y un descenso de un punto respecto a las declaraciones de 2022. En este sentido, destacan los consumidores mayores de 45 años, con un 63% de menciones (4 puntos por encima de la media)

El siguiente motivo más mencionado es el ahorro energético en cuanto a la cantidad de energía consumida cada mes con un 39% de menciones, mostrando el mismo porcentaje que el año

anterior. El top 3 lo cierran las subvenciones y desgravaciones fiscales con un 31% de menciones

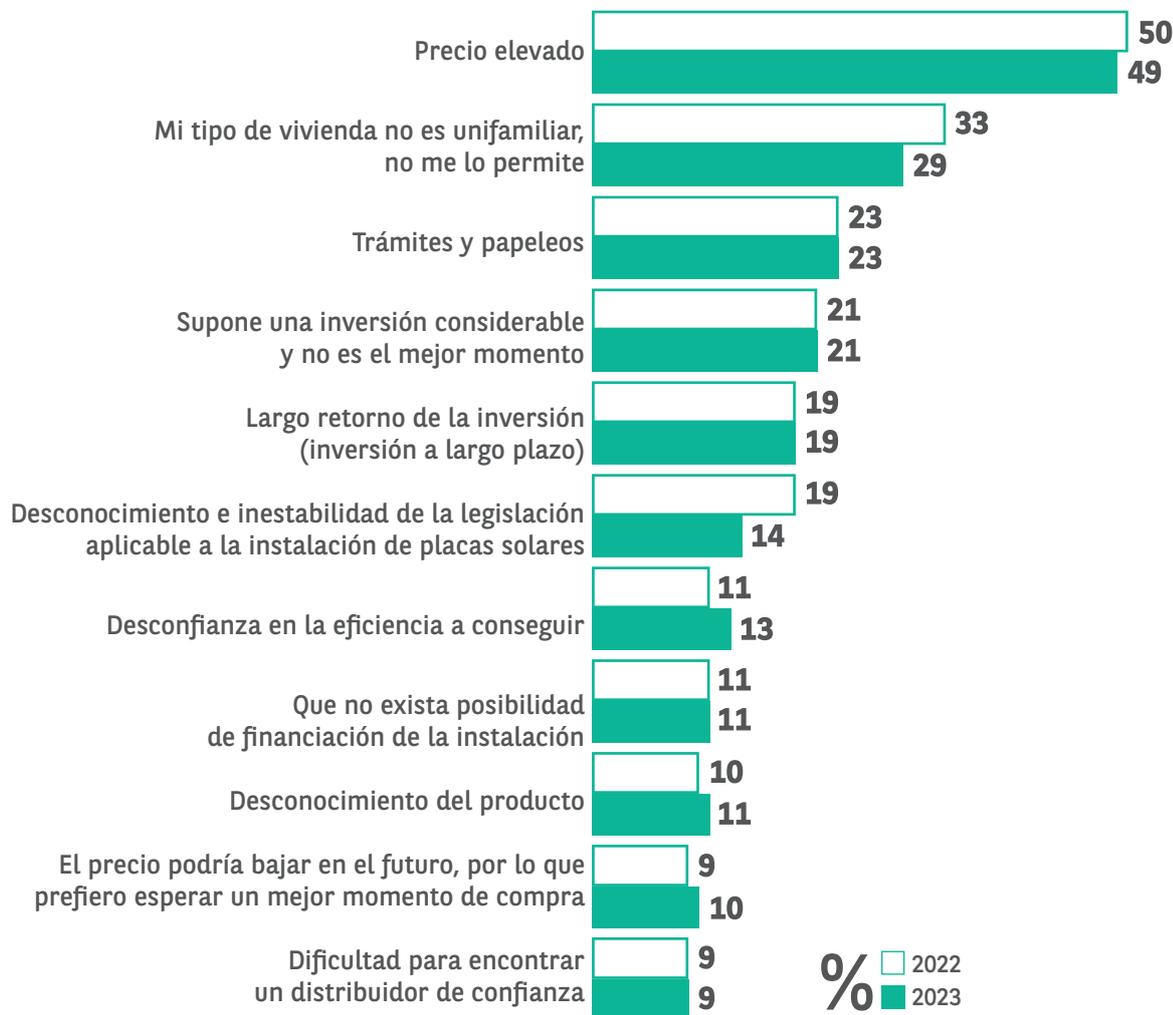
Un 25% declara que uno de los principales motivos es el poder mantenerse al margen de las variaciones de los precios de la energía, obteniendo una independencia de las empresas energéticas. (28% en 2022)

Este tipo de instalaciones conlleva un desembolso importante para los bolsillos de los españoles, por ello la financiación es un elemento clave en este tipo de compras. Un 19% de con-

sumidores considera importante que la mensualidad del pago de la financiación al adquirir la instalación se corresponda con el ahorro generado.

Pero al margen de los motivos económicos y al igual que en 2022, también encontramos un porcentaje importante de españoles (22%) que afirma que su motivación es la concienciación por la protección del medio ambiente, destacando aquellos con edades entre 25 y 34 años con un 26% de menciones.

### ¿Cuáles de las siguientes razones te frenarían a realizar una inversión en placas solares? (% espuesta múltiple - máximo 3 respuestas)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2022  
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2023

El elevado precio de este tipo de instalaciones es el principal freno manifestado por los españoles con un 49% de menciones y un descenso de un punto respecto a las declaraciones del año anterior.

Un 29% afirma que no puede instalar placas solares porque su vivienda no es unifamiliar, hecho que en realidad

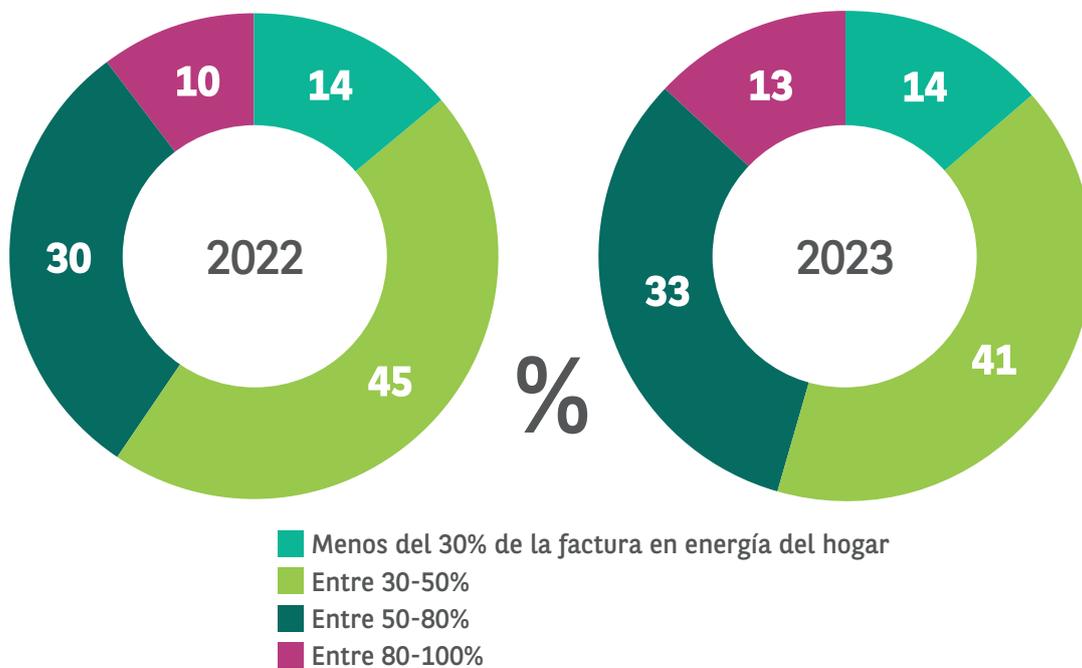
no es un impedimento, ya que la energía fotovoltaica también se puede acometer en bloques de viviendas y comunidades de propietarios, pero como veremos más adelante, la falta de información en este tema es uno de los problemas.

Los trámites necesarios para este tipo de instalaciones, es el siguiente freno

más importante con un 23% de menciones, mismo porcentaje que en 2022.

El siguiente motivo más mencionado es el hecho de que este tipo de instalaciones supone una inversión importante y no es el mejor momento, manifestado por un 21% de españoles.

**¿Cuál es el ahorro mensual aproximado por el que estarías dispuesto a realizar una inversión en placas solares?**  
 (% Respuesta única)



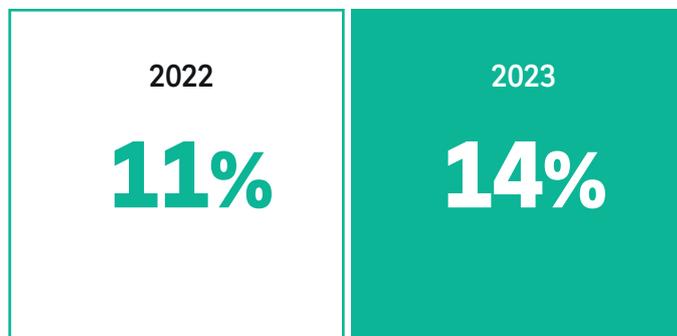
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2022  
 Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2023

El 41% de los encuestados afirma que para decidirse a realizar una inversión en placas solares, el ahorro mensual aproximado debería oscilar entre un

30 y 50%. Le sigue el 33% que declara que dicho ahorro tendría que ser entre el 50% y el 80%. Sólo el 14% estaría dispuesto a instalar energía fotovol-

taica con un ahorro en su factura de menos del 30%.

## ¿Conoces el contenido de las leyes que regulan el autoconsumo? (% Respuesta única)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2022  
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2023

Si damos un paso más y preguntamos sobre el conocimiento por parte de los consumidores acerca del contenido de las leyes que regulan el autoconsumo, sólo el 14% afirma conocerlo, aunque hay que señalar que este porcentaje aumenta 3 puntos respecto a 2022. En este sentido es importante señalar que son los más jóvenes los que están más informados al respecto. Destacan por encima de la media aquellos con edades comprendidas entre los 18 y 24 años con un 32% de menciones.

Toda la información al respecto se encuentra publicada en el BOE (<https://www.boe.es/eli/es/rd/2019/04/05/244>), Real Decreto 244/2019, de 5 de abril, por el que se regulan las condiciones administrativas, técnicas y económicas del autoconsumo de energía eléctrica.

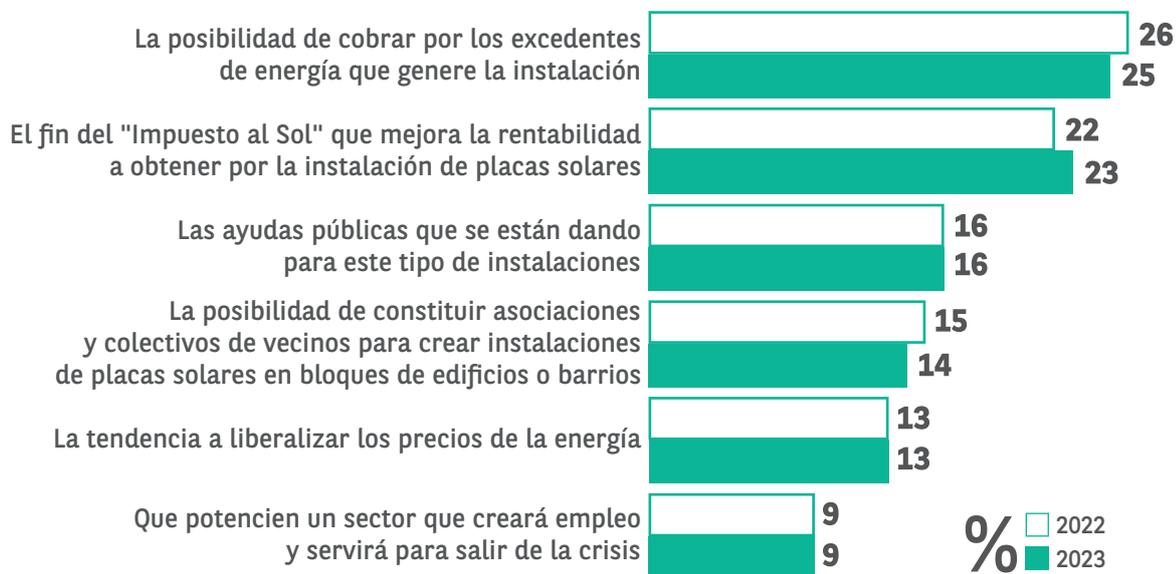
Entre las múltiples informaciones que se pueden encontrar en dicha ley, podemos destacar varios aspectos:

- “La Ley 24/2013, de 26 de diciembre, del Sector Eléctrico, en la dicción original del artículo 9, definía el autoconsumo como el consumo de energía eléctrica proveniente de instalaciones

*de generación conectadas en el interior de una red de un consumidor o a través de una línea directa de energía eléctrica asociadas a un consumidor y distinguía varias modalidades de autoconsumo.”*

- “Con el objetivo de impulsar que el autoconsumo se realice con generación distribuida renovable, en este real decreto-ley se establece que la energía autoconsumida de origen renovable, cogeneración o residuos, estará exenta de todo tipo de cargos y peajes”.

**¿Qué variable de las nuevas leyes (expuestas a continuación) que regulan el autoconsumo te parece más interesante?**  
(% Respuesta única)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2022  
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2023

Hemos preguntado con más detalle sobre el interés que generan las principales variables de las nuevas leyes que regulan el autoconsumo. La que genera un mayor interés por parte de los encuestados es la posibilidad de cobrar por los excedentes de energía que genere la instalación con

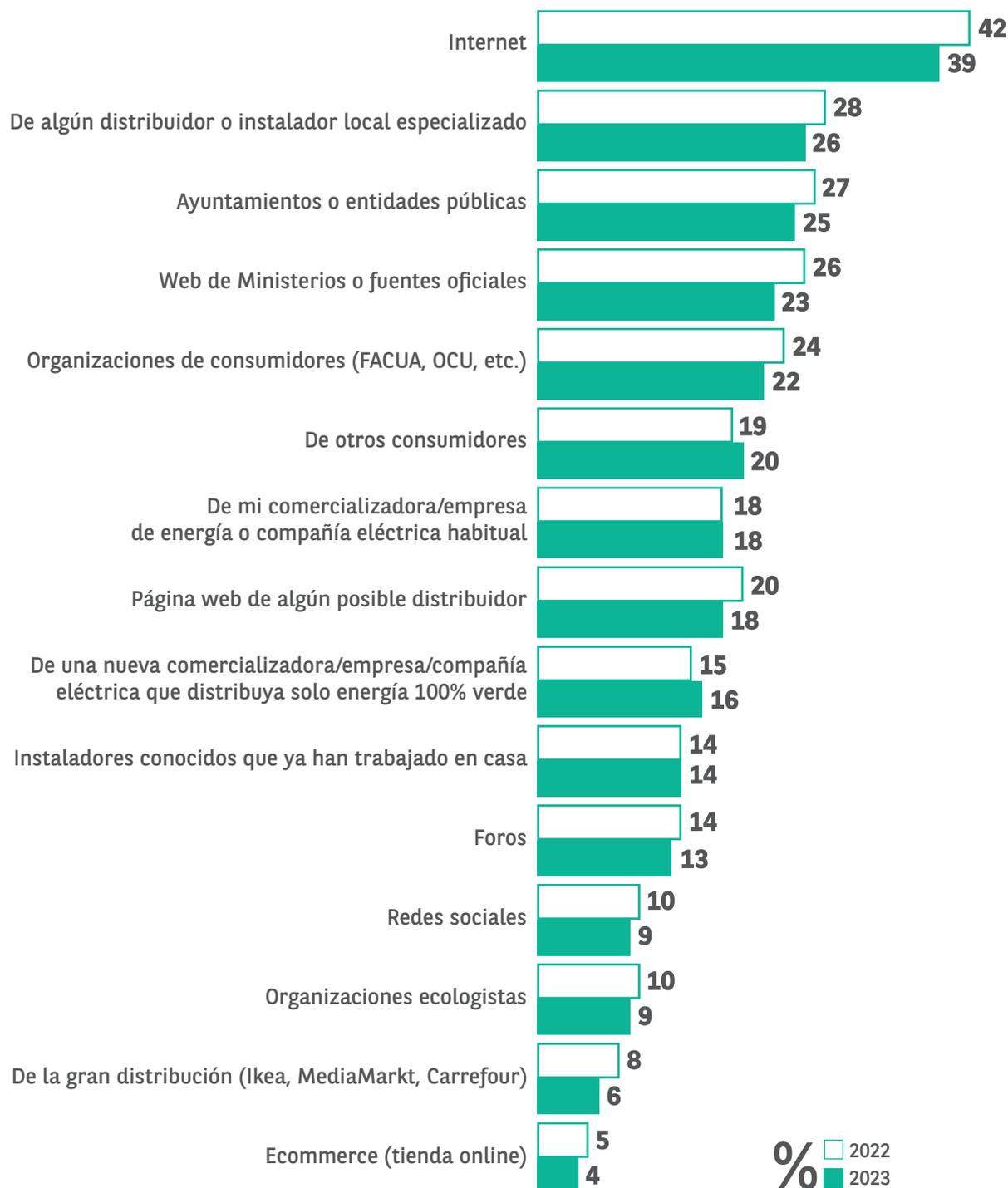
un 25% de menciones y un ligero descenso de 1 punto respecto a 2022.

Le sigue el fin del "impuesto al Sol" que mejora la rentabilidad a obtener por la instalación de placas solares, con un 23% de respuestas obtenidas y aumentando en un punto respecto

año anterior.

Las ayudas públicas que se están dando para este tipo de instalaciones cierran el top 3 y se mantienen con un 16% de menciones como en 2022.

**¿Dónde consultas/consultarías la información para acometer una inversión en placas solares?**  
(% Respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2022  
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2023

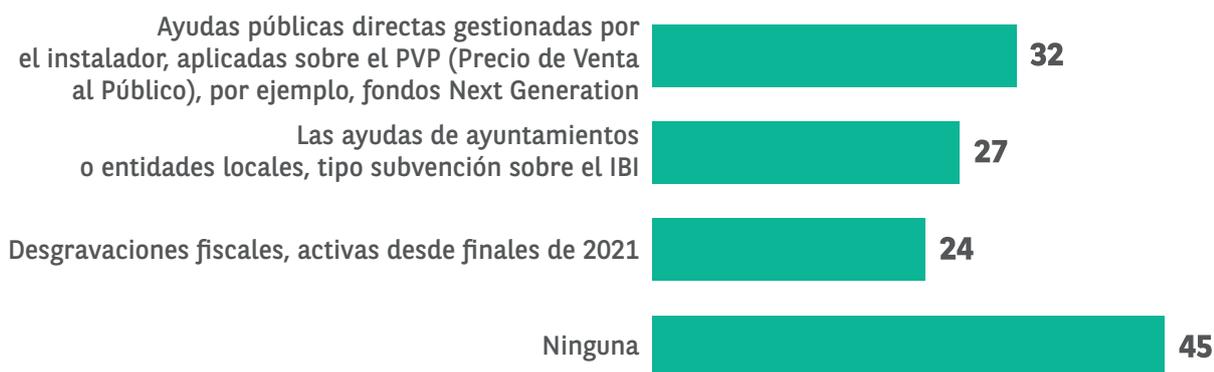
Por último, es importante conocer las fuentes de información a las que acudirían los españoles una vez tomada la decisión de acometer una inversión en placas solares. Cómo no podía ser de otra manera, y al igual que ocurre en otros sectores, internet es el canal más demandado a la hora de buscar información al respecto con un 39% de menciones y un descenso de 3 puntos respecto a 2022.

Con un 26% encontramos las consultas realizadas a los distribuidores e instaladores locales, hecho que refleja el aumento de la presencia de este tipo de empresas, así como su inversión en publicidad en medios de información que hacen que lleguen más a la población en general.

Es importante señalar que, al tratarse de un tema complicado, que requiere una inversión elevada y que genera bastantes dudas a los consumidores, la consulta a fuentes oficiales como asociaciones de consumidores o web de ministerios son los siguientes canales más consultados con un 25% y 23% de menciones respectivamente.

### ¿Y cuál/es de las siguientes ayudas públicas para la instalación de placas solares estás pensando en utilizar?

(% Respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2023

En cuanto a las ayudas públicas para la instalación de placas solares que los españoles tendrían intención de utilizar, encontramos, en primer lugar, las

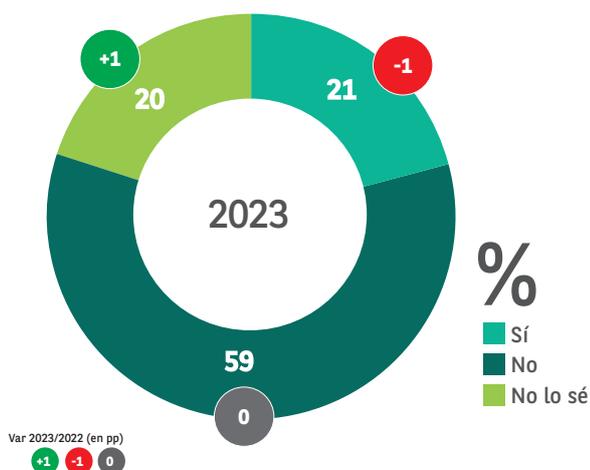
públicas gestionadas por el instalador y aplicadas sobre el PVP (precio venta público) con un 32% de menciones. Le siguen 5 puntos por detrás las ayudas

de ayuntamientos o entidades locales con un 27%, y 8 puntos por detrás las desgravaciones fiscales con un 24%.

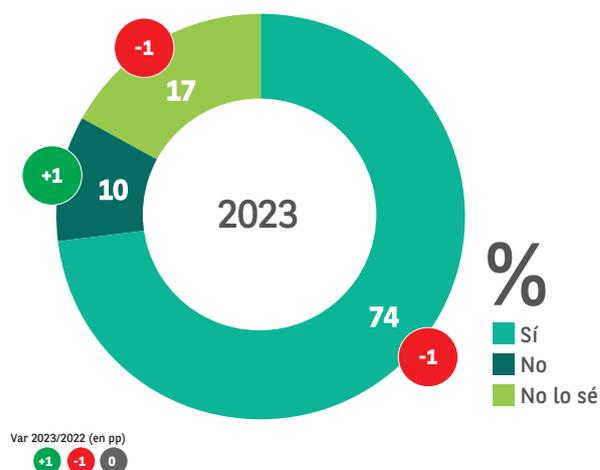
# CONCLUSIONES TRANSICIÓN ENERGÉTICA

## Eficiencia energética del hogar

¿Cuenta tu vivienda con sistemas de eficiencia energética incorporados en la construcción?  
(% respuesta única)



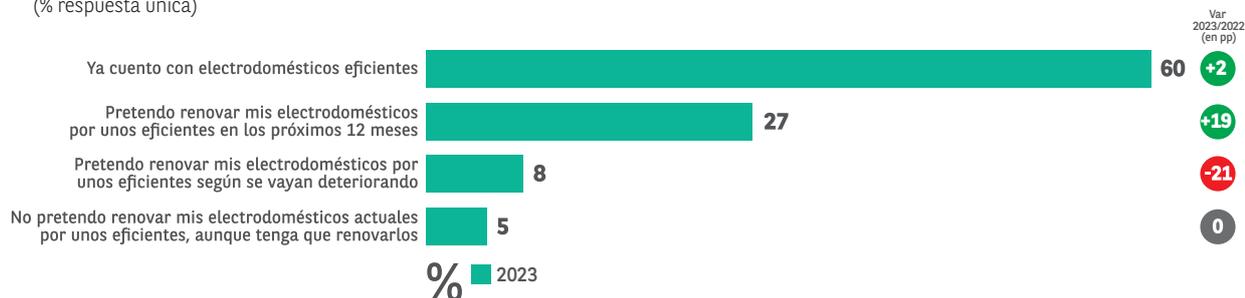
¿Crees que una edificación que tenga en cuenta la eficiencia energética es rentable para el consumidor final?  
(% respuesta única)



9 de cada 10 encuestados tendría en cuenta la eficiencia energética a la hora de comprar una vivienda.

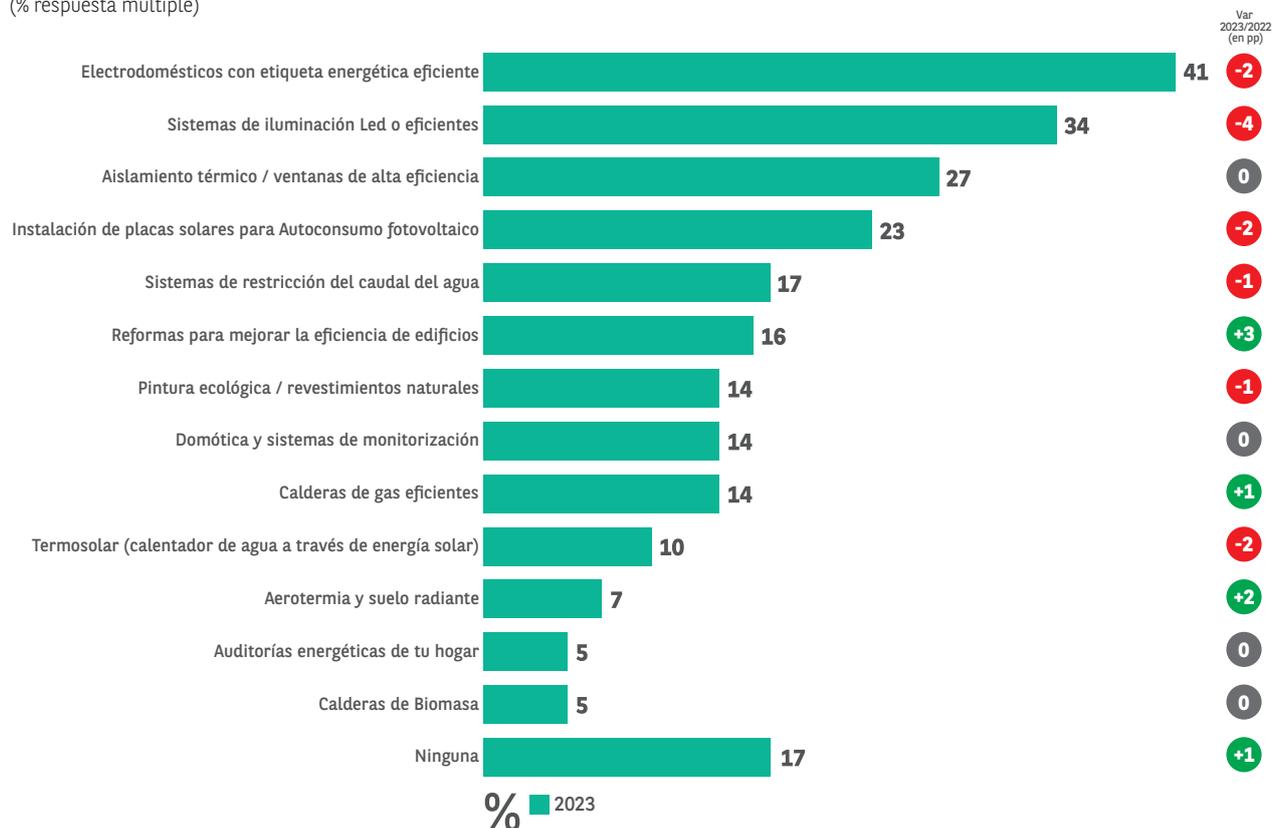
### En cuanto a los electrodomésticos eficientes:

(% respuesta única)



### ¿Qué tipo/s de sistemas de eficiencia energética y/o de energía renovable para mejorar la sostenibilidad del hogar estás pensando instalar?

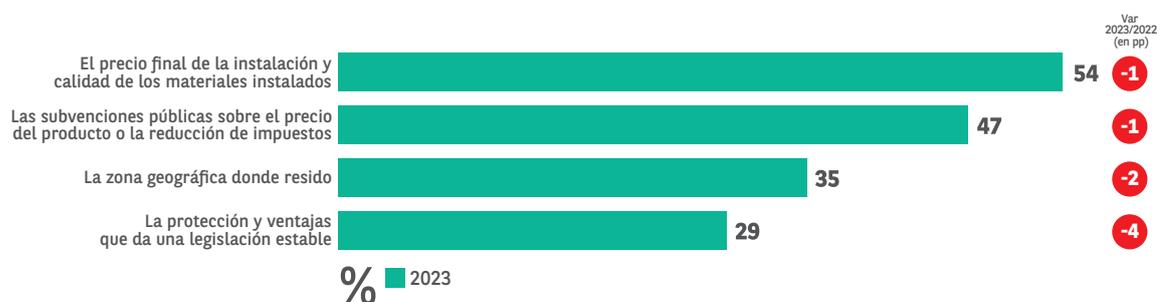
(% respuesta múltiple)



## Energía fotovoltaica (placas solares)

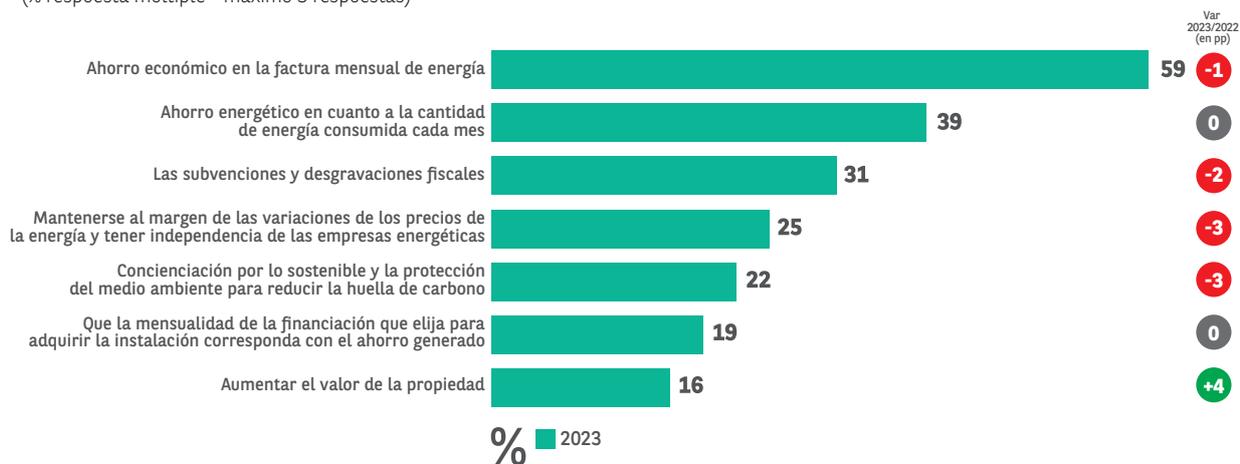
En tu opinión, la rentabilidad de la inversión en energía fotovoltaica (placas solares) depende de:

(% respuesta múltiple)



¿Cuáles de las siguientes razones te motivarían más a realizar una inversión en placas solares?

(% respuesta múltiple - máximo 3 respuestas)



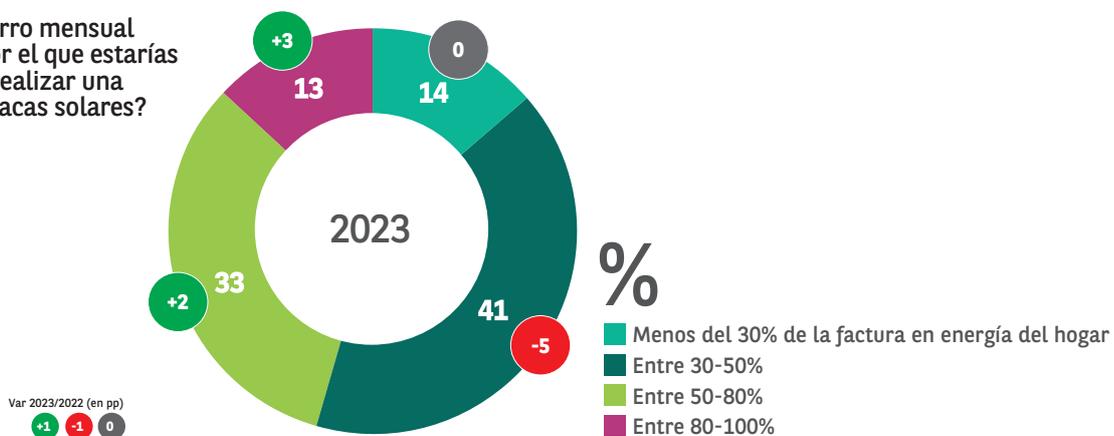
### ¿Cuáles de las siguientes razones te frenarían a realizar una inversión en placas solares?

