

SOSTENIBILIDAD Y CONSUMO 2024

SECTORES DE
MOVILIDAD SOSTENIBLE,
ECONOMÍA CIRCULAR
Y TRANSICIÓN
ENERGÉTICA

 elobservatoriocetelem.es
 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 2024**
Liliana Marsán,
Responsable del Observatorio Cetelem,
BNP Paribas Personal Finance en España.
- 05 Aspectos generales sobre sostenibilidad y consumo**
- 06** Percepción sobre el cambio climático
- 09** Modelo de consumo
- 14** Huella de carbono
- 16** Los puntos clave
- 19** Ficha técnica

INTRODUCCIÓN

Franck Vignard-Rosez | CEO BNP Paribas Personal Finance España

Desde 1997, los informes y estudios de El 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 nuestros hogares. Mención aparte merece nuestro análisis sobre el comercio electrónico como forma de consumo en crecimiento constante o 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 distri-



bución 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 cuatro grandes informes anuales (Motor en

España, Consumo Europa, Consumo y Sostenibilidad y Consumo España), 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 un año más e invitaros, no solamente a una lectura de este documento, sino a visitar la página web de El Observatorio Cetelem donde podréis encontrar la información relativa a todos los estudios publicados. ■

INTRODUCCIÓN

Liliana Marsán | Responsable del Observatorio Cetelem

Bastaría con echar un vistazo a nuestro alrededor, leer la prensa, consultar las redes sociales, ver la televisión o prestar atención a la publicidad que nos muestran las diferentes empresas. En todo ello encontraremos un obvio punto en común, la presencia de la sostenibilidad como mensaje de importancia capital tanto en la esfera pública institucional como en el sector privado.

Como ya comentábamos el pasado año, las empresas no pueden mostrar solamente intenciones, deben presentar hechos concretos. Y no solamente hablamos de cumplimientos normativos y legales, de temas de gobernanza interna y ESG, hablamos de la percepción del ciudadano de pie de calle. Ese consumidor es sensible y se percata de ello, lo ve, lo exige como un factor, cada vez más aceptado, en sus decisiones de compra.



Este nuevo panorama supone un cambio en nuestros usos y costumbres como consumidores. Un sencillo ejemplo es que hoy aceptamos la compra de productos de segundo mano no solamente como algo natural, sin ningún sesgo peyorativo, sino

que el concepto de economía circular es entendido de manera sumamente positiva. Dar una nueva oportunidad a productos que pueden seguir dándonos servicio se considera algo necesario.

Un año más, coincidiendo con la celebración del Día Mundial del Medio Ambiente, desde El Observatorio Cetelem compartimos las conclusiones de nuestro trabajo sobre la sostenibilidad y su relación con el consumo en España.

Disfruten de la lectura

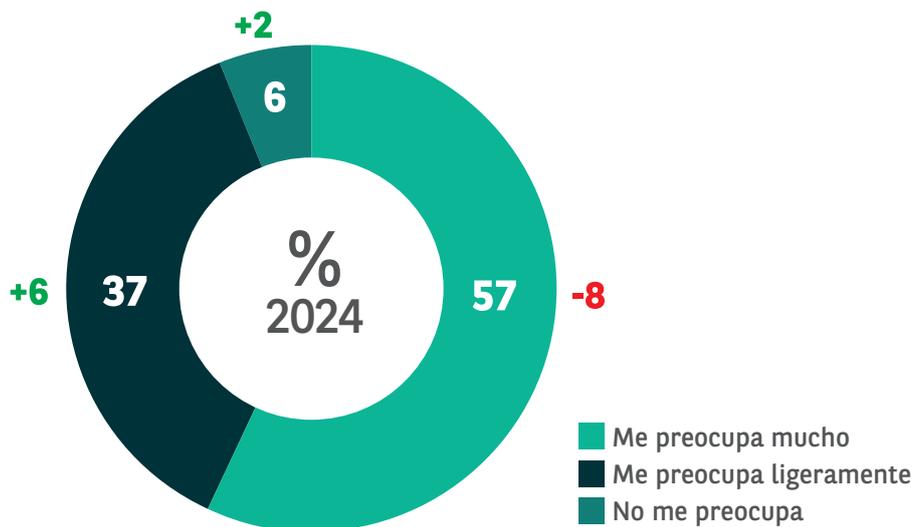
Liliana Marsán
Responsable del
Observatorio Cetelem. ■

