




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

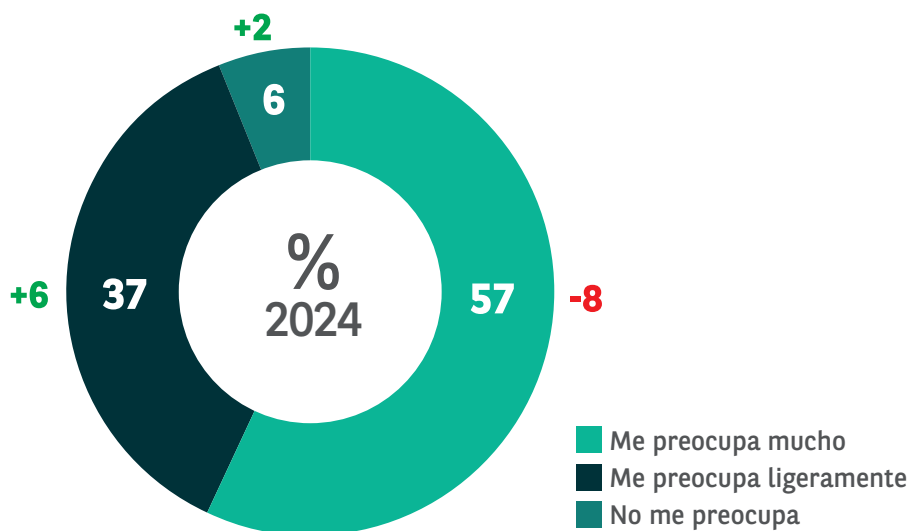
Liliana Marsán
Responsable del
Observatorio Cetelem. ■

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

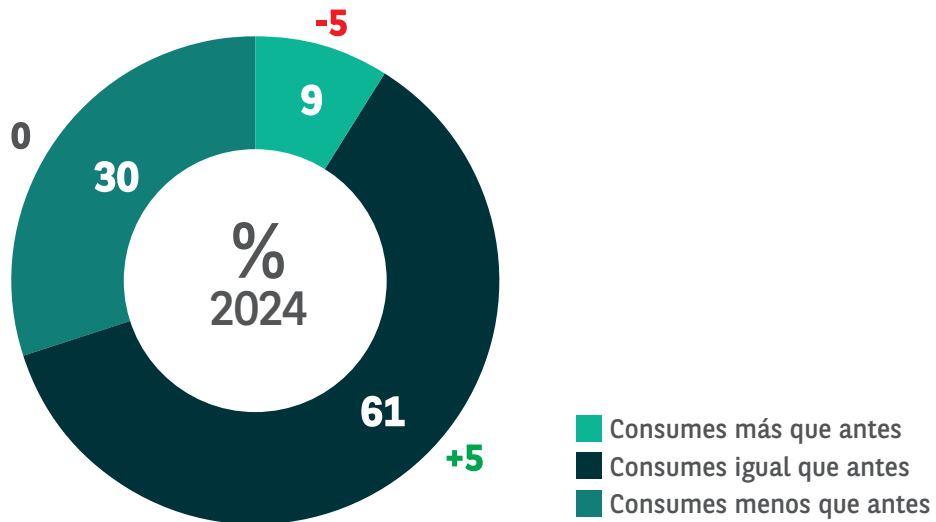
% ↓

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)

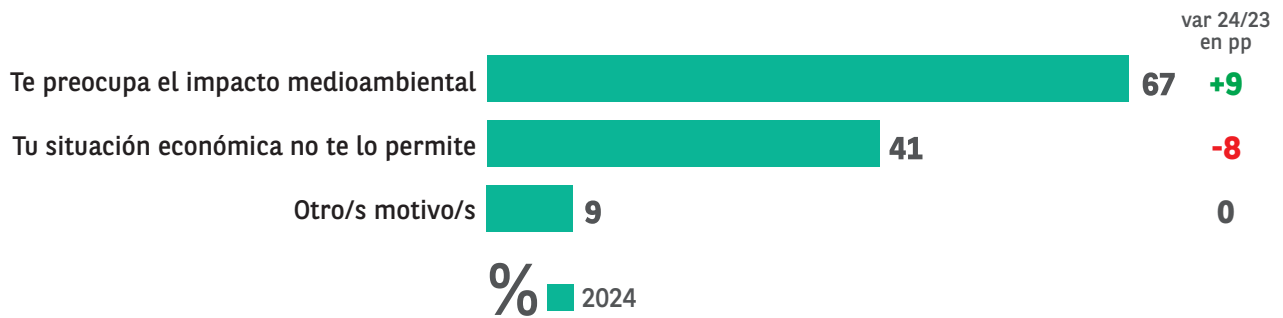


Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2024

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)



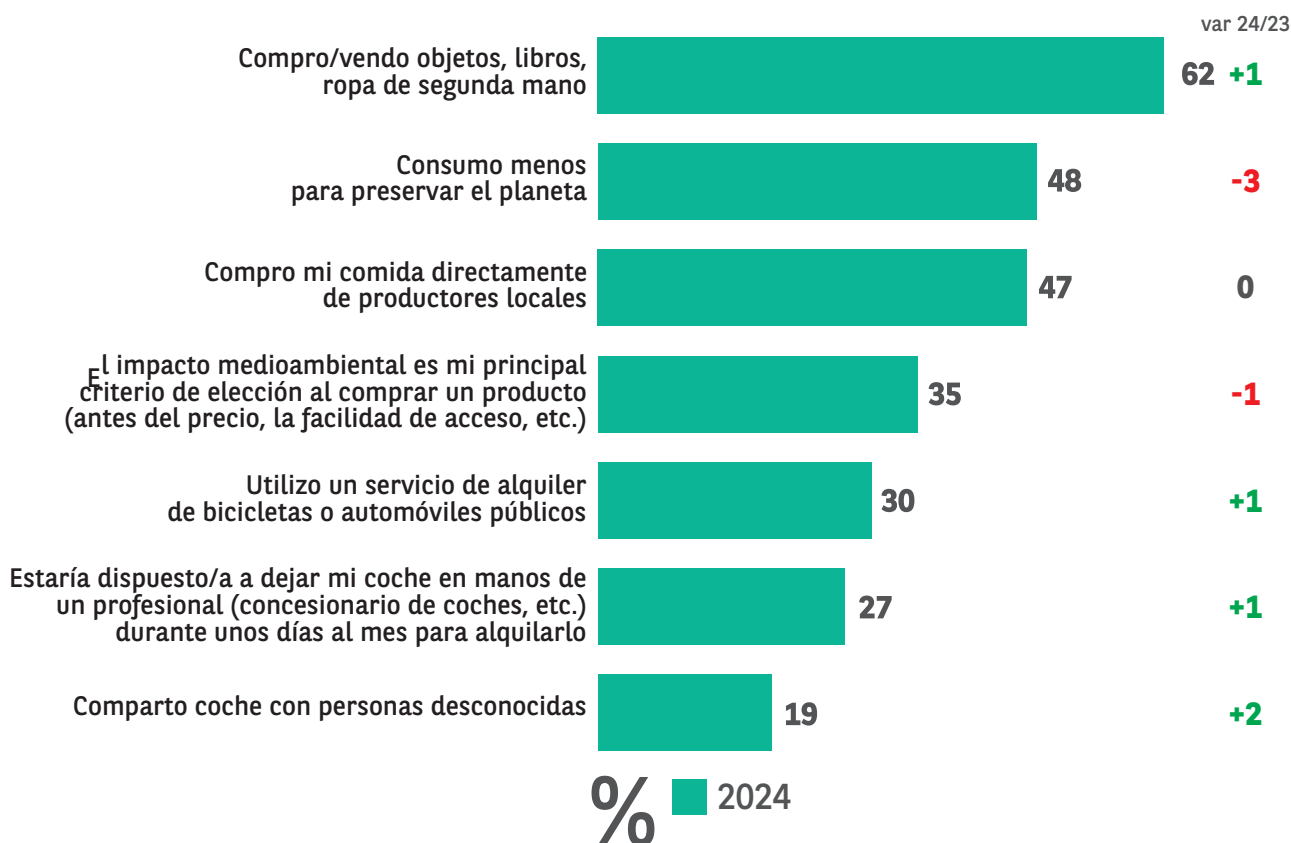
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2024

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)



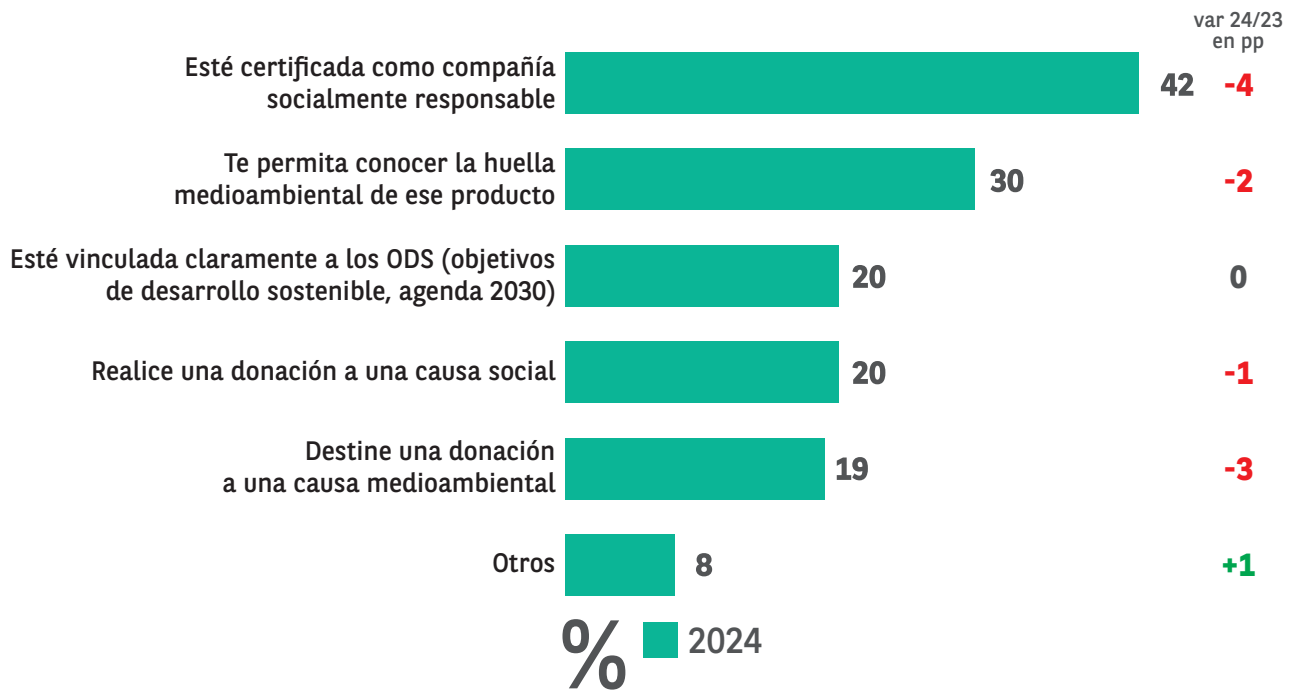
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2024

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

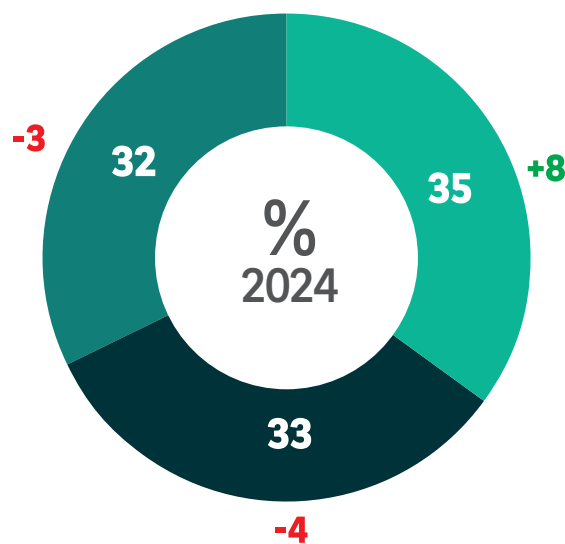
El 42% (46% en 2023) de consumidores encuestados afirma que influye en su decisión de compra el hecho de que la empresa que vende el producto por el que están interesados esté certificada como compañía socialmente responsable, siendo más importante para aquellos consumidores mayores de 45 años.