(% respuesta múltiple - máximo 3 respuestas)



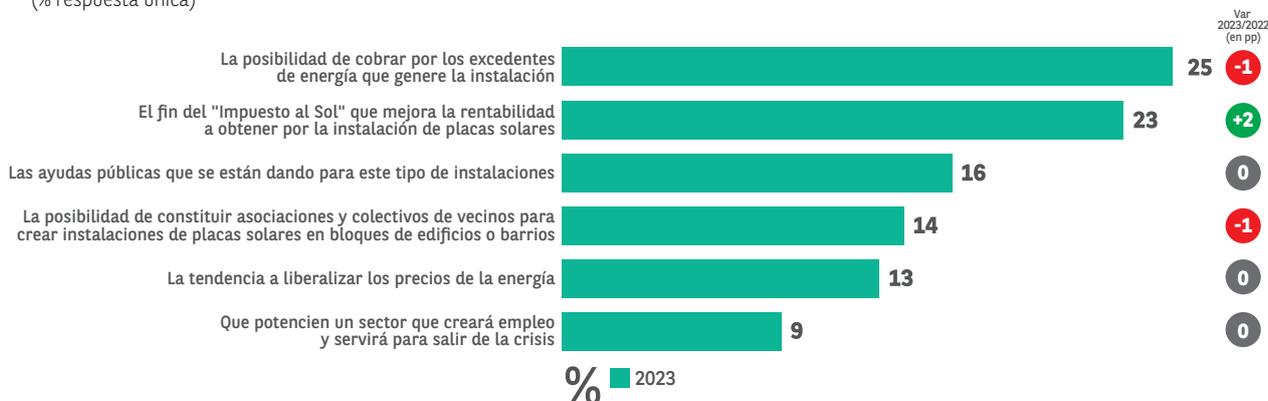
### ¿Cuál es el ahorro mensual aproximado por el que estarías dispuesto/a a realizar una inversión en placas solares?

(% respuesta única)



### ¿Qué variable de las nuevas leyes (expuestas a continuación) que regulan el autoconsumo te parece más interesante?

(% respuesta única)



**9** de cada **10** encuestados desconoce el contenido de las leyes que regulan el autoconsumo

## Inversión y consumo

### ¿Cuál es el coste que estimas para una inversión en sistemas de eficiencia energética y/o de energía renovable para mejorar la sostenibilidad del hogar?

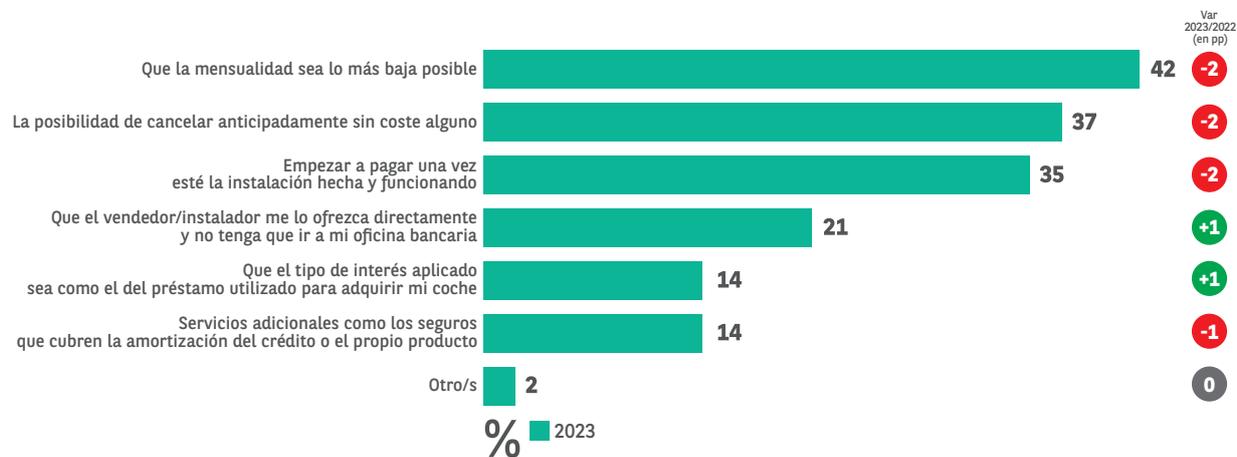
(% respuesta única)

	2023	Var. 2023/2022 (en pp)
Menos de 1.000€	12%	-2
Entre 1.000 y 3.000€	27%	-1
Entre 3.000 y 5.000€	29%	+2
Entre 5.000 y 10.000€	22%	-1
Más de 10.000€	9%	+1

Var. 2023/2022 (en pp) **+2** | **-1** | **0**

**6** de cada **10** españoles optaría por la financiación, siendo la posibilidad de obtener una cuota mensual baja, la opción más valorada para decidirse por una entidad u otra.

**En el caso de que optaras por la financiación,  
¿cuál de los siguientes aspectos valorarías más?**  
(% respuesta múltiple)



---

# LA VOZ DE NUESTROS PARTNERS



## ENTREVISTA

**Juan Buitrón** Sales Manager de Enphase Energy para España y Portugal

### Enphase Energy aterrizó en España en 2020, ¿cuál sería tu resumen de estos años de actividad en nuestro país?

A lo largo de estos años hemos ido formando un consolidado equipo comercial y de soporte técnico, algo que era primordial para una empresa como Enphase Energy, que pone el foco en dar una buena experiencia al cliente, ya sea mediante asistencia telefónica o con ingenieros en campo. Además, hemos conseguido crear un canal de distribución que nos permite trabajar con empresas que ofrecen instalaciones solares de gran calidad.

Hace tres años, cuando aterrizamos en España, éramos conocidos como el fabricante líder de microinversores. Sin embargo, hemos tenido una gran evolución y ahora nuestra oferta no se limita a ese componente, sino que ofrecemos soluciones energéticas mucho más completas, incluyendo baterías, sistemas de gestión de la energía doméstica (HEMS), etc. Todo ello manteniendo las amplias garantías que diferencian a nuestros productos.

### ¿Qué novedades tenéis previstas desde Enphase Energy para los próximos meses/años?

Acabamos de lanzar los IQ8 Microinverters, que están disponibles desde mayo en España. Son nuestros microinversores más inteligentes hasta la fecha y están diseñados para dar soporte a los nuevos módulos solares de alta potencia.

Tenemos previsto lanzar este verano nuestros esperados sistemas de almacenamiento de corriente alterna. Habrá dos versiones de IQ Batteries disponibles —3,5 kWh y 10,5 kWh— que contarán además con 15 años de garantía.

También está en nuestros planes lanzar a finales de año HEMS (Home Energy Management Solution), nuestro completo sistema de gestión de la energía en casa que



combina producción, almacenamiento, control y gestión en una sola solución inteligente. Por otro lado, vamos a empezar a ofrecer a los instaladores Solargraf, una útil herramienta que les ayudará con el diseño y la cotización de sus proyectos.

### Respecto a los frenos que existen entre los consumidores para instalar placas solares, ¿crees que cada vez son menores?

Me parece que ya se han derribado los viejos mitos de que la energía solar es muy cara. Con el tiempo, se ha demostrado que la fotovoltaica es una tecnología que puede generar ahorros y amortizarse de manera efectiva. Aun así, creo que podría simplificarse la tramitación administrativa que conlleva una instalación de este tipo y el acceso a las subvenciones. La incertidumbre puede ser un freno importante para el cliente final.

Por otro lado, la bajada del precio de la energía que estamos viendo estos últimos meses puede crear menos sentimiento de urgencia a los propietarios para hacer una instalación solar y conseguir ahorrar. No obstante, la crisis climática y los objetivos de electrificación y descarbonización siguen estando ahí, independientemente de las oscilaciones de precios. De hecho, si baja el precio de la energía en las horas solares, cobran más importancia las baterías para

poder almacenar y utilizar la energía producida cuando más valor tiene.

### En tu opinión, ¿la financiación juega un papel clave en vuestro sector?

Sí, una instalación solar requiere hacer una inversión por adelantado, por lo que la financiación es algo que puede hacerla accesible a mayor parte de la población. En este sentido, las garantías que ofrecemos en Enphase Energy sintonizan muy bien con los préstamos a largo plazo, ya que permiten que el cliente ahorre desde el primer día. Por eso, la colaboración con empresas con la experiencia de Cetelem encaja con la calidad y el saber hacer de los instaladores de Enphase Energy de cara a producir la mejor experiencia de cliente, entre otros valores añadidos.

*Con el tiempo, se ha demostrado que la fotovoltaica es una tecnología que puede generar ahorros y amortizarse de manera efectiva.*

### ¿Cómo ves de manera global el futuro a medio plazo de todo lo relacionado con la sostenibilidad?

Necesitamos movernos colectivamente hacia la electrificación y la descarbonización, poniendo el foco en la sostenibilidad. Sustituir la energía producida a partir de combustibles fósiles por energías renovables, en nuestro caso solar, es clave para conseguir la transición energética que necesitamos. En Enphase Energy hacemos todo lo que está en nuestra mano para ser sostenibles. No solo comercializamos productos que ayudan a nuestros clientes a ser más responsables con su entorno, sino que somos conscientes de nuestro impacto medioambiental y estamos tomando medidas para reducir nuestra huella energética.

## ENTREVISTA

**Josep Maria Albert** CCO Engel Energy

**Todo lo relacionado con la mejora en la eficiencia energética dentro de los hogares, es algo que ha ido cobrando mucha importancia en los últimos años. ¿Qué nos puedes decir acerca de la evolución en la demanda de la instalación de paneles solares?**

Efectivamente, la necesidad de mejorar la eficiencia energética de los hogares es clave hoy en día, de ahí que en Engel Energy hemos evolucionado para convertirnos en asesores energéticos y ayudar a facilitar la transición ecológica hacia un modelo de consumo más sostenible, económico, eficiente y respetuoso con el planeta. Y en este camino el acceso a las energías renovables, como la solar, es solo el principio, es la base para empezar a disfrutar de la energía de una forma más sana y eficiente.

Desde hace más de un año ya estamos viviendo de lleno un auténtico boom de la fotovoltaica en España, impulsado por una mayor conciencia ecológica de la sociedad en general y también por la situación política en Europa y el encarecimiento desmesurado de los combustibles fósiles como el petróleo. De hecho, en nuestro caso en 2022 triplicamos las instalaciones fotovoltaicas para autoconsumo respecto al año anterior.

Pero como decimos, esto es solo el principio. Para que un hogar realmente saque el máximo partido de las energías renovables y disfrute de un modelo de consumo que le permita ahorrar y reducir su huella de carbono notablemente es necesario que se adapte a esta nueva forma de consumir. Poner placas solares es el primer paso para posteriormente poder disfrutar, por ejemplo, de electrodomésticos o cargadores de coche eléctrico inteligentes que ahorren aprovechando automáticamente las horas de más producción de energía solar, o de una batería virtual que le permita aprovechar todos los excedentes y reducir la factura de la luz, entre otras muchas formas



de mejorar la eficiencia energética y sacar el máximo partido a las placas solares.

**¿Cómo ha sido el 2022 para Engel Energy? ¿Tenéis prevista alguna novedad para este año 2023?**

El 01 de junio de 2023 ha nacido Engel Energy. Este año hemos dado un paso de gigante más hacia la transición ecológica y Engel Solar ha evolucionado hacia Engel Energy, un cambio que refleja nuestro posicionamiento como asesores energéticos y facilitadores del cambio hacia un modelo de consumo energético más eficiente, económico y ecológico. El asesor energético es una figura que ya existía en el ámbito industrial, pero no a nivel particular.

***Para avanzar en la transición ecológica todos necesitamos arrimar el hombro y afortunadamente también las entidades financieras, como en nuestro caso Cetelem***

Engel Energy nace con la filosofía de ser ese acompañante de confianza que te asesora y te guía con transparencia y honestidad en el paso hacia la transición ecológica y la eficiencia energética. Para ello, nos encontramos en pleno proceso de

desarrollo de nuevos productos y servicios innovadores diseñados específicamente para ayudar a implantar las energías renovables, avanzar hacia la independencia energética de los hogares y reducir el gasto en la factura de la luz. Seguimos aprovechando nuestros 18 años de experiencia para asesorar, diseñar e instalar plantas fotovoltaicas para autoconsumo a medida del cliente, pero también avanzamos en paralelo en el desarrollo de nuevas propuestas que permitan la democratización del uso de las energías renovables y el acceso a nuevos productos y servicios que nos ayuden a tener hogares realmente energéticamente eficientes.

Aún no podemos decir lo que está por venir, pero está muy cerca.

**Aunque la demanda de instalación de paneles solares es cada vez más alta, todavía siguen existiendo frenos según la percepción de los consumidores. ¿Cuál es tu opinión al respecto?**

El boom de las placas solares que comentábamos ha venido acompañado de una avalancha de propuestas, marcas nuevas y también empresas tradicionales que se han adaptado para entrar en el mercado de la fotovoltaica. Con esta explosión de la oferta a veces se produce una sobreinformación que puede desorientar o generar dudas a la hora de decidir qué es lo que más se ajusta a nuestra necesidad. En este sentido, desde Engel Energy creemos que la información clara, objetiva y transparente es fundamental para ayudar a encontrar la mejor solución y estamos aquí para asesorar sin compromiso y acompañar en la toma de decisiones.

**La financiación, ¿sigue jugando un papel importante en vuestro mercado?**

Para avanzar en la transición ecológica todos necesitamos arrimar el hombro y afortunadamente también las entidades financieras, como en nuestro caso Cetelem,

nos apoyan para facilitar el acceso a las energías renovables. Quizás en algunos casos el impedimento a la hora de instalar placas solares sea el económico, pese a que las instalaciones se han abaratado enormemente y en cuatro o cinco años ya se han amortizado en muchos casos, por eso para nosotros es un gran apoyo el poder ofrecer financiación con las mejores condiciones.

Avanzar hacia un modelo de consumo económico y sostenible está en nuestras manos y si la humanidad sigue remando en la misma dirección podremos hacer realidad el cambio que necesitamos para preservar el planeta. No tenemos un minuto que perder, pero aún estamos a tiempo.

**¿Cómo ves de manera global el futuro a medio plazo de todo lo relacionado con la sostenibilidad?**

Estamos justo en la línea de salida, y el pistoletazo ya ha sonado. Acabamos de entrar en la carrera contrarreloj para echar el freno al cambio climático. Y tenemos el compromiso de seguir innovando para facilitar el acceso a las energías limpias y el cambio hacia un modelo de consumo más sostenible.

No ha sido fácil organizar esta carrera y durante años tanto las administraciones como las empresas y entidades del sector hemos tenido que colaborar para hacerlo realidad. Ahora, contamos con ayudas europeas, nacionales, autonómicas y locales para las instalaciones fotovoltaicas; con planes de financiación muy favorecedores por parte de las entidades financieras; con materiales innovadores e increíblemente eficientes para la fabricación de paneles; con precios altamente competitivos y, sobre todo, contamos con la ilusión por el cambio hacia la transición ecológica.

El cambio es posible, de eso no me cabe duda. Y nuestra responsabilidad es seguir abriendo camino y facilitando el acceso para que todos consigamos llegar al final de la carrera orgullosos y satisfechos. ¡A por ello! ■



## ENTREVISTA

**Rafael Reyes Moyano** CEO de Solideo

**Nos gustaría conocer Solideo. ¿cuándo y por qué nace la compañía? ¿a qué se dedica la empresa? ¿Cuál ha sido su evolución?**

Solideo nació en 2019, ya que no fue hasta ese año en el que se publica el RD que regula el Autoconsumo y que pone fin al impuesto al sol.

En ese momento, tras diez años en el sector ferroviario, los socios fundadores creamos Solideo con el objetivo de posicionarnos como referentes en el sector energético, teniendo como pilar principal la calidad y seguridad, valores que nos llevamos del sector donde trabajábamos.

Desde ese momento, la empresa ha evolucionado exponencialmente. Empezamos focalizándonos en la instalación fotovoltaica, sobre todo en el residencial y, ofreciendo a su vez, otros servicios como baterías, aerotermia o cargadores de vehículo eléctrico y hemos ido adaptándonos a las necesidades del mercado.

Este año, para completar el círculo que forma la transición energética, hemos lanzado la primera comercializadora pensada para el autoconsumidor, con la mejor energía virtual del mercado. A la vez, también hemos creado nuevas líneas de negocio como los PPA o las comunidades solares.

**Todo lo relacionado con la mejora en la eficiencia energética dentro de los hogares, es algo que ha ido cobrando mucha importancia en los últimos años. ¿Qué nos puedes decir acerca de la evolución en la demanda de la instalación de paneles solares o de sistemas de aerotermia?**

En el momento en el que se derogó el impuesto al Sol, la demanda de la instalación de paneles solares en el sector residencial incrementó de manera exponencial. Con el tiempo, esta tendencia ha ido virando hacia el autoconsumo compartido.



Por otro lado, la demanda de sistemas de aerotermia ha crecido de forma más paulatina. En Solideo estamos especializados en soluciones que acoplan la aerotermia con el sistema fotovoltaico y el resto de las soluciones de eficiencia energética.

**¿Cuáles crees que son los principales frenos para los consumidores a la hora de instalar soluciones relacionadas con los paneles solares o la aerotermia?**

El principal freno es el desconocimiento hacia estas soluciones de eficiencia energética. Por ese motivo, nosotros siempre intentamos basar nuestra estrategia en la pedagogía y explicar a los clientes cómo pueden ahorrar y ser más sostenibles con estos sistemas de autoconsumo.

*La sostenibilidad cada vez tiene un papel más relevante en todos los ámbitos de la economía, y este papel aún va a ser más relevante con el paso del tiempo*

Por otro lado, el coste de la instalación también supone un freno en la toma de la decisión. Aunque sean instalaciones que se amortizan en 5-6 años, la inversión inicial sigue siendo elevada. Sin embargo, noso-

tros ofrecemos distintas modalidades de pago adaptándonos a las necesidades de cada cliente: desde el pago al contado hasta el alquiler de la instalación por menos de un euro al día.

**En tu opinión, ¿cuál es el papel que juega la financiación en vuestro sector?**

La financiación juega un factor clave, ya que, para llevar las soluciones de eficiencia energética a todo el mercado, tenemos que buscar fórmulas en las que el cliente, tenga el poder adquisitivo que tenga, ahorre desde el primer día.

Nuestra fórmula busca que el cliente ahorre desde el primer día, de manera que, la factura de la luz después de la instalación fotovoltaica más la cuota del préstamo de la financiación, sea inferior a la factura que tenía de luz antes de la instalación.

Es por ello, que las soluciones financieras ágiles, flexibles y que se adapten a todos los clientes, como las de Cetelem, son determinantes para la penetración de las soluciones de eficiencia energética.

**¿Cómo ves de manera global el futuro a medio plazo de todo lo relacionado con la sostenibilidad?**

La sostenibilidad cada vez tiene un papel más relevante en todos los ámbitos de la economía, y este papel aún va a ser más relevante con el paso del tiempo, ya sea por regulación o por sensibilidad de la sociedad.

Desde el punto de vista de las soluciones de eficiencia energética, el reto está en poder llevarlas a todos los públicos, tanto a las familias que vivan en una unifamiliar de propiedad, como a las que vivan en pisos de alquiler. Las comunidades energéticas y solares y las baterías, serán la clave para superar este reto. ■

## ENTREVISTA

**Pablo Huertas** Director Oficina Técnica y Backoffice de Adnaya

**Nos gustaría conocer Adnaya. ¿cuándo y por qué nace la compañía? ¿a qué se dedica la empresa? ¿Cuál ha sido su evolución?**

Adnaya Green Solutions nace hace más de 10 años con el propósito de ser una consultora energética de referencia en el sector de las energías renovables y del sector eléctrico.

La experiencia adquirida en grandes proyectos tanto en el sector público como privado y con clientes de entidad nacional e internacional, ha ido formando a un equipo multidisciplinar de expertos de excepcional cualificación.

Adnaya Green Solutions es Instaladora Eléctrica Autorizada desde 2017, ofrecemos un servicio integral a nuestros clientes, desde la fase de estudio, asesoría comercial, proyecto, dimensionamiento y diseño, hasta ejecución y legalización y tramitación de subvenciones.

Somos una empresa capaz, que desarrolla proyectos llave en mano, controlando con personal propio, todo el proceso de los mismos.

En la actualidad las dos líneas principales de negocio son el autoconsumo solar y los cargadores de vehículo eléctrico, habiendo realizado más de 3.000 instalaciones de autoconsumo y más de 2.500 cargadores sólo en los últimos 4 años.

***En la mayoría de los casos, el ahorro generado con la instalación de paneles solares sumado a la cuota de financiación, es un coste inferior que el gasto anterior de la factura de luz, haciendo la operación más que recomendable***



**Todo lo relacionado con la mejora en la eficiencia energética dentro de los hogares, es algo que ha ido cobrando mucha importancia en los últimos años. ¿Qué nos puedes decir acerca de la evolución en la demanda de la instalación de paneles solares?**

El sector de los paneles solares ha pasado por un auténtico boom en los años 2021 y 2022, por la suma de factores tales como:

- Crisis de precio de la energía en Europa
- Subvenciones a la instalación de paneles
- Madurez del mercado tanto a nivel tecnológico como de conocimiento por parte del consumidor.

En la actualidad ya no se vive esa intensidad de boom, con momentos de más demanda que oferta del propio mercado y se ha ido estabilizando a un ritmo más normalizado.

**¿Cuáles crees que son los principales frenos para los consumidores a la hora de instalar soluciones relacionadas con los paneles solares?**

A día de hoy, los beneficios están tan contrastados y el mercado es tan competitivo que las únicas limitaciones que pudieran llegar a suponer un impedimento a un consumidor sería la propia de tener que realizar una inversión inicial y la amortización de la inversión, que, en el contexto de precios altos de la energía y subvenciones, era de en la mayoría de casos menor a 3-4 años y ahora se puede situar en los 6-7 años.

**En tu opinión, ¿cuál es el papel que juega la financiación en vuestro sector?**

Absolutamente fundamental, en el contexto explicado con anterioridad de que prácticamente el único freno para el consumidor puede ser el hecho de la realización de la inversión inicial (en torno a unos 5.000-6.000 € de media), la posibilidad de una financiación es un factor decisivo.

De esta forma, independientemente de la duración del período de amortización, en la mayoría de los casos, el ahorro generado con la instalación de paneles solares sumado a la cuota de financiación, es un coste inferior que el gasto anterior de la factura de luz, haciendo la operación más que recomendable.

**¿Cómo ves de manera global el futuro a medio plazo de todo lo relacionado con la sostenibilidad?**

Se ha hecho mucho y, sin embargo, queda todo por hacer. La sostenibilidad es el eje que va a articular las decisiones de nuestras vidas, tanto a nivel económico como funcional, y a todos los niveles, sea individual, empresarial o de los estados.

Los costes económicos y humanos de no aplicar la sostenibilidad en todos y cada uno de los ámbitos de nuestra vida, van a ser infinitamente superiores a los de aplicarlos. ■

## ENTREVISTA

**Daniel Fernández** CEO de Sotysolar

**Nos gustaría conocer Sotysolar. ¿Cuándo y por qué nace la compañía? ¿A qué se dedica la empresa? ¿Cuál ha sido su evolución?**

Fundada en 2016, SotySolar es pionera en el mercado del autoconsumo y los servicios energéticos en España. Nace con la intención de hacer accesible la energía a cualquier persona que quiera sumarse al progreso. Aportando, las tan necesarias en el sector, soluciones transparentes y expertas; que acompañen al consumidor en todo su proceso de producir y consumir su propia energía.

Estamos especializados en la instalación de placas solares, baterías de almacenamiento, cargadores eléctricos y bombas de calor. Contamos con un equipo auto-suficiente y multidisciplinar, capaz de ofrecer un modelo de negocio que se desmarque de los vigentes, anclados en el pasado.

En SotySolar creemos que cada cubierta de una vivienda tendrá en el futuro una instalación fotovoltaica, especialmente en el sector residencial, donde estamos seguros que muchas de las personas de este país elegirán a SotySolar como su partner de confianza.

***Venimos de un 2022 donde parece que se ha hecho ya todo, pero no es así: cada día más hogares demandan autoconsumo. La energía solar y las baterías son tecnologías limpias y atractivas que dominarán el mercado energético del futuro.***

Con el fin de conocer qué mueve el mercado y qué es realmente relevante, la evolución de SotySolar ha girado en torno a entender y hacer entender. Qué necesita el consumidor y cómo podemos hacer que el autoconsumo sea la respuesta a dichas necesidades. Para lo cual se han ido desa-



rollando una serie de acciones; que van desde un asesoramiento integral en la instalación de las placas, hasta su legalización y mantenimiento; pasado por la creación de nuestra propia plataforma digital: SotyCloud, la cual nos permite controlar todos los procesos internos y externos, para garantizar el mejor servicio y la máxima satisfacción de nuestros empleados y clientes.

Estos valores diferenciales posicionan a SotySolar como uno de los líderes en el mercado nacional y, a corto plazo, en otros países.

**Todo lo relacionado con la mejora en la eficiencia energética dentro de los hogares, es algo que ha ido cobrando mucha importancia en los últimos años. ¿Qué nos puedes decir acerca de la evolución en la demanda de la instalación de paneles solares?**

Aún como referentes en el sector industrial, el residencial es históricamente nuestro foco principal, donde tenemos una fuerte presencia de marca. Venimos de un 2022 donde parece que se ha hecho ya todo, pero no es así: cada día más hogares demandan autoconsumo. La energía solar y las baterías son tecnologías limpias y atractivas que dominarán el mercado energético del futuro.

***Hay dos principales barreras infundadas para los consumidores, que les frena a la hora de instalar soluciones a los consumos como la energía solar: el gran desconocimiento y la elevada inversión***

En SotySolar nos encontramos en un entorno de mercado muy favorable y con importantes expectativas de crecimiento. La electrificación de la economía, el reemplazo de los combustibles fósiles, la disminución de los payback por la bajada de costes, la estabilidad energética, el Green Deal europeo y, sobre todo, la mayor conciencia ambiental tanto por parte de los hogares, como de las empresas, son factores que harán que el autoconsumo no deje de crecer en los próximos años.

**¿Cuáles crees que son los principales frenos para los consumidores a la hora de instalar soluciones relacionadas con los paneles solares?**

Hay dos principales barreras infundadas para los consumidores, que les frena a la hora de instalar soluciones a los consumos como la energía solar: el gran desconocimiento y la elevada inversión.

Los consumidores lo proyectan como una inversión muy alta, aparecen dudas y miedos como "¿Tengo suficiente dinero?", "¿Es el momento adecuado?" porque antes de iniciarse en el proceso presuponen que el coste será de 6.000 € o 10.000 €. Lo que les lleva a esperar, a retrasar su entrada al autoconsumo y al ahorro, por confiar en que son tecnologías que se abaratarán con el tiempo.

Existe además mucho desconocimiento sobre la categoría de las marcas, qué elementos son importantes a considerar... hay mucha incertidumbre y la gente más escéptica lo ve como una estafa porque las políticas alrededor de ello también han ido fluctuando, cambiando y poniendo en una situación confusa al consumidor.

En SotySolar desarticulamos todas esas barreras partiendo de la transparencia y la confianza en todas nuestras comunicaciones con los clientes, y el constante acompañamiento a lo largo de todos los procesos que componen nuestro customer journey. Tras darle al cliente la formación e información necesarias conseguimos que la energía solar sea algo cercano para él e instalar placas solares con nosotros la solución que necesita.

**En tu opinión, ¿cuál es el papel que juega la financiación en vuestro sector?**

La financiación es fundamental para democratizar y hacer accesible la energía solar a todo el mundo.

Es una garantía de confianza y seguridad para el cliente optar por modelos que consigan evidencias del ahorro desde el primer día, sin necesidad de hacer un gran desembolso inicial. De esta manera, nos

adaptamos a las necesidades de cada cliente, en un trabajo de escucha y atención que consideramos claves para el desarrollo del sector.

Nuestro equipo consigue que el proceso de financiación sea lo más ágil y sencillo posible.

**¿Cómo ves de manera global el futuro a medio plazo de todo lo relacionado con la sostenibilidad?**

Con mucho potencial. Va a haber un fuerte impulso positivo en cómo la sociedad con-

*Va a haber un fuerte impulso positivo en cómo la sociedad concibe el autoconsumo de la energía solar y las ventajas significativas que tiene para la economía y cuidado del medioambiente.*

cibe el autoconsumo de la energía solar y las ventajas significativas que tiene para la economía y cuidado del medioambiente. De la misma forma, la democratización de tecnologías complementarias como las baterías, los vehículos eléctricos y las bombas de calor que hacen que se revalorice el desarrollo del autoconsumo. Esta combinación de tecnologías hace que se consiga más ahorro y aumente la eficiencia del sistema.

Se pronostica que la capacidad instalada de energía solar crecerá un 25 % entre 2023 y 2025. Y anualmente un 12 % adicional hasta 2030. Se prevé también que España crezcan el doble de la tasa hasta 2025, ya que tienen una de las tasas de autoconsumo per cápita más bajas, a pesar de ocupar los dos primeros puestos en irradiación solar de toda Europa.

Es por todo ello que tenemos una gran oportunidad de crecimiento por delante. ■



---

# ECONOMÍA CIRCULAR



**100% RECYCLABLE**  
**REUSABLE**  
PLEASE REUSE AND RECYCLE THIS PACKAGE

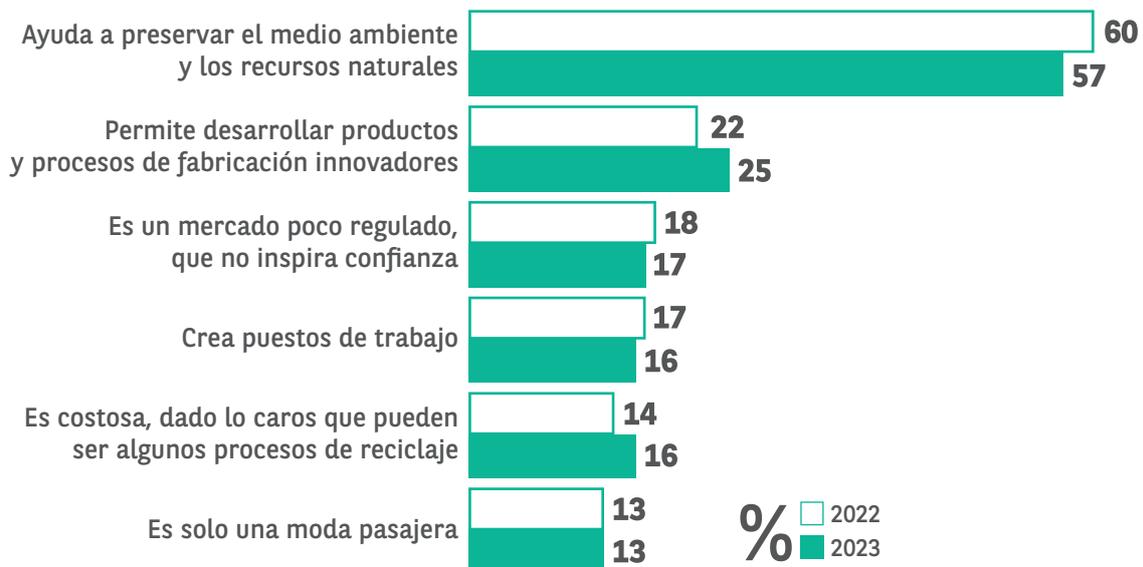
---

# ECONOMÍA CIRCULAR Y REDUCCIÓN DE RESIDUOS

El **63%** de los españoles encuestados ha oído hablar de la economía circular.

