




SOSTENIBILIDAD Y CONSUMO 2024

ECONOMÍA
CIRCULAR

 elobservatoriocetelem.es
 cetelem.es
 [@Obs_Cetelem_ES](https://twitter.com/Obs_Cetelem_ES)

OBSERVATORIO
Cetelem

 **BNP PARIBAS**
PERSONAL FINANCE 

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 Economía circular y gestión de residuos**
- 09 Segunda mano**
 - 09** Compras de segunda mano
 - 12** Ventas de segunda mano
- 17 Índices de reparabilidad y de durabilidad**
- 18 Productos reacondicionados**
- 19 Alquiler/Renting vs Compra**
 - 20** Smartphones
- 21 Los puntos clave: Economía circular**
- 27 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. ■

ECONOMÍA CIRCULAR Y GESTIÓN DE RESIDUOS

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



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

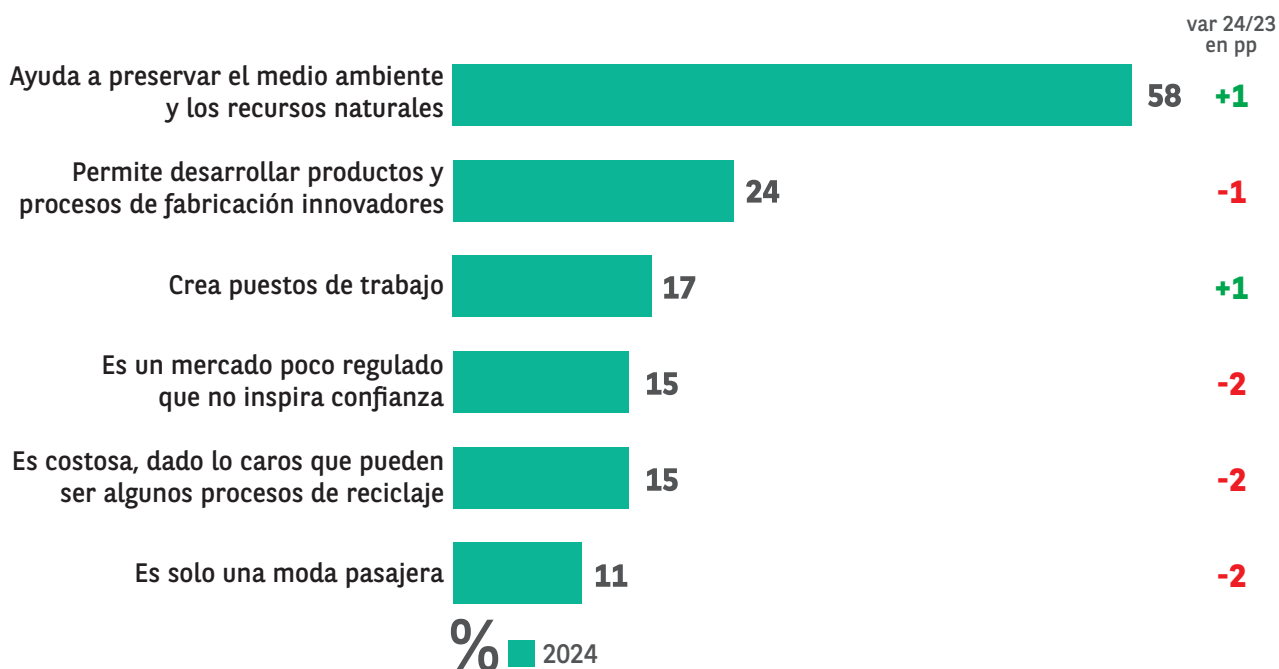
Observamos un aumento en el porcentaje de consumidores que afirma haber oído hablar de la Economía Circular.

Si segmentamos por edades, aquellos con edades entre los 25 y 34 años, y los mayores de 45, son los que destacan por encima de la media con un 49% de menciones.



Dirías que la economía circular...

(% respuesta múltiple)



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

El 58% de los españoles encuestados diría que la economía circular ayuda a preservar el medio ambiente y los recursos naturales frente al 59% del año anterior (destacando por encima de la media los encuestados mayo-

res de 45 años con un 62% de menciones), seguidos de un 24% que cree que permite desarrollar productos y procesos de fabricación innovadores frente al 25% que lo declaraba en 2023.

¿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.)	2024	var 24/23 en pp
Más que hace 3 años	47%	-4
Igual que hace 3 años	48%	+3
Menos que hace 3 años	5%	+1

Reduces tus residuos (reduciendo los envases, comprando alimentos sueltos, optando por productos reutilizables, etc.)	2024	var 24/23 en pp
Más que hace 3 años	45%	-5
Igual que hace 3 años	49%	+4
Menos que hace 3 años	6%	+1

Reutilizas los productos o bienes que ya no necesitas (donándolos, vendiéndolos, reparándolos, etc.)	2024	var 24/23 en pp
Más que hace 3 años	45%	-4
Igual que hace 3 años	49%	+3
Menos que hace 3 años	6%	+1

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

En general, observamos que la mayoría de los consumidores realiza este tipo de actividades igual que hace tres años o más que hace tres años, sólo una minoría afirma realizarlas menos que hace tres años.

Lo que es importante señalar, es que en los 3 casos observamos una reducción en el porcentaje de aquellos que declaran ser más activos que hace unos años, aumentando el número de los que declaran que se mantienen estables respecto a años anteriores.

Si nos centramos en el perfil de consumidores que destacan por encima de la media, nos encontramos a los mayores de 45 años que afirman reciclar más que hace tres años y también haber reducido sus residuos.