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)



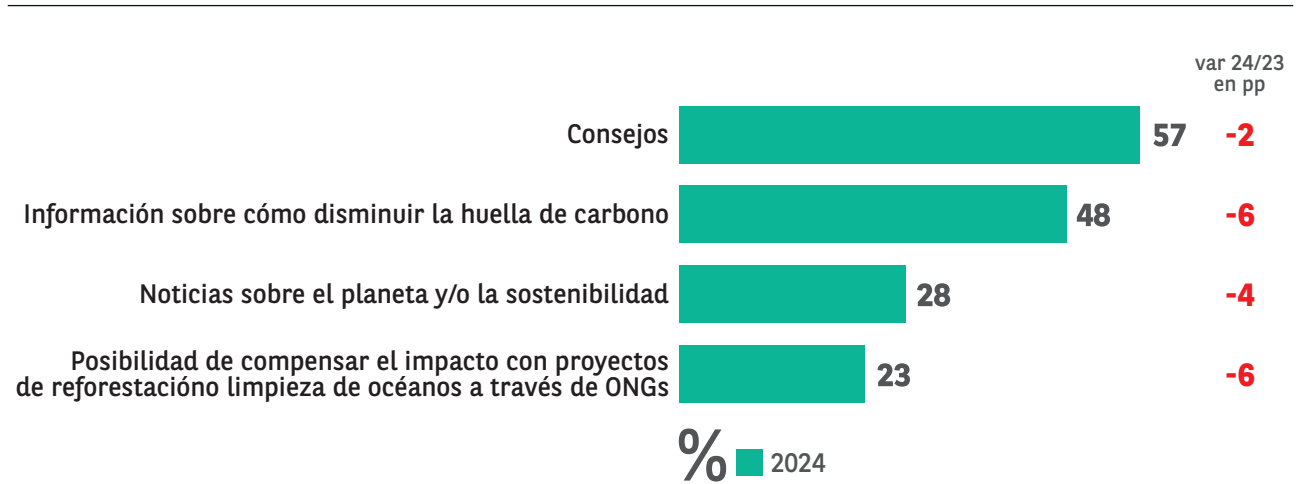
- Directamente a través de mi banco
- A través de una aplicación que conecta con mi/s cuenta/s bancaria/s
- De otra manera

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.

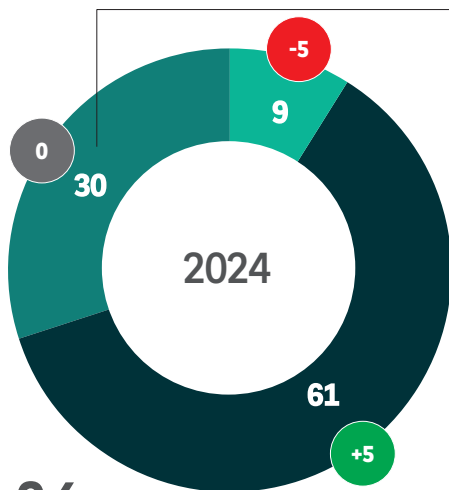
9 de cada **10**

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)



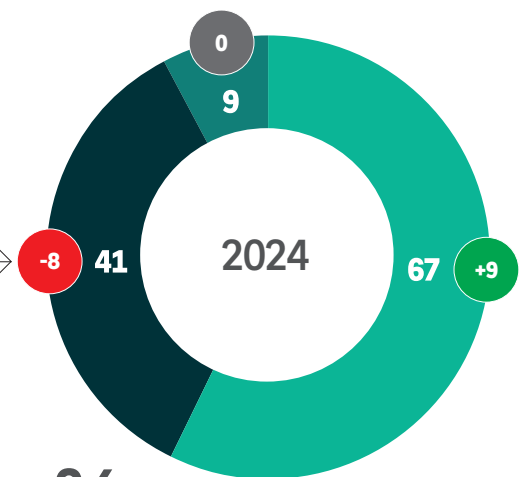
%

- 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

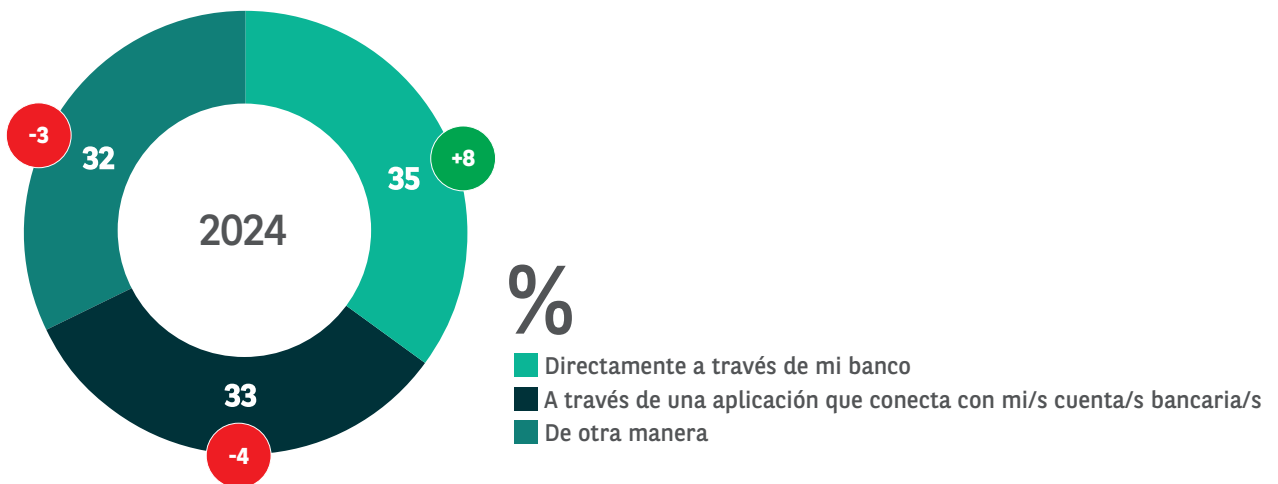
Tan solo

1 de cada 10

10 la ha calculado alguna vez

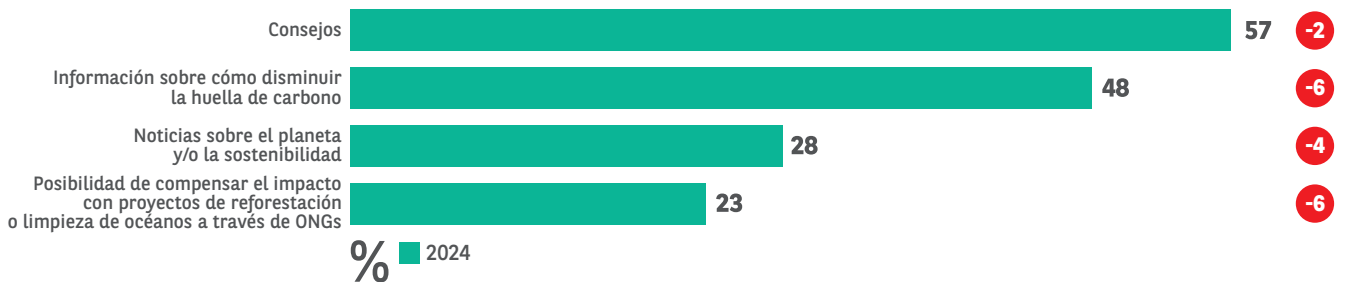
¿Cómo has calculado tu huella de carbono?

(% 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

 **BNP PARIBAS**
PERSONAL FINANCE 

SOSTENIBILIDAD Y CONSUMO 2024

TRANSICIÓN
ENERGÉTICA

 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 Eficiencia energética en el hogar**
- 08 Inversión y consumo en el hogar**
- 11 Energía fotovoltaica (placas solares)**
- 12 Motivaciones y frenos**
- 13 Rentabilidad de la inversión**
- 14 Leyes de autoconsumo**
- 16 Los puntos clave: Transición energética**
- 21 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. ■