## Dirías que la economía circular...

(% Respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2022  
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2023

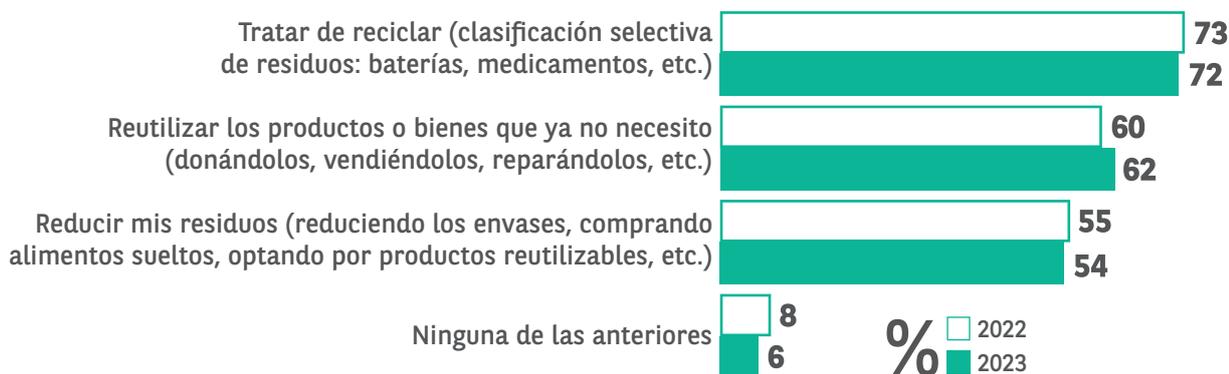
El 57% de los españoles encuestados diría que la economía circular ayuda a preservar el medio ambiente y los recursos naturales frente al 60% del año anterior (destacando por encima

de la media los encuestados mayores de 45 años con un 60% de menciones), seguidos de un 25% que cree que permite desarrollar productos y procesos de fabricación innovadores frente al

22% que lo declaraba en 2022. Tan solo hay un 13% que cree que la economía circular es una moda pasajera.

### ¿Cuál/es de las siguientes actividades realizas?

(% Respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2022  
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2023

Tratar de reciclar y reutilizar los productos que ya no necesitan, son las dos actividades sostenibles más realizadas por los españoles con un 72% (80% en

el caso de los mayores de 45 años) y un 62% de menciones respectivamente. En el caso de la reutilización de productos apreciamos un aumento de 2

puntos porcentuales frente a las respuestas del año anterior.

**¿Hasta qué punto...?**

(% Respuesta única: Más que hace 3 años, Igual que hace 3 años, Menos que hace 3 años)

<b>Tratas de reciclar (clasificación selectiva de residuos: baterías, medicamentos, etc.)</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
Más que hace 3 años	<b>51%</b>	<b>51%</b>
Igual que hace 3 años	<b>45%</b>	<b>45%</b>
Menos que hace 3 años	<b>4%</b>	<b>4%</b>

<b>Reduces tus residuos (reduciendo los envases, comprando alimentos sueltos, optando por productos reutilizables, etc.)</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
Más que hace 3 años	<b>50%</b>	<b>50%</b>
Igual que hace 3 años	<b>45%</b>	<b>45%</b>
Menos que hace 3 años	<b>5%</b>	<b>5%</b>

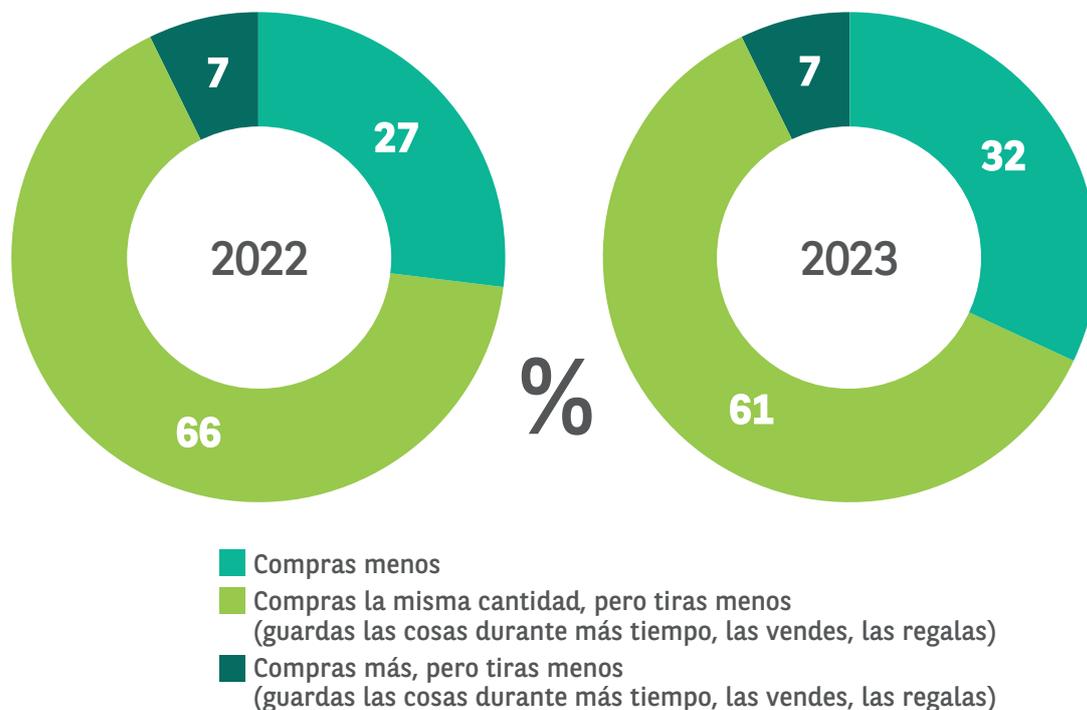
<b>Reutilizas los productos o bienes que ya no necesitas (donándolos, vendiéndolos, reparándolos, etc.)</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
Más que hace 3 años	<b>49%</b>	<b>49%</b>
Igual que hace 3 años	<b>47%</b>	<b>46%</b>
Menos que hace 3 años	<b>5%</b>	<b>5%</b>

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2022  
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2023

Prácticamente la mitad de los encuestados reciclan, reducen residuos y reutilizan productos más asiduamente que hace 3 años. Son solo un 5% los que lo hacen menos que hace 3 años.

**Nos has dicho que sientes que produces menos residuos. ¿Cuál de las siguientes afirmaciones resume mejor tus circunstancias personales?**

(% Respuesta única)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2022  
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2023

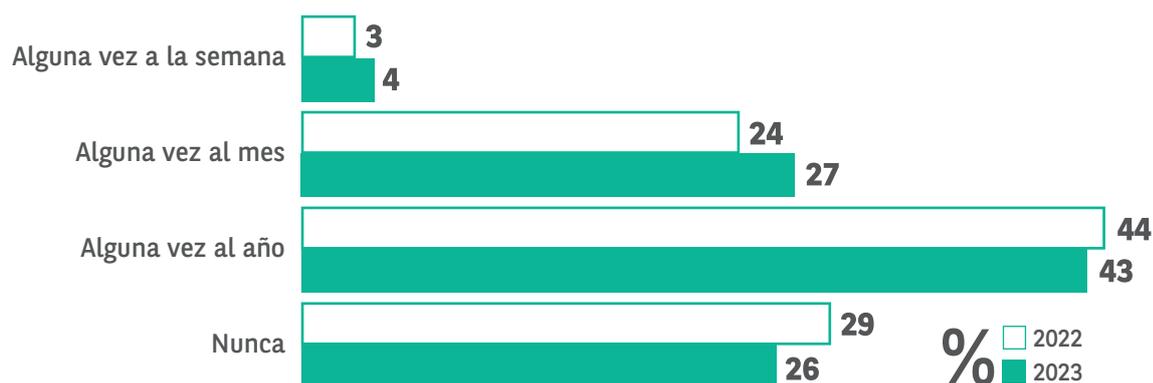
La mayoría de los españoles (61%) reduce residuos porque compra la misma cantidad de productos pero los

guarda durante más tiempo, los vende o los regala. El 32% reduce sus residuos porque directamente compra menos,

aumentando en 5 puntos respecto al año anterior.

# SEGUNDA MANO

Con qué frecuencia has comprado productos de segunda mano en los últimos 12 meses?  
(% Respuesta única)



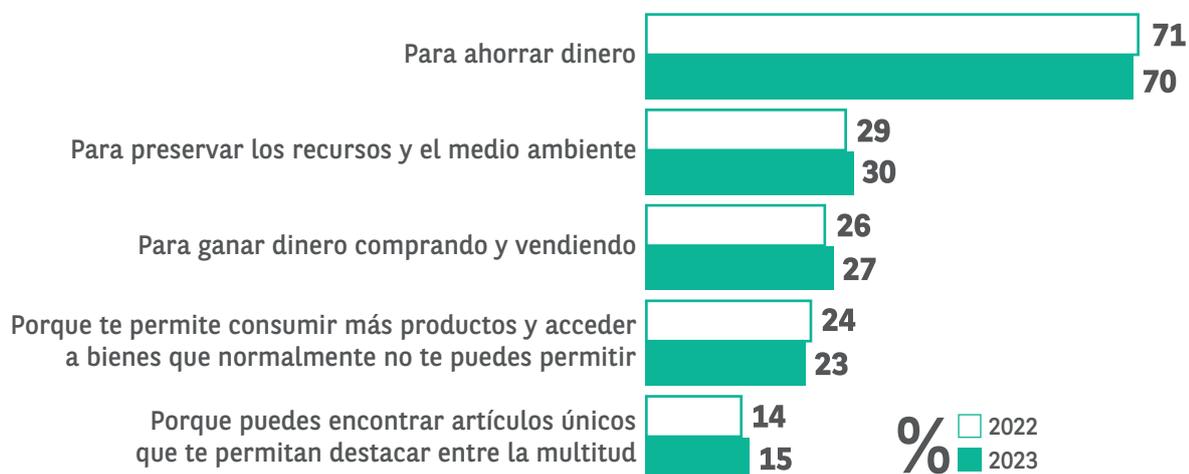
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2022  
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2023

Observamos un aumento en la frecuencia de compra de productos de segunda mano, ya que el 27% de los españoles encuestados compra este

tipo de productos alguna vez al mes frente al 24% del año anterior. El 43% lo hace alguna vez al año y el 26% dice no haberlo hecho nunca, destacando

entre estos últimos los mayores de 45 años con un 33% de menciones.

**En general, crees que se compran productos de segunda mano...**  
(% Respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2022  
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2023

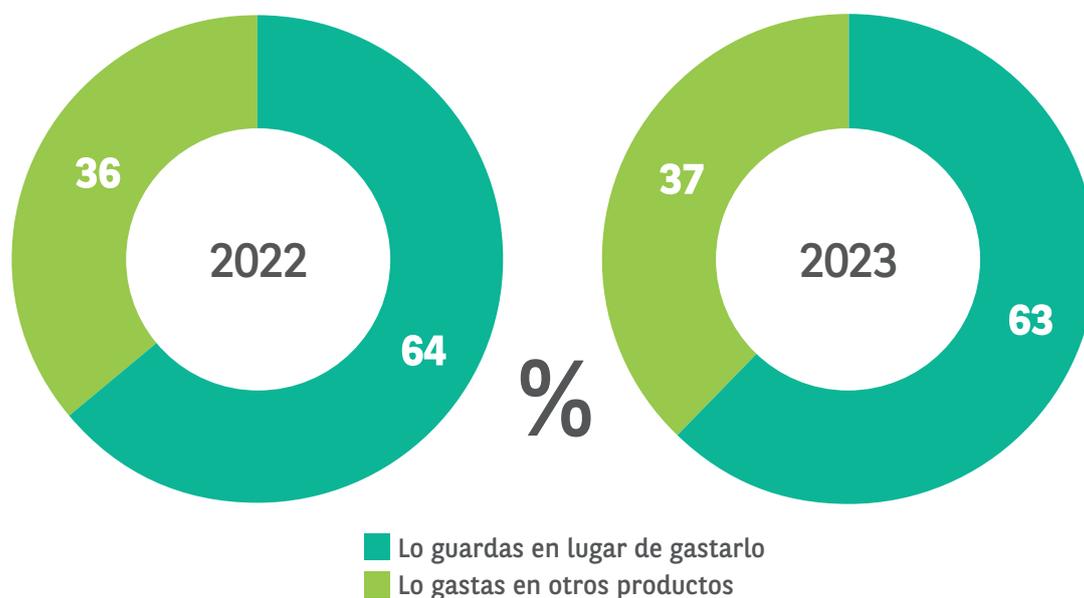
Para el 70% de los españoles se compran productos de segunda mano principalmente para ahorrar dinero (los mayores de 45 años destacan por encima de la media con un 74%). Otras

razones importantes son preservar los recursos y el medio ambiente (30%) y ganar dinero comprando y vendiendo (27%). Un 15% también destaca la posibilidad de encontrar artículos únicos

en este tipo de mercado, y en especial lo creen los más jóvenes de 18 a 24 años con un 22% de menciones.

### Cuando compras un artículo de segunda mano y pagas menos que si lo hubieras comprado nuevo, ¿qué sueles hacer con el dinero que te has ahorrado?

(% Respuesta única)

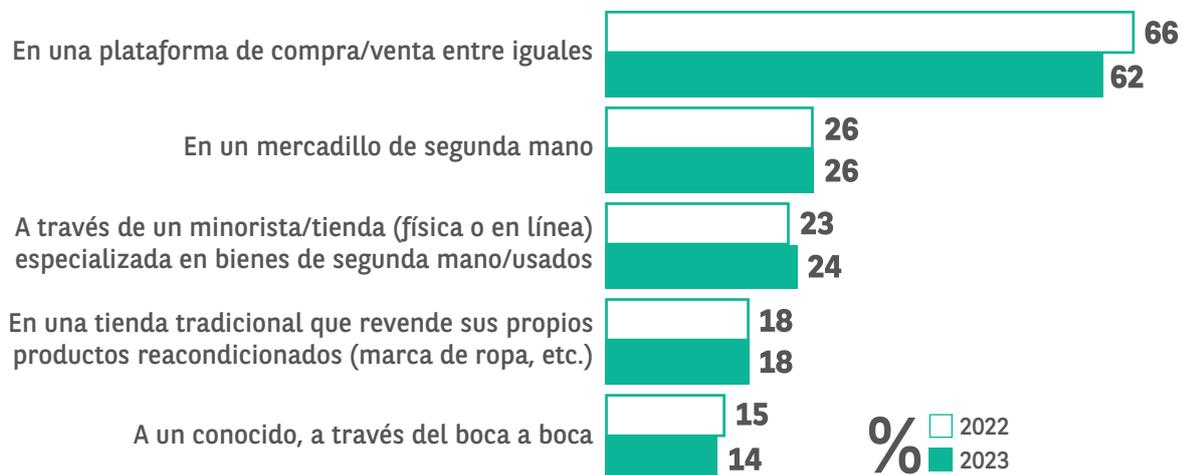


Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2022  
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2023

6 de cada 10 encuestados que compran sus productos de segunda mano, nos dice que el dinero que ahorra con esta compra, lo guarda en lugar de gastarlo.

## En general, ¿dónde compras bienes, ropa o materiales de segunda mano?

(% Respuesta múltiple)



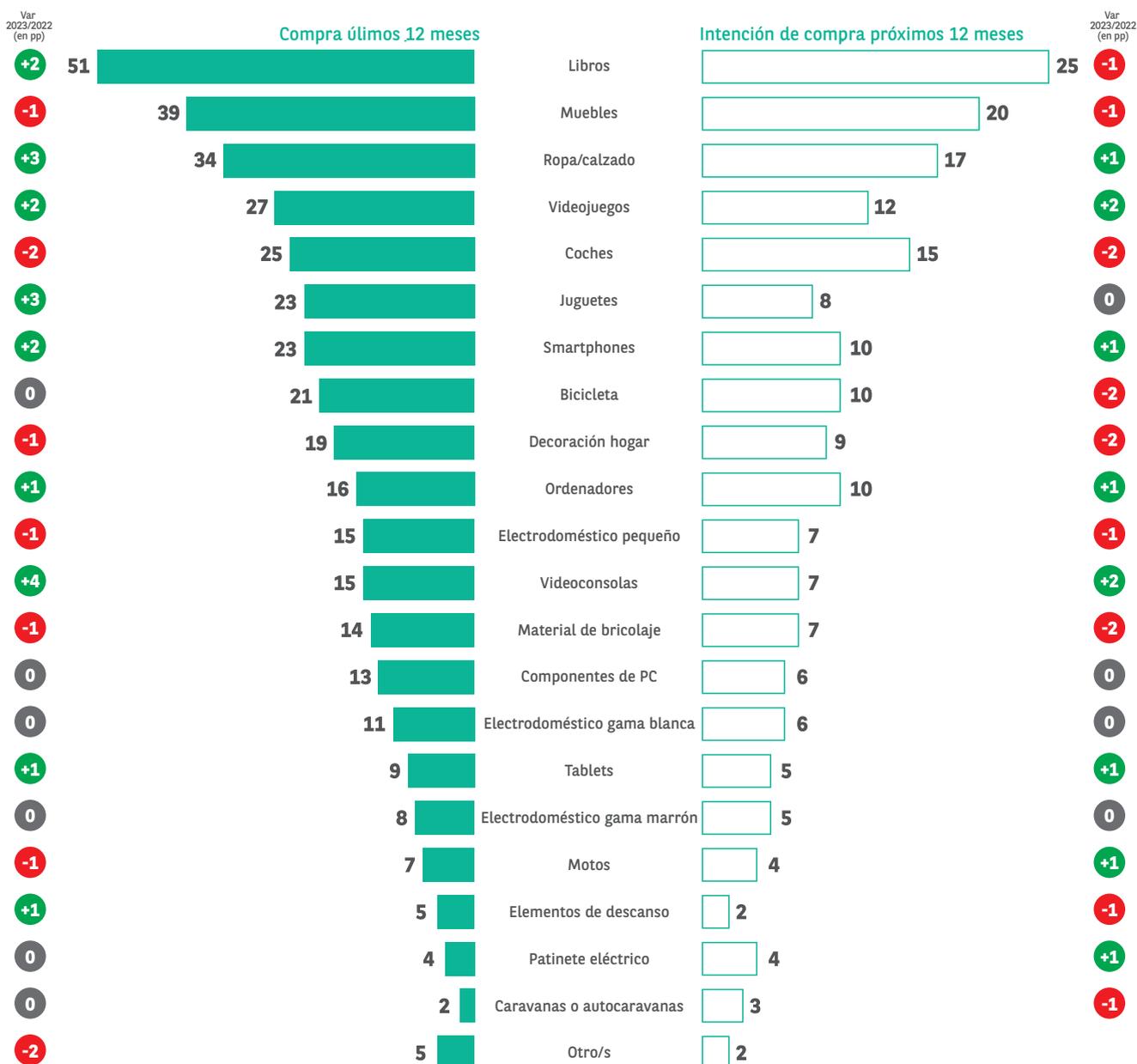
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2022  
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2023

6 de cada 10 encuestados compra sus productos de segunda mano a través de plataformas de compra/venta entre iguales, destacando por encima de la media los consumidores con edades entre los 35 y 44 años con un 69% de menciones (62% media).

1 de cada 4 eligen los mercadillos, siendo los más asiduos a este tipo de tiendas los más jóvenes entre 18 y 24 años.

El 24% y con un ligero aumento de 1 punto porcentual respecto a 2022, opta por acudir a las tiendas especializadas en productos de segunda mano, ya sea física u online.

## ¿Cuál/es de los siguientes productos de segunda mano has comprado alguna vez y cuáles tienes intención de comprar? (% Respuesta única)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2022  
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2023

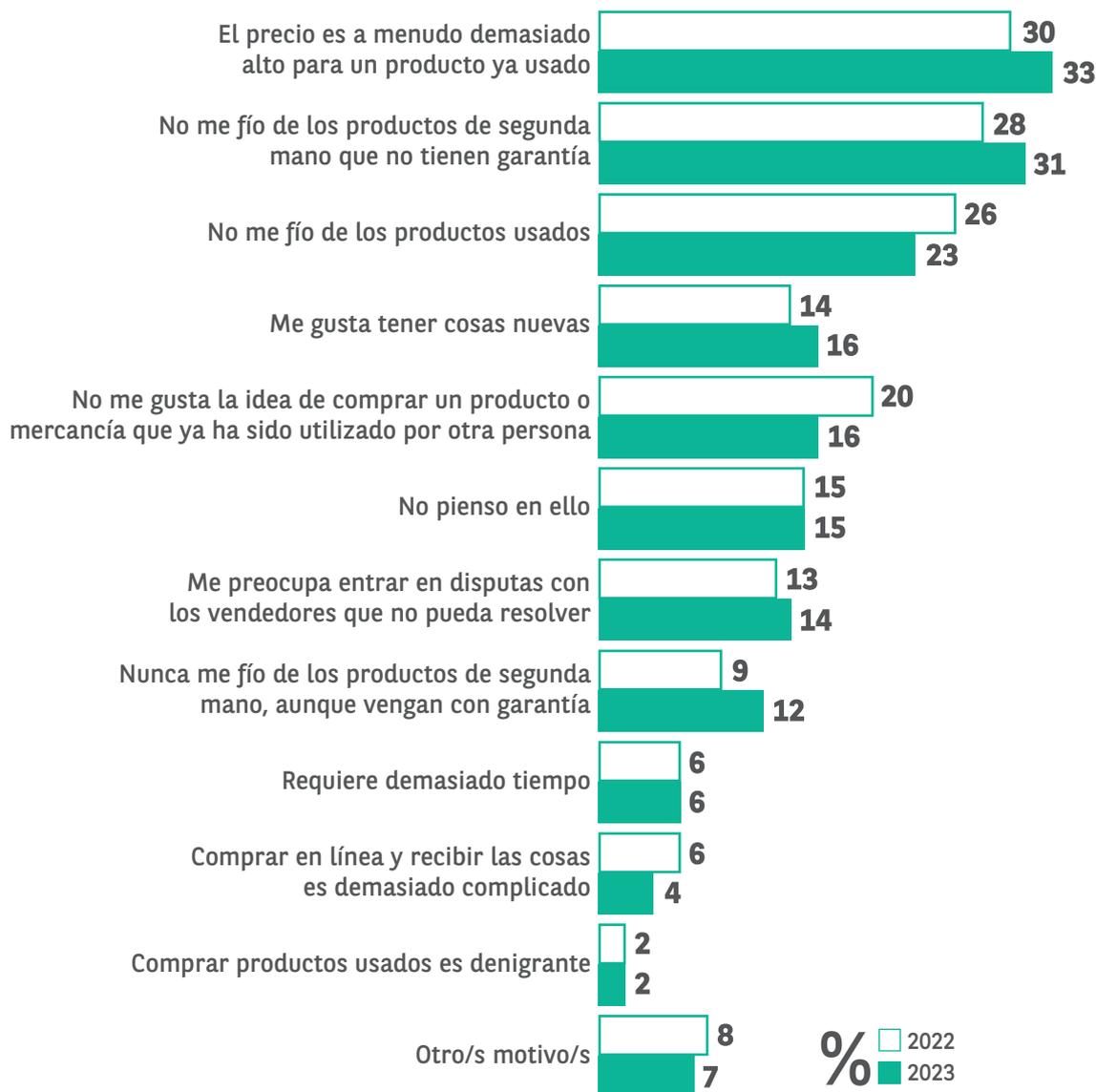
Los libros (51%), los muebles (39%) y la ropa/calzado (34%) son los tipos de productos más comprados en el mercado de segunda mano. Aumentan respecto a las respuestas del año

anterior; las compras de juguetes y smartphones.

En cuanto a la intención de compra encontramos los mismos productos.

El aumento más significativo respecto a las intenciones mostradas el año anterior se da en el caso de los videojuegos.

## Nos has dicho que rara vez o nunca compras productos de segunda mano. ¿Por qué? (% Respuesta múltiple)



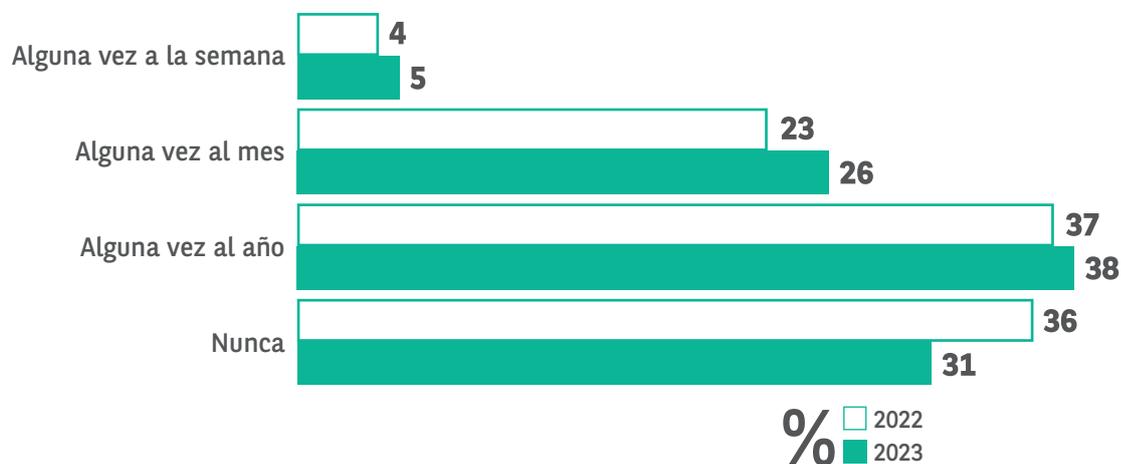
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2022  
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2023

La principal razón para no comprar productos de segunda mano es por su alto precio para ser un producto

usado con un 33% de menciones (vs 30% en 2022). Las siguientes razones más mencionadas son la descon-

fianza en este tipo de productos por ser productos sin garantía y por ser productos ya usados.

**¿Con qué frecuencia has vendido productos de segunda mano en los últimos 12 meses?**  
(% Respuesta única)



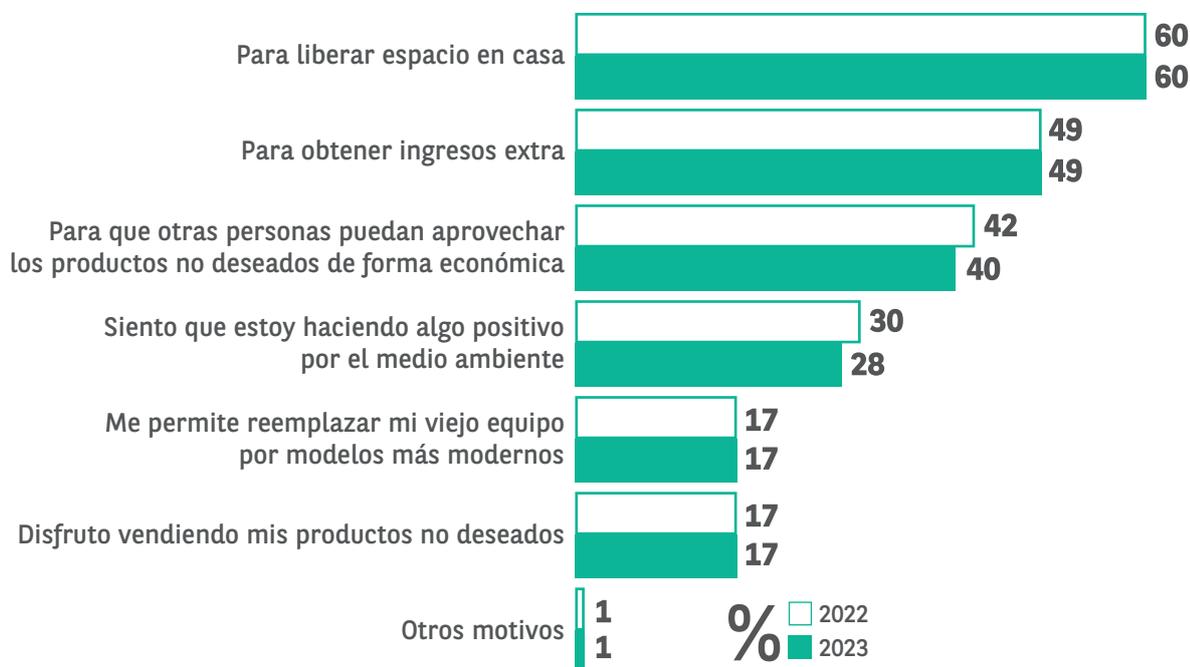
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2022  
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2023

Cada vez son más los españoles que venden sus productos usados, y con más asiduidad.

El 26% de los españoles encuestados vende productos de segunda mano alguna vez al mes. El 38% lo hace alguna vez al año y el 31% dice no

haberlo hecho nunca, destacando entre estos últimos los mayores de 45 años con un 37% de menciones.

### ¿Por qué motivos has vendido anteriormente productos de segunda mano? (% Respuesta múltiple)



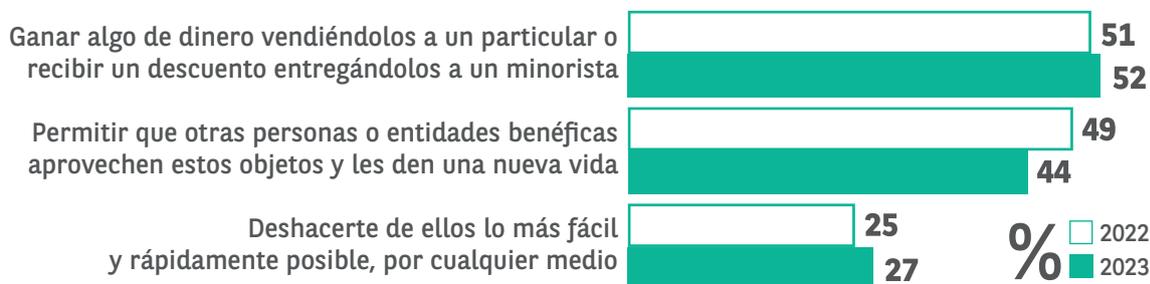
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2022  
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2023

Liberar espacio en casa y obtener ingresos extra, son las principales razones que llevan a los españoles a vender productos de segunda mano con un 60% y un 49% de menciones respectivamente.

Si realizamos una segmentación por edad, los mayores de 45 años destacan por encima de la media en señalar que el poder liberar espacio en casa es el motivo principal para vender sus productos, con un 66% de menciones (6 puntos por encima de la media).

Aquellos consumidores con edades comprendidas entre los 25 y 34 años, lo tienen claro y es principalmente para ganar un dinero extra (54% vs 49% media).

### Quando quieres deshacerte de ciertos productos usados o no deseados, ¿tu objetivo suele ser...? (% Respuesta múltiple)



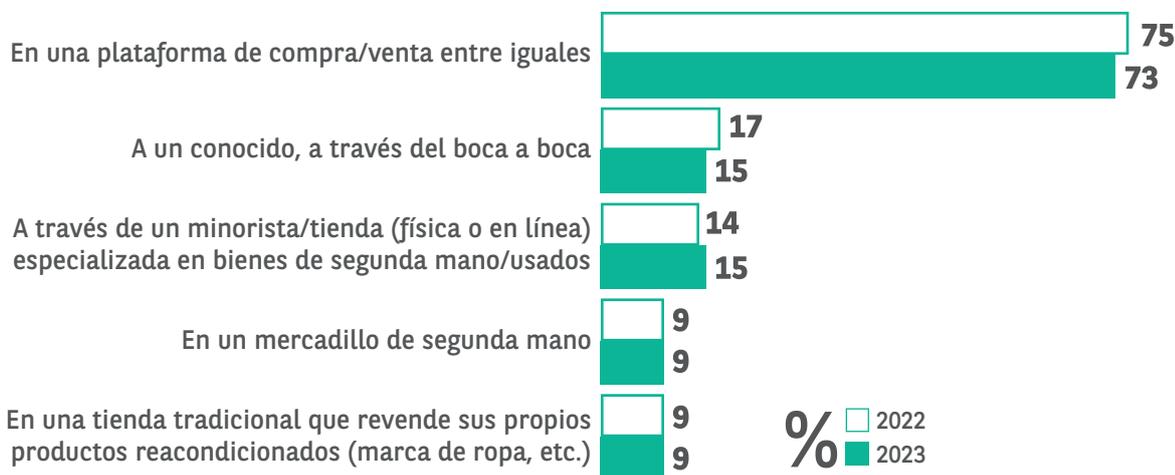
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2022  
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2023

A la hora de deshacerse de productos no deseados, los españoles encuestados dicen que su objetivo suele ser ganar algo de dinero vendiéndolo o recibir un descuento entregándolo a un minorista (52%). De cerca les siguen los que tienen por objetivo que otras personas o entidades den una segunda vida al producto, aunque descienden en 5 puntos respecto al año anterior.

En 2023, el objetivo de deshacerse de los productos de la manera más fácil y rápida posible aumentó un punto respecto al año anterior.

En 2023, el objetivo de deshacerse de los productos de la manera más fácil y rápida posible aumentó un punto respecto al año anterior.

### En general, ¿dónde vendes bienes, ropa o materiales de segunda mano? (% Respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2022  
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2023

Un año más y con muchísima diferencia respecto al resto de opciones, encontramos como primera opción las plataformas de compra/venta entre iguales con un 73% de encuestados que las elige.