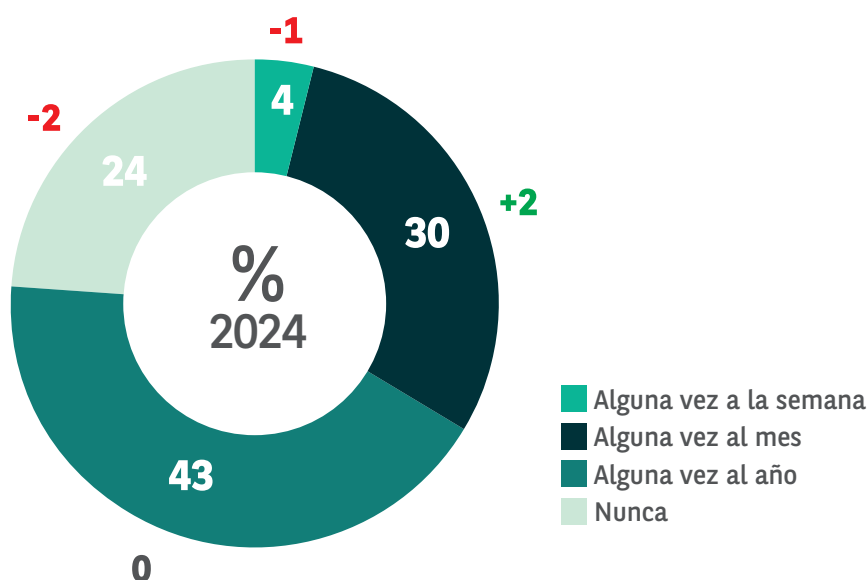
En el caso de la reutilización de productos, son los consumidores entre 25 y 34 años los que muestran un porcentaje superior a la media en realizar esta actividad más que hace tres años.



SEGUNDA MANO

COMPRAS DE SEGUNDA MANO

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



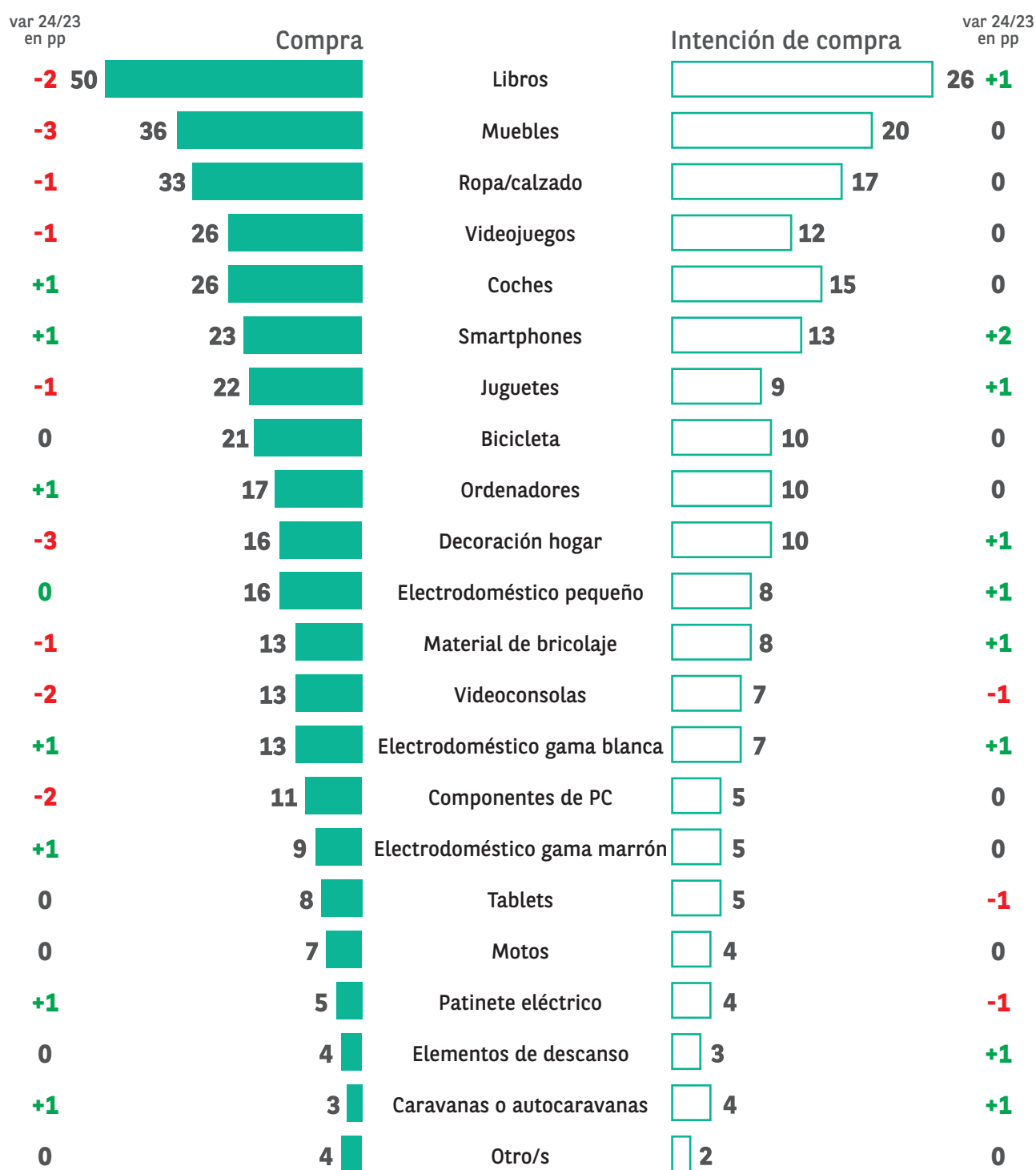
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2024

Observamos un aumento en la frecuencia de compra de productos de segunda mano, ya que el 30% de los españoles encuestados compra productos de segunda mano alguna vez al mes frente al 28% del año anterior. El 43% lo hace alguna vez al año. Los consumidores más jóvenes son los que destacan en realizar compras de segunda

mano con mayor frecuencia.

Se reduce el porcentaje de aquellos que nunca han comprado productos de segunda mano pasando del 26% al 24% este año.