EFICIENCIA ENERGÉTICA EN EL HOGAR

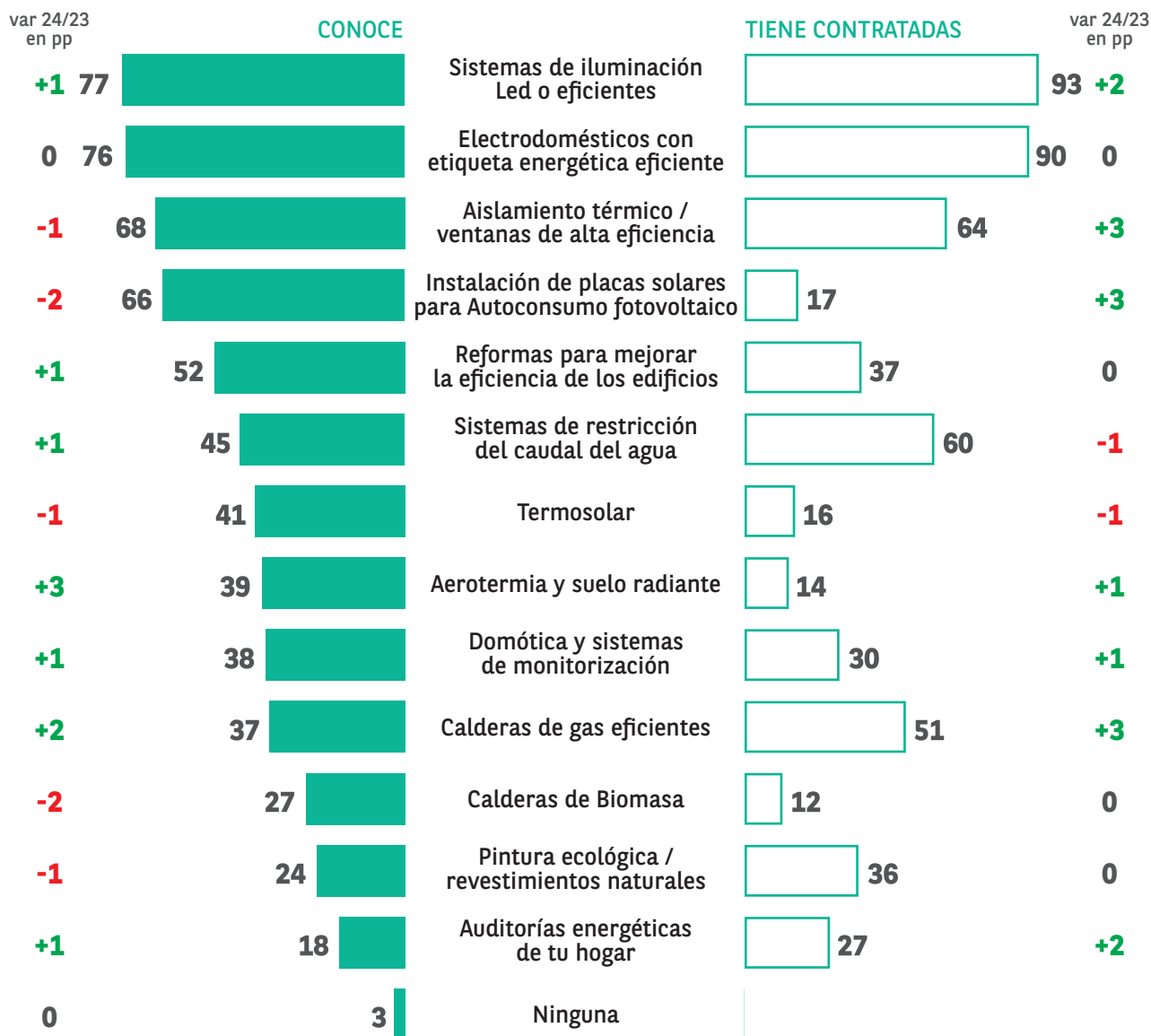
En esta parte del estudio abordamos todo lo relacionado con la transición energética, y comenzamos por preguntar a los españoles acerca de las opciones sostenibles que conocen y que tienen actualmente en sus hogares.

El **22%** de los españoles encuestados afirma que **su vivienda cuenta con sistemas de eficiencia energética** incorporadas en la construcción.

El **71%** opina que una edificación que tenga en cuenta la eficiencia energética **es rentable para el consumidor final**

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

¿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 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2024

% ■ 2024 □ 2024

El Top 5 en lo que respecta a las opciones que actualmente tienen instaladas los españoles en sus viviendas lo componen: los sistemas de iluminación Led (93% vs 91% en 2023), los electrodomésticos con etiqueta energética (90%), el aislamiento térmico (64% vs 62% en 2023), los sistemas de restricción del caudal del agua (60% vs 61% en 2023) y las calderas de gas eficientes (51% vs 48% en 2023).

Aunque con un porcentaje bastante inferior a los mencionados anteriormente, es importante señalar que la instalación de placas solares con un 17% de menciones, crece 3 puntos respecto al año anterior.

¿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)

Gasto Medio
2024

3.068€ +9%

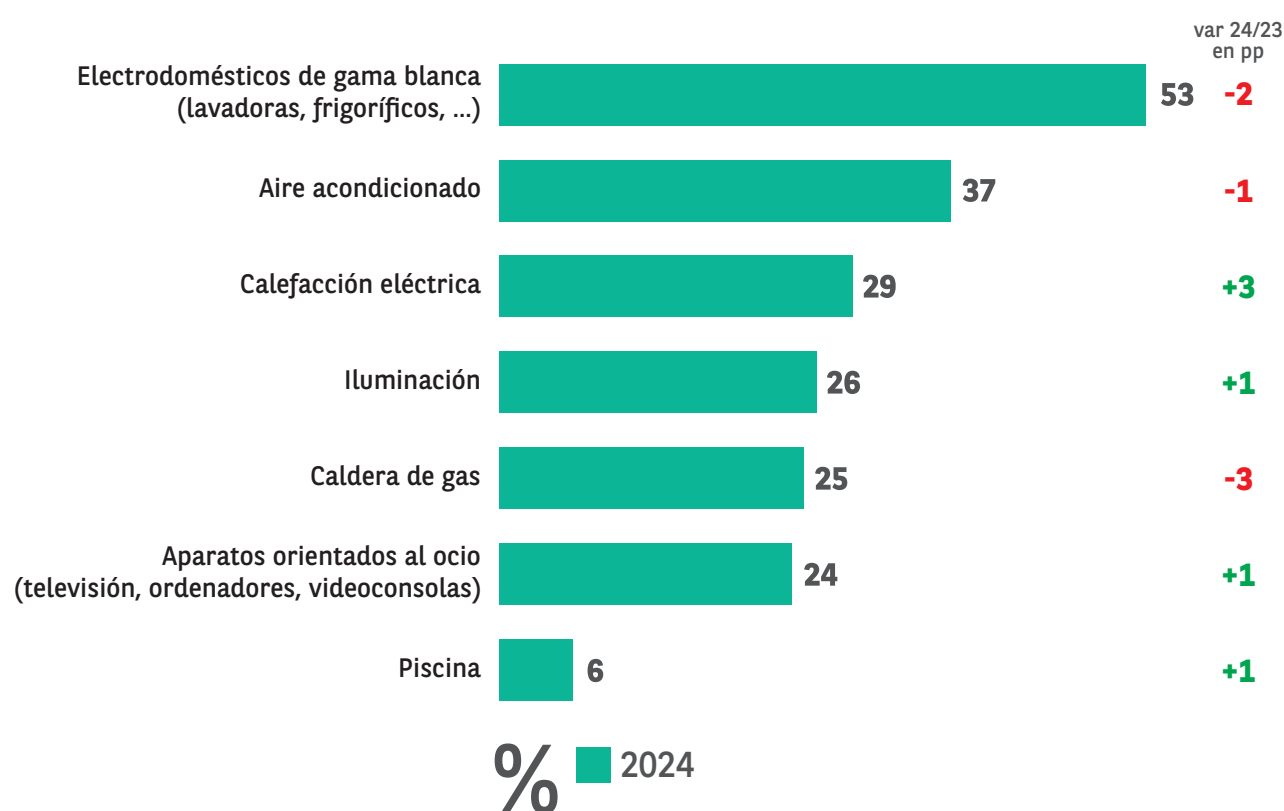
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2024

El gasto medio realizado por los españoles que han instalado mejoras de eficiencia energética para su hogar en los últimos 12 meses ascendió a 3.068€, lo que supone un 9% más que el realizado el año anterior.

Si realizamos una segmentación por edades, los consumidores que destacan por encima de la media son aquellos entre los 35 y 44 años con un gasto de 3.337€, un 9% más que la media, y los mayores de 45 años con un desembolso de 3.218€ (+ 5% vs media nacional).

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)



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

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 53% de menciones, pero al igual que en 2023, mostrando 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 37% de menciones, el cual tras el fuerte incremento del año pasado, muestra un ligero descenso de 1 punto porcentual.

En tercer lugar, encontramos al gasto derivado de la calefacción eléctrica que con un 29% de respuestas, muestra un incremento de 3 puntos respecto a 2023.

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



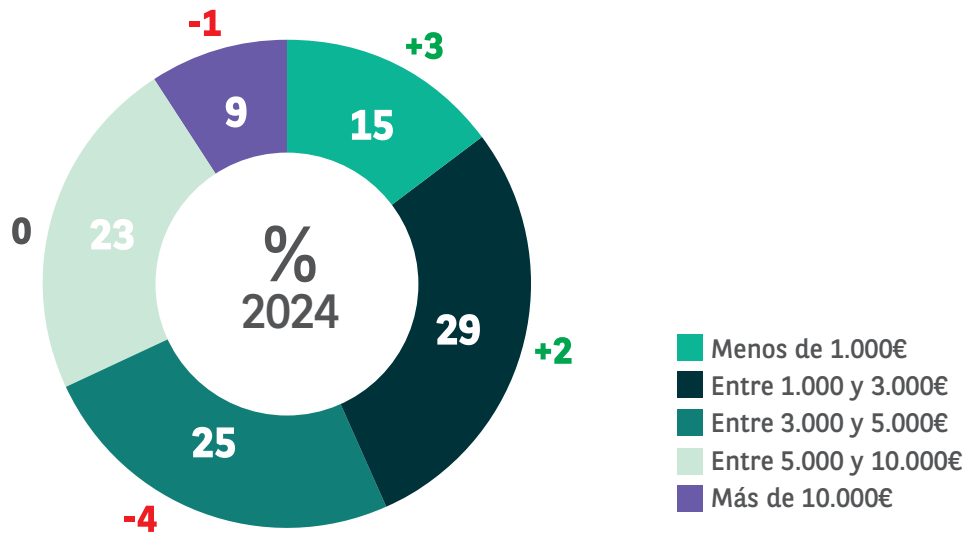
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2024

El top 3 de productos de sistemas de eficiencia energética con mayor intención de compra por parte de los españoles lo componen: los electrodomésticos con etiqueta eficiente (38% vs 35% en 2023), los sistemas de iluminación LED (34%) y el aislamiento térmico/ventanas de alta eficiencia (26% vs 25% en 2023).

Aunque con porcentajes inferiores a los mencionados anteriormente, es importante señalar que se producen ligeros crecimientos en productos como la pintura ecológica, la energía termosolar y la aerothermia.

Tras varios años de consecutivos de crecimiento, este año disminuye el porcentaje de españoles con intención de instalar placas solares.