ASPECTOS GENERALES SOSTENIBILIDAD Y CONSUMO



PERCEPCIÓN SOBRE EL CAMBIO CLIMÁTICO

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



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2024

Aunque es un hecho que el cambio climático y todos los problemas que derivan de él, preocupan a los españoles, observamos un importante descenso de 8 puntos porcentuales en aquellos que afirman que este tema les preocupa mucho con un 57% de menciones frente al 64%

del 2023. Los mayores de 45 años son los que muestran una mayor preocupación con un 60% de menciones.

El 37% responde que le preocupa ligeramente con un aumento de 6 puntos.

El **92%** de los españoles encuestados están dispuestos a tomar medidas para combatir el cambio climático

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)

	2024	var 24/23
El cambio climático	7,6	-0,2
La contaminación atmosférica	7,7	-0,2
La gestión de los residuos	7,4	-0,1

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2024

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 podemos decir que la preocupación es importante para todos ellos ya que las notas otorgadas son cercanas al 8 en los tres casos, aunque con ligeras caídas respecto a las respuestas del año anterior.

Si segmentamos por edades, señalar que en las tres opciones son los consumidores con edades superiores a los 45 años los que otorgan una nota superior; a diferencia del año pasado donde eran aquellos con edades entre los 35 y 44 años los que destacaban por encima de 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)

	2024	var 24/23
Invertir en investigación, desarrollo y fomento de la sostenibilidad	8,1	-0,2
Ofrecer más información y educación acerca de la sostenibilidad	7,9	-0,2
Incentivar a las empresas para que se impliquen en actividades sostenibles	7,9	-0,2
Reforzar el control legislativo	7,8	-0,1

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2024

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 otorgadas son muy altas y también muestran ligeras caídas respecto a 2023.

La medida más valorada con una nota otorgada de un 8,1 es invertir en investigación y desarrollo para el fomento de la sostenibilidad. Señalar, que los consumidores mayores de 45 años se encuentran por encima de la media en las valoraciones de las 4 opciones.

MODELO DE CONSUMO

El **45%**

de los consumidores encuestados afirma **tener en cuenta siempre o casi siempre la sostenibilidad**, a la hora de realizar sus compras. Los consumidores con edades entre los 25 y 34 años destacan por encima de la media con un 48% de menciones

% ↓

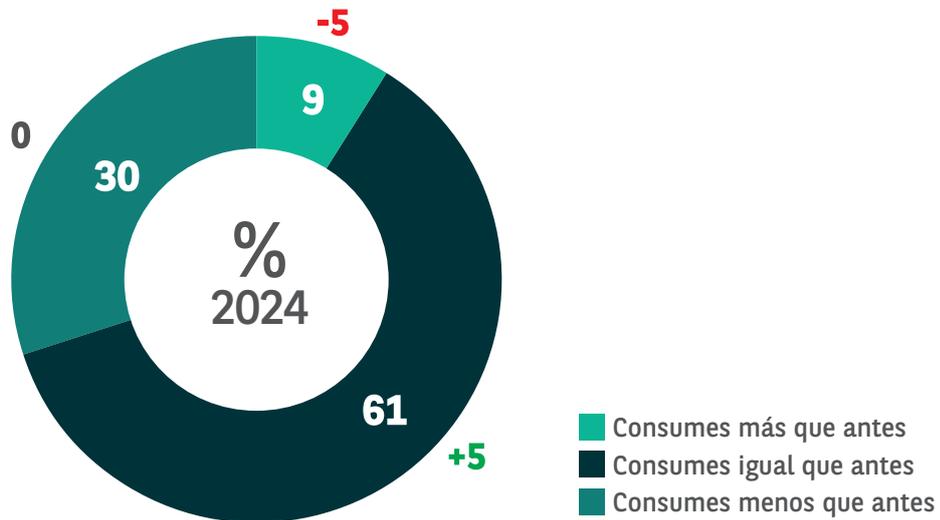
Se reduce el porcentaje de consumidores que **estaría dispuesto a pagar más por un producto que sea sostenible**. (53% vs 61% en 2023). Los más jóvenes son los que destacan por encima de la media.