¿Cuál/es de los siguientes productos de segunda mano has comprado alguna vez?
 ¿Cuál/es de los siguientes productos de segunda mano tienes intención de comprar?
 (% respuesta múltiple)



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

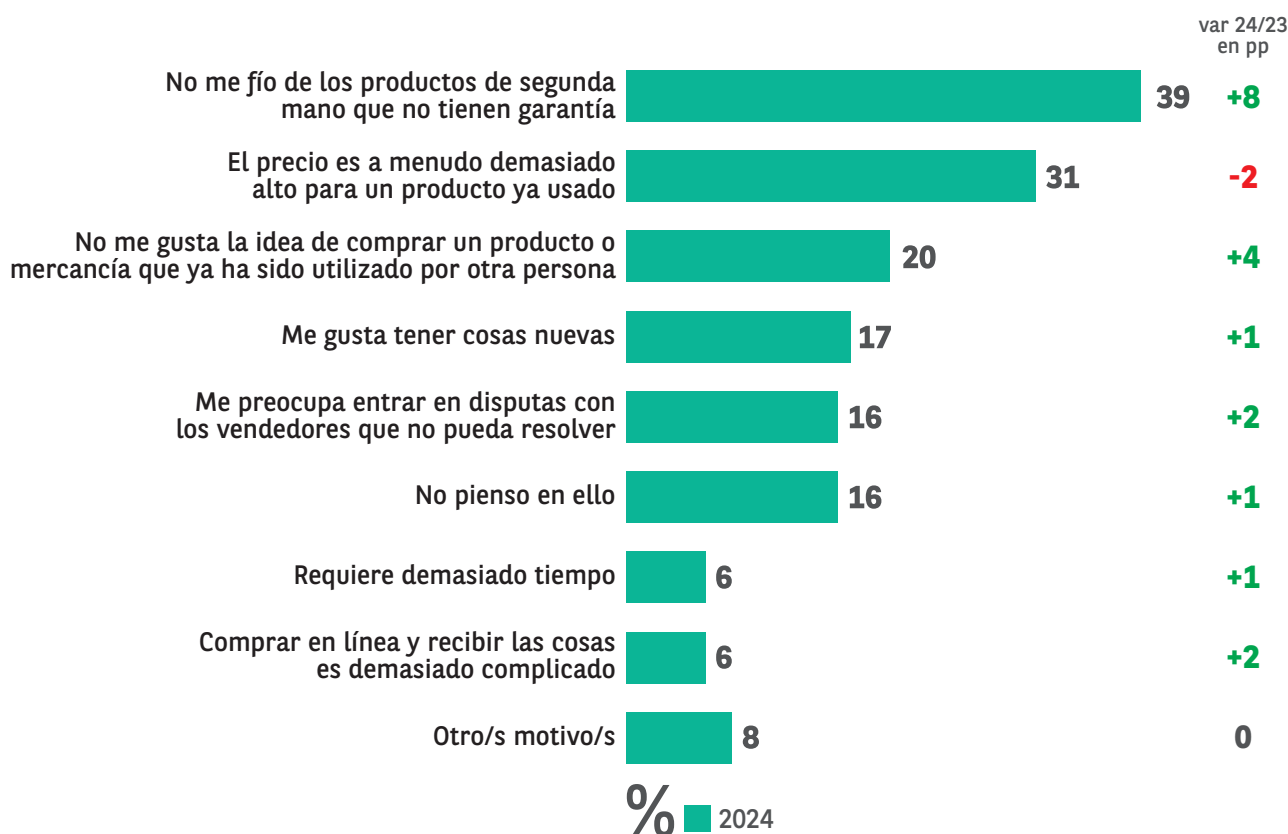
Los libros (50%), los muebles (36%) y la ropa/calzado (33%) son los tipos de productos más comprados en el mercado de segunda mano. Aunque hay que señalar que descienden respecto al año anterior. Lo más significativo por edades, es que los mayores de 45 años destacan por encima de la media en la compra de libros de segunda mano con un 55% de menciones.

Aunque con porcentajes bastante inferiores a los mencionados anteriormente, hay que señalar que las com-

pras de segunda mano de coches, smartphones, ordenadores y electrodomésticos de gama blanca y de gama marrón crecen ligeramente respecto a 2023.

En cuanto a la intención de compra, encontramos en el Top 3 los mismos productos que en el caso de las compras realizadas en los últimos 12 meses, aunque con porcentajes bastante inferiores. El aumento más significativo respecto a las intenciones mostradas el año anterior se da en el caso de los smartphones.

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



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

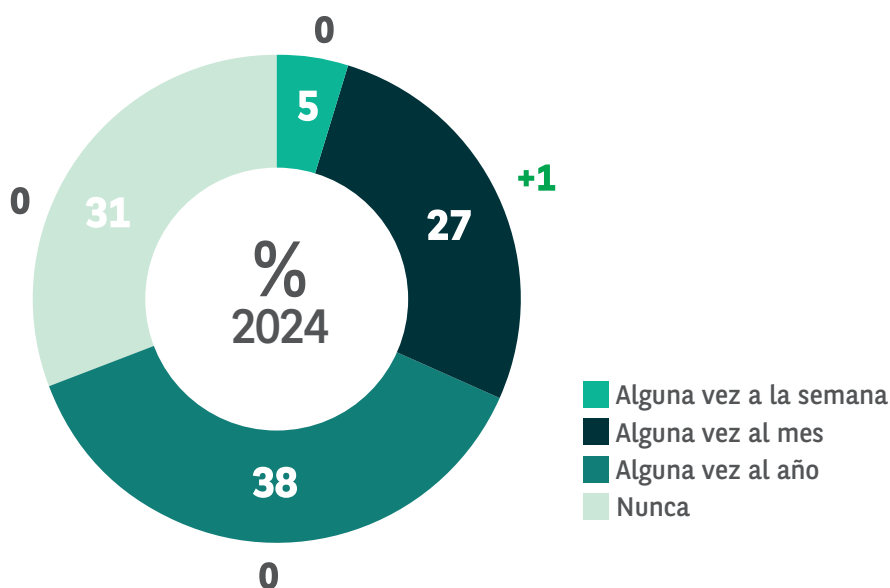
La principal razón para no comprar productos de segunda mano, es la falta de confianza en aquellos que no tienen garantía con un 39% de menciones y un fuerte crecimiento de 8 puntos porcentuales respecto a 2023, siendo los más desconfiados, los consumidores mayores de 45 años con un 42% de menciones.

Le sigue el 31% (33% en 2023) que opina que el precio de estos productos es demasiado alto para ser usados, destacando también los mayores de 45 años (33%).

El resto de las opciones aunque con porcentajes por debajo del 20%, muestran crecimientos respecto al año anterior.

VENTAS DE SEGUNDA MANO

¿Con qué frecuencia has VENDIDO productos de segunda mano en los últimos 12 meses?
(% respuesta única)



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

El 27% de los españoles encuestados vende productos de segunda mano alguna vez al mes, destacando notablemente por encima de la media aquellos consumidores con edades entre los 25 y 24 años con un 36% de menciones.

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 40% de menciones.