¿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 2023
 Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2024

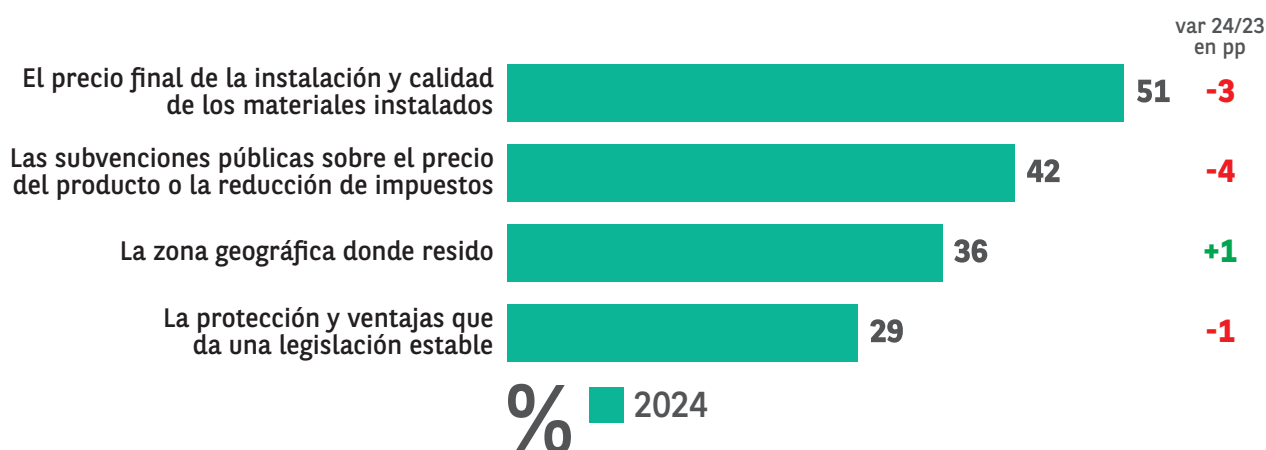
En lo que respecta al coste estimado por aquellos consumidores con intención de invertir en sistemas de eficiencia energética para su hogar, el porcentaje más elevado (29%) lo encontramos en aquellos que prevén un gasto entre los 1.000€ y 3.000€, mostrando un crecimiento de 2 puntos porcentuales respecto a 2023. Le sigue el 25% que declara un desembolso entre los 3.000 y 5.000€ con una caída de 4 puntos.

El porcentaje de aquellos que piensan gastar más de 5.000€ se mantiene estable respecto a 2023 con un 23% de menciones, siendo los consumidores mayores de 45 años los que están dispuestos a gastar más, con un 26% de respuestas.

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)

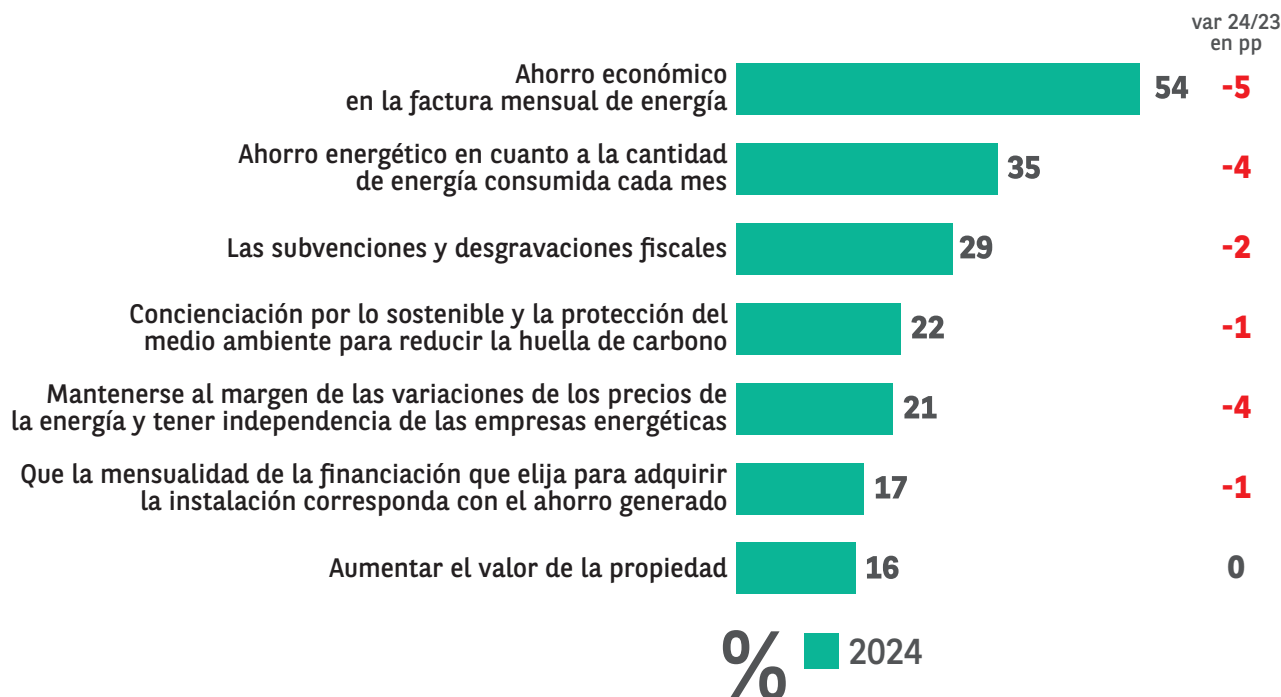


Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2024

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 51% de menciones, pero mostrando una caída de 3 puntos respecto a 2023.

Otra de las variables importantes para los consumidores son las subvenciones públicas sobre el precio del producto o la reducción fiscal, con un 42% de respuestas pero con un descenso de 4 puntos.

¿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 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2024

Lo más importante respecto a las motivaciones para invertir en placas solares es que todas las opciones muestran caídas respecto al año anterior.

El top 3 de opciones más valoradas es el ahorro en la factura (54%), siendo los consumidores entre los 35 y 44 años los que destacan por encima de la media con un 57% de menciones.

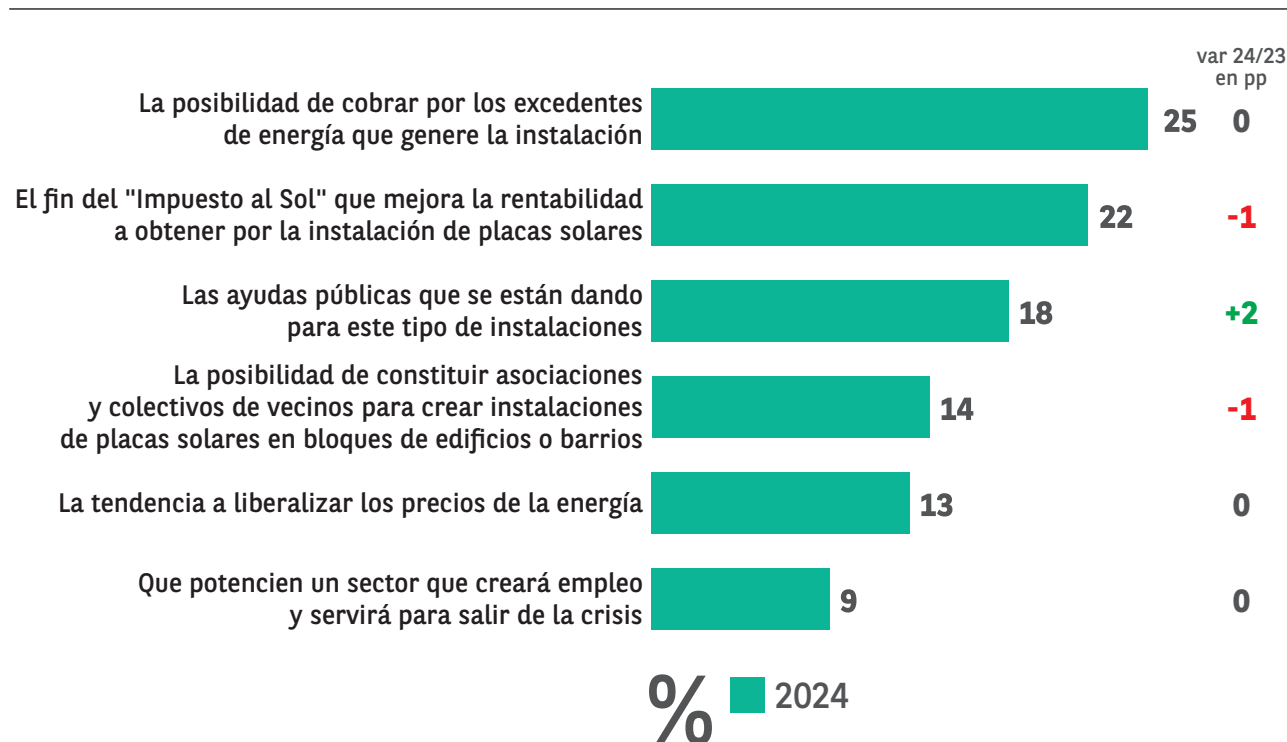
Le sigue el ahorro en la cantidad de energía consumida cada mes (35%) y las subvenciones o desgravaciones fiscales (29%). En ambos casos, son los mayores de 45 años los que muestran porcentajes superiores.

Respecto a los principales frenos para este tipo de instalaciones, el elevado coste es el que destaca claramente por encima del resto.

Solo el **16%** de los consumidores encuestados afirma conocer el contenido de las leyes que regulan el autoconsumo, destacando notablemente los más jóvenes entre los 18 y 24 años con un 34% de menciones.

¿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 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2024

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, manteniéndose estable respecto a 2023.

Le sigue el fin del "impuesto al Sol" que mejora la rentabilidad a obtener por la instalación de placas solares, con un 22% de respuestas obtenidas (21% en 2023)

Las ayudas públicas que se están dando para este tipo de instalaciones cierran el top 3 y con un 18% de menciones muestran un crecimiento de 2 puntos respecto a 2023.

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



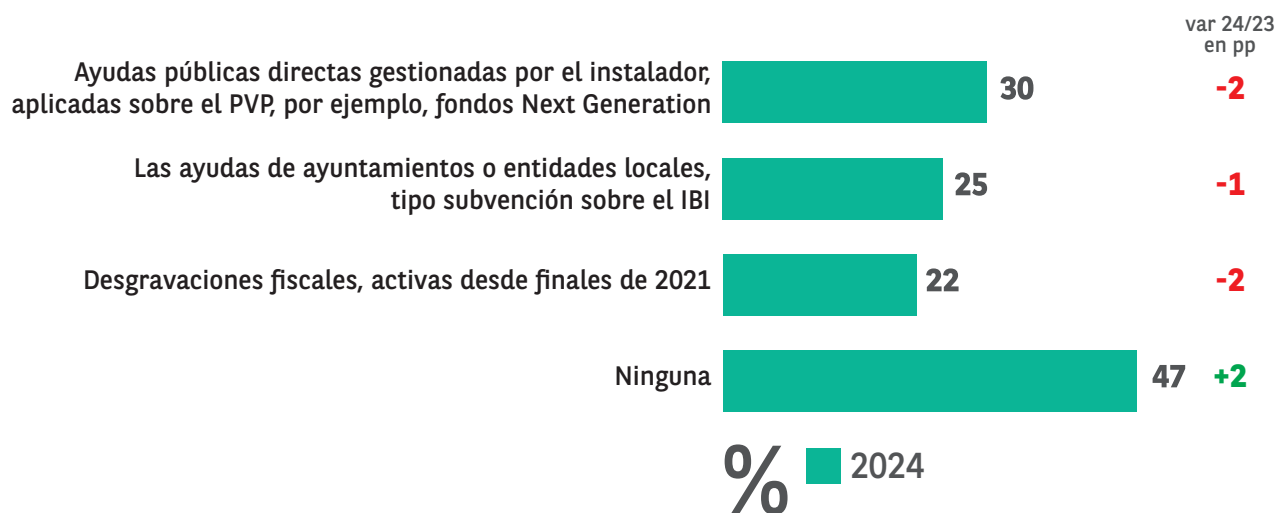
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2024

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. Como 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, manteniéndose estables respecto a 2023.