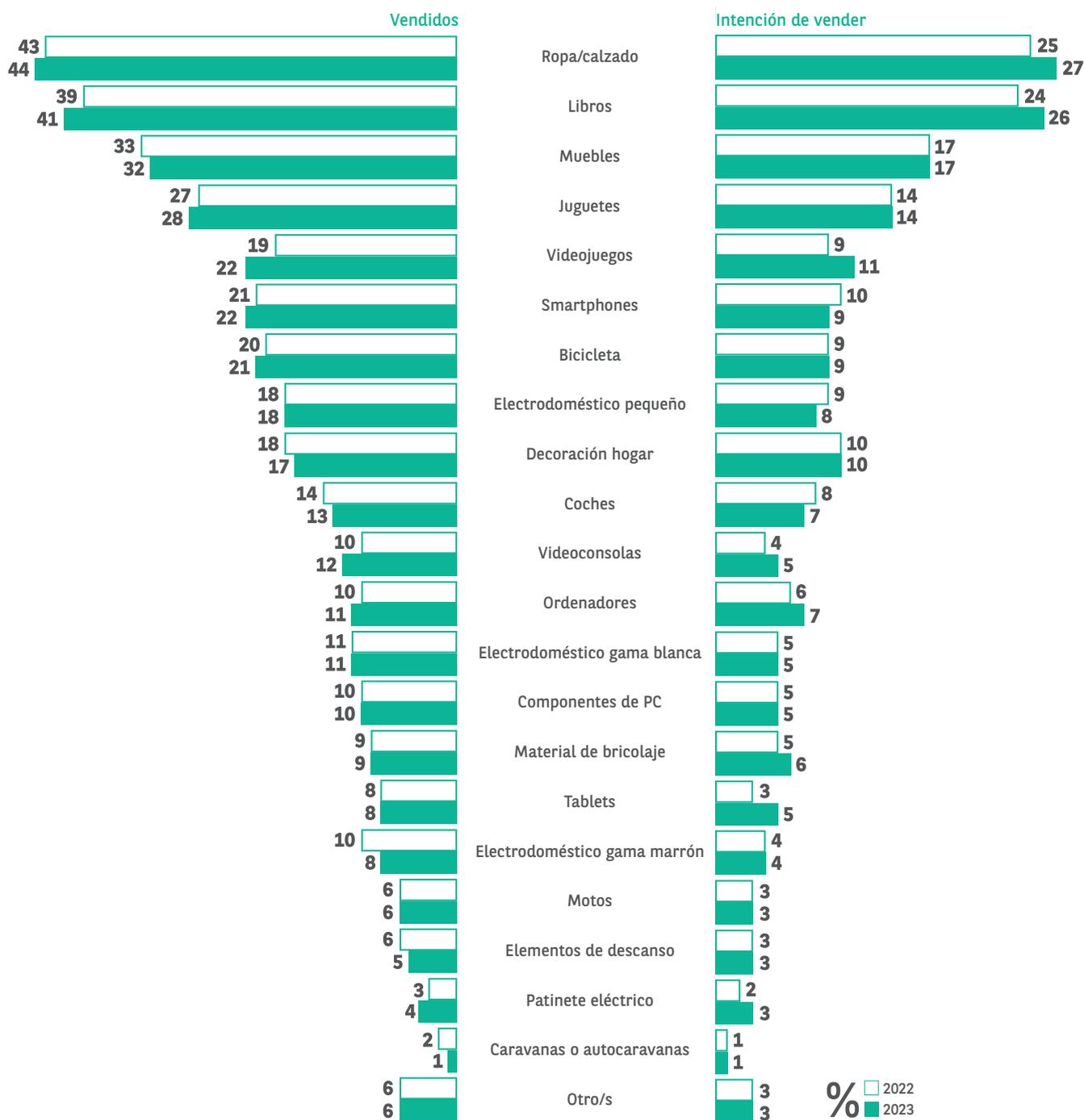
Los mayores de 45 años destacan por encima de la media en 6 puntos porcentuales con un 79% de menciones.

Un 15% de encuestados suele utilizar el boca a boca a través de amigos para

realizar la venta y otro 15% acude a las tiendas especializadas. En ambos casos destacan por encima de la media los consumidores más jóvenes entre 18 y 24 años.

## ¿Cuál/es de los siguientes productos de segunda mano has vendido alguna vez y cuáles tienes intención de vender?

(% Respuesta múltiple)



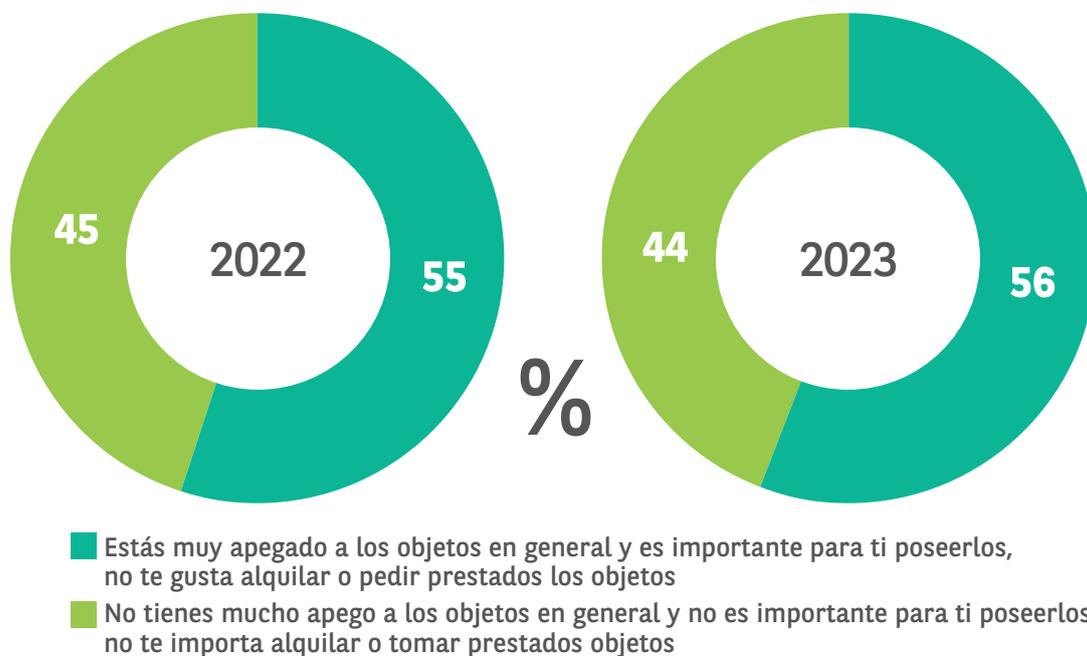
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2022  
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2023

La ropa/calzado (44%), los libros (41%) y los muebles (32%) son los tipos de producto que más venden los españo-

les en el mercado de segunda mano. Aumentan respecto al año anterior los videojuegos, smartphones y bicicletas.

En cuanto a la intención de venta encontramos los mismos productos y en el mismo orden de mención.

### ¿Cuál de las siguientes afirmaciones te describe mejor? (% Respuesta única)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2022  
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2023

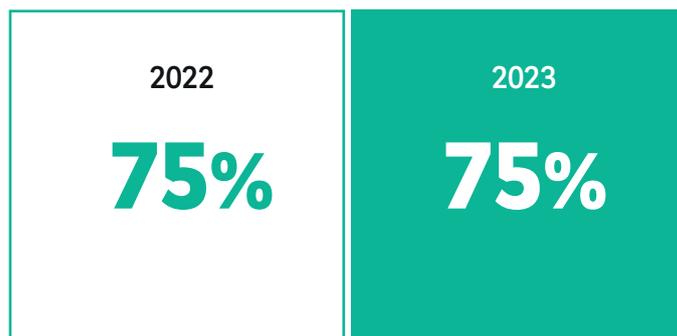
El 44% de los encuestados no tiene mucho apego a los objetos y no es importante para ellos poseerlos, no les importa alquilar o tomar prestado.

# ÍNDICES DE REPARABILIDAD Y DE DURABILIDAD

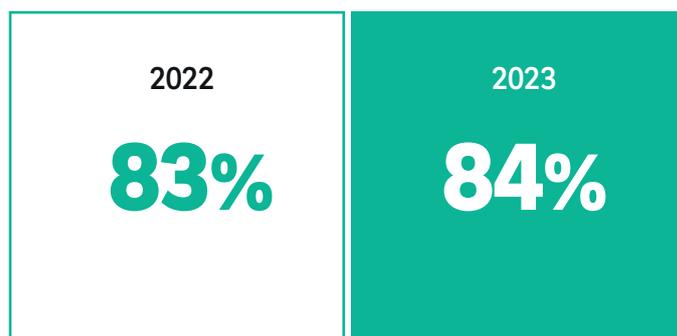
¿Hasta qué punto los siguientes aspectos son o serían importantes para ti a la hora de elegir un producto?

(Escala 1-5: Muy importante, Importante, Indiferente, Poco importante, Nada importante)

**El índice de reparabilidad,** que aparece en determinados productos y proporciona información sobre su grado de reparabilidad



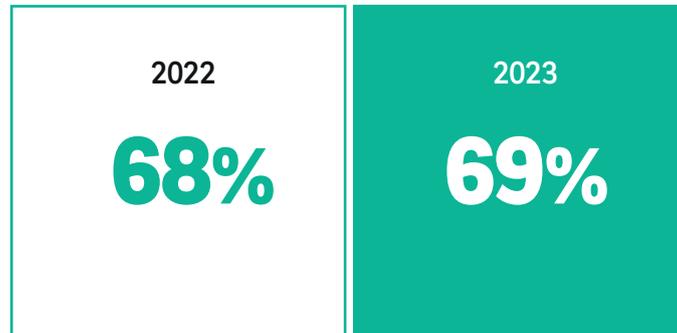
**El índice de durabilidad,** que en el futuro podría proporcionar información adicional sobre la solidez y la capacidad de ciertos productos



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2022  
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2023

## ¿Estarías dispuesto/a a pagar más por un producto que muestre un índice de reparabilidad o durabilidad?

(% Respuesta única)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2022  
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2023

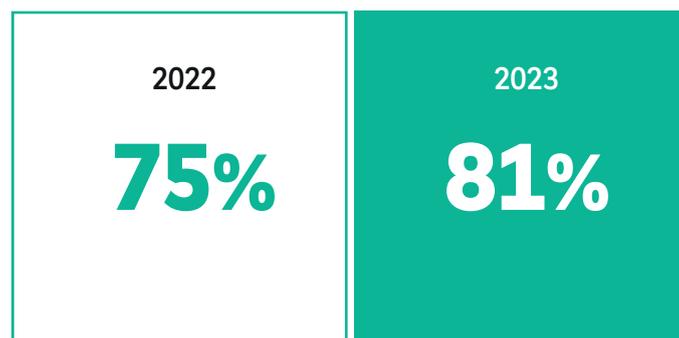
Los índices de reparabilidad y de durabilidad que aparecen en determinados productos son considerados importantes o muy importantes por 8 de cada

10 consumidores encuestados, en ambos casos destacan por encima de la media los encuestados mayores de 45 años. El 69% estaría dispuesto a

pagar más por un producto que muestre estos índices.

# PRODUCTOS REACONDICIONADOS

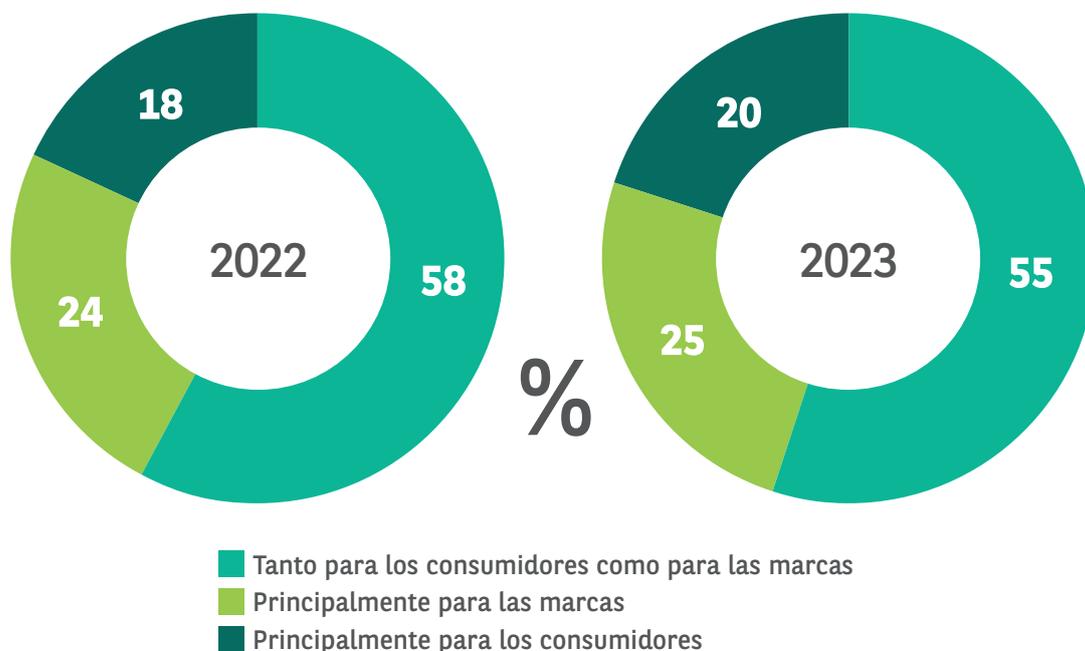
Ahora es posible comprar productos usados que los minoristas han reacondicionado para que funcionen como nuevos para poder venderlos a un precio más bajo como de segunda mano. ¿Has oído hablar de este tipo de productos?  
(% Respuesta única)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2022  
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2023

El 81% de los encuestados ha oído hablar de los productos reacondicionados, mostrando un importante aumento de 6 puntos respecto a 2022.

**Algunas marcas recompran a los consumidores sus propios productos usados para reacondicionarlos y venderlos a un precio más bajo. ¿Dirías que es un sistema beneficioso...?**  
 (% Respuesta única)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2022  
 Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2023

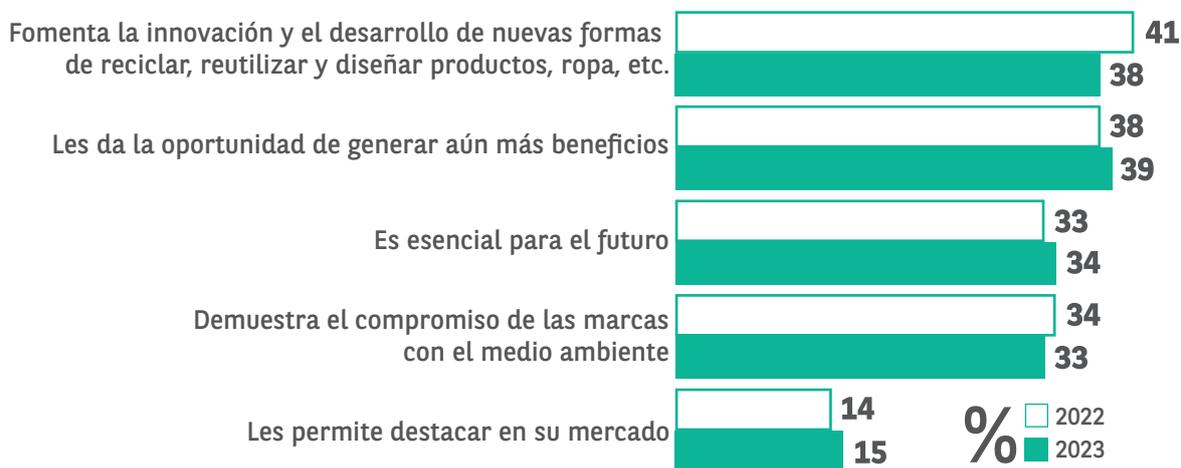
Casi 6 de cada 10 españoles encuestados cree que los productos reacondicionados benefician tanto a los consumidores como a las marcas, aun-

que un 25% cree que beneficia principalmente a las marcas, destacando por encima de la media los encuestados de 25 a 34 años con un 29% de men-

ciones. Aumentan en 2 puntos respecto al año anterior los que creen que es principalmente beneficioso para los consumidores.

## Cada vez son más las marcas y los minoristas que recompran productos usados para darles una nueva vida. En tu opinión, ¿esto...?

(% Respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2022  
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2023

Según el 39% de los encuestados, esta forma de dar una segunda vida a los productos usados es una oportunidad de generar más beneficios a las empre-

sas que lo practican. También encontramos un 38% que cree que fomenta la innovación y el desarrollo de nuevas formas de reciclar o reutilizar y a un

34% que cree que este sistema es esencial para el futuro.

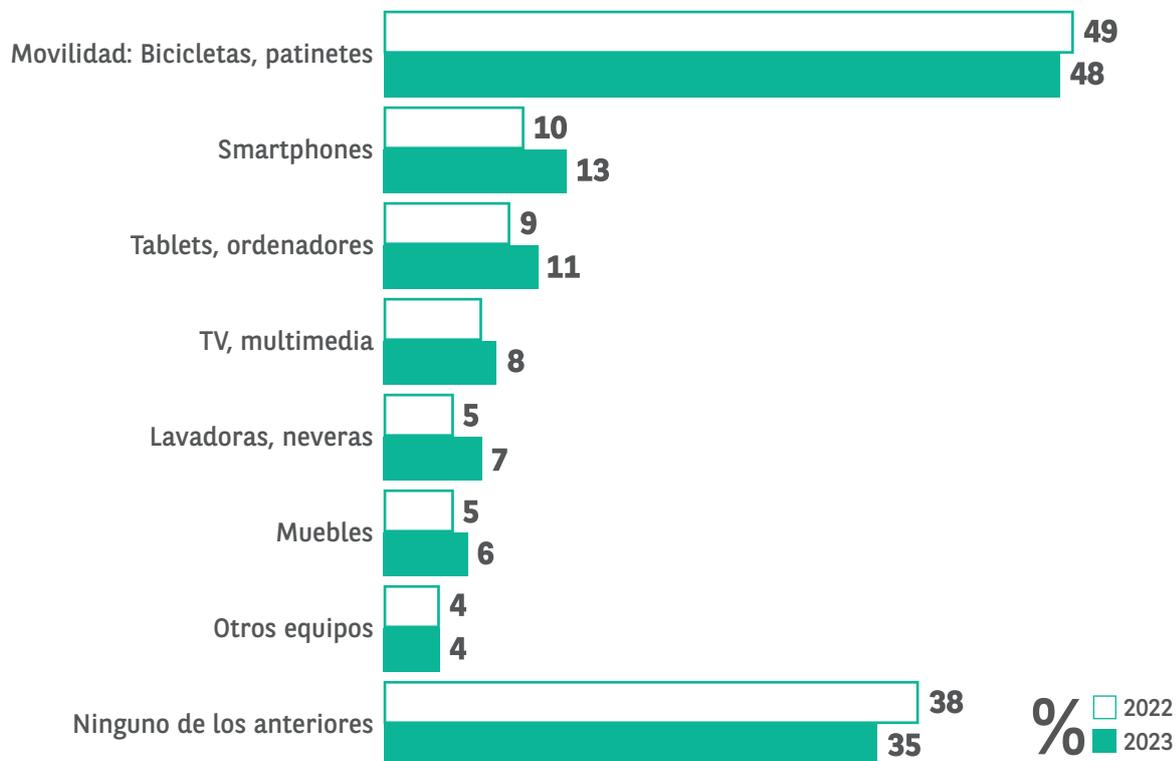
# ALQUILERES/ RENTING

Para cada uno de los siguientes productos, ¿prefieres generalmente alquilar o comprar?  
(Respuesta única - Opciones: «Alquilar», «Comprar», «Indistintamente»)

	Alquilar		Comprar		Indistintamente	
	2022	2023	2022	2023	2022	2023
Libros	17%	18%	52%	54%	31%	28%
Videojuegos	19%	19%	46%	51%	35%	30%
Videoconsolas	9%	9%	67%	69%	24%	22%
Componentes de PC	3%	4%	82%	83%	15%	13%
Material de bricolaje	11%	12%	65%	66%	24%	23%
Juguetes	4%	5%	77%	77%	20%	18%
Bicicleta	13%	15%	59%	58%	28%	27%
Patinete eléctrico	22%	23%	48%	46%	31%	31%
Coches	9%	10%	68%	69%	23%	22%
Motos	15%	17%	52%	53%	33%	31%
Caravanas o autocaravanas	44%	43%	29%	29%	27%	27%
Muebles	2%	3%	85%	86%	13%	12%
Decoración hogar	2%	3%	84%	85%	14%	12%
Elementos de descanso	2%	3%	89%	89%	9%	8%
Electrodoméstico gama blanca	3%	4%	85%	85%	12%	11%
Electrodoméstico gama marrón	3%	4%	79%	78%	18%	18%
Electrodoméstico pequeño	2%	3%	86%	87%	12%	11%
Ropa/calzado	2%	2%	89%	89%	9%	9%
Smartphones	2%	2%	88%	88%	9%	10%
Ordenadores	2%	3%	87%	87%	10%	10%
Tablets	2%	4%	85%	83%	13%	13%

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2022  
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2023

**¿Cuál/es de los siguientes productos estarías dispuesto/a a alquilar (renting) en lugar de comprar?**  
(% Respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2022  
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2023

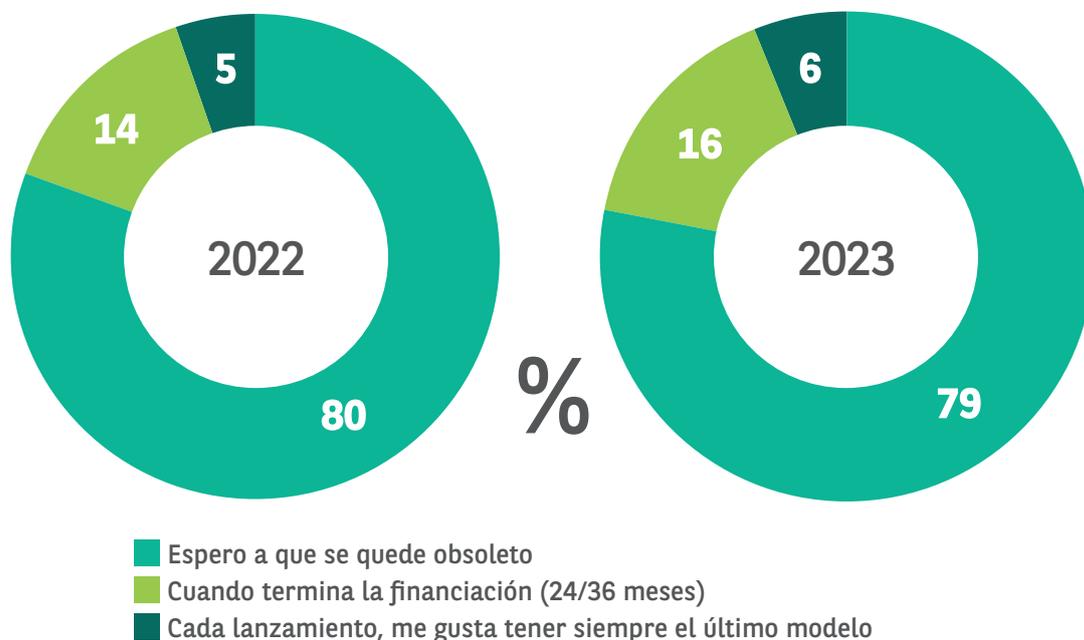
Las bicicletas y patinetes vuelven a ser, con mucha diferencia respecto al resto, los productos que los españoles preferirían alquilar mediante renting en lugar de comprar, especialmente los

encuestados de entre 25 y 34 años con un 52% de menciones.

El 57% de los encuestados (frente al 54% del año anterior) estaría dispuesto

a pagar más si el renting incluyese mantenimiento y servicios de valor añadido que le permitiese tener su producto en perfectas condiciones.

## ¿Cada cuánto renuevas tu Smartphone? (% Respuesta única)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2022  
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2023

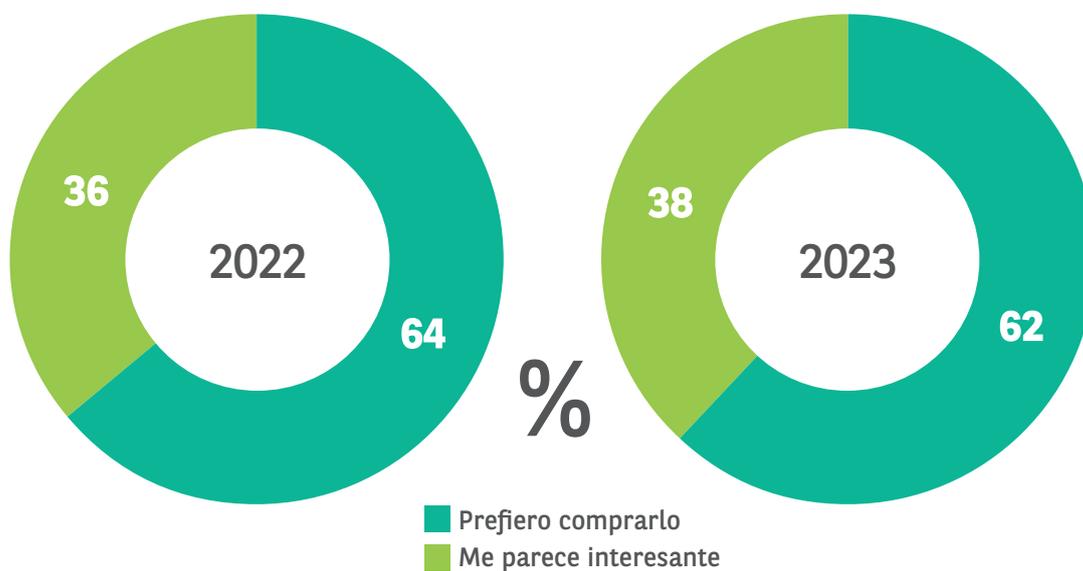
El 79% de los españoles espera a que su móvil se quede obsoleto para renovarlo, destacando por encima de la media los mayores de 45 años con un 83% de menciones. También es importante mencionar al 16% que dice cambiar de smartphone cuando terminan

la financiación de 24/36 meses, aumentando en 2 puntos respecto a 2022 y destacando en este aspecto los encuestados de entre 18 y 24 años con un 20%.

El 30% de los encuestados que cambia su smartphone financia su compra frente al 26% que lo hacía el año anterior, volviendo a destacar por encima de la media los más jóvenes de 18 a 24 años con un 38%.

### ¿Qué opinas de la opción de poder hacer un renting (alquilar) de un Smartphone pagando siempre una cuota mensual que incluya servicios como seguro de robo o mantenimiento?

(% Respuesta única)

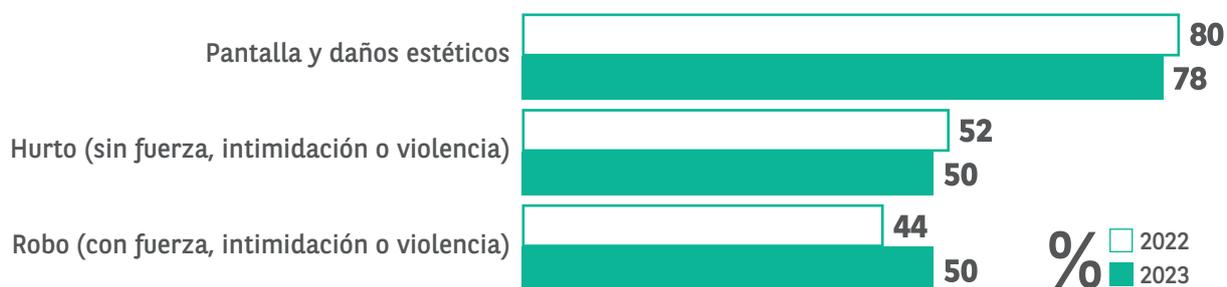


Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2022  
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2023

Ante la opción de un renting con seguro de robo y mantenimientos incluidos, un 38% estaría interesado (vs 36% en 2022), aunque siguen siendo mayoría los que prefieren comprarlo.

### ¿Qué tipo de seguro te gustaría que incluyese tu cuota mensual?

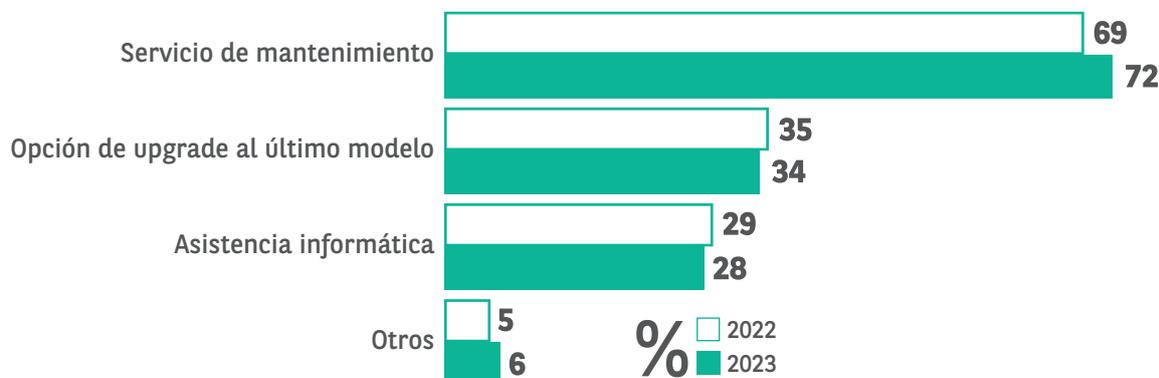
(% Respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2022  
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2023

Un seguro de pantalla y daños estéticos o superficiales es el que más interesa al 78% de los españoles encuestados. Los consumidores de 35 a 44 años destacan en este aspecto con un 83% de menciones.

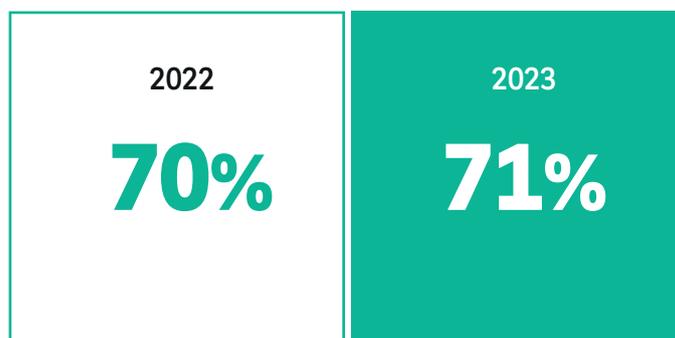
### ¿Qué tipo de servicios te gustaría que incluyese tu cuota mensual? (% Respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2022  
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2023

Los servicios incluidos en la cuota mensual y que destacan como favoritos para los consumidores son: mantenimiento (72%), opción de actualizar al último modelo (34%) y asistencia informática (28%).

### ¿Te interesaría tener la opción de quedarte en propiedad el dispositivo arrendado? (% Respuesta única)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2022  
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2023

Al 71% le interesaría tener la opción de quedarse en propiedad el dispositivo arrendado, un punto porcentual más que lo declarado en 2022. Los consumidores entre 25 y 34 años destacan por encima de la media con un 78% de menciones.

# CONCLUSIONES ECONOMÍA CIRCULAR

¿Has oído hablar de la economía circular?  
(% respuesta única)

el **63%** de los españoles encuestados ha oído hablar de la economía circular

Dirías que la economía circular...

(% respuesta múltiple)

Var 2023/2022 (en pp) **+1** **-1**

Var 2023/2022 (en pp)



¿Hasta qué punto...?