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



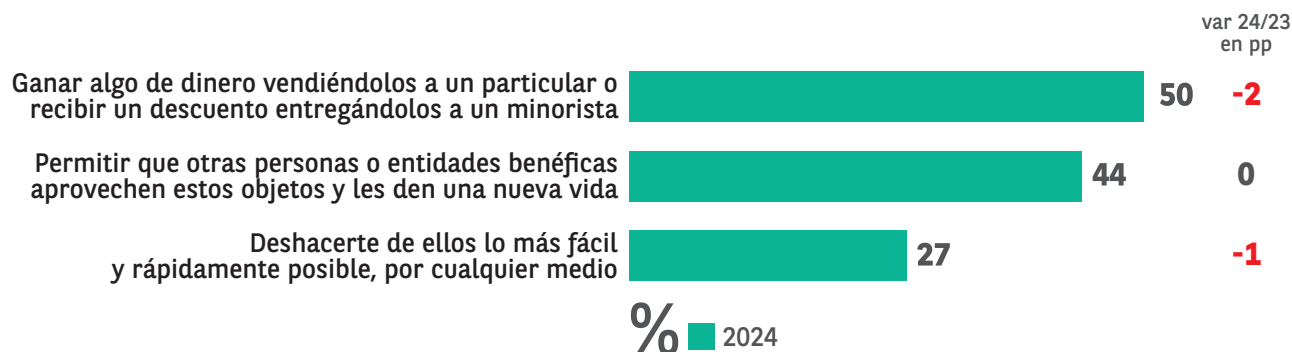
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2024

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 56% y un 46% de

menciones respectivamente, mostrando un descenso respecto al año anterior en ambos casos.

Cuando quieres deshacerte de ciertos productos usados o no deseados, ¿tu objetivo suele ser...?

(% respuesta múltiple)



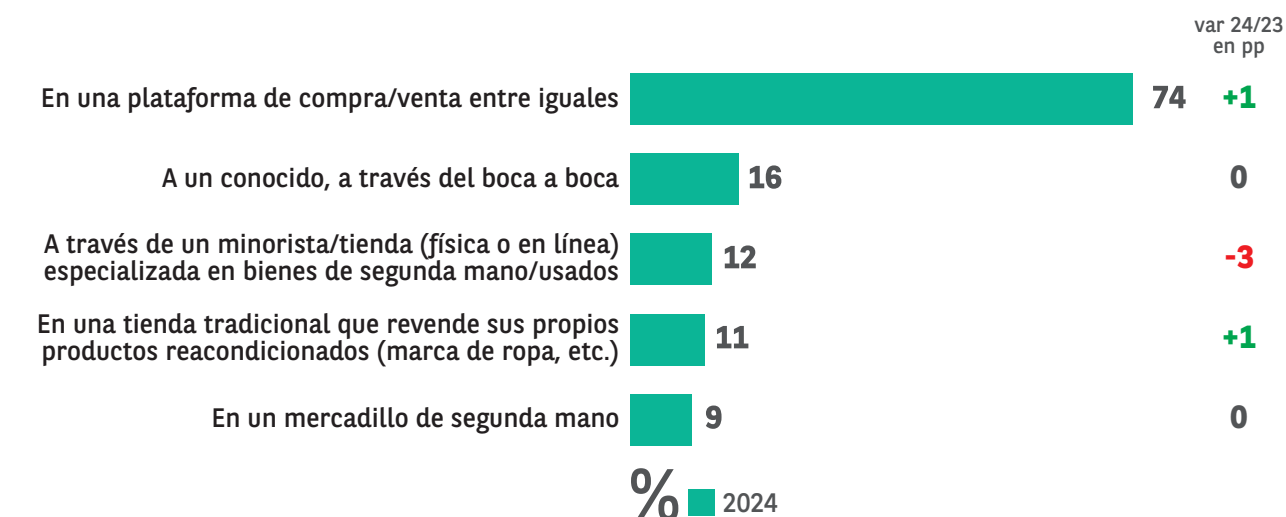
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2024

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 algún descuento entregándolo a un minorista (50% vs 52% en 2023). De

cerca les siguen los que tienen por objetivo que otras personas o entidades den una segunda vida al producto, con un 44% de menciones y manteniéndose estables respecto al año anterior.

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

(% respuesta múltiple)