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.

¿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
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2024

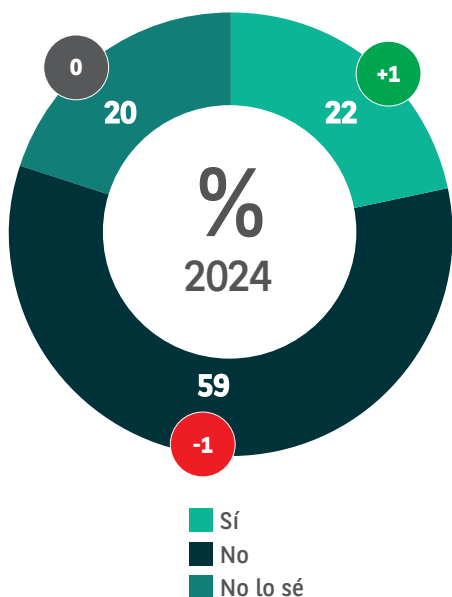
Casi 5 de cada 10 consumidores españoles no tendría pensado utilizar ninguna ayuda o subvención para acometer la inversión.

Un 30% optaría por las ayudas públicas directas gestionadas por el instalador, porcentaje que cae dos puntos respecto a 2023.

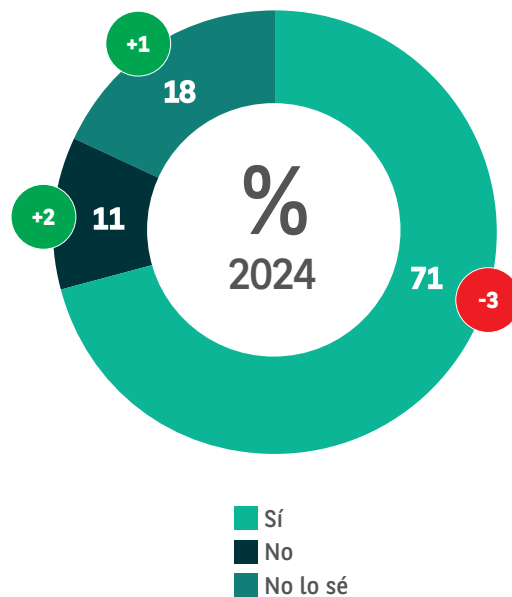
LOS PUNTOS CLAVE

Eficiencia energética del hogar

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



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



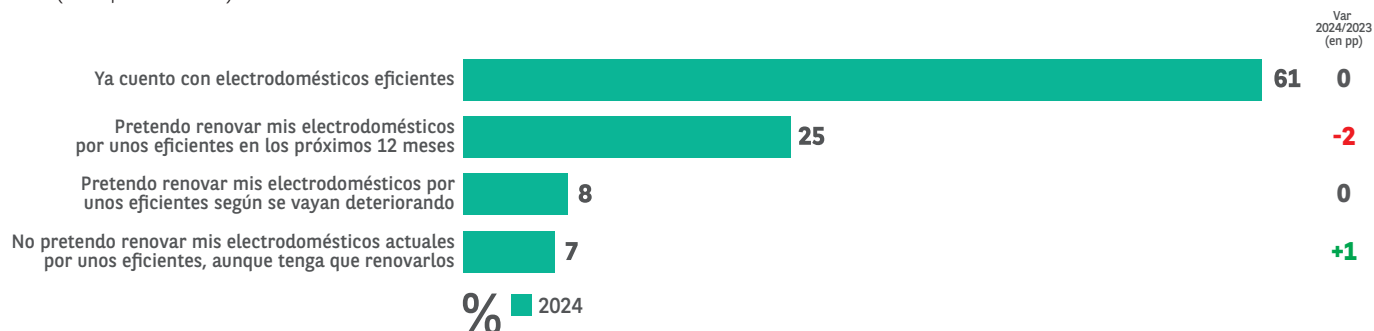
9 de cada 10

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

Electrodomésticos eficientes y reutilización de mobiliario

En cuanto a los electrodomésticos eficientes:

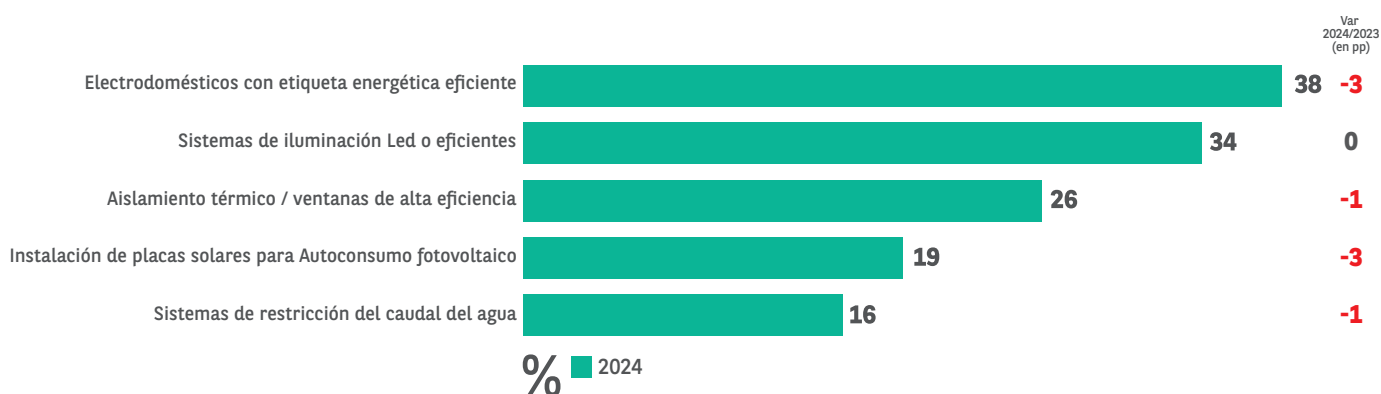
(% respuesta única)



Tras varios años consecutivos de crecimiento, este año disminuye el porcentaje de españoles con intención de instalar placas solares

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

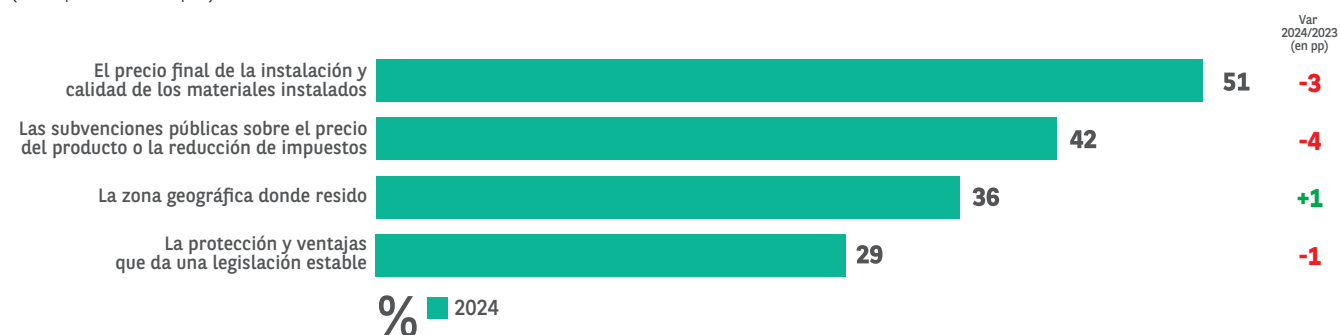
(% respuesta múltiple)



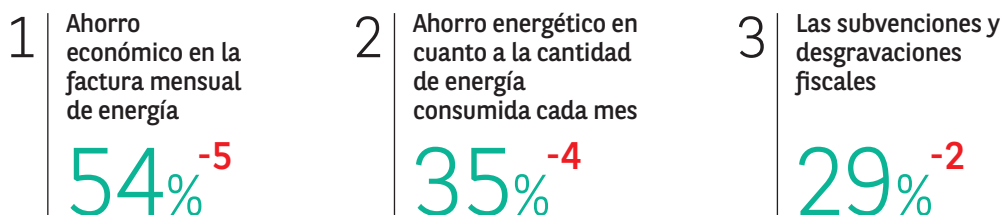
Energía fotovoltaica (placas solares)

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

(% respuesta múltiple)



Top 3 motivos para realizar una inversión en placas solares

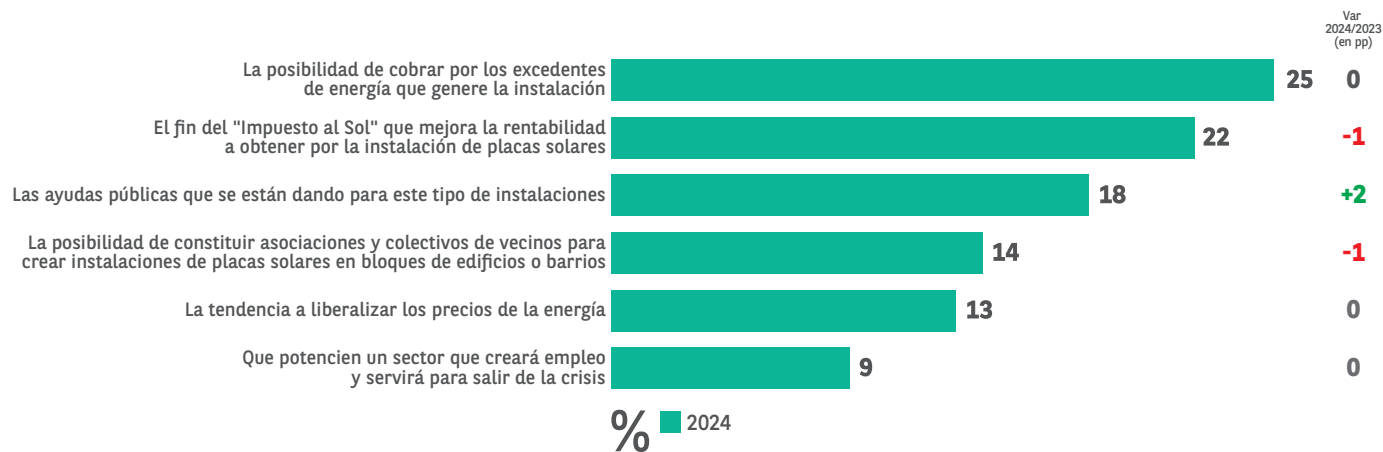


Top 3 frenos para realizar una inversión en placas solares



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

(% respuesta única)



8 de **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)

	2024	Var 2024/2023 (en pp)
Menos de 1.000€	15%	+3
Entre 1.000 y 3.000€	29%	+2
Entre 3.000 y 5.000€	25%	-4
Entre 5.000 y 10.000€	23%	0
Más de 10.000€	9%	-1

Gasto medio 2023

2.816€

Gasto medio 2024

3.068€ +9%

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 3.000€, un 9% más que el año anterior.