El **53%**

de españoles piensa que en los próximos años tendremos **un modelo de consumo más sostenible**. Aquellos con edades entre los 25 y 34 años están por encima de la media con un 58% de menciones.

En tu opinión, piensas que...

(% respuesta única)

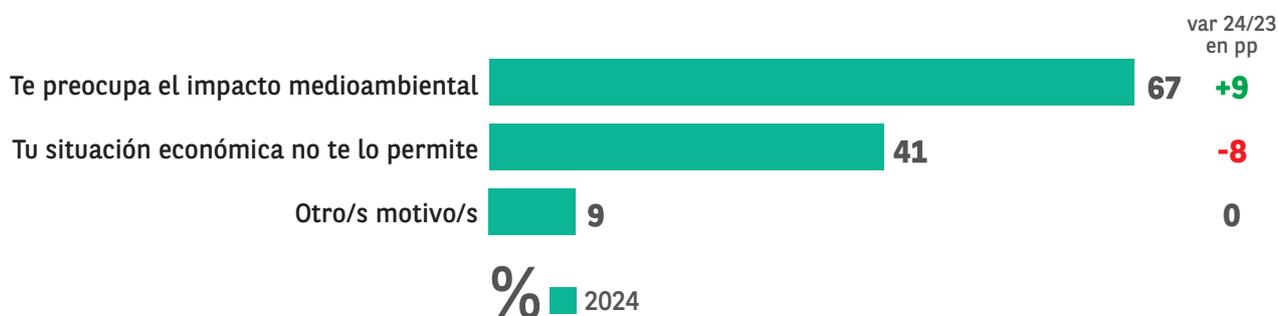


Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2024

La mayoría de los españoles afirma consumir igual que hace unos años con un 61% de menciones y un crecimiento de 5 puntos respecto a 2023. Los mayores de 45 años destacan ligeramente por encima de la media con un 63% de respuestas.

Se mantiene estable el porcentaje de consumidores que declara consumir igual que antes con un 30% de menciones. Destacando ligeramente por encima de la media, aquellos con edades entre los 25 y 34 años y los mayores de 45, con un 31% y un 32% de menciones respectivamente.

Has respondido que consumes menos que antes, ¿es porque...? (% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2024

El motivo principal para aquellos que dicen consumir menos que antes sigue siendo la preocupación por el medio ambiente (67%), mostrando un fuerte crecimiento de 9 puntos respecto a 2023. Siendo los jóvenes entre 18 y 24 años los que más mencionan este motivo con un 87% de menciones, 20 puntos por encima de la media. Algo curioso, ya que son los que muestran una menor preocupación por el impacto del cambio climático, como hemos visto al principio de estas páginas.

Algo destacable y más teniendo en cuenta que, aunque la situación inflacionaria de nuestro país ha mejorado respecto al año pasado, todavía sigue siendo complicada, es el fuerte descenso de 8 puntos porcentuales de los que afirman consumir menos porque su situación económica no se lo permite, con un 41% de menciones frente al 50% del año anterior. Aquellos consumidores con edades entre los 25 y 34 años, destacan ligeramente por encima de la media con un 43% de respuestas.