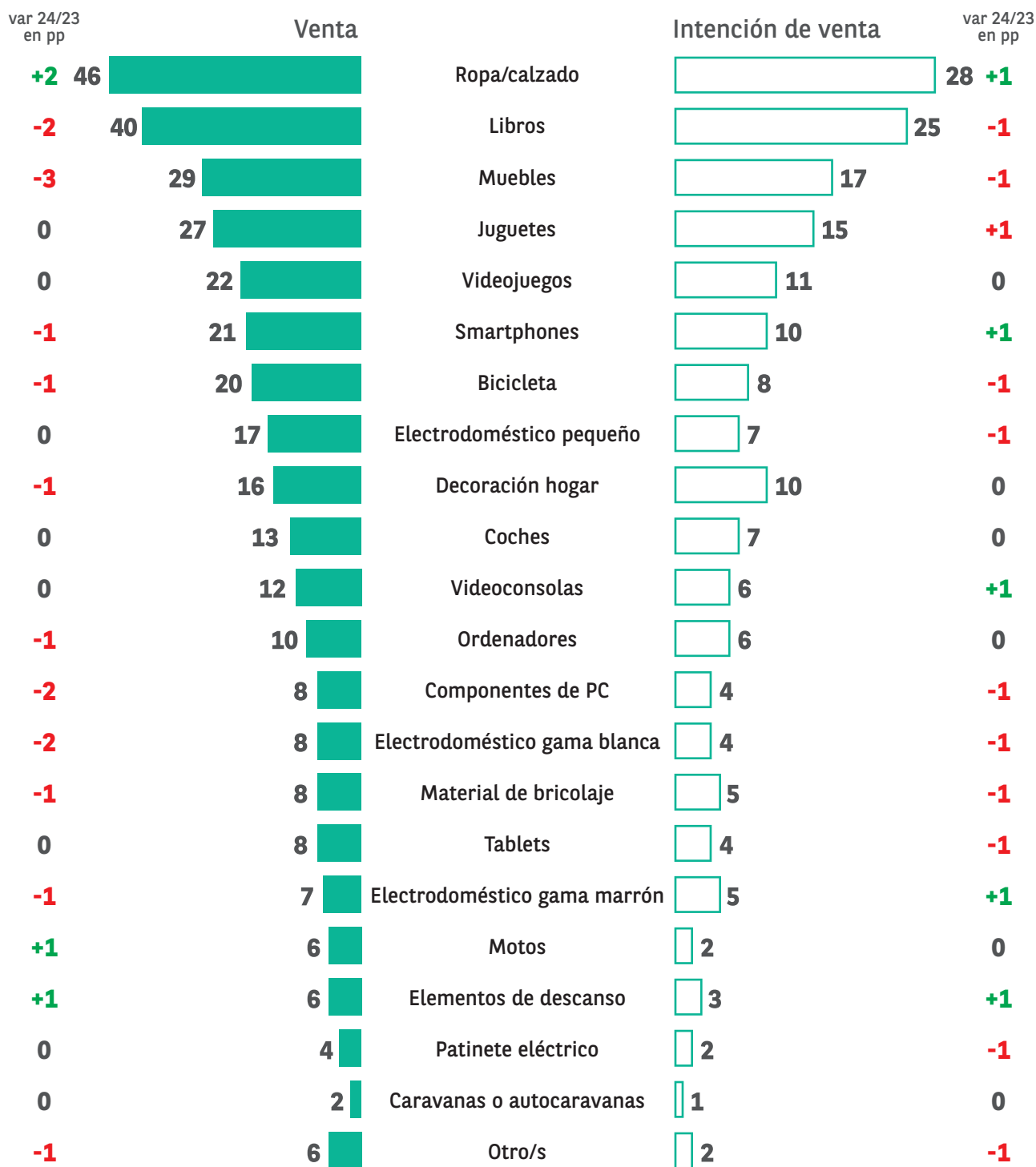


Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2024

Un año más y con muchísima diferencia respecto al resto de opciones, encontramos como primera opción las plataformas de compra/venta entre particulares con un 74% de encuestados que las elige, mostrando un ligero cre-

cimiento de 1 punto respecto a 2023. Los consumidores con edades entre los 35 y 44 años destacan por encima de la media con un 79% de menciones.

¿Cuál/es de los siguientes productos de segunda mano has vendido alguna vez? ¿Cuál/es de los siguientes productos de segunda mano tienes intención de vender?
(% respuesta múltiple)



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

La ropa/calzado (46% vs 44% en 2023), los libros (40% vs 38% en 2023) y los muebles (29% vs 32% en 2023) son los tipos de productos que más venden los españoles en el mercado de segunda mano.

En cuanto a la intención de venta encontramos en el Top 3 los mismos productos que en el caso anterior, pero con porcentajes inferiores.

¿Qué importe has gastado en comprar productos de segunda mano, y qué importe has recaudado vendiendo productos de segunda mano en los últimos 12 meses?

(Abierta numérica)



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

El gasto medio realizado por los españoles en las compras de productos de segunda mano fue de 377€, destacando los consumidores entre 25 y 34 años con un desembolso medio realizado de 404€, lo que supone un 7% más que la media.

El dinero obtenido en la venta de productos fue de 299€, siendo los consumidores más jóvenes los que recaudaron un mayor importe, con una media de 343€, un 15% por encima de la media.

ÍNDICES DE REPARABILIDAD Y DE DURABILIDAD

El índice de reparabilidad, que aparece en determinados productos y proporciona información sobre su grado de reparabilidad es importante para el

75% de los consumidores

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

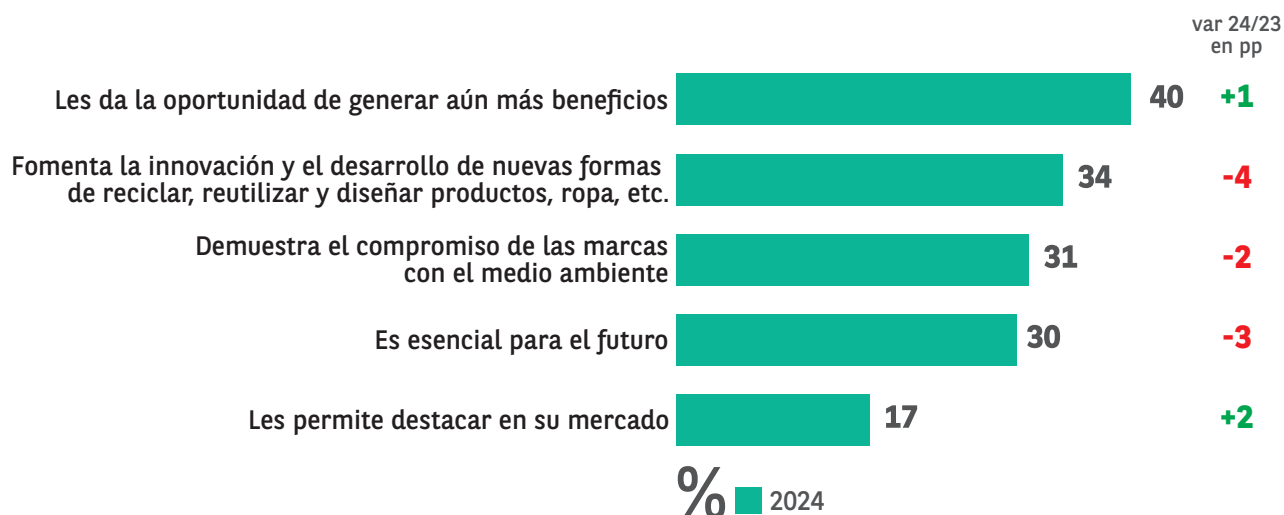
81% de los consumidores

El **66%** de los consumidores españoles **estaría dispuesto a pagar más** por un producto que les muestre información sobre el índice de reparabilidad o durabilidad.