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

 **BNP PARIBAS**
PERSONAL FINANCE 

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



SOSTENIBILIDAD Y CONSUMO 2024

MOVILIDAD
SOSTENIBLE

 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 movilidad urbana sostenible

08 Bici

08 Segunda mano

10 Renting

11 Coche eléctrico

11 Segunda mano

13 Puntos de recarga

17 Los puntos clave: Movilidad sostenible

22 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. ■

MOVILIDAD URBANA SOSTENIBLE

La **Movilidad Urbana Sostenible** es muy importante o importante para el

62%

de los españoles encuestados.

Un **66%**

de españoles declara que las **acciones para regular y mejorar la Movilidad Urbana** en las ciudades son importantes para ellos.

La inversión de las instituciones públicas en medios de transporte ecológicos es importante para

7 de cada **10** encuestados



Los mayores de 45 años destacan por encima de la media, siendo

8 de cada **10**

los que le dan más importancia.

Un **56%**

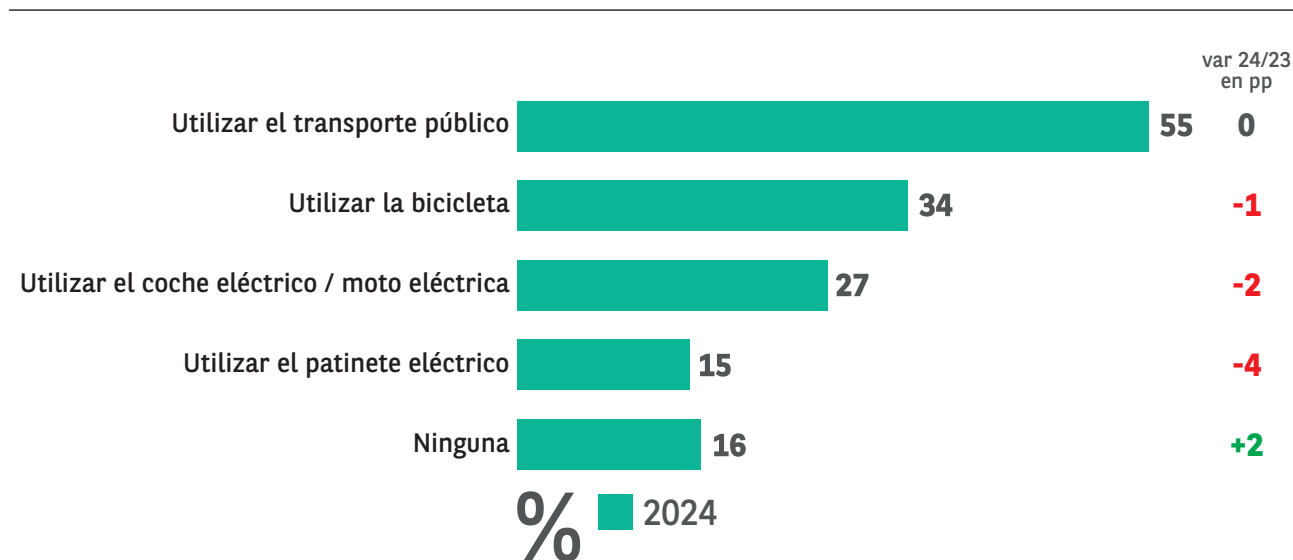
de los españoles encuestados **ha percibido cambios** en los últimos 2 años en las mejoras de la Movilidad Urbana Sostenible es su ciudad, 3 puntos más que el año anterior.

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.

Tal y como ocurría el año anterior, la mayor accesibilidad a transportes alternativos como bicicletas o patinetes vuelve a ser el cambio que más han percibido los encuestados con un 41% de menciones (-2 puntos porcentuales respecto a 2023). La importancia de la mejora en los carriles bici y el incremento de los puntos de alquiler de medios de transporte sostenibles aumentan respecto al año anterior con un 37% y un 22% respectivamente.

El 49% opina que en unos años utilizaremos más los medios de transporte sostenibles como la bici o el patinete para desplazarnos por las ciudades, con un fuerte crecimiento de 13 puntos porcentuales respecto al año anterior. También encontramos un 44% de encuestados que se ha planteado el cambio de un transporte privado de combustión por el uso de algún medio de transporte de Movilidad Urbana como la bici o el patinete. Los encuestados de 18 a 24 años destacan por encima de la media en este aspecto con un 63% de menciones positivas. En cambio, los encuestados de más de 45 años destacan por el lado contrario con tan solo un 36% 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)



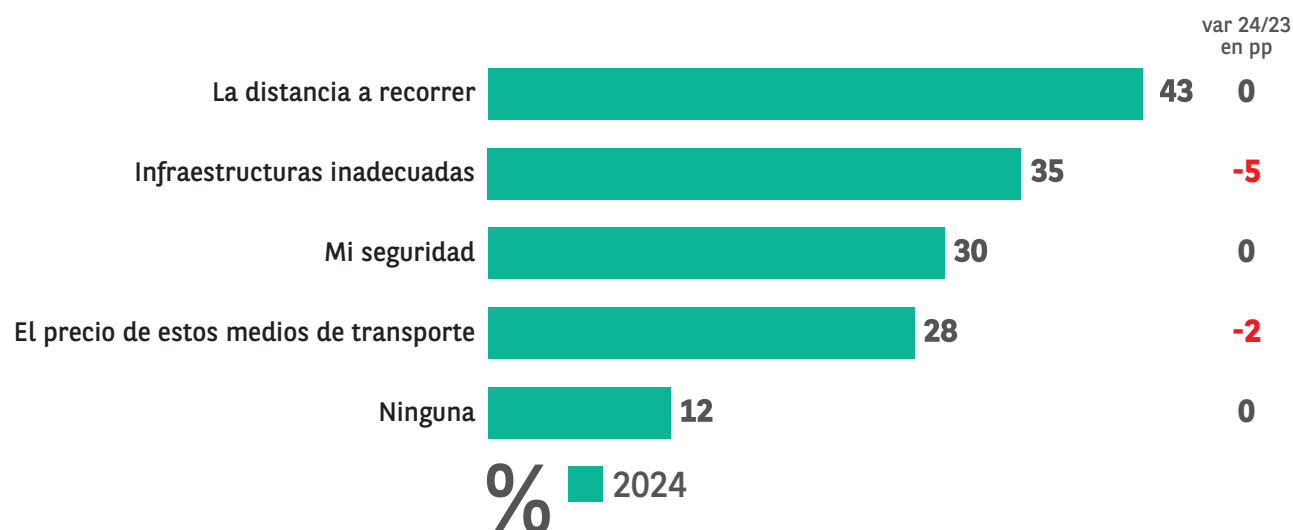
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2024

El uso del transporte público en su día a día es la opción más elegida por los encuestados con un 55% (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 34% y un 27% respectivamente. El uso

de patinetes eléctricos se encuentra muy por debajo con un 15%, aunque cabe destacar que los más jóvenes de entre 18 y 24 años eligen esta opción en un 25% 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 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2024

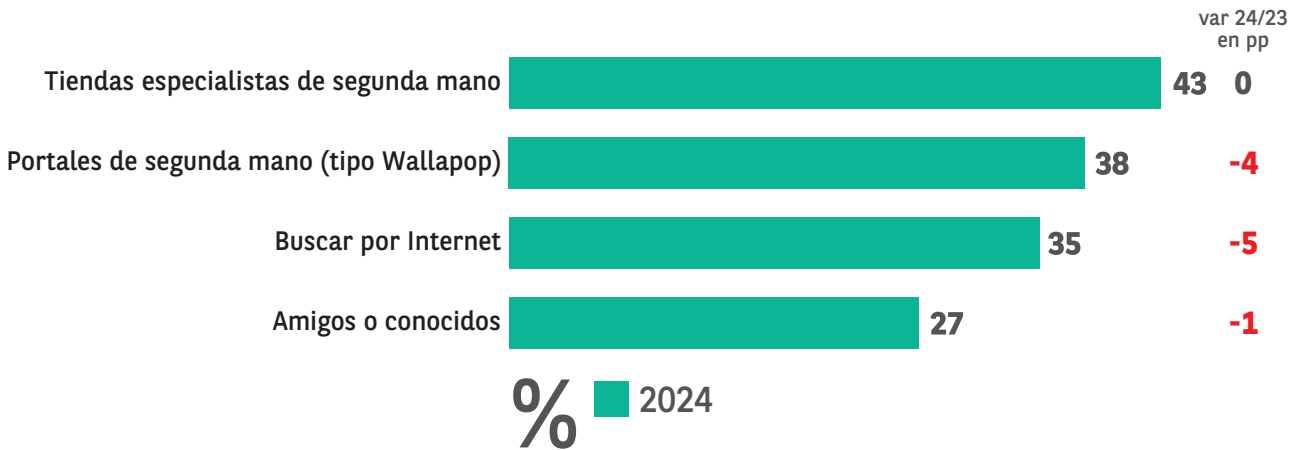
La gran distancia a recorrer y unas infraestructuras inadecuadas siguen siendo las mayores barreras que encuentran los españoles a la hora de utilizar medios de transporte sostenibles en su día a día.

BICICLETAS

SEGUNDA MANO

Un **65%** de usuarios de bici se plantearía comprar la próxima vez una de segunda mano

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

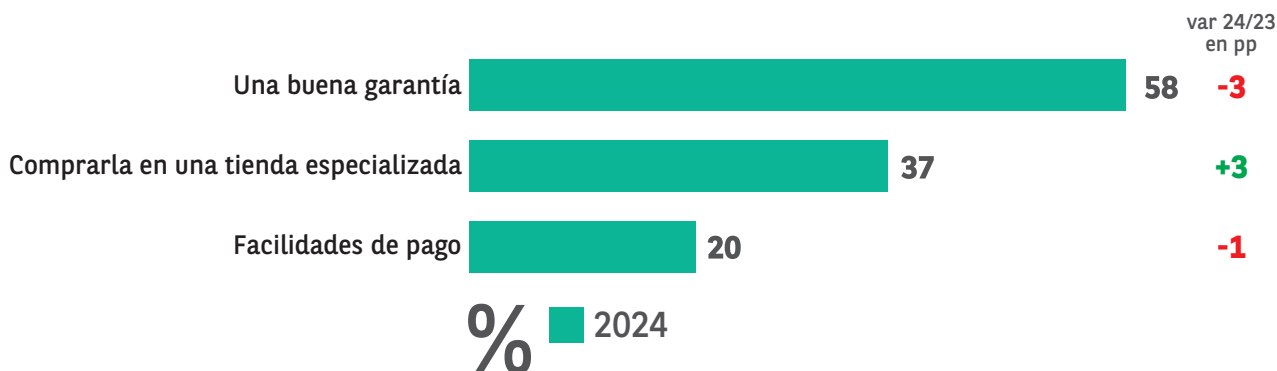


Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2024

El 43% acudiría a las tiendas especialistas de segunda mano (destacan los mayores de 45 años con un 50%). Este año la diferencia se agranda con los que dicen que

buscarían por internet y portales como Wallapop, ya que sus porcentajes de respuesta caen en 4 y 5 puntos porcentuales respectivamente.