(% Respuesta única)

	Más que hace 3 años	Igual que hace 3 años	Menos que hace 3 años
Tratas de reciclar (clasificación selectiva de residuos: baterías, medicamentos, etc.)	51% <b>-1</b>	45% <b>0</b>	4% <b>+1</b>
Reduces tus residuos (reduciendo los envases, comprando alimentos sueltos, optando por productos reutilizables, etc.)	50% <b>0</b>	45% <b>+1</b>	5% <b>0</b>
Reutilizas los productos o bienes que ya no necesitas (donándolos, vendiéndolos, reparándolos, etc.)	49% <b>+1</b>	46% <b>-1</b>	5% <b>0</b>

Var 2023/2022 (en pp) **+1** **-1** **0**

### ¿Hasta qué punto...?

(% Respuesta única)

	Más que hace 3 años	Igual que hace 3 años	Menos que hace 3 años
Tratas de reciclar (clasificación selectiva de residuos: baterías, medicamentos, etc.)	51% <span>-1</span>	45% <span>0</span>	4% <span>+1</span>
Reduces tus residuos (reduciendo los envases, comprando alimentos sueltos, optando por productos reutilizables, etc.)	50% <span>0</span>	45% <span>+1</span>	5% <span>0</span>
Reutilizas los productos o bienes que ya no necesitas (donándolos, vendiéndolos, reparándolos, etc.)	49% <span>+1</span>	46% <span>-1</span>	5% <span>0</span>

Var 2023/2022 (en pp) +1 -1 0

### ¿Con qué frecuencia has comprado productos de segunda mano en los últimos 12 meses?

(% respuesta única)

Var 2023/2022 (en pp) +1 -1 0

Alguna vez a la semana

4% +1

Alguna vez al mes

27% +3

Alguna vez al año

43% -2

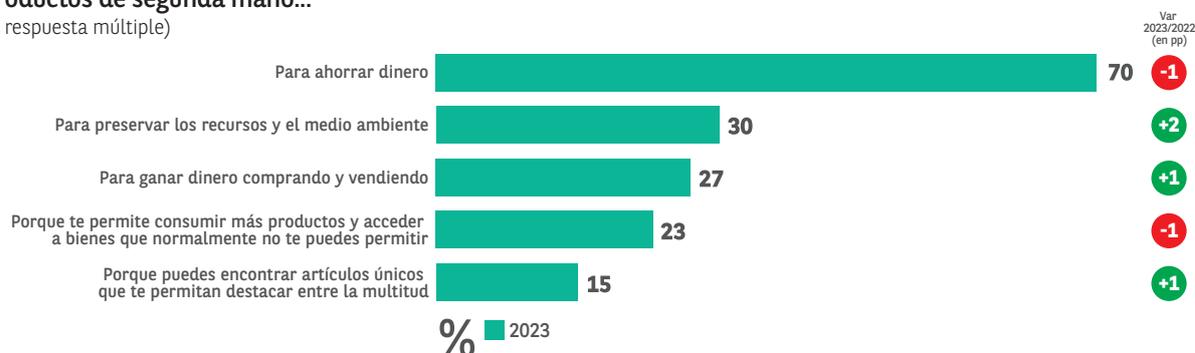
Nunca

26% -3

La principal razón para no comprar productos de segunda mano es por su alto precio para ser un producto usado o por ser productos sin garantía.

### En general, crees que se compran productos de segunda mano...

(% respuesta múltiple)

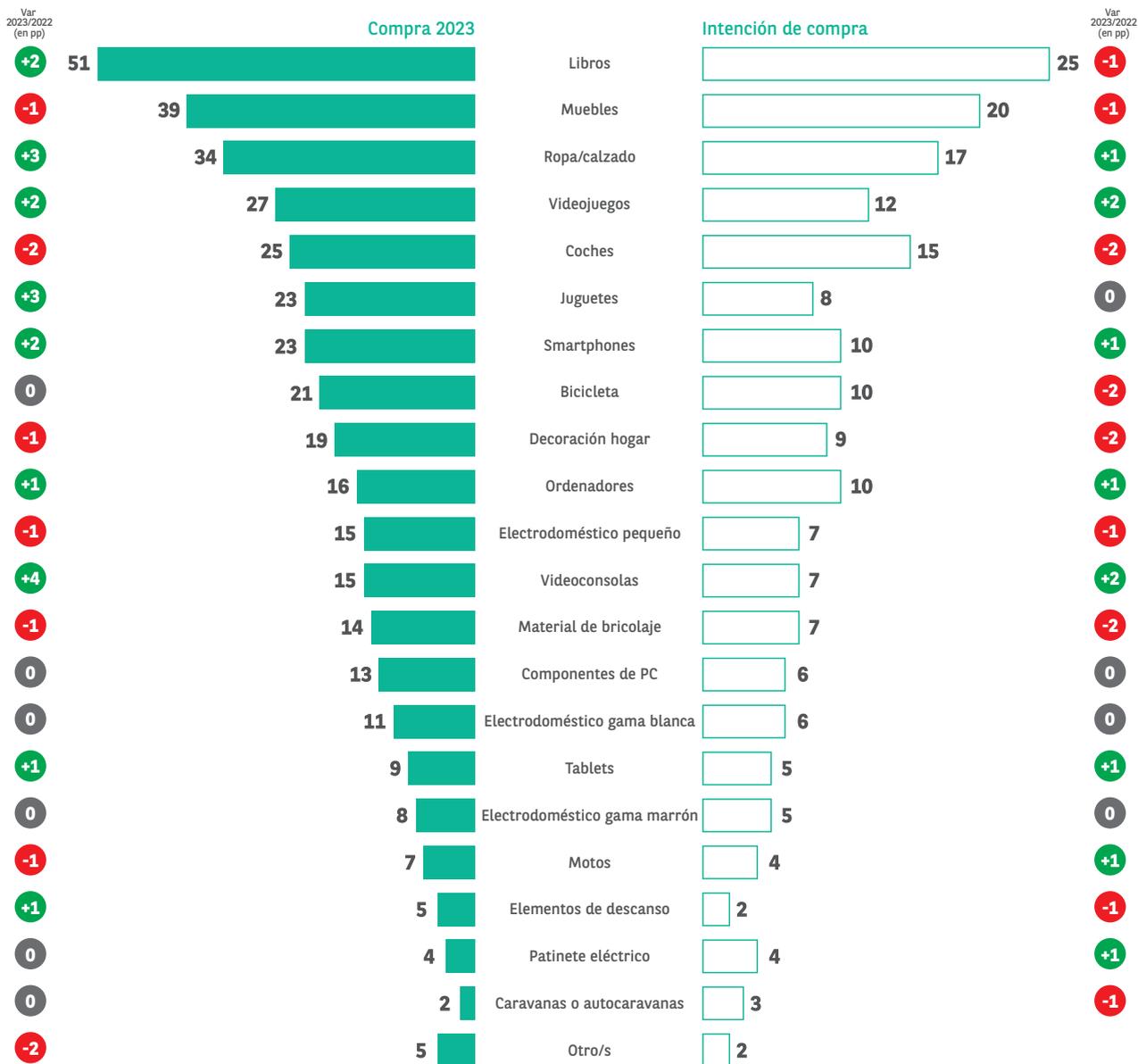


6 de cada 10

encuestados compra sus productos de segunda mano a través de plataformas de compra/venta entre iguales, 3 de cada 10 eligen los mercadillos o las tiendas físicas especializadas en productos de segunda mano

### ¿Cuál/es de los siguientes productos de segunda mano has comprado alguna vez?

(% respuesta múltiple)



### ¿Con qué frecuencia has vendido productos de segunda mano en los últimos 12 meses?

(% respuesta única)

Var 2023/2022 (en pp) +1 -1 0

Alguna vez a la semana

5% +1

Alguna vez al mes

26% +3

Alguna vez al año

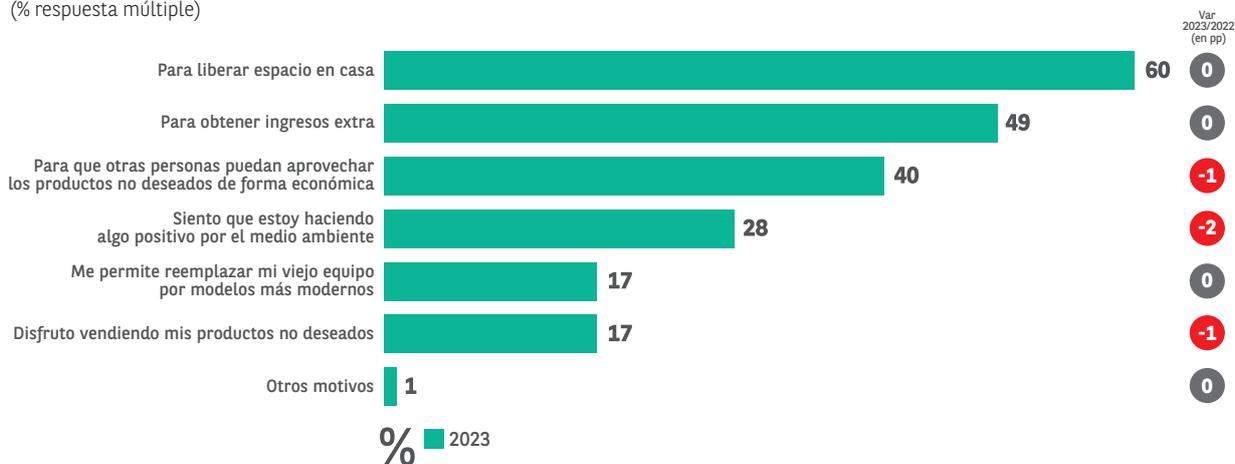
38% +1

Nunca

31% -5

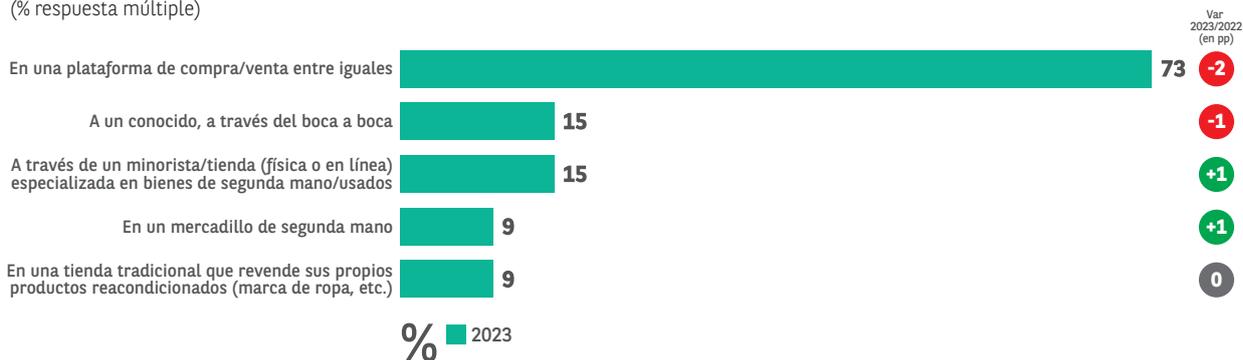
### ¿Por qué motivos has vendido anteriormente productos de segunda mano?

(% respuesta múltiple)



### En general, ¿dónde vendes bienes, ropa o materiales de segunda mano?

(% respuesta múltiple)



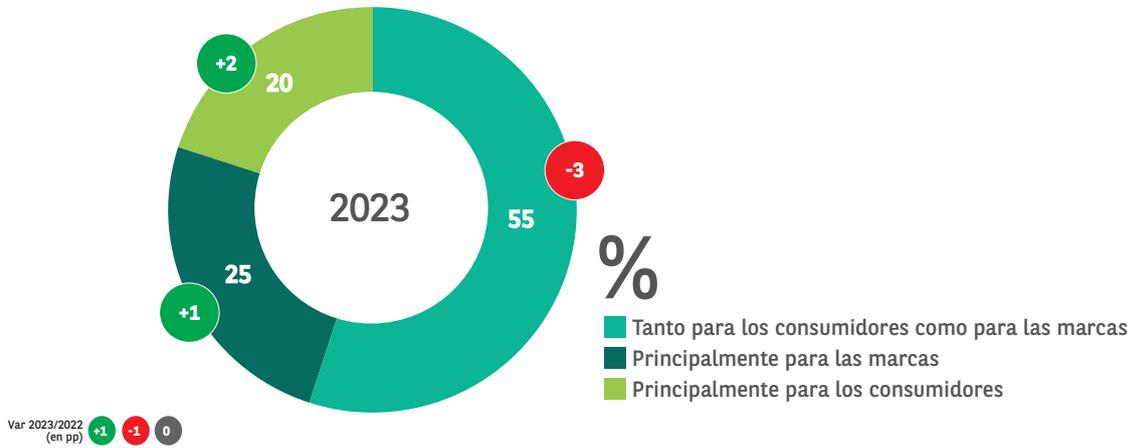
Los índices de reparabilidad y de durabilidad que aparecen en determinados productos son considerados importantes o muy importantes por

**8** de **10** consumidores encuestados.

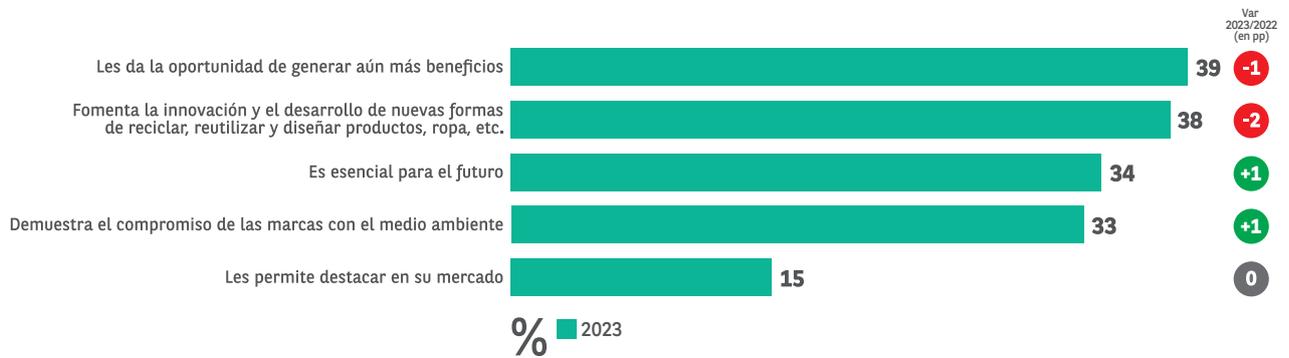
el **69%**

estaría dispuesto a pagar más por un producto que muestre estos índices.

**Algunas marcas recompran a los consumidores sus propios productos usados para reacondicionarlos y venderlos a un precio más bajo. ¿Dirías que es un sistema beneficioso...?**  
 (% Respuesta única)



**Cada vez son más las marcas y los minoristas que recompran productos usados para darles una nueva vida. En tu opinión, ¿esto...?**  
 (% respuesta múltiple)



**Para cada uno de los siguientes productos, ¿prefieres generalmente alquilar o comprar?**

(% Respuesta única - Opciones: «Alquilar», «Comprar», «Indistintamente»)

Var 2023/2022 (en pp) <b>+2   -1   0</b>	Alquilar		Comprar		Indistintamente	
Libros	18%	<b>+2</b>	54%	<b>+2</b>	28%	<b>-3</b>
Videojuegos	19%	<b>-1</b>	51%	<b>+5</b>	30%	<b>-4</b>
Videoconsolas	9%	<b>0</b>	69%	<b>+2</b>	22%	<b>-2</b>
Componentes de PC	4%	<b>+1</b>	83%	<b>+1</b>	13%	<b>-2</b>
Material de bricolaje	12%	<b>0</b>	66%	<b>+1</b>	23%	<b>-1</b>
Juguetes	5%	<b>+1</b>	77%	<b>0</b>	18%	<b>-2</b>
Bicicleta	15%	<b>+2</b>	58%	<b>-1</b>	27%	<b>-1</b>
Patinete eléctrico	23%	<b>+2</b>	46%	<b>-2</b>	31%	<b>0</b>
Coches	10%	<b>+1</b>	69%	<b>+1</b>	22%	<b>-2</b>
Motos	17%	<b>+2</b>	53%	<b>+1</b>	31%	<b>-2</b>
Caravanas o autocaravanas	43%	<b>-1</b>	29%	<b>+1</b>	27%	<b>0</b>
Muebles	3%	<b>1</b>	86%	<b>0</b>	12%	<b>-1</b>
Decoración hogar	3%	<b>1</b>	85%	<b>+1</b>	12%	<b>-2</b>
Elementos de descanso	3%	<b>1</b>	89%	<b>+1</b>	8%	<b>-1</b>
Electrodoméstico gama blanca	4%	<b>1</b>	85%	<b>0</b>	11%	<b>-1</b>
Electrodoméstico gama marrón	4%	<b>1</b>	78%	<b>0</b>	18%	<b>-1</b>
Electrodoméstico pequeño	3%	<b>1</b>	87%	<b>0</b>	11%	<b>-1</b>
Ropa/calzado	2%	<b>0</b>	89%	<b>0</b>	9%	<b>0</b>
Smartphones	2%	<b>0</b>	88%	<b>-1</b>	10%	<b>+1</b>
Ordenadores	3%	<b>+1</b>	87%	<b>0</b>	10%	<b>-1</b>
Tablets	4%	<b>+1</b>	83%	<b>-2</b>	13%	<b>0</b>



---

# LA VOZ DE NUESTROS PARTNERS

---

## ENTREVISTA

**Juan Carretero** CEO de Bike Ocasión

**La preocupación por la sostenibilidad y el medio ambiente por parte de los consumidores crece año tras año. Si nos centramos en la parte de movilidad cero emisiones ¿Cuál es tu opinión al respecto de la situación actual en este sentido?**

La preocupación por la sostenibilidad y el medio ambiente creemos que cambia según el país y, en España, aún estamos un poco por detrás de otros países europeos.

Aquí todavía el precio es el factor más determinante a la hora de elegir un producto de segunda mano en vez de uno nuevo. Dicho esto, creo que poco a poco la mentalidad está cambiando y se le va dando más valor a estos valores. Hay que tener en cuenta que cuando se compra una bicicleta de segunda mano en vez de una nueva se están ahorrando entre 125 y 325 kg de CO<sub>2</sub>, según un estudio realizado por la marca Trek, y, adicionalmente, habría que sumar el ahorro en agua, materiales y, sobre todo, los materiales más contaminantes que generan las baterías.

**El sector de la bicicleta facturó alrededor de 2.700 millones en 2022, un 6% menos que el año anterior. ¿Cuál sería vuestra valoración del 2022? ¿Y respecto a los meses que llevamos de 2023?**

El sector de la bicicleta venía de un crecimiento exponencial, en gran parte, debido al COVID. Dicho esto, el mercado sigue por encima del nivel de 2019, que es lo positivo. Creemos que esto es algo normal, ya que los mercados no pueden crecer a esta



**Cuando se compra una bicicleta de segunda mano en vez de una nueva se están ahorrando entre 125 y 325 kg de CO<sub>2</sub>**

velocidad indefinidamente, pero, aun así, somos firmes creyentes en el potencial de la bicicleta. A largo plazo, la tendencia de crecimiento está ahí y las inversiones que se están realizando a lo largo de España y Europa para acomodar las ciudades a las bicicletas darán un empujón adicional al mercado en los próximos años.

**¿Cuál sería la cuota de mercado del producto reacondicionado del qué sois expertos?**

La cuota del mercado del reacondicionado es muy pequeña, porque aún es un tipo de producto muy desconocido. Hay muchos

clientes que no tienen en mente que pueden entregar su bicicleta como parte de pago de su nueva bicicleta, o que pueden comprar producto de segunda mano reacondicionado en un estado funcional muy similar al nuevo.

**Centrándonos en la financiación, ¿cuál crees que es el papel que juega dentro del sector?**

La financiación es clave en el sector, puesto que estamos hablando de un producto con un precio medio elevado. Muchos clientes pueden acceder a bicicletas de segunda mano con mayores prestaciones que las que podrían tener en bicicletas nuevas, mediante la doble palanca de la financiación y de los descuentos de las bicicletas de segunda mano reacondicionadas con respecto a las nuevas.

**¿Cómo creéis que va a evolucionar el consumo sostenible en general en los próximos 12 meses? ¿Y en concreto en vuestro sector que es la bici?**

Creemos que el consumo sostenible irá creciendo y, poco a poco, nos iremos posicionando a la par del resto de países. Es importante que tanto desde las propias empresas del sector como desde el resto de participantes del ecosistema se dé valor a este tipo de productos, para que el cliente sea consciente del valor añadido que tiene el consumo sostenible. ■

## ENTREVISTA

**Sergi Luque** Director comercial y de operaciones de Escapa

**Nos gustaría conocer Escapa. ¿cuándo y por qué nace la compañía? ¿a qué se dedica la empresa? ¿Cuál ha sido su evolución?**

Escapa nace en 1984 en Sabadell, de la mano de Ramón Escapa, en un pequeño local emplazado a pocos metros de la actual tienda. Su pasión por el ciclismo y su carácter emprendedor le hace ser pionero en vislumbrar dónde acabará la bicicleta como forma de vida, y como modelo de negocio. Tras varios cambios de local, siempre cerca del original, en 2009 se emplaza en el local actual, con 1700m<sup>2</sup>, y dando vida a la primera tienda experiencia, con diferentes salas de exposición, y múltiples servicios: taller, parking propio, restaurante, biomecánica, etc. En resumen, una delicia para el ciclista.

En 2019 se inaugura la tienda de Girona, primera en el modelo de expansión, y donde se ensalza aún más el modelo actual de Escapa: un espacio donde el ciclista es el centro de atención y dónde visitar la tienda es toda una experiencia visual.

En 2021, Quadis (líder en el sector de la automoción en nuestro país) adquiere la sociedad y, tras unos meses de reorganización y adaptación, se amplía su red de tiendas con la adquisición de dos negocios en Barcelona, Probike y Bicisport en noviembre del mismo año.

En agosto de 2022 se abre la primera tienda en Madrid, una verdadera catedral para los amantes de la bicicleta, y en mayo de este año se ha adquirido la tienda Monpedal en Castellón y una apertura de tienda en Tarragona. Y los planes no acababan aquí...

**La preocupación por la sostenibilidad y el medio ambiente por parte de los consumidores crece año tras año. Si nos centramos en la parte de movilidad cero emisiones ¿Cuál es tu opinión al respecto de la situación actual en este sentido?**



En resumen: falta velocidad. La conciencia social es mayor que la respuesta por parte de la administración. La sociedad está preparada para adoptar nuevas formas de moverse, y no sólo hablo de la bicicleta, pero necesitamos dotar a la población de mayor red y frecuencia de transporte público, mejorar la red de vías para vehículos "ligeros" como bicicletas y patinetes, construir una red de aparcamientos para este tipo de vehículos, ampliar la red de "electrolineras", y sobre todo, subvencionar, desde la compra de vehículos de emisión cero (bicicletas incluidas), como a las empresas que apuesten por ello: destinando espacios en sus lugares de trabajo para el aparcamiento, la recarga, bonificando los kilómetros realizados en vehículos ligeros, etc.

Si conseguimos esto podemos plantearnos cerrar los centros de las grandes ciudades y mejorar la salud de TODOS.

**El sector de la bicicleta facturó alrededor de 2.700 millones en 2022, un 6% menos que el año anterior. ¿Cuál sería vuestra valoración del 2022? ¿Y respecto a los meses que llevamos de 2023?**

Cerrar 2022 sólo un 6% por debajo de un 2021 es un éxito. Desde mayo de 2020 y hasta primer trimestre de 2022 el sector ha vivido una situación excepcional en el

mercado difícil de repetirse. Tras la reapertura post pandemia a partir de semana santa de 2022 hay un cambio de tendencia en el consumo, sumado a una situación de inestabilidad generalizada por la guerra de Ucrania y la consecuente inflación.

**La conciencia social es mayor que la respuesta por parte de la administración. La sociedad está preparada para adoptar nuevas formas de moverse**

Para Escapa, 2022 fue un año de consolidación en el mercado sin cerrar en cifras de 2021. Este 2023 arranca con mejores cifras que 2022 y la percepción del mercado es más optimista, ya que se han reajustado ciertos aspectos que nos han perjudicado en el año anterior, como el stock de producto o la bajada de las tarifas por parte de los fabricantes, los que nos permite ser más competitivos que el año anterior y sobre todo, con disponibilidad de producto.

**Centrándonos en la financiación, ¿Cuál crees que es el papel que juega dentro del sector?**

La financiación al consumidor en nuestro sector cumple la misión de potenciador, aumentando el volumen de las ventas, así como mejorando el ticket medio. No olvidemos que el foco de nuestro negocio es el cliente. La financiación le permite acceder a nuestro producto atendiendo a sus necesidades: flexibilidad en los plazos de pago, rapidez y comodidad. Es una excelente herramienta para la fidelización y la conversión.

**¿Cómo creéis que va a evolucionar el consumo sostenible en general en los próximos 12 meses? ¿Y en concreto en vuestro sector que es la bici?**

Las empresas están cogiendo conciencia,

sobre todo en Europa y América del Norte, pero siempre gracias a la conciencia humana. No es extraño que una empresa se encuentre con un candidato quien pregunta cuál es la política medioambiental y valores de sostenibilidad de la empresa en un proceso de selección de personal.

Estamos girando hacia la dirección adecuada y en los próximos años veremos al

pasado con la sensación de poderlo haberlo hecho antes. La gran ventaja de nuestro sector es que formamos parte del consumo sostenible antes de que se inventara ese término. Eso no quiere decir que tengamos que trabajar para hacerlo aún más y dejar menos huella medioambiental, pero partimos desde una posición privilegiada, ya que la gran mayoría de la masa humana involucrada en nuestro sec-

tor es ciclista y, en consecuencia, preocupada por esto desde hace décadas.

Nuestro mayor reto es minimizar el impacto en la producción de motores y baterías, así como en la contaminación logística. ■



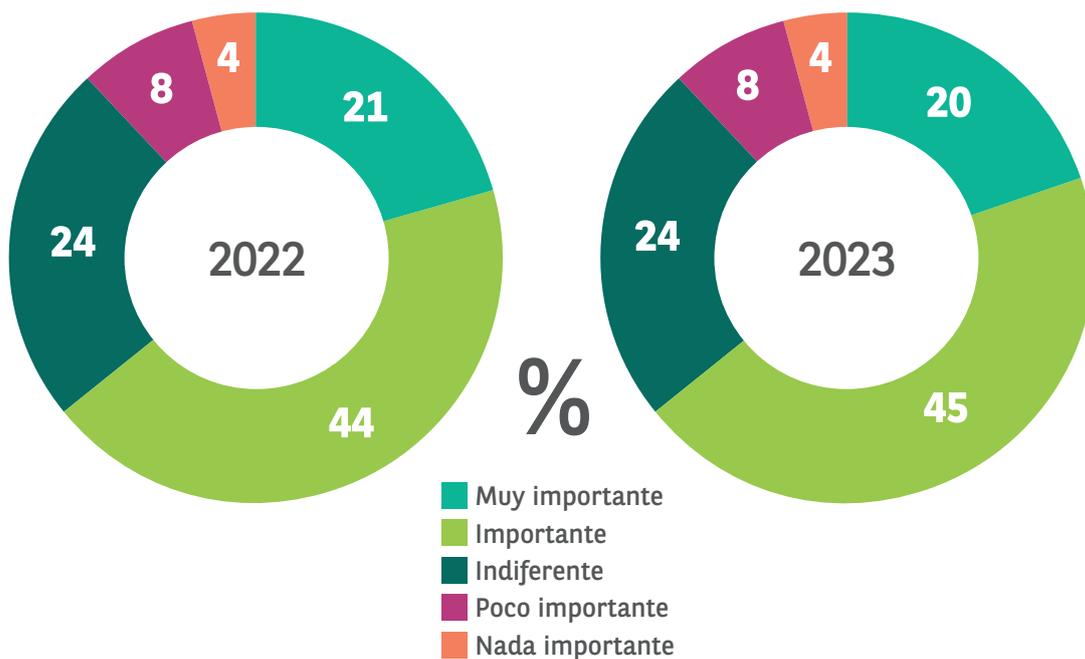
---

# MOVILIDAD SOSTENIBLE



# MOVILIDAD URBANA SOSTENIBLE

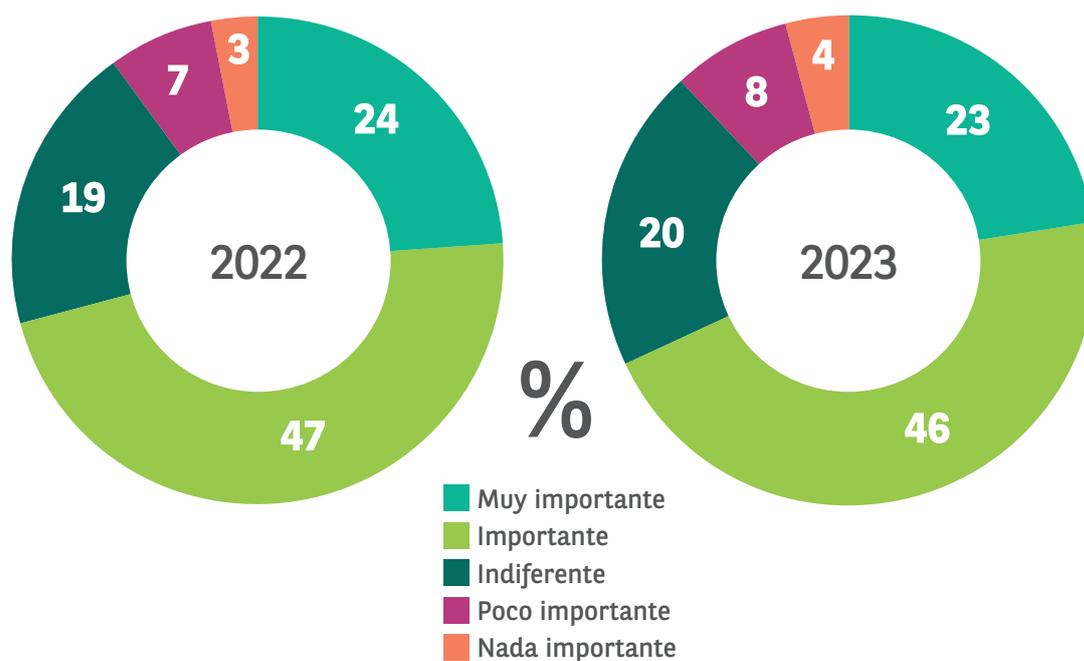
Nuestra forma de desplazarnos ha cambiado y va a seguir cambiando. ¿Hasta qué punto es importante para ti la Movilidad Urbana Sostenible en tu día a día?  
(% Respuesta única)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2022  
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2023

### ¿Hasta qué punto son importantes para ti las acciones de las ciudades para regular y mejorar la Movilidad Urbana en las ciudades (bicicletas / patinetes alquiler / motos eléctricas / coches eléctricos)?

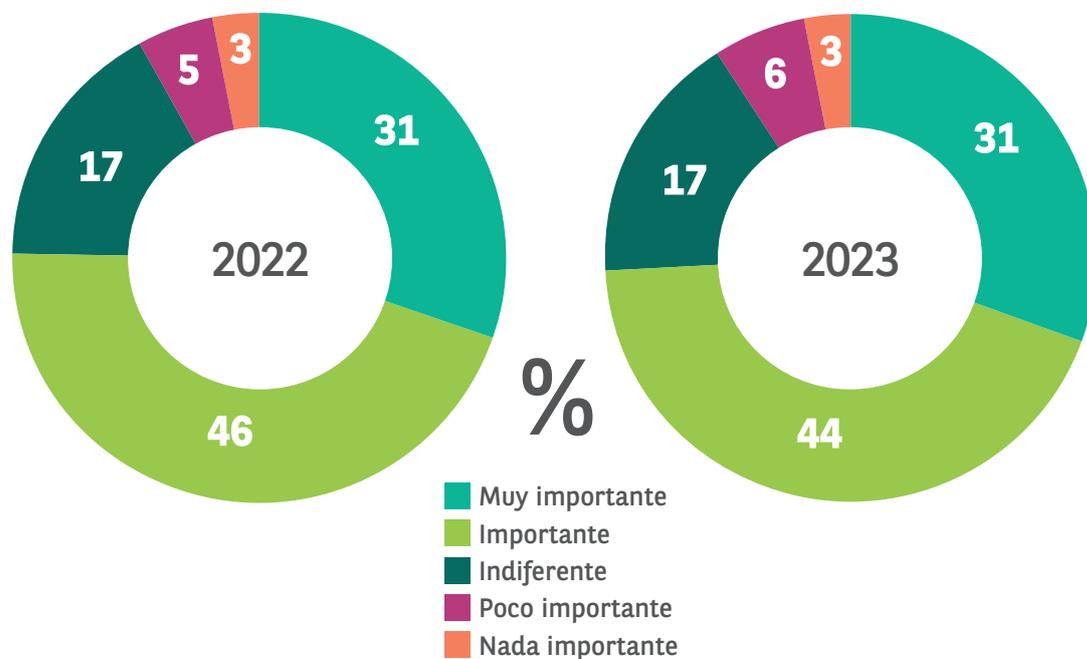
(% Respuesta única)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2022  
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2023

7 de cada 10 españoles considera importante o muy importante la Movilidad Urbana Sostenible en su día a día y las acciones de las ciudades para regularla y mejorarla.