¿Hasta qué punto estás de acuerdo con las siguientes afirmaciones? (Escala de acuerdo)



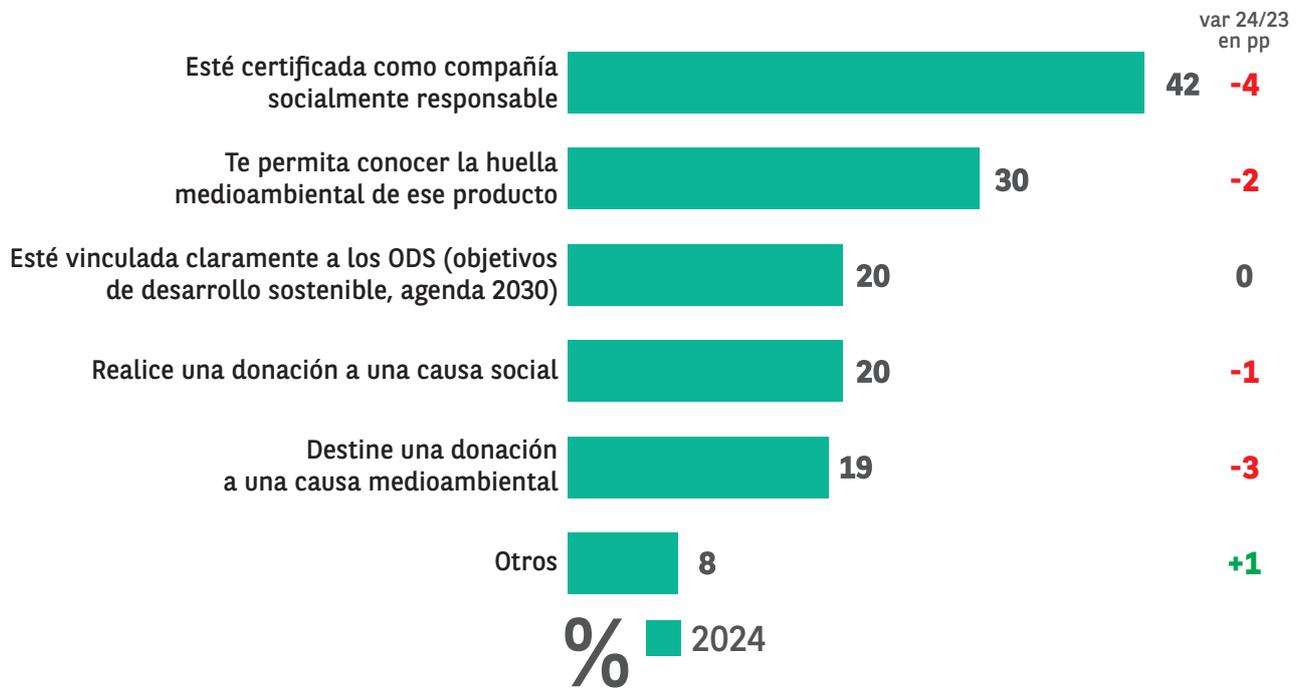
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2024

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 62% de menciones, destacando por encima de la media los consumidores entre los 25 y 34 años con un

68% de menciones. Le sigue el 48% que afirma que consume menos que antes para preservar el planeta, destacando aquellos consumidores entre los 25 a 34 años con un 52% de menciones. El Top 3 lo cierra el hecho de comprar comida directamente a productores locales con un 47% de menciones.

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 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2024

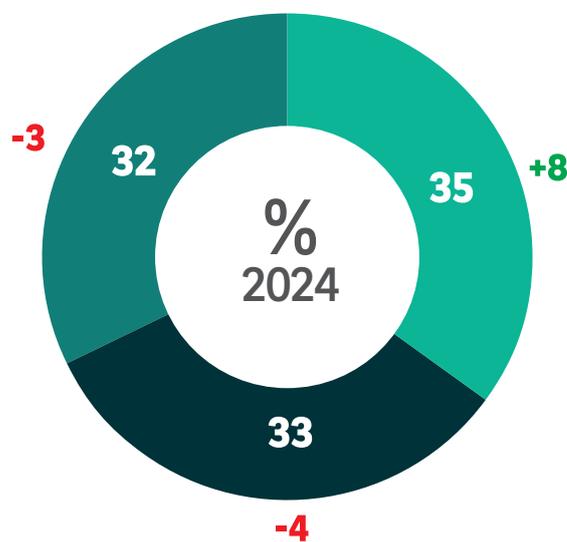
El 42% (46% en 2023) de consumidores encuestados afirma que influye en su decisión de compra el hecho de que la empresa que vende el producto por el que están interesados esté certificada como compañía socialmente responsable, siendo más importante para aquellos consumidores mayores de 45 años.