PRODUCTOS REACONDICIONADOS

El **79%** de los consumidores encuestados **ha oído hablar de los 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)

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



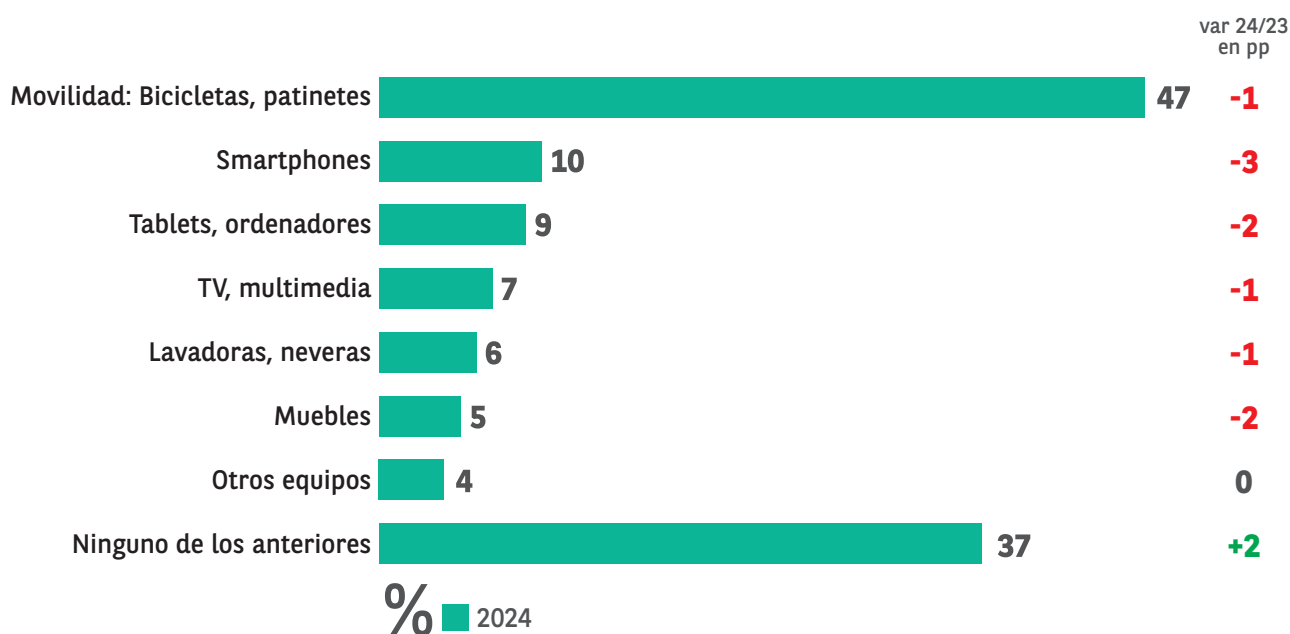
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2024

Esta forma de dar una segunda vida a los productos usados es una oportunidad de generar aún más beneficios para el 40% de los encuestados (39% en 2023).

Le sigue el 34% que cree que fomenta la innovación y el desarrollo de nuevas formas de reciclar o reutilizar, aunque mostrando una caída de 4 puntos respecto a 2023. En este sentido destacan los consumidores mayores de 45 años con un 38% de respuestas.

ALQUILER/RENTING VS COMPRA

¿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 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2024

Observamos un descenso generalizado en el número de consumidores que estaría interesado en la opción de alquilar en lugar de comprar, en todas las categorías preguntadas.

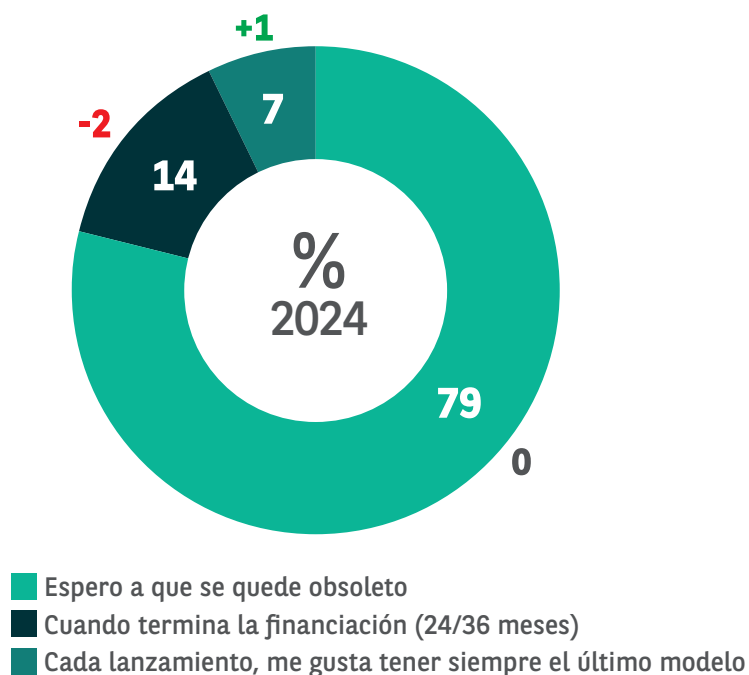
Aun así, las bicicletas y patinetes vuelven a ser, con mucha diferencia respecto al resto, los productos que los españoles preferirían alquilar mediante renting en lugar

de comprar con un 47% de menciones, destacando los consumidores con edades entre los 25 y 34 años con un 51% de respuestas.

Le sigue el 10% de consumidores encuestados que preferiría alquilar su Smartphone en lugar de comprarlo, destacando los más jóvenes entre los 18 y 24 años con un 16% de menciones.

SMARTPHONES

¿Cada cuanto renuevas tu Smartphone? (% respuesta única)



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

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 84% de menciones. También es importante mencionar al 14% que dice cam-

biar de smartphone cuando terminan la financiación de 24/36 meses, disminuyendo en 2 puntos respecto a 2023 y destacando en este aspecto los encuestados de entre 25 y 34 años con un 20% de menciones.

LOS PUNTOS CLAVE

el **67%** de los españoles encuestados ha oído hablar de la economía circular

Dirías que la economía circular...

(% respuesta múltiple)

Var
2024/2023
(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.)	47% -4	48% +3	5% +1
Reduces tus residuos (reduciendo los envases, comprando alimentos sueltos, optando por productos reutilizables, etc.)	45% -5	49% +4	6% +1
Reutilizas los productos o bienes que ya no necesitas (donándolos, vendiéndolos, reparándolos, etc.)	45% -4	49% +3	6% +1