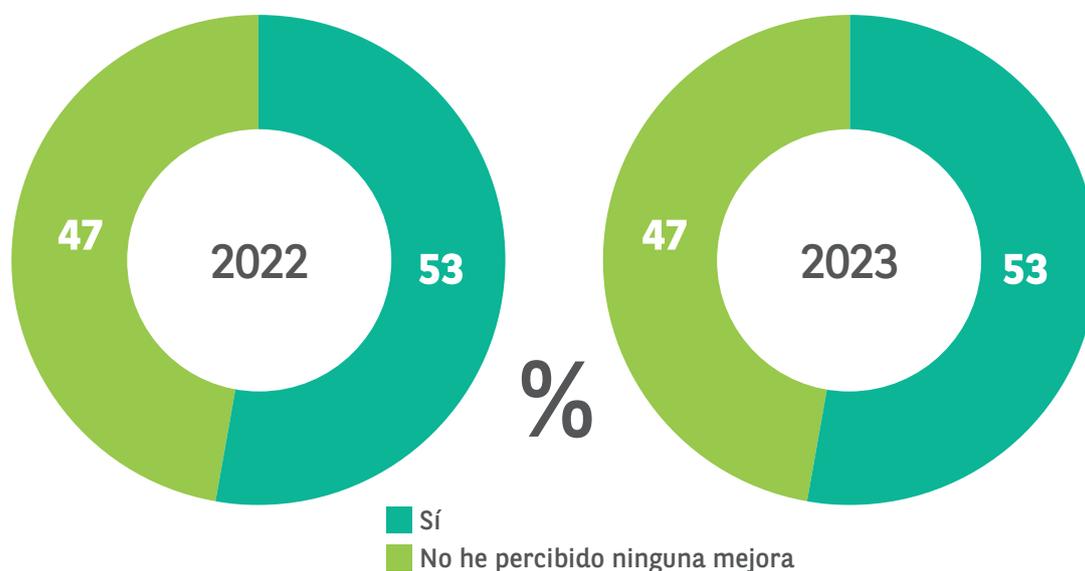
### ¿Hasta qué punto es importante para ti la inversión de las instituciones públicas en medios de transporte ecológicos? (% Respuesta única)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2022  
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2023

8 de cada 10 españoles considera importante o muy importante la inversión de las instituciones públicas en medios de transporte ecológicos.

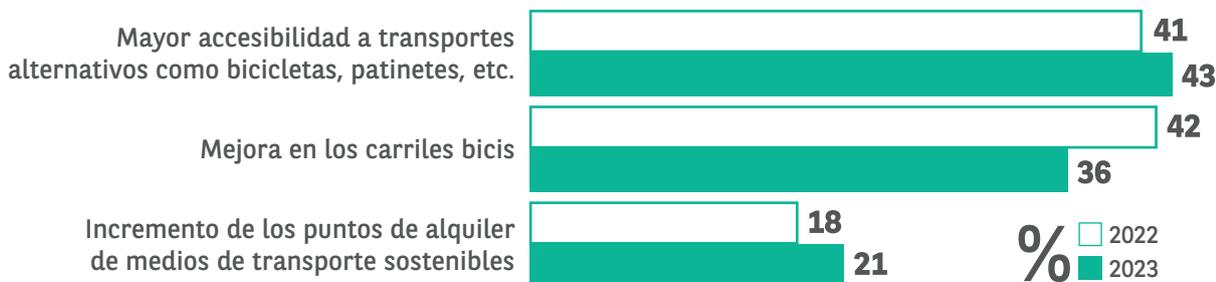
**¿Has percibido cambios en tu ciudad en las mejoras de la Movilidad Urbana Sostenible en los últimos dos años?**  
(% Respuesta única)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2022  
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2023

1 de cada 2 españoles ha percibido cambios en su ciudad en las mejoras de la Movilidad Urbana Sostenible en los últimos dos años. Destacan por encima de la media los encuestados de 18 a 24 años con un 67% de respuestas positivas.

**Ordena de mayor a menor importancia los cambios en las mejoras de la movilidad urbana sostenible que has percibido en tu ciudad en los últimos dos años.**  
(Ranking)



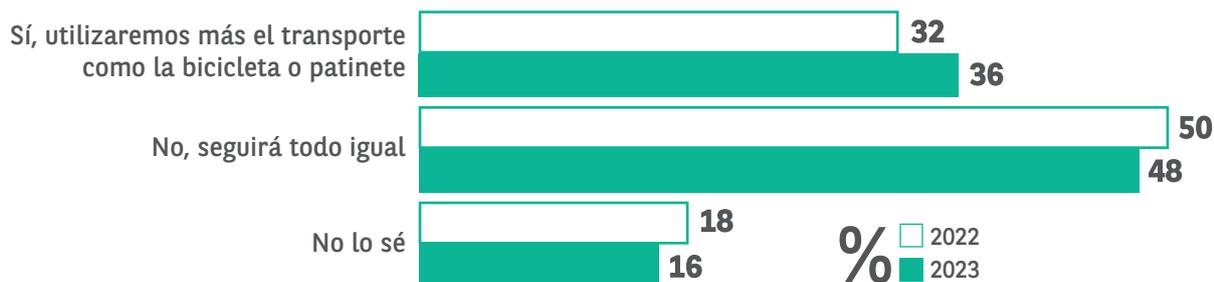
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2022  
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2023

A diferencia de lo que ocurría el año anterior, las mejoras en los carriles bici dejan de ser las más importantes para dejar su lugar a una mayor accesibili-

dad a transportes alternativos como bicicletas o patinetes con un 43% de menciones (+2 puntos porcentuales respecto a 2022). El incremento de los

puntos de alquiler de medios de transporte sostenibles, también aumenta respecto al año anterior con un 21% de menciones frente al 18% de 2022.

**¿Crees que el transporte en las ciudades cambiará tras la pandemia hacia un transporte más sostenible para evitar aglomeraciones?**  
(% Respuesta única)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2022  
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2023

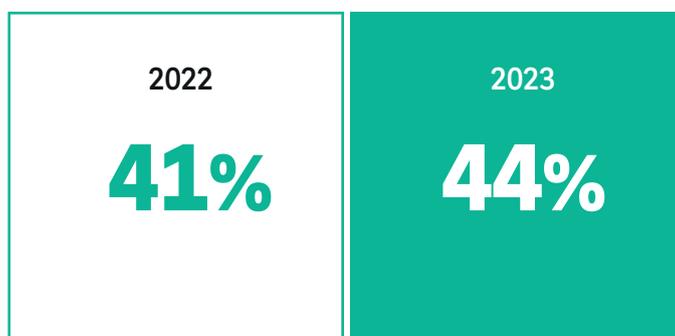
Aunque un 48% de los encuestados cree que el transporte en las ciudades no cambiará tras la pandemia, un rese-

ñable 36% piensa que utilizaremos más los medios de transporte como la bici o el patinete. Entre estos últimos des-

tacan por encima de la media los encuestados de entre 25 y 34 años con un 44% de menciones.

## ¿Te has planteado el cambio de un transporte privado de combustión por el uso de algún medio de transporte de movilidad urbana como la bicicleta o el patinete?

(% Respuesta única)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2022  
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2023

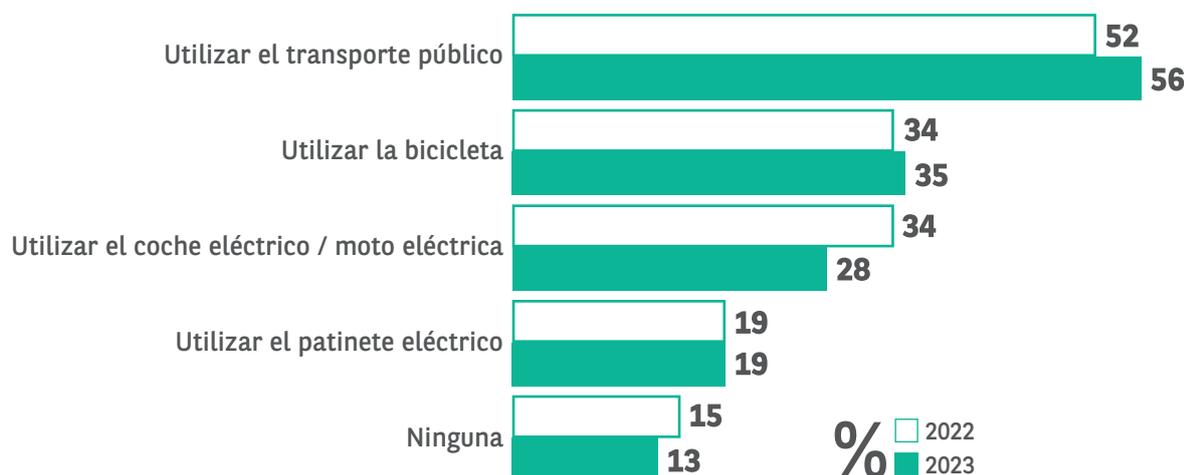
Casi 1 de cada 2 españoles se ha planteado el cambio de un transporte privado de combustión por el uso de algún medio de transporte de movili-

dad urbana sostenible como la bicicleta o el patinete. Los encuestados de 18 a 24 años destacan por encima de la media con un 64% de menciones

positivas. En cambio, los encuestados de más de 45 años destacan por el lado contrario con tan solo un 35% de menciones a favor de este cambio.

## ¿Cuál/es de las siguientes opciones estarías dispuesto/a a utilizar en tu día a día?

(% Respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2022  
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2023

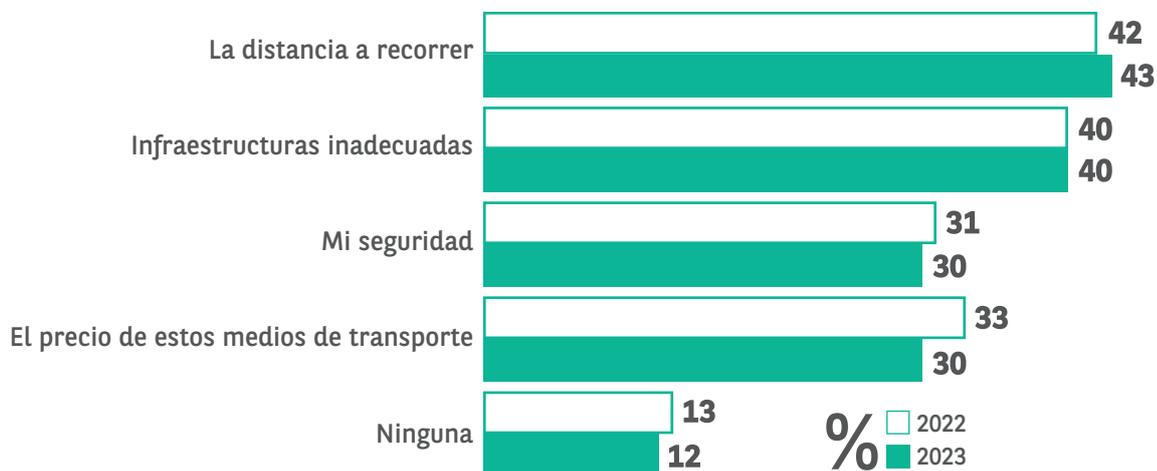
El uso del transporte público en su día a día es la opción más elegida por los encuestados con un 56% (destacan los mayores de 45 años con un 61% de

menciones), seguida por el uso de la bici y el uso de coches/motos eléctricas, con un 35% y un 28% respectivamente. El uso de patinetes eléctricos

se encuentra muy por debajo con un 19%, aunque cabe destacar que los más jóvenes de entre 18 y 24 años eligen esta opción en un 36% de los casos.

## ¿Qué barreras o dificultades encuentras para utilizar medios de transporte sostenible en tu día a día?

(% Respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2022  
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2023

La gran distancia a recorrer y unas infraestructuras inadecuadas siguen

siendo las mayores barreras que encuentran los españoles a la hora de

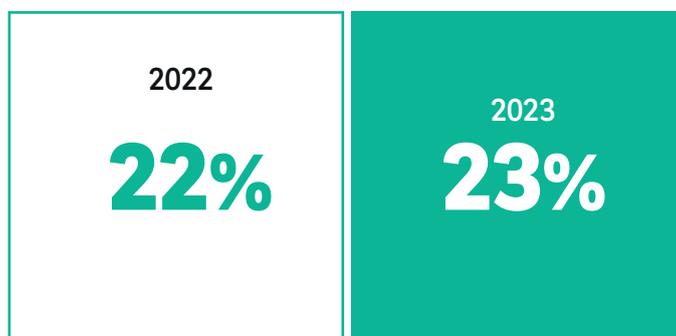
utilizar medios de transporte sostenibles en su día a día.



# BICICLETAS Y PATINETES

## Intención de compra

¿Tienes intención de comprar una bicicleta o patinete?  
(% Respuesta única)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2022  
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2023

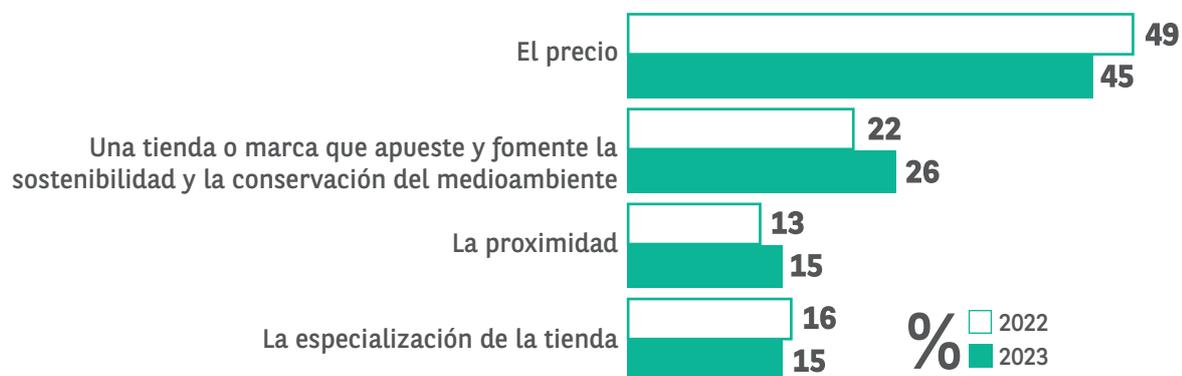
1 de cada 4 españoles tiene intención de comprar una bici o un patinete eléctrico en los próximos 12 meses,

un punto porcentual más que las intenciones mostradas en 2022. Destacan muy por encima de la media los

más jóvenes de 18 a 24 años con un 42% de respuestas positivas.

## Ordena de mayor a menor los factores más determinantes para ti en la elección de compra de una bicicleta o patinete.

(Ranking)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2022  
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2023

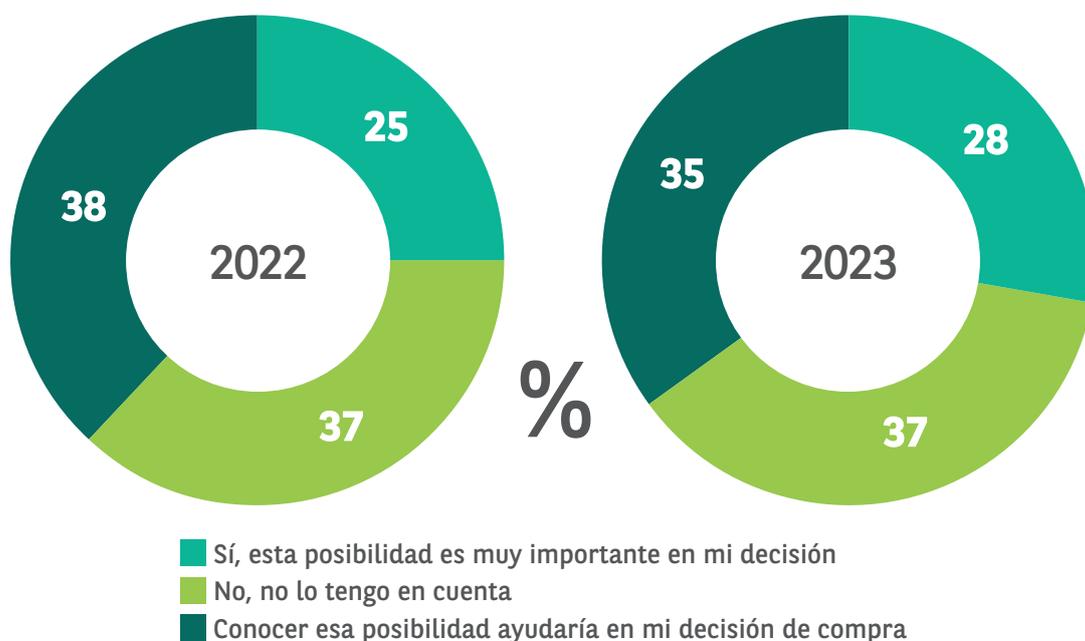
A la hora de comprar una bici o un patinete eléctrico, los consumidores dan más importancia al precio en el 45%

de los casos, seguido de que la tienda o marca apueste por la sostenibilidad con un 26% de menciones, creciendo

en este caso en 4 puntos respecto al año anterior.

### Cuando quieres comprar una bicicleta nueva, ¿acudes a un distribuidor que acepta como parte de la compra la entrega de la bicicleta usada?

(% Respuesta única)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2022  
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2023

Un 28% de los encuestados declara que esta posibilidad ofrecida en la tienda es muy importante en su decisión y un 35% dice que conocer esta opción le

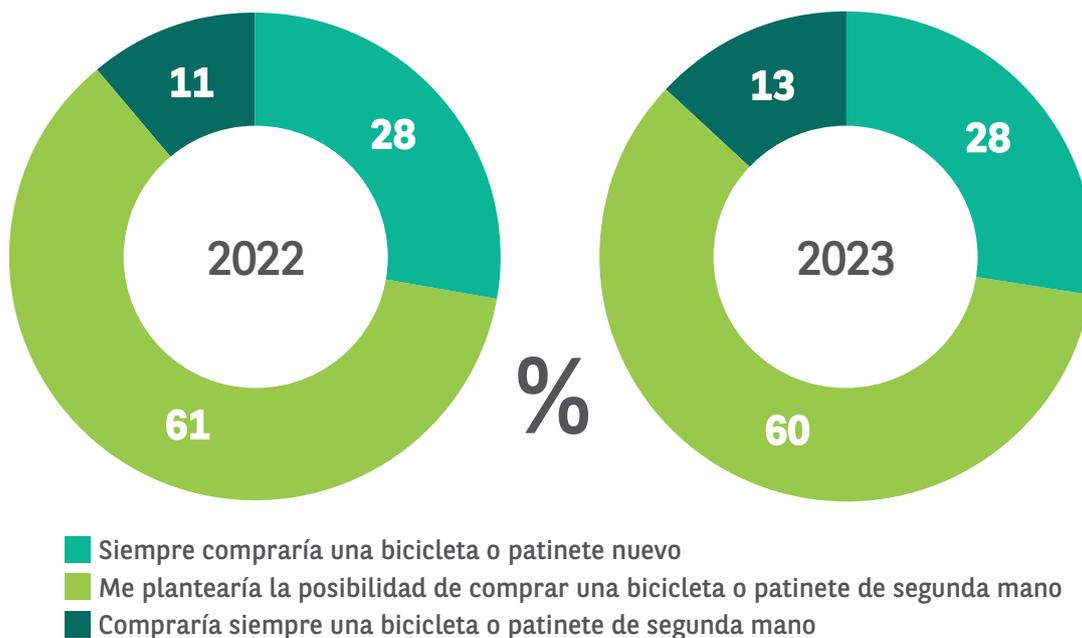
ayudaría en su decisión de compra.

Por el contrario, el 37% afirma no tenerlo en cuenta, destacando en este

sentido los consumidores más jóvenes entre 18 y 24 años con un 42% de menciones.

## Segunda mano

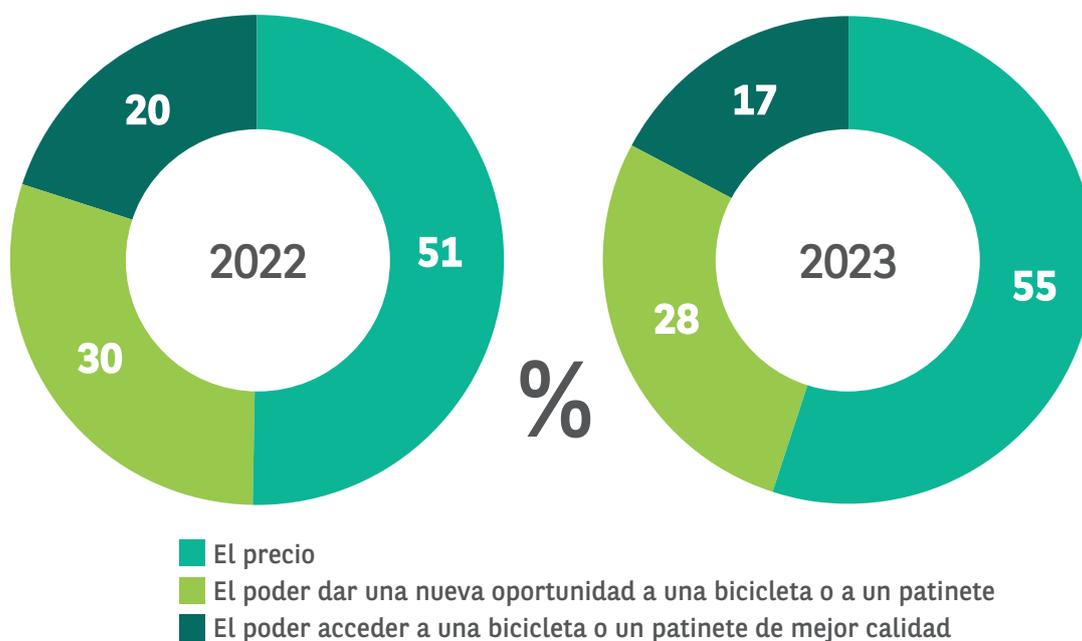
### Ante la compra de una bicicleta o patinete... (% Respuesta única)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2022  
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2023

El 60% de los consumidores españoles se plantearían comprar una bici o patinete de segunda mano. El 28% dice que siempre compraría una bici o patinete nuevo.

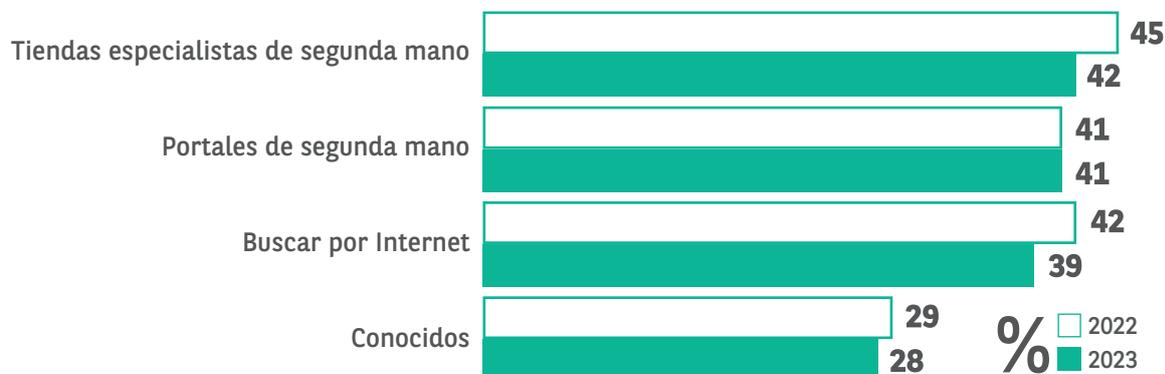
**¿Cuál de los siguientes factores influiría más en tu decisión de comprar una bicicleta o patinete de segunda mano?**  
 (% Respuesta única)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2022  
 Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2023

A la hora de comprar una bici o patinete de segunda mano, los factores que más influirían son el precio, con un 55% de menciones un aumento de 4 puntos respecto al año anterior, y el poder dar una segunda vida a la bici o patinete, con un 28% de menciones.

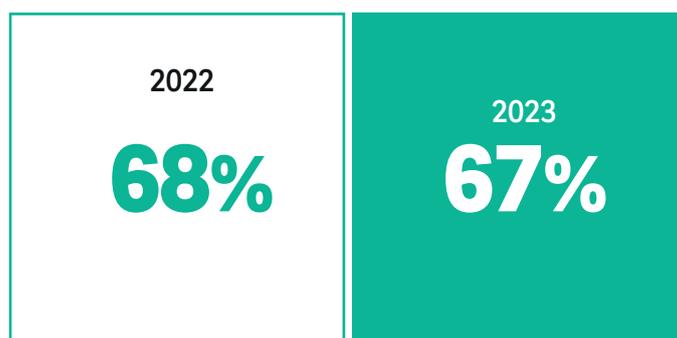
### ¿Dónde acudirías si quieres comprarte una bicicleta de segunda mano? (% Respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2022  
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2023

El 42% acudiría a las tiendas especialistas de segunda mano (destacan los mayores de 45 años con un 48%), aunque la diferencia sigue siendo mínima con los que dicen que buscarían por internet y en portales de segunda mano.

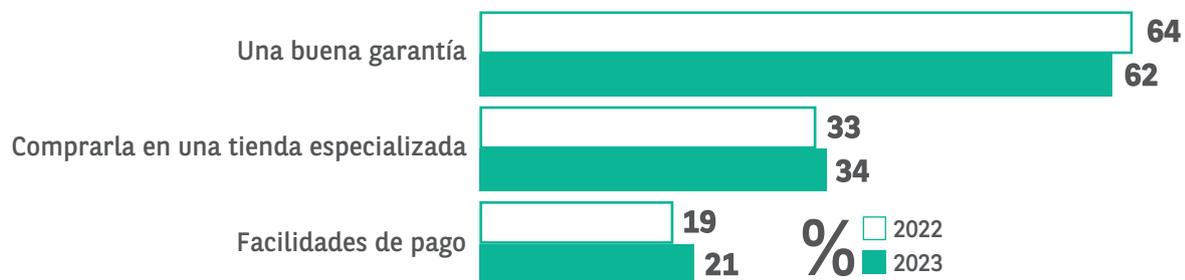
### ¿Te plantearías comprar la próxima vez una bicicleta de segunda mano? (% Respuesta única)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2022  
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2023

Un 67% se plantearía comprar la próxima vez una bicicleta de segunda mano. Los consumidores más jóvenes entre 18 y 24 años, destacan por encima de la media con un 74% de menciones.

### ¿Qué más valoras a la hora de comprarte una bicicleta de segunda mano? (% Respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2022  
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2023

Una buena garantía es otro de los aspectos que más valoran los encuestados a la hora de comprar su

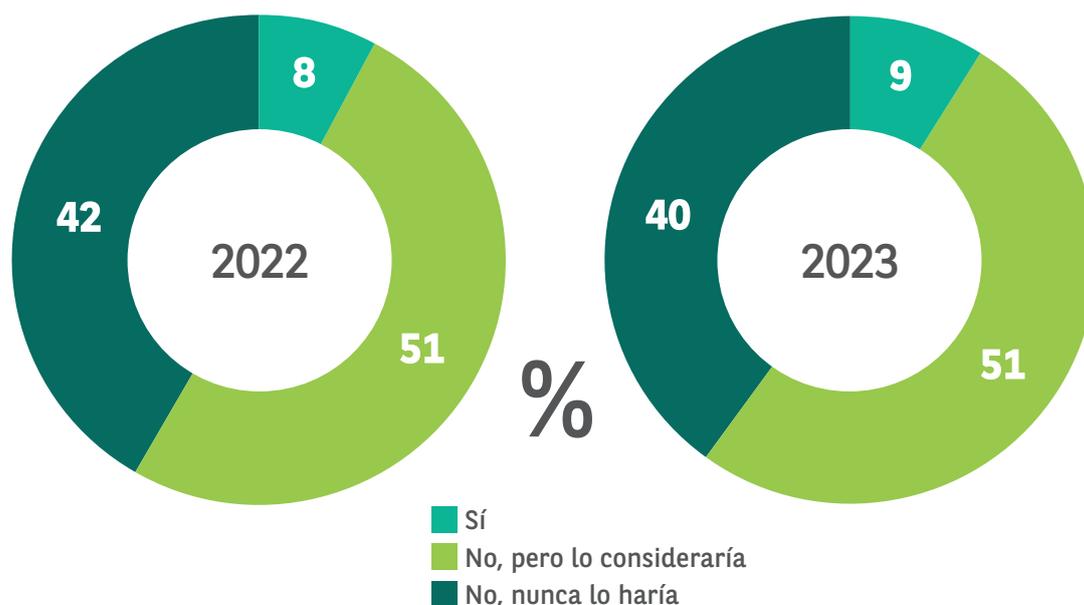
bici de segunda mano. Las facilidades de pago son más valoradas por los encuestados más jóvenes con un

39% frente al 21% de la media.



## Renting

**¿Te has planteado adquirir tu próxima bicicleta mediante renting?**  
(% Respuesta única)



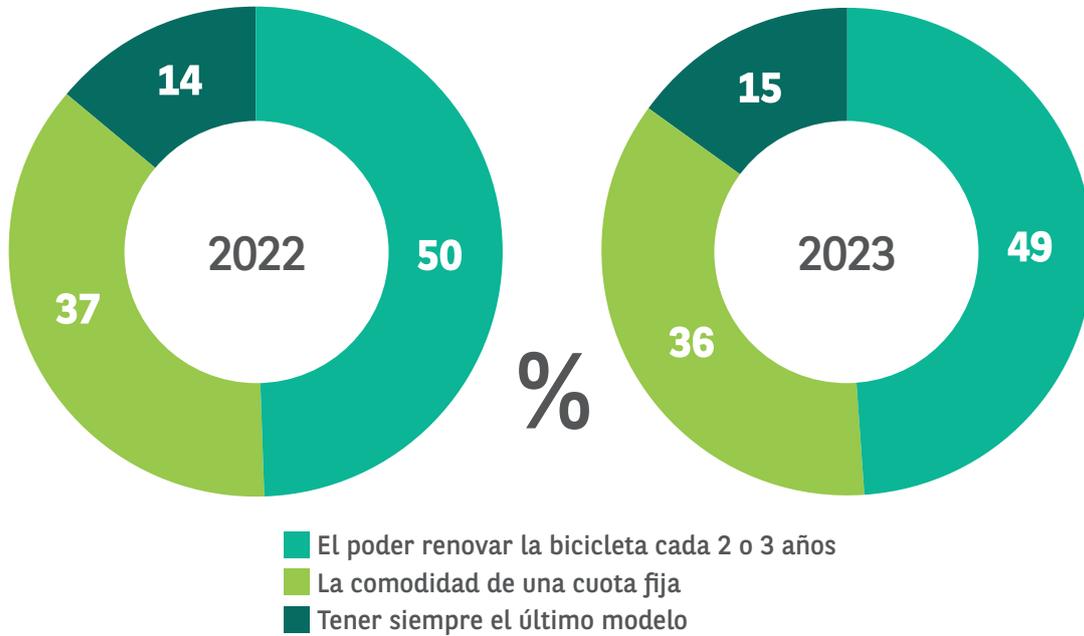
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2022  
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2023

Sólo el 9% de consumidores encuestados se ha planteado adquirir su próxima bici a través del renting. Aunque hay que señalar que los más interesados serían los usuarios más jóvenes de entre 18 y 24 años y entre 25 y 34 años, con un 15% de menciones en ambos casos (6 puntos por encima de la media).

El 40% de encuestados se muestra rotundo en su respuesta y afirma que nunca se lo ha planteado ni lo haría, sin embargo encontramos al 51% que aunque no se lo ha planteado hasta ahora, podría considerarlo en una futura compra.

Los más reacios a la opción del renting son los mayores de 45 años con un 46% de respuestas frente al 40% de la media.