En segundo lugar, encontramos al 30% que afirma que el hecho de que la empresa le informe de la huella medioambiental del producto que quiere comprar es también algo importante a la hora de tomar su decisión de compra. Los consumidores con edades entre los 25 y 34 años destacan por encima de la media con un 34% de menciones.

HUELLA DE CARBONO

7 de cada **10** consumidores españoles estaría interesado en conocer su huella de carbono, de los cuales el 10% la ha calculado en alguna ocasión.

¿Cómo has calculado tu huella de carbono?
(% respuesta única)



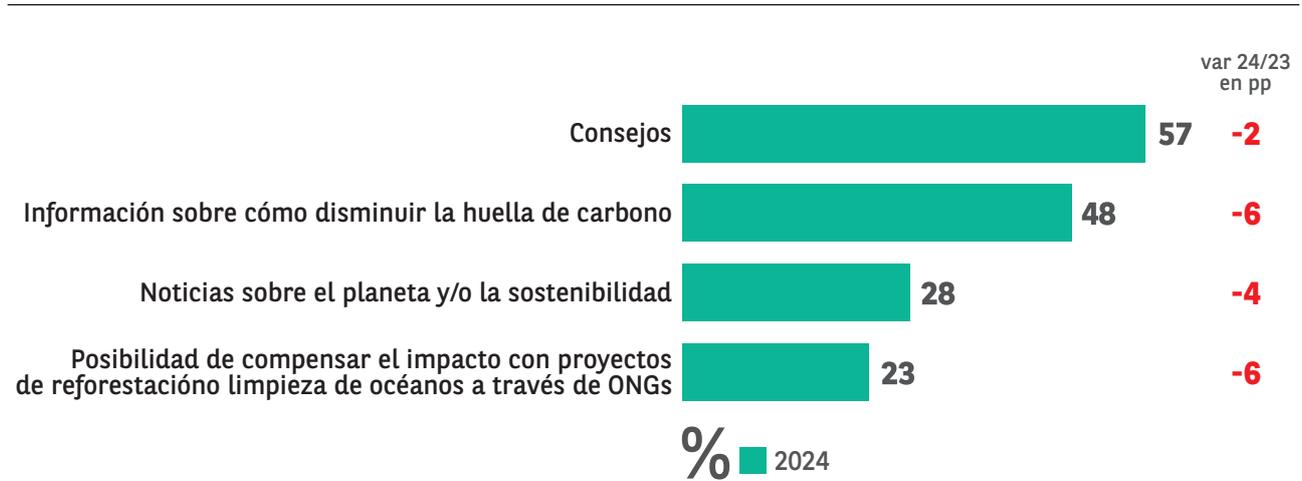
- Directamente a través de mi banco
- A través de una aplicación que conecta con mi/s cuenta/s bancaria/s
- De otra manera

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2024

El 35% de consumidores conoce su huella de carbono directamente a través de su banco, con un fuerte crecimiento de 8 puntos respecto a 2023. Siendo los más jóvenes entre los 18 y 24 años con un 45% de menciones, los que más lo usan.

El siguiente medio más utilizado es la app que conecta con su cuenta bancaria con un 33% de respuestas, aunque muestra un descenso respecto a 2023 de 4 puntos porcentuales. Los consumidores con edades entre los 35 y 44 años destacan notablemente por encima de la media con un 44%.