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



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

A la hora de comprar una bici de segunda mano, lo que más valoran es que tenga una buena garantía con un 58% de respuestas, aunque descendiendo en 3 puntos respecto a 2023. Muy por detrás encontramos a los que valoran mucho que la compra se realice en una tienda

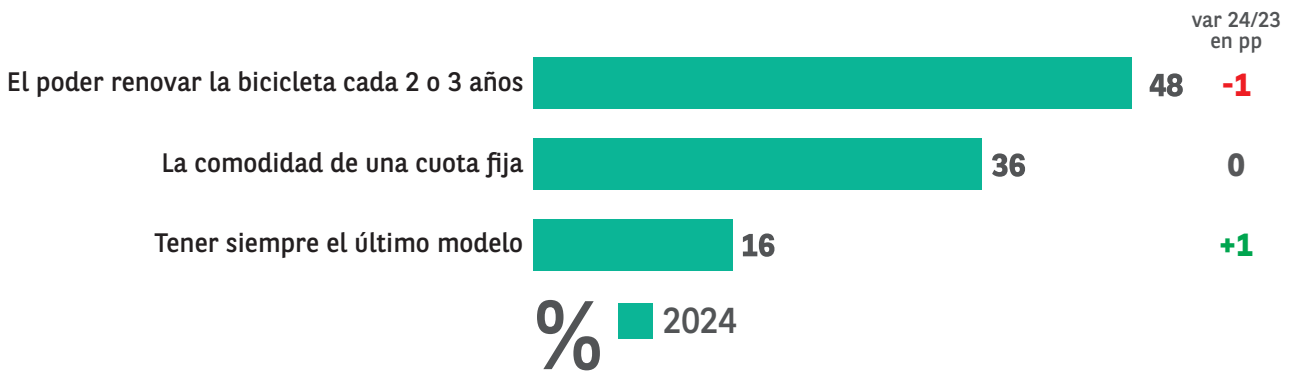
especializada con un 37% (+3 puntos respecto al año anterior) y a los que aprecian las facilidades de pago con un 20% (valoradas especialmente por los más jóvenes de 18 a 24 años con un 33%).



RENTING

Solo un **11%** se ha planteado el renting para su próxima bici, aunque un 49% lo podría considerar.

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



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

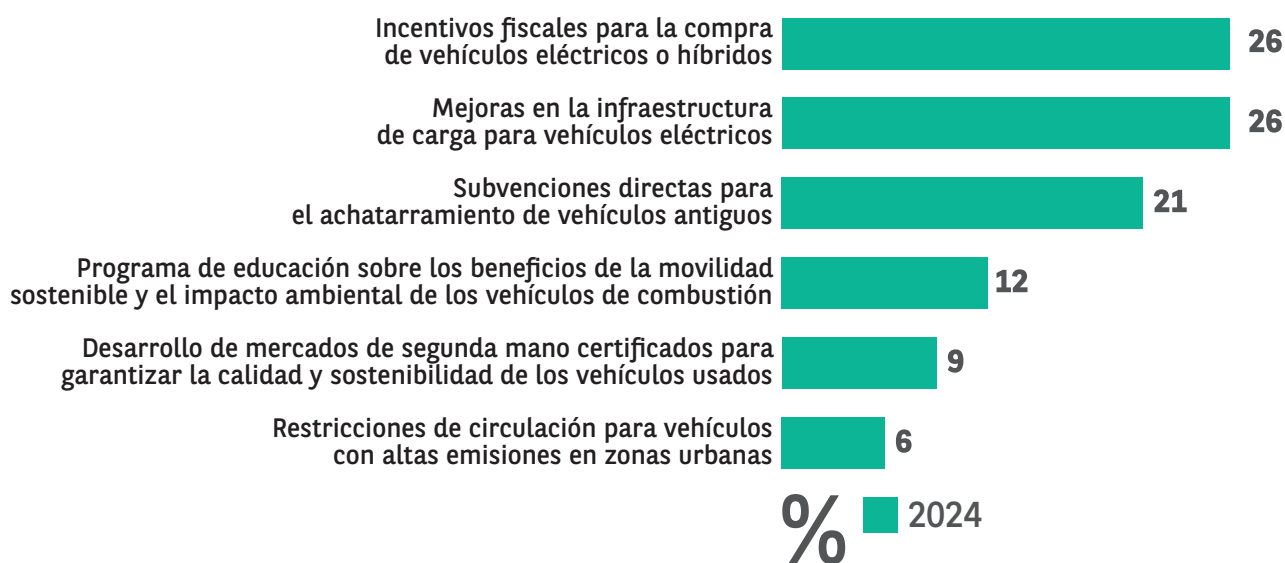
La posibilidad de cambiar de bicicleta cada 2 o 3 años es lo más valorado del renting con un 48% de menciones, destacando los consumidores mayores de 45 años con un 50% de menciones. Le sigue un 36% de los que se decantan por la comodidad de pago de una cuota fija. La única opción que aumenta respecto al año anterior es la de tener siempre el último modelo con un 16% frente al 15% de 2023.

En este sentido, destacan los más jóvenes entre los 18 y 24 años, con un 25% de respuestas.

Además, más de la mitad de los encuestados cree que en unos años la tendencia del renting en coches y motos se establecerá también en el sector de la bici. El 18% cree que será de forma inminente y el 29% nos dice que no sucederá.

COCHE ELÉCTRICO

En tu opinión, ¿Cuál de las siguientes propuestas sería más efectiva para acelerar la renovación del parque actual de vehículos hacia opciones más sostenibles?
(% respuesta múltiple)



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

Hemos querido conocer la opinión de los españoles sobre las propuestas para la renovación del actual parque de automóviles, y la mayoría se ha decantado por los incentivos fiscales a la hora de comprar vehículos eléctricos e híbridos y por las mejoras en la infraestructura de carga para estos, en ambos casos con un 26% de menciones. Por detrás encontramos con un 21% a los que se decantan por las subvenciones por achatarramiento de vehículos antiguos, y con un 12% a los que optarían por un programa de educación sobre los beneficios de la movilidad sostenible y el impacto en el medio ambiente de los vehículos de combustión.

Tan solo un 6% ve con buenos ojos las restricciones de circulación para vehículos con altas emisiones.

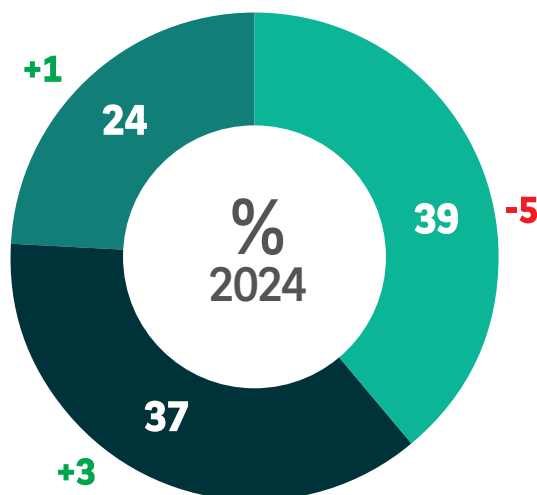
Lo más destacable por segmentos de edad, es que los mayores de 45 años se muestran los más interesados en que se realicen mejoras en las infraestructuras de carga para vehículos eléctricos (31% vs 26% media).

Las subvenciones directas para el achatarramiento de vehículos antiguos, son más demandadas por aquellos con edades entre los 25 y 34 años.

Por último destacar que son los más jóvenes los que parecen estar interesados en programas de educación sobre los beneficios de la movilidad sostenible y el impacto ambiental de los vehículos de combustión.

Si tuvieses intención de comprar un coche eléctrico, ¿el 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 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2024

El precio de la electricidad haría que un 39% de los encuestados retrasase su compra prevista esperando una bajada del precio de la energía. Un 37% dice que cambiaría su compra por la de un coche de combustión tra-

dicional (destacando por encima de la media los más jóvenes de 18 a 24 años con un 47% de menciones) y solo un 24% seguiría adelante con su compra prevista de coche eléctrico.

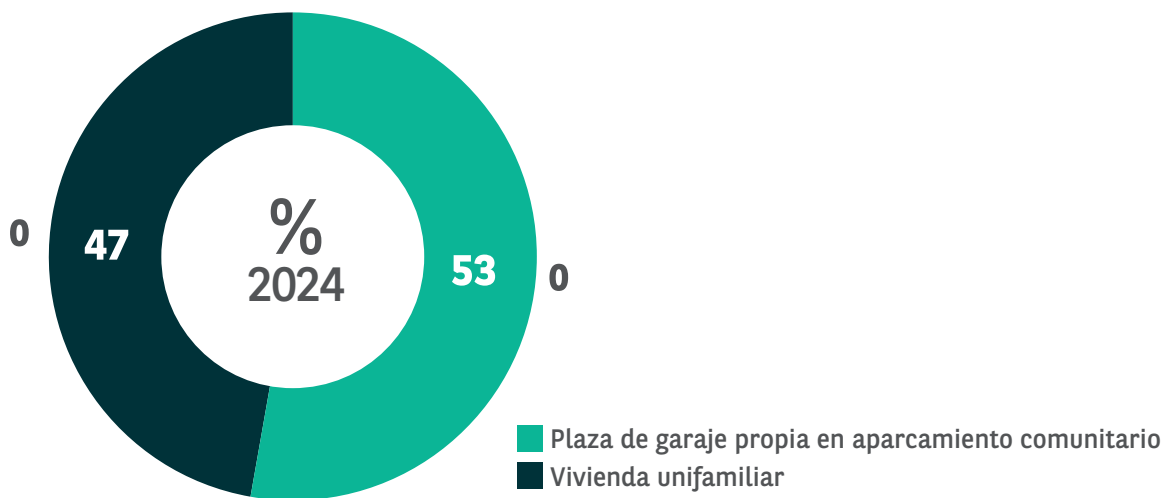
COCHE ELÉCTRICO DE SEGUNDA MANO

También hemos querido conocer la opinión de los españoles sobre la adquisición de un vehículo eléctrico de segunda mano, y un 43% nos ha dicho que sí estaría interesado, destacando muy por encima de la media los más jóvenes de 18 a 24 años con un 62% de menciones.

Entre los que no estarían interesados, las razones más comunes que nos encontramos son: la poca confianza en la vida de las baterías, su alto precio pese a ser de segunda mano, y la contaminación que provocan tanto las baterías ya inservibles, como todo el proceso de construcción del coche eléctrico.