### ¿Qué es lo que más valoras del renting en bicicletas? (% Respuesta única)



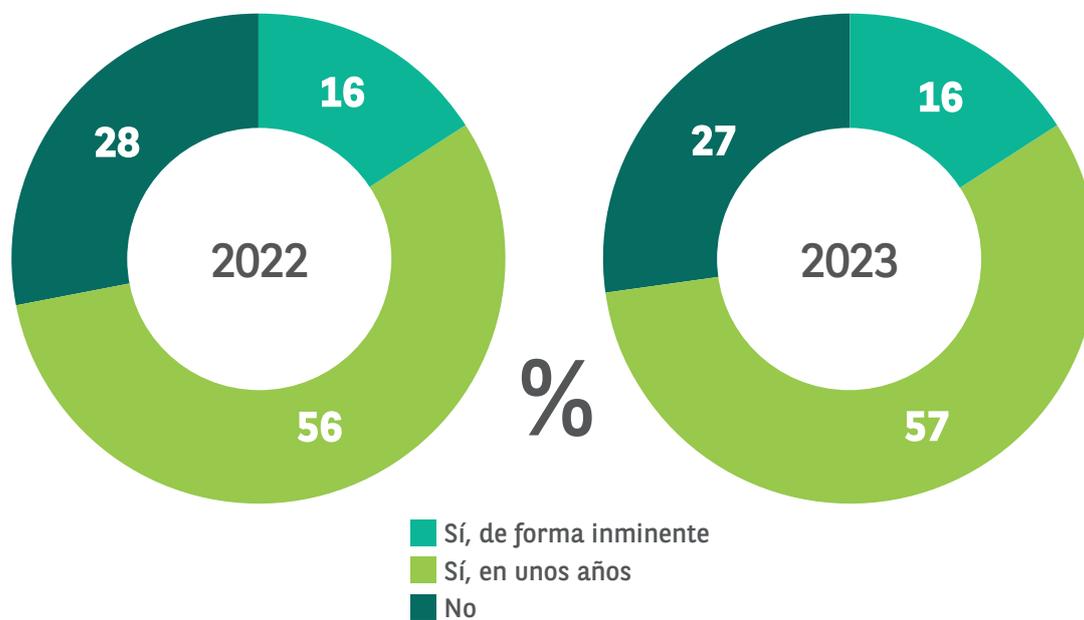
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2022  
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2023

La posibilidad de cambiar de bicicleta cada 2 o 3 años es la opción más valorada con un 49% de menciones. Le

sigue un 36% de los que se decantan por la comodidad de pago con una cuota fija. La única opción que aumenta

respecto al año anterior es la de tener siempre el último modelo con un 15% de menciones frente al 14% de 2022.

**¿Crees que la tendencia del renting en coches y motocicletas llegará al sector de las bicicletas?**  
(% Respuesta única)



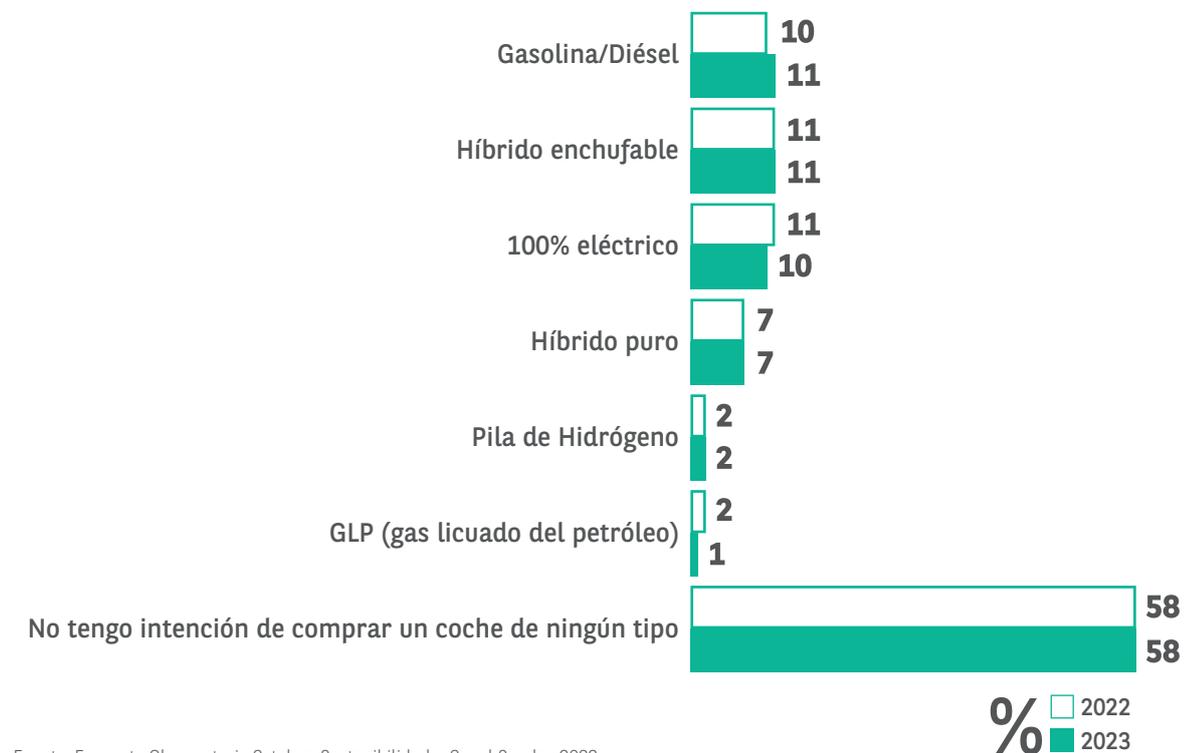
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2022  
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2023

El 57% cree que en unos años la tendencia del renting en coches y motos se establecerá también en el sector de la bici. El 16% cree que será de forma inminente y el 27% nos dice que no sucederá.

# COCHE ELÉCTRICO/ MOTO ELÉCTRICA

## Intención de compra de coche

¿Tienes intención de comprar en los próximos 24 meses un coche de alguno de los siguientes tipos?  
(% Respuesta única)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2022 – ----  
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2023

El 11% de los encuestados tiene intención de comprar un coche gasolina/diésel en los próximos 2 años, también

con un 11% encontramos a los que pretenden comprar híbridos enchufables y con un 10% a los que pretenden com-

prar un 100% eléctrico (destacan los más jóvenes de 18 a 24 años con un 14% de menciones).

## Barreras para su compra y máximo esfuerzo económico

¿Cuál/es son los motivos por los que NO comprarías un coche eléctrico?  
(% Respuesta múltiple)



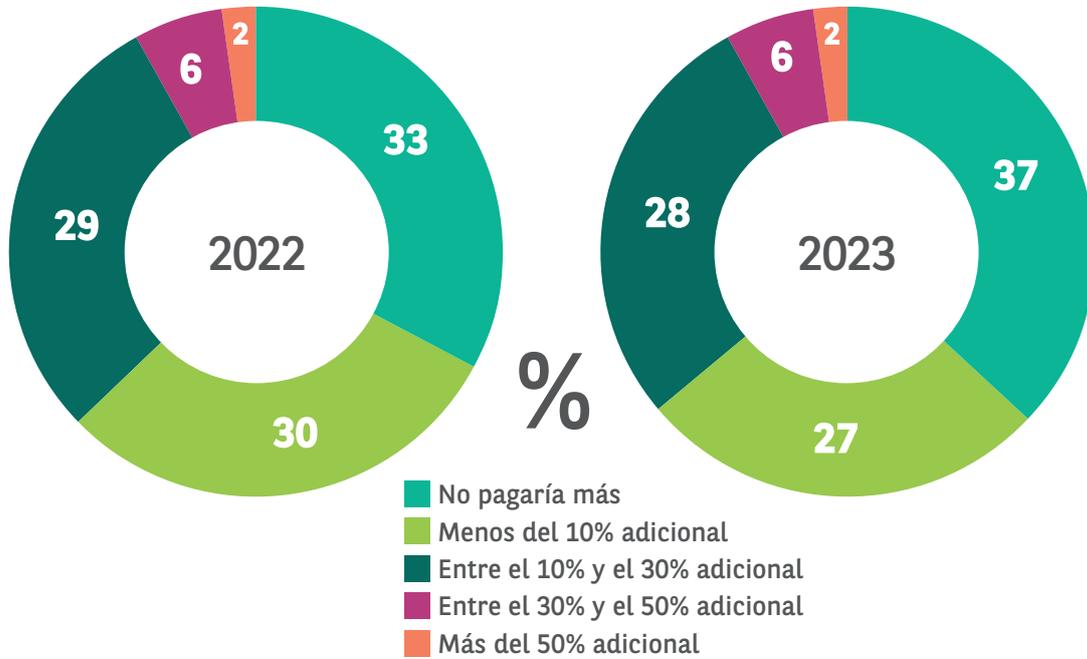
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2022  
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2023

Los mayores frenos a la hora de comprar un coche eléctrico son su alto precio (51% vs 50% en 2022), la poca autonomía (36%, mismo porcentaje que

en 2022) y la falta de puntos de recarga (35%, mismo porcentaje que en 2022). La falta de confianza en este tipo de vehículo es el motivo que muestra un

mayor crecimiento respecto al año anterior con un 18% de menciones frente al 12% del año anterior.

**¿Cuál sería el máximo esfuerzo económico que estarías dispuesto/a a realizar para comprar un coche ECO (eléctrico, híbrido, GLP, pila de Hidrógeno) en lugar de un gasolina o diésel?**  
 (% Respuesta única)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2022  
 Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2023

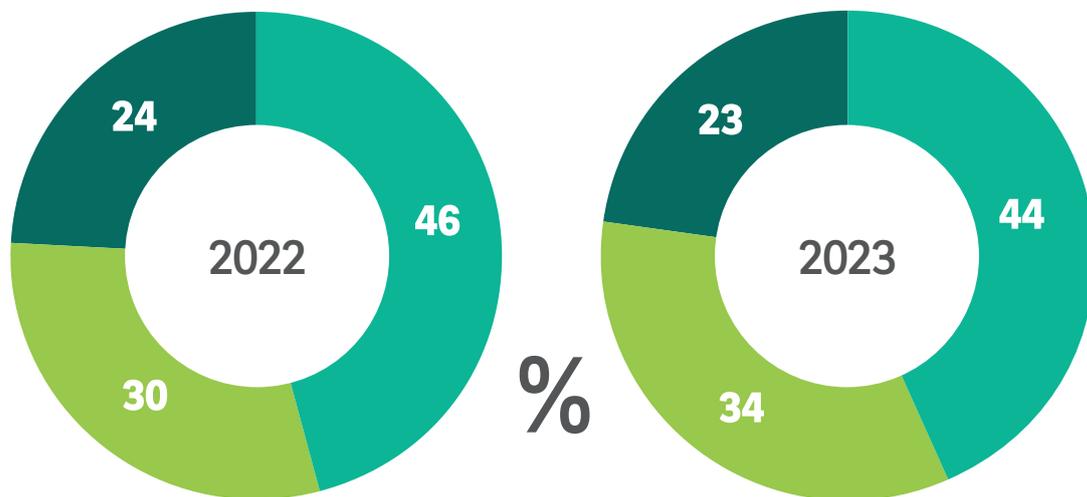
El 27% de los encuestados dice que el mayor esfuerzo económico que estaría dispuesto a realizar para comprar un coche ECO sería de menos de un 10%

adicional. Es importante destacar que un 37% no estaría dispuesto a realizar ningún esfuerzo económico adicional, aumentando este porcentaje en 4 pun-

tos respecto al año anterior y destacando los mayores de 45 años con un 44%.

**Si tuvieses intención de comprar un coche eléctrico, ¿la situación actual del aumento del precio de la electricidad te haría plantearte dicha compra?**

(% Respuesta única)



- Sí, de momento retrasaría la compra prevista a la espera de la bajada del precio de la energía
- Sí, optaría por la compra de un coche de combustión tradicional
- No, seguiría adelante con mi compra prevista

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2022  
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2023

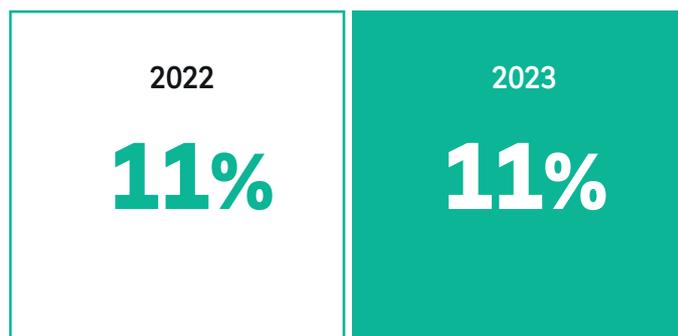
La actual situación del precio de la electricidad haría que un 44% de los encuestados retrasase su compra prevista esperando una bajada del precio

de la energía. Un 34% dice que cambiaría su compra por la de un coche de combustión tradicional (destacando por encima de la media los más jóve-

nes de 18 a 24 años con un 48% de menciones) y solo un 23% seguiría adelante con su compra prevista de coche eléctrico.

## Intención de compra de moto

¿Tienes intención de comprar una moto 100% eléctrica en los próximos meses?  
(% Respuesta única)

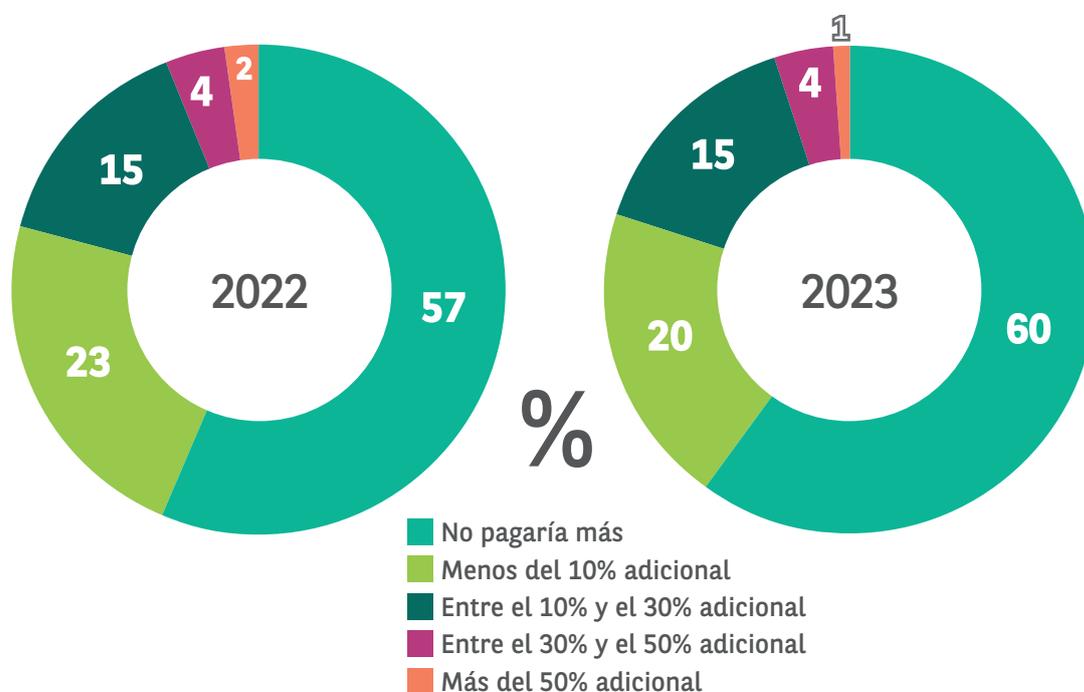


Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2022  
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2023

1 de cada 10 encuestados tendría intención de adquirir una moto 100% eléctrica en los próximos 12 meses.



**¿Cuál sería el máximo esfuerzo económico que estarías dispuesto/a a asumir para adquirir una moto eléctrica en lugar de una moto de gasolina?**  
 (% Respuesta única)



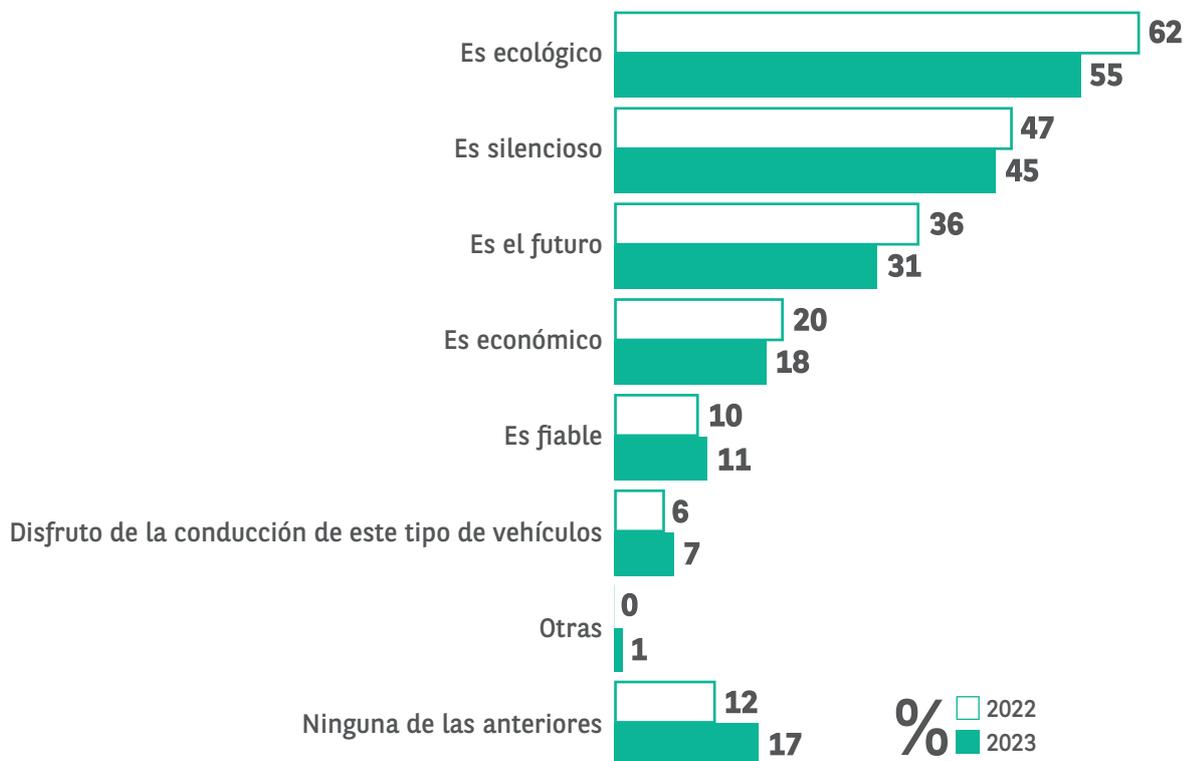
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2022  
 Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2023

El 20% de los encuestados dice que el mayor esfuerzo económico que estaría dispuesto a realizar para comprar una moto eléctrica sería de menos de

un 10% adicional. Es importante destacar que un 60% no estaría dispuesto a realizar ningún esfuerzo económico adicional, aumentando en 3 puntos

respecto a 2022 y destacando los mayores de 45 años con un 69%.

**¿Cuál/es crees que son las ventajas del vehículo eléctrico?**  
(% Respuesta múltiple)

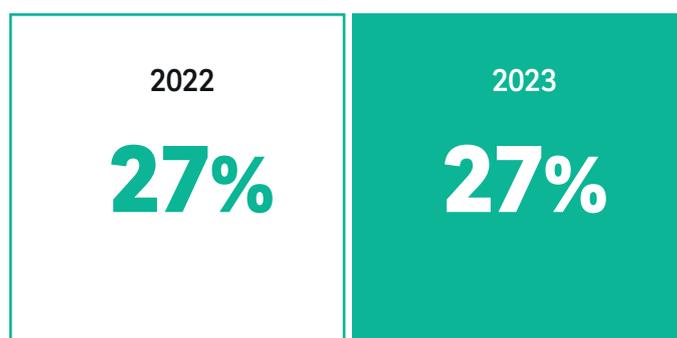


Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2022  
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2023

En cuanto al top 3 de ventajas del vehículo eléctrico para los encuestados, encontramos, en primer lugar, que es ecológico (55%), que es silencioso (45%) y que es el futuro (31%), aunque se aprecian descensos respecto al año anterior en todas las opciones.

# CARSHARING/ MOTOSHARING

¿Estarías dispuesto/a a dejar de tener coche en propiedad para sustituirlo por el uso de servicios tipo Carsharing/motosharing, Carpooling, Ridesharing o alquiler de coche/moto a particulares?  
(% Respuesta única)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2022  
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2023

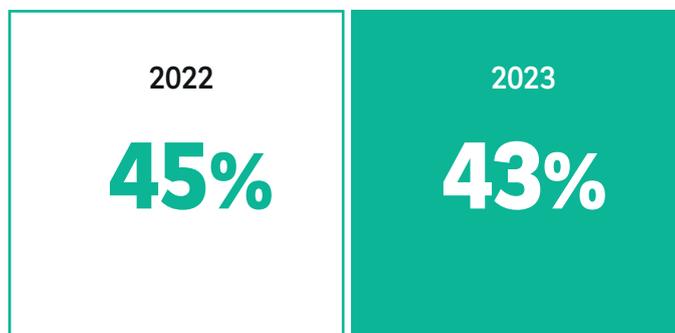
1 de cada 4 encuestados estaría dispuesto a dejar de tener coche en propiedad para sustituirlo por el uso de

servicios tipo carsharing/motosharing, carpooling, ridesharing o alquileres a particulares. Destacan por encima de

la media los más jóvenes de 18 a 24 años con un 42% de menciones.

### ¿Crees que el uso de este tipo de servicios es más económico que tener un vehículo en propiedad?

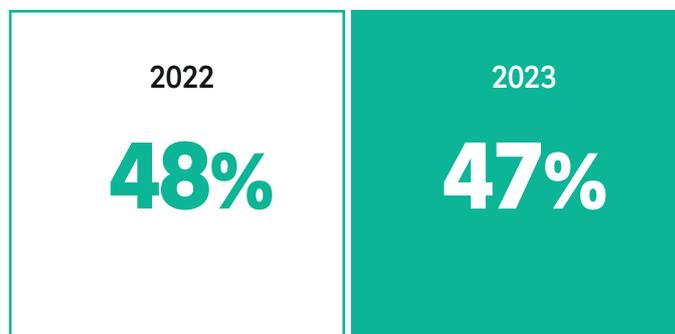
(% Respuesta única)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2022  
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2023

### ¿Crees que el uso de este tipo de servicios en lugar de un vehículo privado es la mejor solución de futuro para el medio ambiente?

(% Respuesta única)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2022  
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2023

El 43% piensa que el uso de este tipo de servicios es más económico que mantener un vehículo privado (vuel-

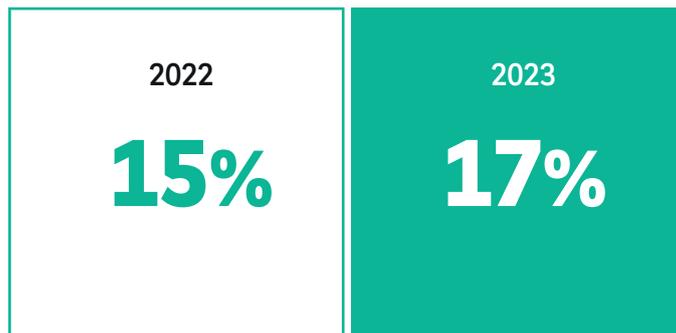
ven a destacar los encuestados de 18 a 24 años con un 52%), y el 47% piensa que es la mejor solución para el futuro

del medioambiente.

## Puntos de recarga

¿Conoces el Plan MOVES III de ayudas para instalación de puntos de recarga?  
(% Respuesta única)

---

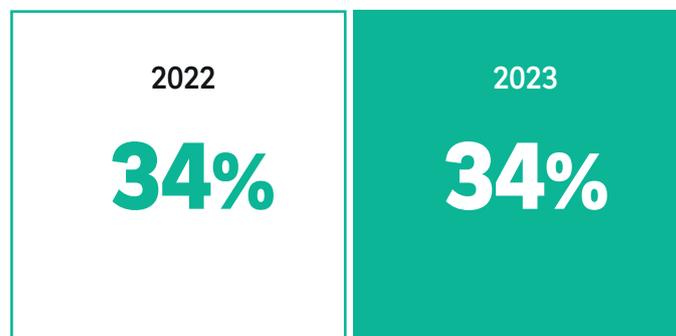


Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2022  
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2023

---

¿Estarías interesado en instalar una estación de carga en tu hogar?  
(% Respuesta única)

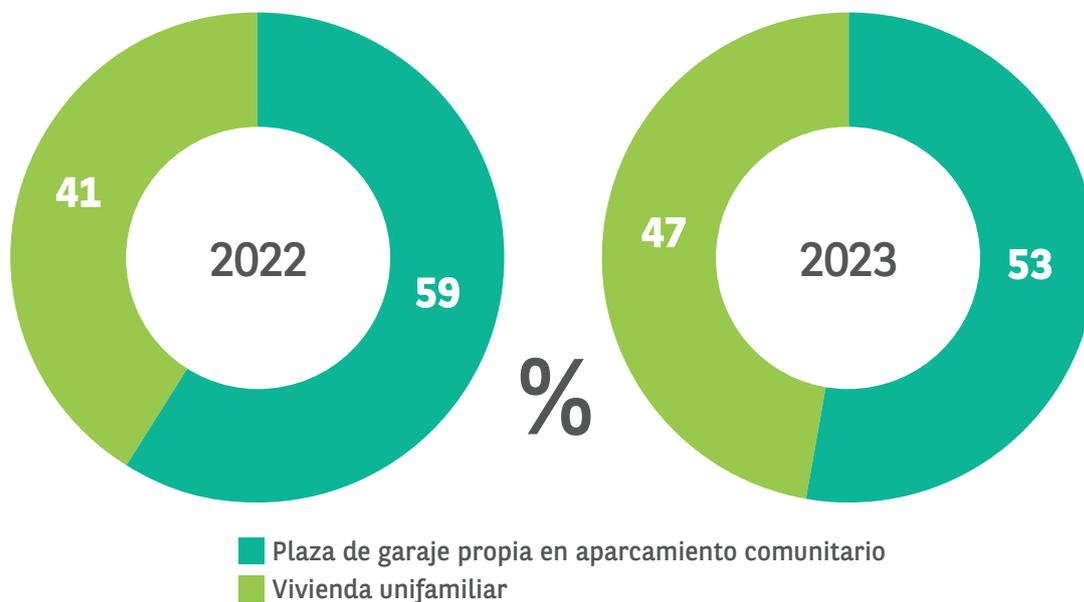
---



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2022  
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2023

---

**¿En qué tipo de vivienda instalarías tu estación de recarga?**  
(% Respuesta única)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2022  
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2023

Tan solo el 17% de los encuestados conoce el Plan MOVES III de ayudas para la instalación de puntos de recarga (los encuestados de 18 a 24 años muestran un porcentaje del 34%

en este aspecto).

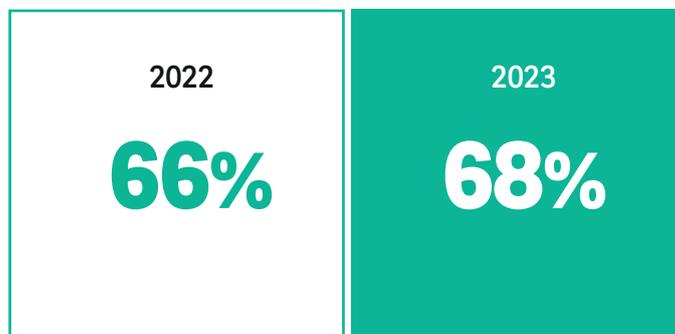
El 34% de los que cumple las condiciones para la instalación de puntos de recarga en su hogar, estaría interesado

en instalarla. De este 34%, el 53% dispone de plaza de garaje propia en aparcamiento comunitario y el 47% de vivienda unifamiliar.



### ¿Financiarías el coste de la instalación?

(% Respuesta única)

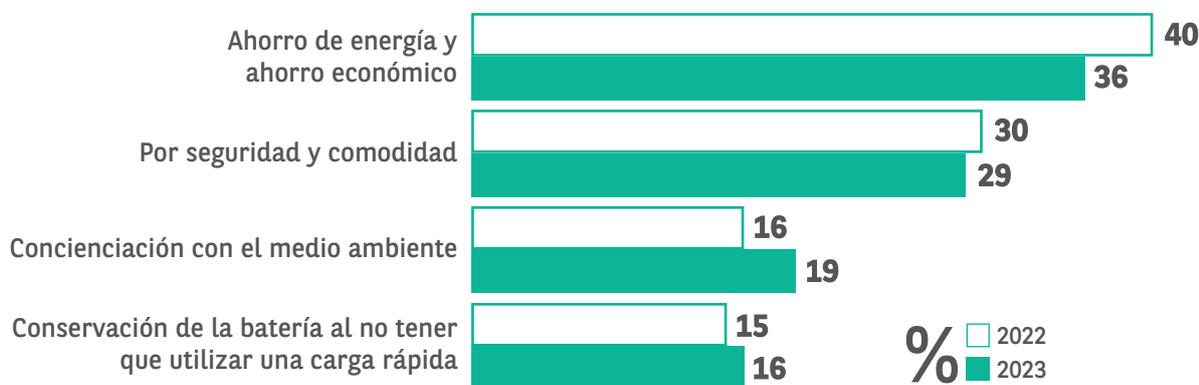


Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2022  
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2023

El 68% de los que estarían interesados en instalar una estación de recarga, financiaría el costo de la instalación, frente al 66% del año anterior.

### ¿Cuál es la principal razón por la que instalarías un punto de recarga en tu hogar?

(% Respuesta única)



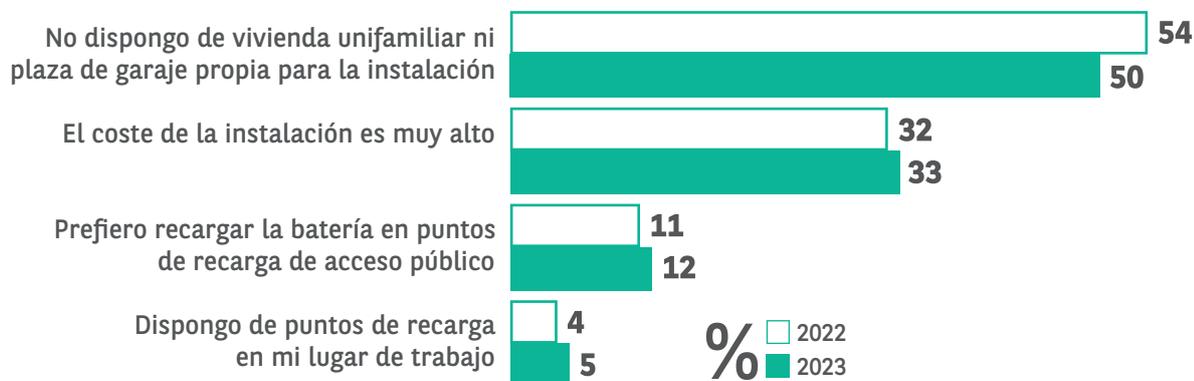
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2022  
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2023

Las principales razones por las que los encuestados instalarían un punto de recarga en su hogar son: el ahorro de

energía y el ahorro económico (36%), la seguridad y comodidad (29%), y en menor medida la concienciación con

el medio ambiente y la conservación de la batería del vehículo (19% y 16% respectivamente).

### ¿Cuál es la principal razón por la que no instalarías un punto de recarga en tu hogar? (% Respuesta única)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2022  
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2023

En cuanto a las razones por las que no instalarían un punto de recarga, encontramos en primer lugar a un significativo 50% que no dispone de

vivienda unifamiliar ni plaza de garaje propia para poder llevar a cabo la instalación, seguidos por un 33% que dice que el coste de instalación es muy alto

y un 12% que prefiere recargar la batería en puntos de acceso público.



# CONCLUSIONES MOVILIDAD SOSTENIBLE

## Movilidad sostenible

7 de cada 10

españoles considera importante o muy importante la movilidad urbana sostenible en su día a día y las acciones de las ciudades para regular y mejorarla

8 de cada 10

españoles considera importante o muy importante la inversión de las instituciones públicas en medios de transporte ecológicos

1 de cada 2

españoles ha percibido mejoras en su ciudad en relación a la movilidad urbana sostenible en los últimos dos años.

Importancia de los cambios en las mejoras de la movilidad urbana sostenible que has percibido en tu ciudad en los últimos dos años.

(Ranking)

Var 2023/2022 (en pp) +1 -1 0

Mayor accesibilidad a transportes alternativos como bicicletas, patinetes, etc.