Aparte de la calculadora de huella de carbono, ¿qué otro tipo de servicios te gustaría recibir?
(% respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2024

Además de conocer la huella de carbono, los consumidores también manifiestan su interés por recibir consejos relacionados con la sostenibilidad (57% vs 59% en 2023) e información acerca de cómo disminuir su huella de carbono (48%). Hay que señalar que ambos porcentajes disminuyen respecto al año anterior en 2 y 6 puntos respectivamente.

Aunque en menor medida, y mostrando también descensos respecto al año anterior, mencionan el conocer las noticias relativas al planeta (28%) y la posibilidad de compensar el impacto con proyectos de ONG´s como la reforestación (28%) o la limpieza de océanos (23%).

LOS PUNTOS CLAVE

El **57%**

de los españoles encuestados afirma estar muy preocupado por el cambio climático, aunque se observa un fuerte descenso de 8 puntos

9 de cada **10**

españoles estaría dispuesto a tomar medidas para combatirlo.

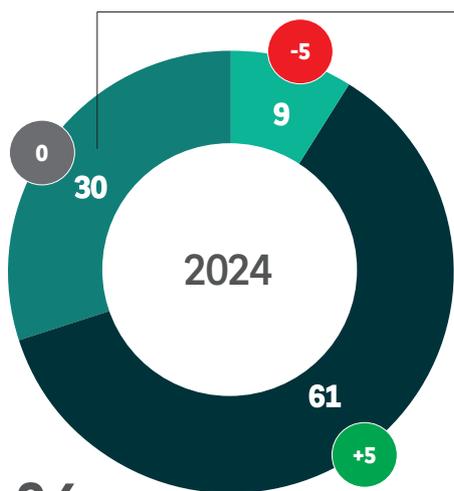
9 de cada **10**

encuestados tendría en cuenta la eficiencia energética a la hora de comprar una vivienda

5 de cada **10**

españoles estaría dispuesto a pagar un mayor precio por un producto que sea sostenible frente a los 6 de cada 10 del año anterior.

En tu opinión, piensas que...
(% respuesta única)



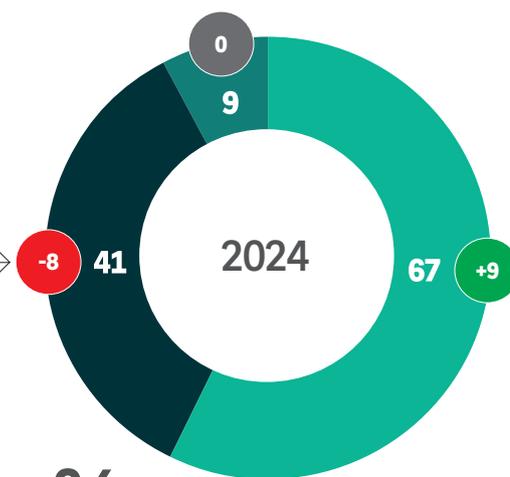
%

- Consumes más que antes
- Consumes igual que antes
- Consumes menos que antes

Var
2024/2023
(en pp)

1 -1

Has respondido que consumes menos que antes, ¿cual es el motivo?
(% respuesta múltiple)



%

- Te preocupa el impacto medioambiental
- Tu situación económica no te lo permite
- Otro/s motivo/s

El **30%** de los españoles encuestados declara consumir menos que antes. Se observa un notable aumento de los que declaran que es motivado porque les preocupa el impacto mediambiental

El **45%** de los encuestados tiene en cuenta siempre o casi siempre la sostenibilidad a la hora de realizar sus compras.

5 de cada **10** españoles piensa que en los próximos años, tendremos un modelo de consumo más sostenible.