Compras de segunda mano

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

Alguna vez a la semana
4⁰% ⁻¹

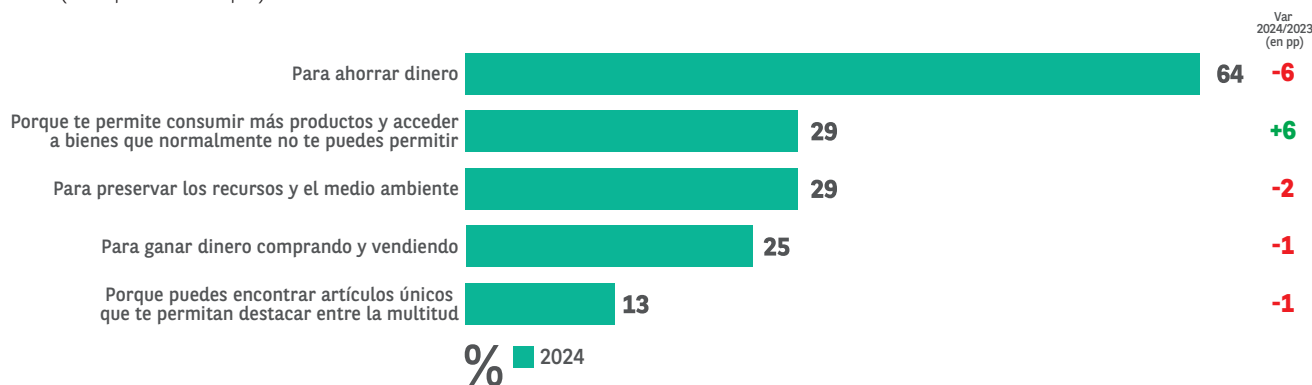
Alguna vez al mes
30⁰% ⁺²

Alguna vez al año
43⁰%

Nunca
24⁰% ⁻²

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.

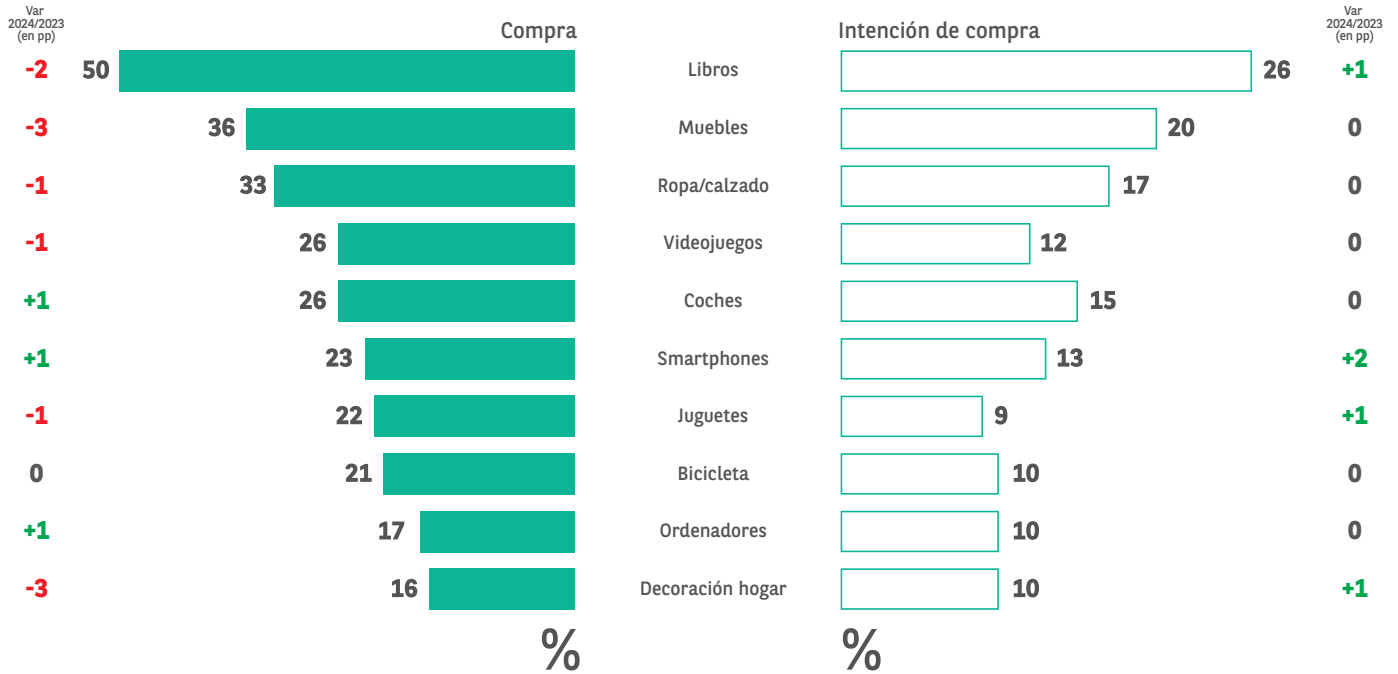
En general, crees que se compran productos de segunda mano...
(% respuesta múltiple)



6 de cada 10

encuestados compra sus productos de segunda mano a través de plataformas de compra/venta entre particulares, 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)



¿Qué importe has gastado en comprar productos de segunda mano en los últimos 12 meses?
(respuesta abierta numérica)