43% +3

Mejora en los carriles bicis

36% -6

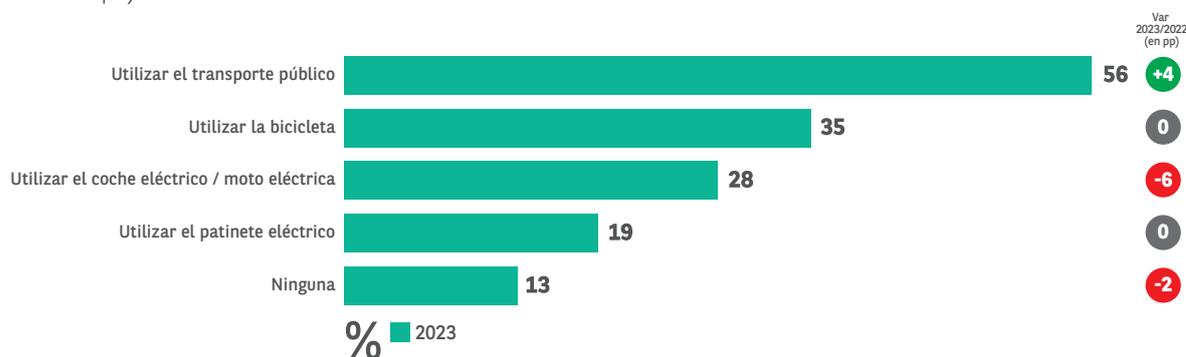
Incremento de los puntos de alquiler de medios de transporte sostenibles

21% +4

**1** de cada **2** españoles se ha planteado el cambio de un transporte privado de combustión por el uso de algún medio de transporte de movilidad urbana como la bicicleta o el patinete.

**¿Cuál/es de las siguientes opciones estarías dispuesto/a a utilizar en tu día a día?**

(% Respuesta múltiple)



La distancia a recorrer, unas infraestructuras poco adecuadas y el precio de estos medios de transporte, son las barreras o dificultades que encuentran los españoles para su utilización diaria.

**3** de cada **10**

españoles estaría dispuesto/a a dejar de tener coche en propiedad para sustituirlo por el uso de servicios tipo Carsharing

**2** de cada **5**

españoles cree que el uso de este tipo de servicios es más económico que tener un vehículo en propiedad y, además, es la mejor solución de futuro para el medio ambiente

## Bici y patinete eléctrico

**1** de cada **4** españoles tiene intención de comprar una bicicleta o patinete. El precio sigue siendo el factor más determinante a la hora de elegir qué bicicleta o patinete comprar.

**Ante la compra de una bicicleta o patinete...**  
(% Respuesta única)

Var 2023/2022 (en pp) +1 -1 0

Siempre compraría una bicicleta o patinete nuevo

28% 0

Me plantearía la posibilidad de comprar una bicicleta o patinete de segunda mano

60% -2

Compraría siempre una bicicleta o patinete de segunda mano

13% +2

**Cuando quieres comprar una bicicleta nueva, ¿acudes a un distribuidor que acepta como parte de la compra la entrega de la bicicleta usada?**  
(% Respuesta única)

Var 2023/2022 (en pp) +1 -1 0

Sí, esta posibilidad es muy importante en mi decisión

28% +3

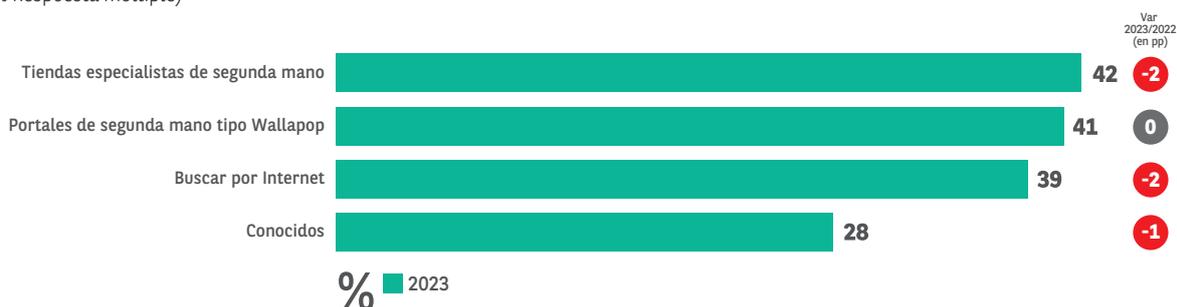
No, no lo tengo en cuenta

37% 0

Conocer esa posibilidad ayudaría en mi decisión de compra

35% -3

**¿Dónde acudirías si quieres comprarte una bicicleta de segunda mano?**  
(% Respuesta múltiple)



¿Qué más valoras a la hora de comprarte una bicicleta de segunda mano?

(% Respuesta múltiple)

Una buena garantía

62% <sup>-2</sup>

Comprarla en una tienda especializada

34% <sup>+1</sup>

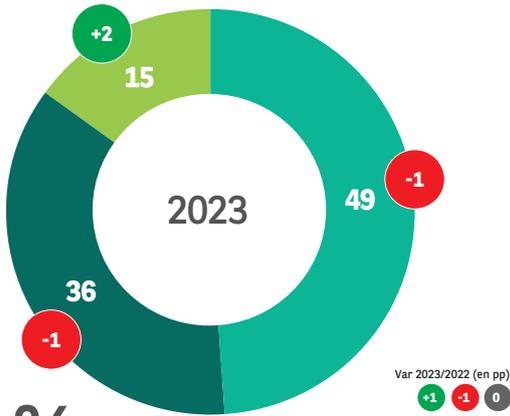
Facilidades de pago

21% <sup>+1</sup>

6 de cada 10 españoles se ha planteado o consideraría adquirir su próxima bicicleta mediante renting

¿Qué es lo que más valoras del renting en bicicletas?

(% Respuesta única)

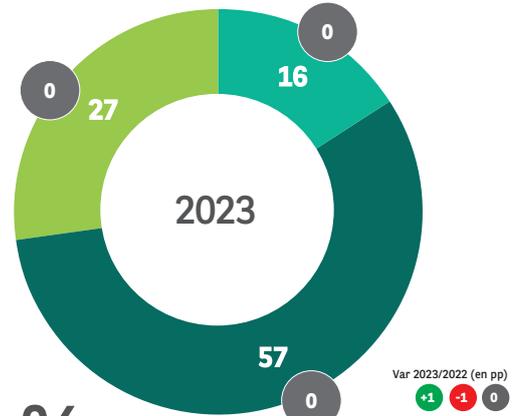


%

- El poder renovar la bicicleta cada 2 o 3 años
- La comodidad de una cuota fija
- Tener siempre el último modelo

¿Crees que la tendencia del renting en coches y motocicletas llegará al sector de las bicicletas?

(% Respuesta única)

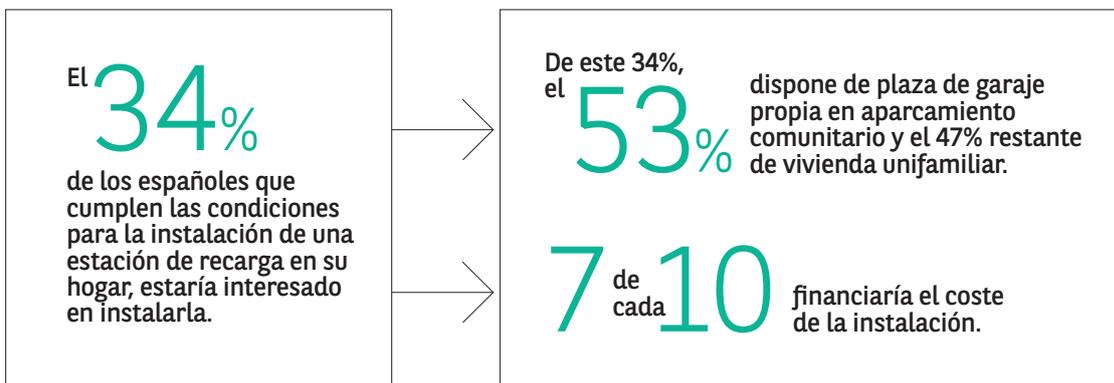


%

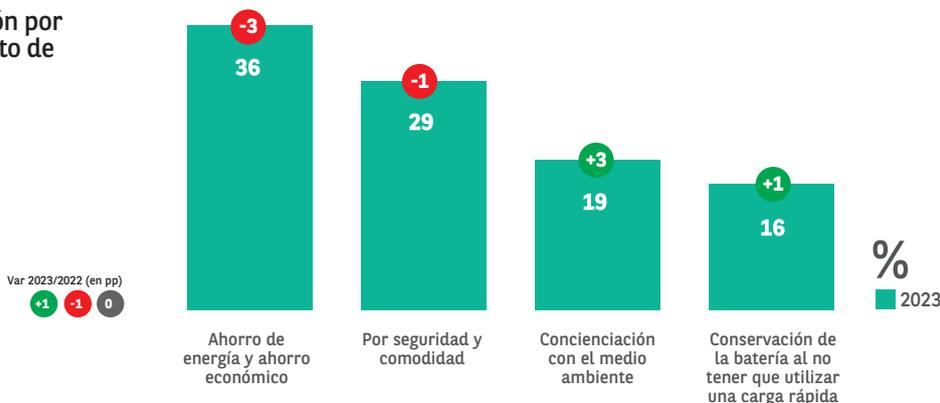
- Sí, de forma inminente
- Sí, en unos años
- No

## Aspectos generales vehículos eléctricos

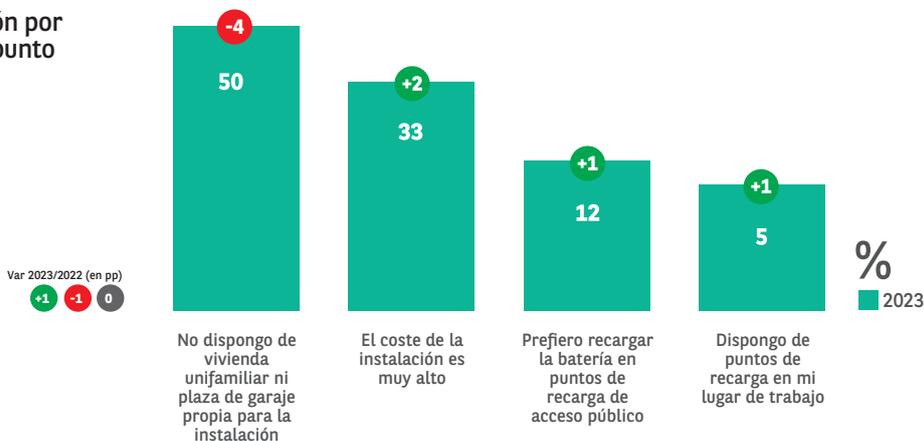
Tan solo el **17%** conoce el Plan MOVES III de ayudas para instalación de puntos de recarga



¿Cuál es la principal razón por la que instalarías un punto de recarga en tu hogar?  
(% Respuesta única)



¿Cuál es la principal razón por la que no instalarías un punto de recarga en tu hogar?  
(% Respuesta única)



---

# LA VOZ DE NUESTROS PARTNERS



## ENTREVISTA

**Remigio Rovira** Presidente de Atebi

### ¿Cómo ha sido el 2022 para el mercado de la bike en España? ¿Y los primeros meses de este 2023?

El 2022 ha sido un año en el que hemos experimentado una bajada gradual de facturación que ha coincidido con una producción ingente de bicicletas que llegaban con retraso, pedidas y necesarias en aquel 2021 pletórico de ventas. Esta convergencia de factores, por un lado, la bajada de facturación en general, junto con un incremento de inventarios históricos en el canal ciclista, ha generado una tormenta perfecta.

El 2023 sigue una tendencia moderada de consumo y por tanto de facturación, lo que no ayuda a reducir rápidamente el exceso de stock.

**En nuestra entrevista de 2021 nos hablaste sobre la colaboración de Atebi con la Comunidad de Madrid en el plan de ayudas para el fomento de la movilidad cero emisiones ¿Cuál ha sido la evolución en estos dos años? ¿Que nos puedes contar al respecto?**

Este plan de movilidad, recoge una ayuda de 600 euros en la compra de una e-bike, (solo para bicis de menos de 4.000 euros). En la actualidad sigue vigente y se ha aplicado este incentivo económico de la ayuda

**Conseguir una movilidad segura en cuanto a aparcamiento y circulación destinada a usuarios que deseen desplazarse con su propia ebike sería ideal**



en un porcentaje muy bajo de las ventas.

Los motivos de ello, son sin duda la difusión y publicidad mediática, que no ha llegado de forma clara al usuario final y los condicionantes requeridos, que han limitado la posible aplicación de esta ayuda. En otras comunidades, como en Galicia, con lo que hemos estado en contacto, los requisitos fueron mucho más abiertos y la ayuda se agotó en escasas semanas desde su lanzamiento.

**¿Qué nos podrías decir sobre el presente y futuro en relación a la movilidad sostenible o cero emisiones?**

Sin duda se ha avanzado pero sigue siendo una asignatura pendiente. Conseguir una movilidad segura en cuanto a aparcamiento y circulación destinada a usuarios que deseen desplazarse con su propia ebike sería ideal. Desde ATEBI como asociación y también como usuarios estaremos encan-

tados de poder colaborar en este sentido. Ya se están creando infraestructuras puntuales, quizás falte un plan de acción global que realmente tenga en cuenta las necesidades de desplazamiento a lo largo y ancho de toda la comunidad. Y por supuesto hacer una divulgación nos parece básico, que se conozca y se comunique es muy necesario.

**Qué importancia tiene la financiación a clientes en vuestro sector? ¿y en concreto qué papel juega un actor como Cetelem?**

La financiación es un pilar importantísimo en el negocio del Bike, forma parte del día a día y cada vez se utiliza más y de forma más sencilla. En este sentido Cetelem está implantado como principal financiador en nuestro sector y en muchos de nuestros asociados. Sin duda juega un gran papel facilitando en acceso a bicicletas que, cada vez son más caras y tecnológicas, que permiten a muchos clientes poder acceder a estos productos.

**¿Cómo creéis que va a evolucionar el consumo sostenible en general en los próximos 12 meses? ¿Y en concreto en vuestro sector que es la bici?**

Es futuro inmediato todavía es incierto, pero siendo cautos creemos que el 2023 va a ser un año de transición y esperamos que la tendencia sea alcista en orden a la buena imagen que tiene el sector de la bici, que cuenta con cada vez con más adeptos. En cualquier caso, estamos sometidos a los avatares de la economía y a los datos y previsiones, que marcarán en cierta medida las pautas de nuestro sector. ■

## ENTREVISTA

**Toni Amat** Director Tradebike

**El sector de la bicicleta facturó alrededor de 2.700 millones en 2022, un 6% menos que el año anterior. ¿Cuál sería vuestra valoración del 2022? ¿Y respecto a los meses que llevamos de 2023?**

2022 ha sido una temporada difícil tras los dos años de pandemia y unas ventas excepcionales.

*En estos dos años se vendió lo que a un ritmo normal se hubiera vendido en cinco, y por lo tanto el 2022 el mercado ha bajado como era de prever*

Podríamos decir que en estos dos años se vendió lo que a un ritmo normal se hubiera vendido en cinco, y por lo tanto el 2022 el mercado ha bajado como era de prever. La competencia ya no ha sido entre marcas del sector de la bicicleta, sino con el sector del ocio, las vacaciones, viajes, restaurantes y demás.

A nivel de facturación el mercado cayó solo un 6%, pero no nos engañemos, esto se debe a que el precio medio de las bicicletas subió un 13,9%. Si no, el mercado hubiera caído mucho más. Está subida de precios, que viene siendo importante desde hace ya 3 años, puede ser muy perjudicial en momentos de crisis.

Respecto a las unidades, el mercado cayó un 13,59%, que no es poco. Se vendieron unas 214 mil bicicletas menos. Las caídas más importantes se centraron en las MTB (-23%), sobre todo las de primer precio, y en las bicis infantiles (-18%), las dos categorías que más peso tienen a nivel de volumen total y las que más demanda tuvieron en pandemia.

2023 comenzó muy tranquilo, demasiado. El primer trimestre ha sido muy flojo, especialmente el mes de febrero. Afortunadamente el trabajo de taller no ha



parado. A finales de marzo el mercado se empezó a mover y podríamos decir que, poco a poco, se va recuperando. También es cierto que estamos entrando en los meses de temporada alta.

**Por tipo de producto o gama, ¿Cuáles son los que están funcionando mejor a nivel de ventas y por qué?**

A nivel de gama podríamos decir que las bicis de gama alta son las que más aguantan. La venta de "productos de lujo" siempre es más estable, e incluso están faltando algunos modelos. Por categorías, las E-Bike, una categoría clave en estos momentos para el sector, y las Gravel, son los productos más de moda y que más movimiento están teniendo. La carretera siempre suele ser más estable. Y esperamos que las Urban sean mecánicas o eléctricas sigan tirando como el año pasado.

Otra categoría que poco a poco va cogiendo también protagonismo son las CargoBike, pero todavía de una forma muy minoritaria en España, aunque en Europa cada día tiene más peso.

**En el último número de vuestra revista habláis de "e-bike: un mercado consolidado" ¿Qué nos puedes contar al respecto?**

Es una categoría relativamente nueva en el sector, que empezó a crecer y coger

protagonismo en el 2017. Al principio con las E-MTB, después con las E-Urban y más recientemente con las E-ROAD, E-GRAVEL y las E-Cargo.

Hoy en día es una categoría indispensable para el sector. La tercera en unidades vendidas (236.000) por detrás de las MTB y las bicis Infantiles, pero la primera en facturación: actualmente representa un 45,6% de la facturación total en la venta de bicicletas (694,4 millones de euros) en España.

Para la tienda, también es una categoría muy importante, con el precio medio más alto (2.940 euros). Y también es importante para el taller. Sus componentes eléctricos, su potencia y su mayor peso comportan un mayor desgaste de los componentes y más trabajo de mantenimiento para el taller. También son un buen vehículo de alquiler.

*Actualmente la financiación es clave en nuestro sector. Como hemos visto estos últimos tres años, se ha producido un incremento importante en los precios medios en todas las categorías, y las E-Bike, un vehículo caro, ha pasado a ser una categoría muy importante*

No olvidemos que es una modalidad que ha democratizado el ciclismo deportivo: ya no es imprescindible una gran forma física para poder disfrutar con la bicicleta, y ello ha supuesto una gran entrada de nuevos usuarios. Y no podemos olvidar toda la vertiente de movilidad sostenible, donde también juega un papel importante. Las previsiones apuntan a que seguirá creciendo como categoría.

**Centrándonos en la financiación, ¿Cuál crees que es el papel que juega dentro del sector?**

Actualmente la financiación es clave en nuestro sector. Como hemos visto estos últimos tres años, se ha producido un incremento importante en los precios medios en todas las categorías, y las E-Bike, un vehículo caro, ha pasado a ser una categoría muy importante. Por ello es crucial disponer de herramientas que permitan acceder a la compra al máximo posible de clientes, y la financiación es la mejor herramienta.

**¿Cómo creéis que va a evolucionar el consumo sostenible en general en los próximos 12 meses? ¿Y en concreto en vuestro sector que es la bici?**

El sector del bike poco a poco va haciendo los deberes en el apartado de sostenibilidad. Por una parte, está claro que la bicicleta como medio de transporte que no consume combustibles fósiles es ya una gran aportación, y cada vez coge más protagonismo en las grandes ciudades, incluso en el apartado de logística y reparto de

última milla. Pero no es suficiente.

Estos últimos años empezamos a ver, también, la preocupación por los procesos de producción, los materiales que se utilizan y todo el apartado de reciclaje de componentes gastados. Todo ello irá cogiendo más y más protagonismo. Las nuevas generaciones cada vez están más atentas a este factor y ello hace que los fabricantes también lo empiecen a valorar cada vez más. ■



## ENTREVISTA

**Carlos Wang** Director General de Human Mobility (Kymco / Yadea/ Ionex)

**La preocupación por la sostenibilidad y el medio ambiente por parte de los consumidores crece año tras año. Si nos centramos en la parte de movilidad cero emisiones ¿Cuál es tu opinión al respecto de la situación actual en este sentido?**

La sostenibilidad se ha convertido en la primera preocupación de los españoles, lo dice el CIS. Cada vez más ciudadanos desean moverse en su vehículo eléctrico. Lo bueno de las motos eléctricas es que no son dependientes de las infraestructuras de recargas como los turismos, por lo que nuestro sector no cuenta con esta barrera determinante.

Las baterías de la gran mayoría de las motos eléctricas se recargan en los enchufes de casa, enchufes schuko. Tampoco el precio está siendo la barrera principal en el caso de las motos, como sucede en los turismos. En el mercado ya existen opciones asequibles, a los mismos precios que combustión. Sobre todo, desde la llegada de YADEA, que se caracteriza por vehículos de altísima calidad y precios muy asequibles.

**Lo bueno de las motos eléctricas es que no son dependientes de las infraestructuras de recargas como los turismos, por lo que nuestro sector no cuenta con esta barrera determinante**

**Yadea es líder mundial en el desarrollo y fabricación de vehículos eléctricos. ¿Qué nos puedes contar sobre su origen y propósito de la empresa en relación a la movilidad sostenible?**



YADEA es por sexto año consecutivo el número 1 mundial en volumen de ventas (2017-2022). El deseo de la marca es impulsar una nueva forma de vida sostenible con modos de movilidad limpios, con tecnologías muy avanzadas y al alcance de todos. Como referente tecnológico, YADEA tiene la responsabilidad de acelerar la transformación de la movilidad eléctrica mundial, y seguir sumando personas y países al cambio. YADEA es la que más inversión destina a I+D, su principal palanca de expansión mundial.

YADEA nace en 2001 como fabricante de vehículos eléctricos 2 ruedas (scooters, motocicletas, patinetes y bicicletas) con tecnología propia. En 2016 se convirtió en el primer fabricante chino de vehículos eléctricos cotizado (Hong Kong). Cuenta con 60 millones de usuarios y está presente en 100 países.

**Los vehículos eléctricos de la marca Yadea en España son scooters, ¿qué nos puedes contar de las principales características?**

Los scooters YADEA se distinguen por su

elevada calidad y tecnología, dignos de un líder. Su potencial tecnológico queda de manifiesto en todos y cada uno de sus componentes. La batería, el alma de los vehículos eléctricos, por ejemplo, es CATL, el número uno en baterías, el mejor partner mundial que se pueda tener; a la vista está su sellado de gran calidad, símbolo de seguridad, por otro lado.

**En tu opinión, ¿cuál es el papel que juega la financiación en vuestro sector?**

La incertidumbre y la elevada inflación están marcando los inicios de la transformación de la movilidad eléctrica en general. Ofrecer facilidades de pago es sin duda una gran ayuda y está siendo muy aplaudido por todos nuestros clientes en estos momentos.

**¿Cómo ves de manera global el futuro a medio plazo de todo lo relacionado con la sostenibilidad? ¿Y en concreto en lo que respecta a la movilidad cero emisiones?**

La nueva movilidad eléctrica está teniendo un tratamiento global que atañe a todo el planeta. Los países están comprometidos con las directrices de la ONU y de la UE (Agenda 2030 sobre el Desarrollo Sostenible de la ONU, el Acuerdo de París, Pacto Verde Europeo...). El transporte y la movilidad se encuentran dentro de estas prioridades.

Más allá del debate sobre la fecha del fin de la combustión, estamos viendo a nuestro alrededor medidas que impulsan el camino a la nueva movilidad eléctrica, como es el parking en suelo público en el centro de París, de pago para las motos de combustión y exento de pago para las motos eléctricas. ■

## ENTREVISTA

**Víctor González** Director General de Yamaha España

**La preocupación por la sostenibilidad y el medio ambiente por parte de los consumidores crece año tras año. Si nos centramos en la parte de movilidad cero emisiones ¿Cuál es tu opinión al respecto de la situación actual en este sentido?**

Es indudable que la movilidad cero emisiones crece año tras año impulsada por la concienciación social y el impulso de políticas y regulaciones para fomentar la adopción de estas nuevas tecnologías. Sin embargo, aún existen desafíos que deben abordarse para impulsar aún más la movilidad cero emisiones. Algunos de estos desafíos incluyen la necesidad de ampliar y mejorar la infraestructura de carga urbana o la reducción de los costos de los vehículos eléctricos para hacerlos más accesibles. Pero además debemos impulsar soluciones alternativas y eficientes a la electrificación como son los combustibles sintéticos con neutralidad en la huella de carbono que también están dentro del ámbito de movilidad de cero emisiones

**¿Cuál es el propósito de Yamaha en relación a la movilidad sostenible en general, desde toda vuestra gama de productos?**

Uno de los mayores desafíos de la sociedad y la industria es buscar soluciones a la movilidad para las próximas generaciones que respete el medio ambiente. Desde Yamaha vemos la necesidad de desarrollar nuevas formas de movilidad personal para moverse de manera segura, cómoda y responsable pero a la vez, que brinden emoción y que enriquezcan nuestras vidas. Necesitamos soluciones que sirvan en cada fase de nuestras vidas.

**¿Qué nos puedes contar sobre el nuevo modelo de moto eléctrica "Neos" que estás promoviendo desde el año pasado?**

La introducción del modelo Neos supone el comienzo oficial de la era eléctrica para la marca. Es la vuelta del ciclomotor a



Yamaha con el claro compromiso de desarrollar nuevas formas de movilidad personal que se adapten a las necesidades de cada cliente. Tenemos mucha experiencia en el desarrollo de vehículos eléctricos. Ya en los años '90 fuimos pioneros en la creación del primer sistema de asistencia eléctrica (PAS) que constituyó la base de la primera bicicleta eléctrica de producción en el mundo. Actualmente estamos a la vanguardia en todo lo relacionado con el desarrollo de unidades motrices eléctricas ligeras y compactas para bicicletas. Neos es solo el comienzo en Yamaha para nuevas soluciones hacia la movilidad urbana más sostenible.

***Uno de los mayores desafíos de la sociedad y la industria es buscar soluciones a la movilidad para las próximas generaciones que respete el medio ambiente***

**En tu opinión, ¿cuál es el papel que juega la financiación en vuestro sector? ¿Y en concreto para fomentar la movilidad sostenible?**

La financiación desempeña un papel clave en la adquisición de nuestras motos y scooters. Permite a los consumidores acceder a vehículos de forma más asequible y distribuir el costo a lo largo del tiempo. En particular, los modelos eléctricos tienden a tener un costo inicial más alto que los vehículos de combustión interna. Sin embargo, a largo plazo, pueden ofrecer beneficios financieros, como ahorros en combustible y costos de mantenimiento más bajos. Si a ello lo unimos una financiación como la que nos ofrece CETELEM, la compra de la moto será más accesible para un público más amplio.

**¿Cómo ves de manera global el futuro a medio plazo de todo lo relacionado con la sostenibilidad? ¿Y en concreto en lo que respecta a la movilidad cero emisiones?**

Existe un consenso cada vez mayor en nuestra sociedad acerca de la necesidad de tomar medidas concretas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y mitigar el cambio climático. Varios factores contribuyen en el medio plazo al impulso en la implementación de tecnologías más limpias. Por un lado, necesitamos avances tecnológicos que reduzcan costes, aumenten la autonomía y los tiempos de carga. Pero por otra parte, debemos mejorar en el ámbito de políticas y regulaciones que fomenten la adquisición. La moto y el scooter por sus características técnicas puede convertirse en actor fundamental en promover una movilidad más sostenible descongestionando las ciudades y sus áreas metropolitanas. Finalmente, no debemos olvidar el desarrollo tecnológico de combustibles sintéticos para disfrutar de nuestras motos con cero emisiones. Desde Yamaha hemos puesto la directa hacia una movilidad limpia y sostenible.

# FICHA TÉCNICA

## Sostenibilidad y consumo 2023. El Observatorio Cetelem

---

### Encuesta a consumidores

**Universo:**

Población general mayor de 18 años.

**Metodología:**

Técnica cuantitativa basada en una entrevista online (CAWI) asistida por ordenador, utilizando access panel de consumidores.

**Muestra:**

El número de encuestas ha sido 2.200 con un error muestral del +- 2,09% al 95,5% de confianza.

**Trabajo de campo:**

Estudio cuantitativo realizado en España por Canal Sondeo entre el 26 de abril y el 4 de mayo de 2023.

## Sostenibilidad y consumo 2022. El Observatorio Cetelem

---

### Encuesta a consumidores

**Universo:**

Población general mayor de 18 años.

**Metodología:**

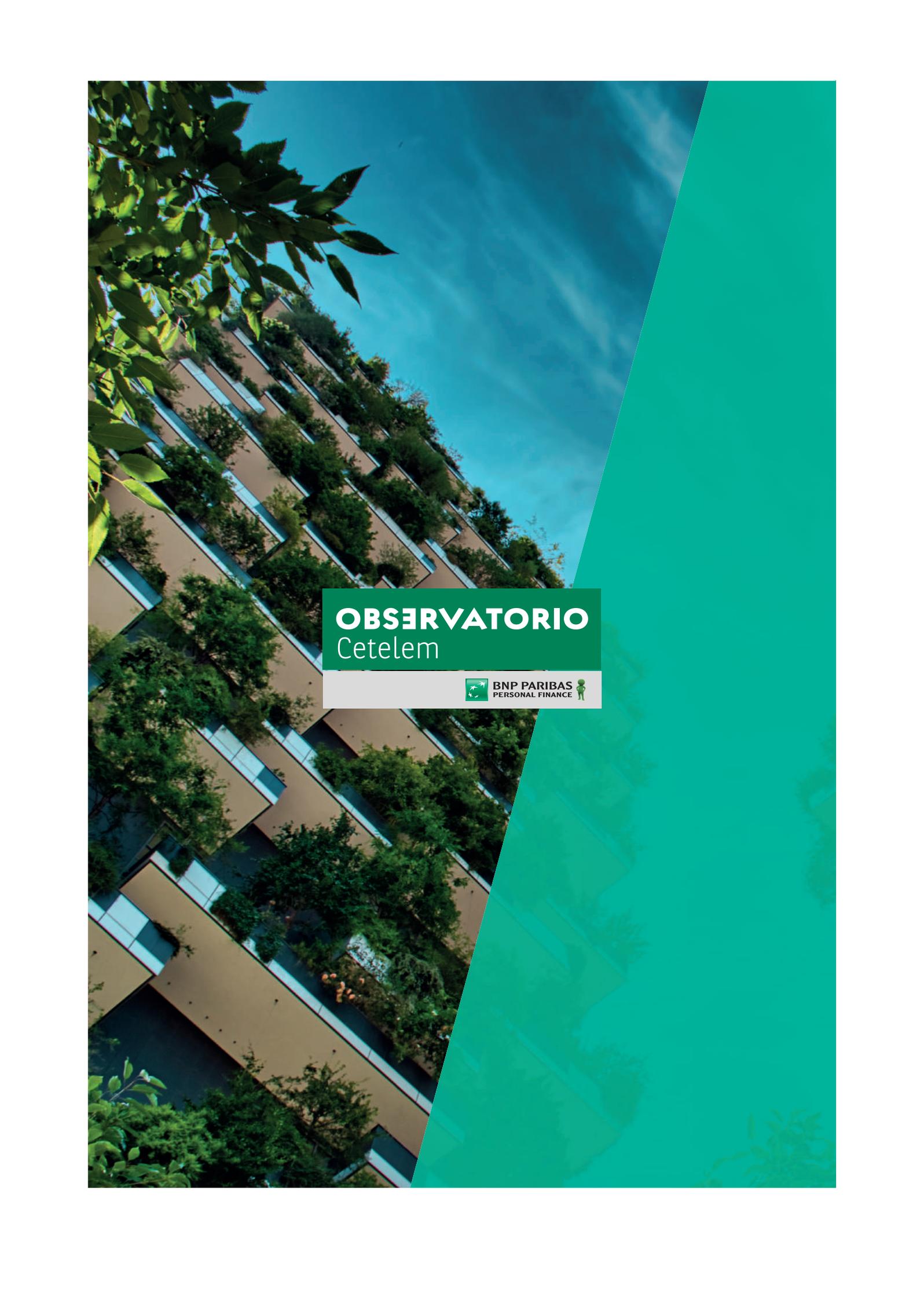
Técnica cuantitativa basada en una entrevista online (CAWI) asistida por ordenador, utilizando access panel de consumidores.

**Muestra:**

El número de encuestas ha sido 2.200 con un error muestral del +- 2,09% al 95,5% de confianza.

**Trabajo de campo:**

Estudio cuantitativo realizado en España por Canal Sondeo entre el 28 de abril y el 4 de mayo de 2022.



# OBSERVATORIO Cetelem