Huella de carbono

7 de cada 10

encuestados estaría interesado en conocer su huella de carbono

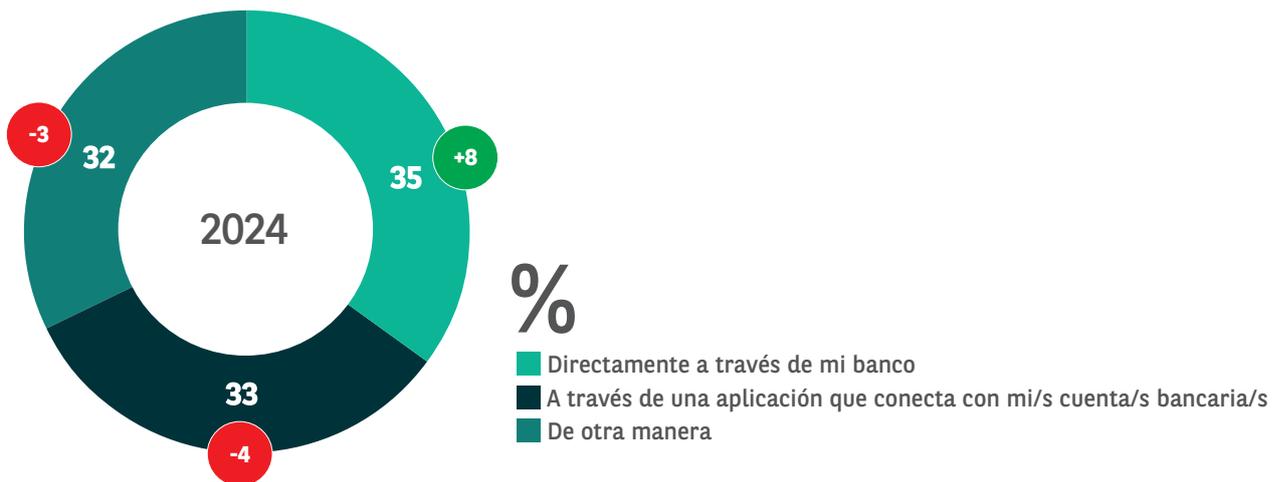
Tan solo

1 de cada 10

10 la ha calculado alguna vez

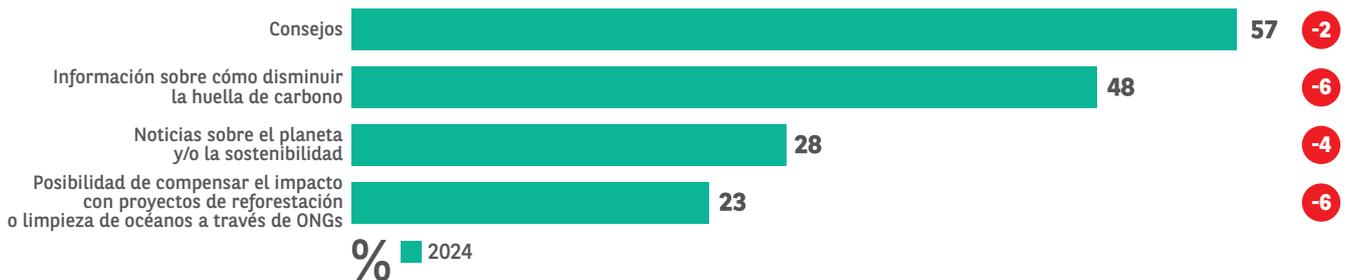
¿Cómo has calculado tu huella de carbono?

(% respuesta única)



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

(% respuesta múltiple)



FICHA TÉCNICA

Sostenibilidad y consumo 2024

Estudio cuantitativo realizado en España por Canal Sondeo entre el 29 de abril y el 7 de mayo de 2024

Universo:

Población general mayor de 18 años.

Metodología:

Técnica cuantitativa basada en una entrevista online (CAWI) asistida por ordenador. Autoadministrado online secuencial al panel de consumidores.

Muestra:

El número de encuestas ha sido 2.200 con un error muestral del $\pm 2,09\%$ al 95,5% de confianza

Sostenibilidad y consumo 2023

Estudio cuantitativo realizado en España por Canal Sondeo entre el 26 de abril y el 4 de mayo de 2023

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 $\pm 2,09\%$ al 95,5% de confianza



OBSERVATORIO
Cetelem