Media de compra
377€

Ventas de segunda mano

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

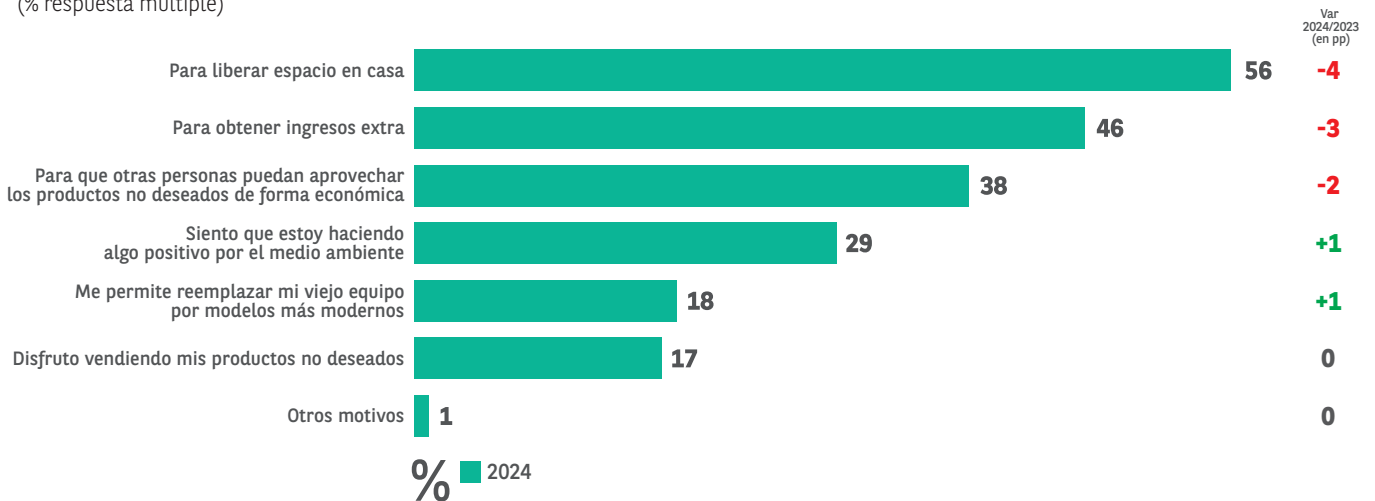
Alguna vez a la semana
5%

Alguna vez al mes
27%⁺¹

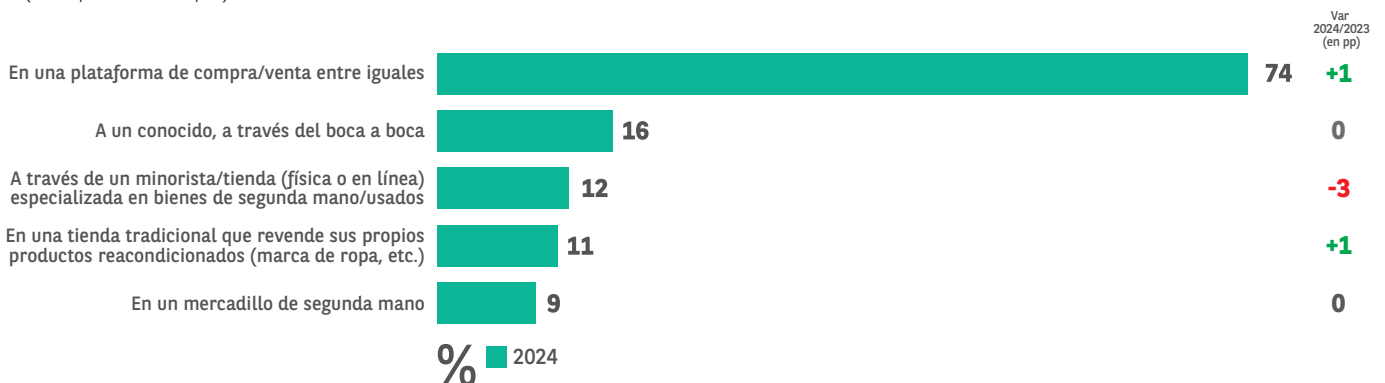
Alguna vez al año
38%

Nunca
31%

¿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)



¿Qué importe has recaudado vendiendo productos de segunda mano en los últimos 12 meses?
(respuesta abierta numérica)

Media de venta
299€

Productos reacondicionados

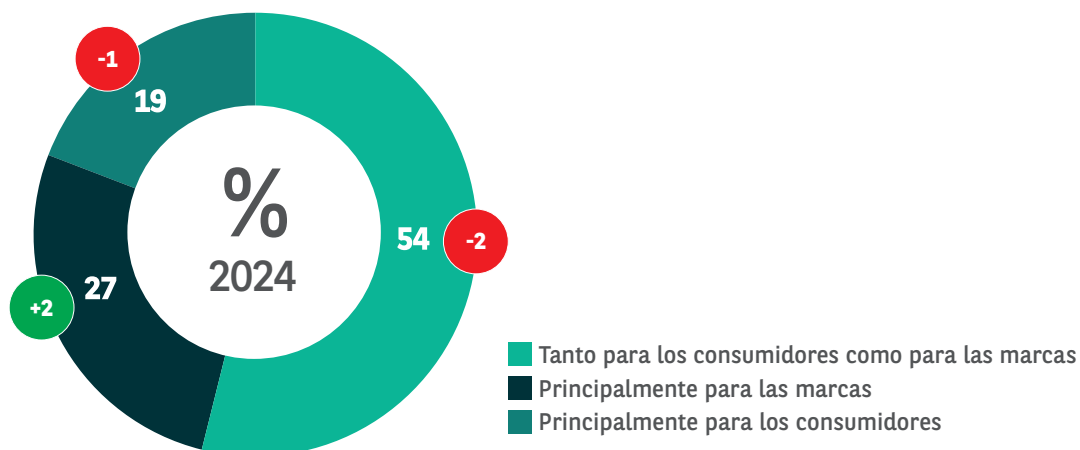
Los índices de reparabilidad y de durabilidad que aparecen en determinados productos son considerados importantes o muy importantes por

8 de cada **10** consumidores encuestados.

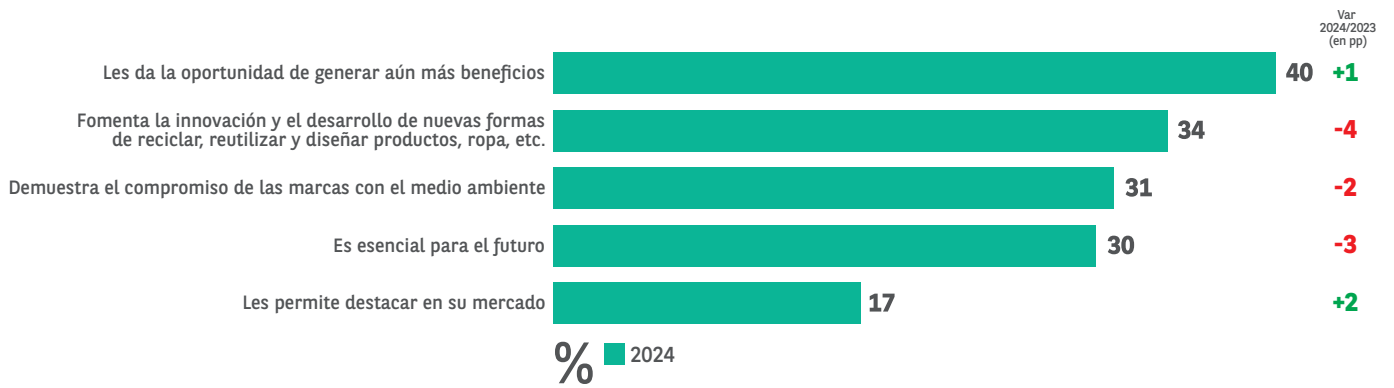
el **66%**

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)



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