PUNTOS DE RECARGA

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

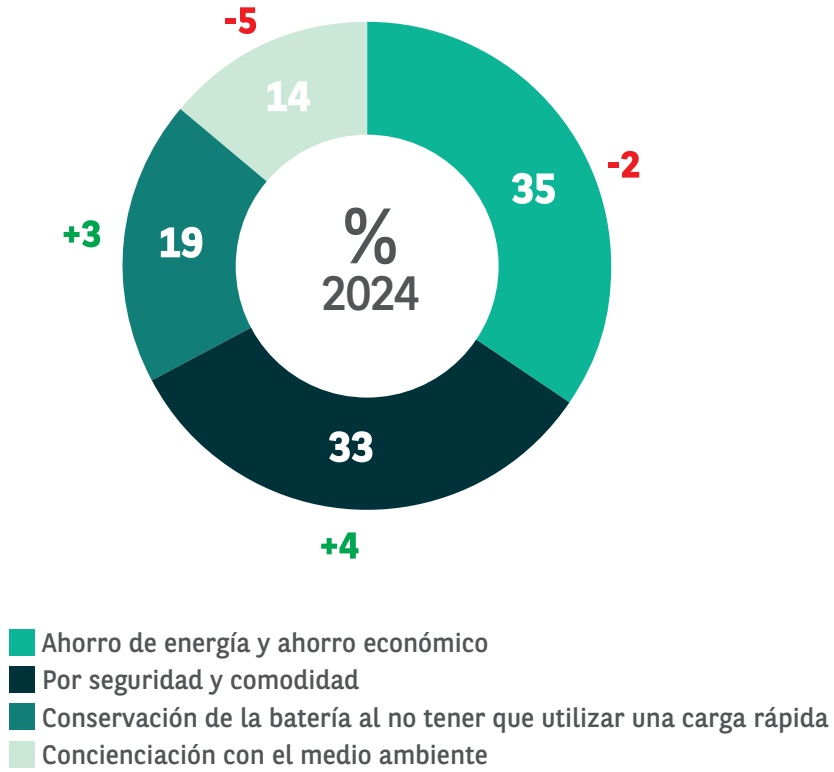


Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2024

Un 46% estaría interesado en la instalación de un punto de carga en su hogar. Entre ellos, el 53% dispone de plaza de garaje propia en aparcamiento comunitario y el 47% de vivienda unifamiliar. El 68% de los que estarían inte-

resados en instalar una estación de recarga, financiaría el coste de la instalación, tal y como ocurría el año anterior.

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

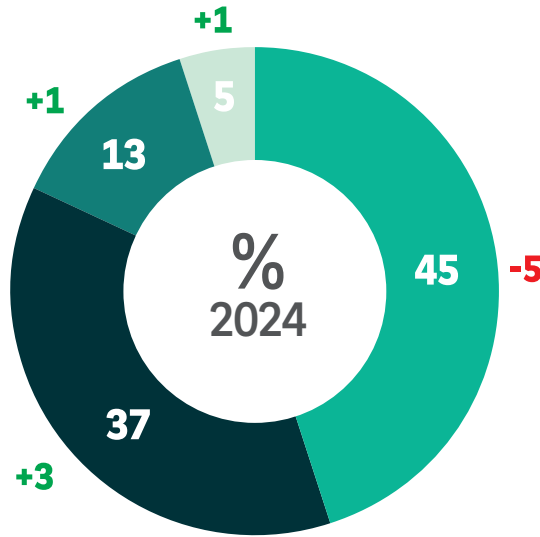


Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2024

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 (35%), la seguridad y

comodidad (33%), y en menor medida la concienciación con el medio ambiente y la conservación de la batería del vehículo (14% y 19% respectivamente).

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



- No dispongo de vivienda unifamiliar ni plaza de garaje propia para la instalación
- El coste de la instalación es muy alto
- Prefiero recargar la batería en puntos de recarga de acceso público
- Dispongo de puntos de recarga en mi lugar de trabajo

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

Por el contrario, en cuanto a las razones por las que no instalarían un punto de recarga, encontramos en primer lugar a un significativo 45% que no dispone de vivienda unifamiliar ni plaza de garaje propia para poder llevar a

cabo la instalación, seguidos por un 37% que dice que el coste de instalación es muy alto y un 13% que prefiere recargar la batería en puntos de acceso público.

CARSHARING/ MOTOSHARING

1 de cada 3

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 muy por encima de la media **los más jóvenes de 18 a 24 años** con un 50% de menciones.

El 45%

piensa que el uso de este tipo de servicios **es más económico** que mantener un vehículo privado (vuelven a destacar los encuestados de 18 a 24 años con un 62%)

El 46%⁺²

piensa que es **la mejor solución para el futuro** del medioambiente, aumentando en 2 puntos respecto a 2023.

LOS PUNTOS CLAVE

Movilidad sostenible

6 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

7 de cada 10

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

6 de cada 10

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)

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

41⁻²%

Mejora en los carriles bicis

37⁺²%

Incremento de los puntos de alquiler de medios de transporte sostenibles

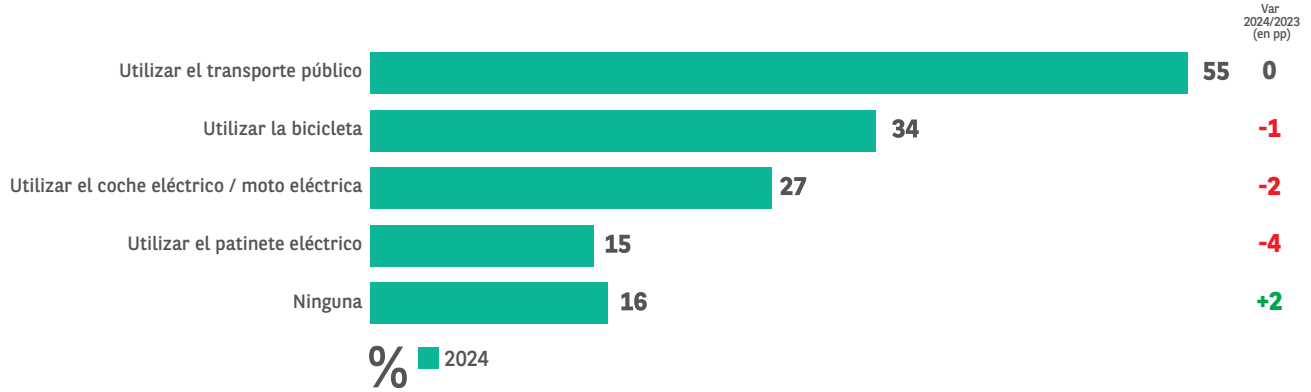
22⁰%

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 la seguridad, son las barreras o dificultades que encuentran los españoles para su utilización diaria.

Bici de segunda mano

7 de cada **10**

españoles se plantearía la compra de una bicicleta de segunda mano.

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

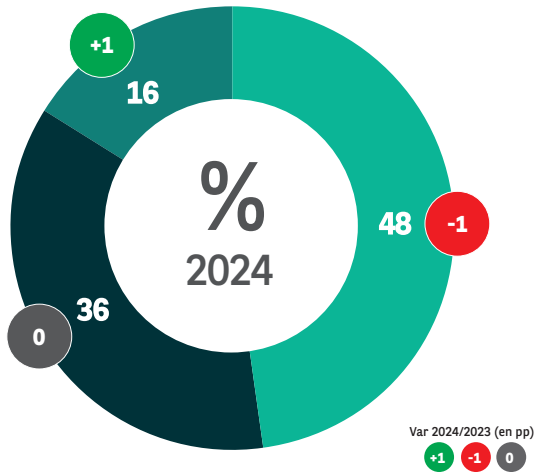
(% Respuesta múltiple)



Renting de bicis

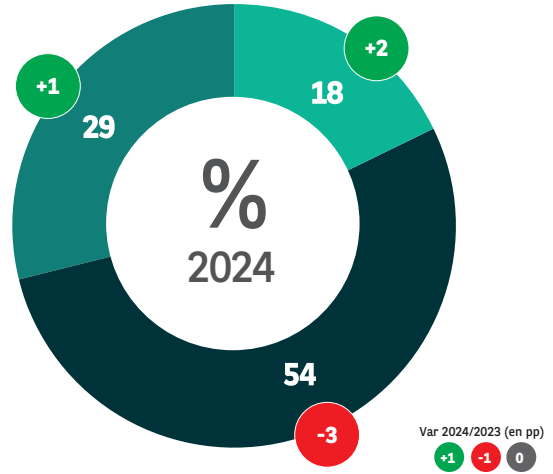
6 de cada **10** españoles se ha planteado o consideraría adquirir su próxima bicicleta mediante renting

¿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)

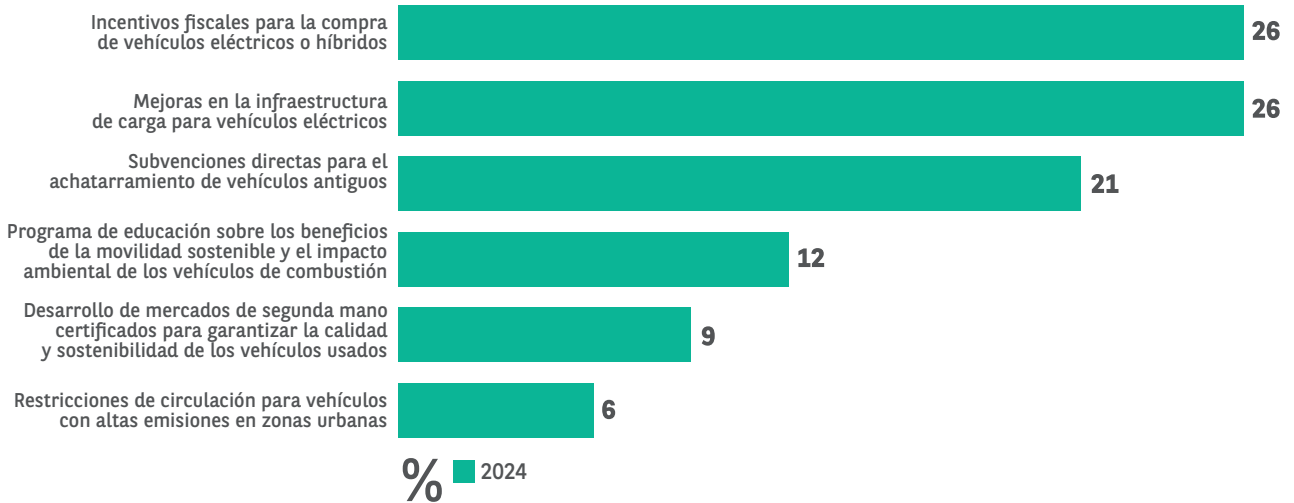


- Sí, de forma inminente
- Sí, en unos años
- No

Aspectos generales vehículos eléctricos

En tu opinión, ¿Cuál de las siguientes propuestas sería más efectiva para acelerar la renovación del parque actual de vehículos hacia opciones más sostenibles?

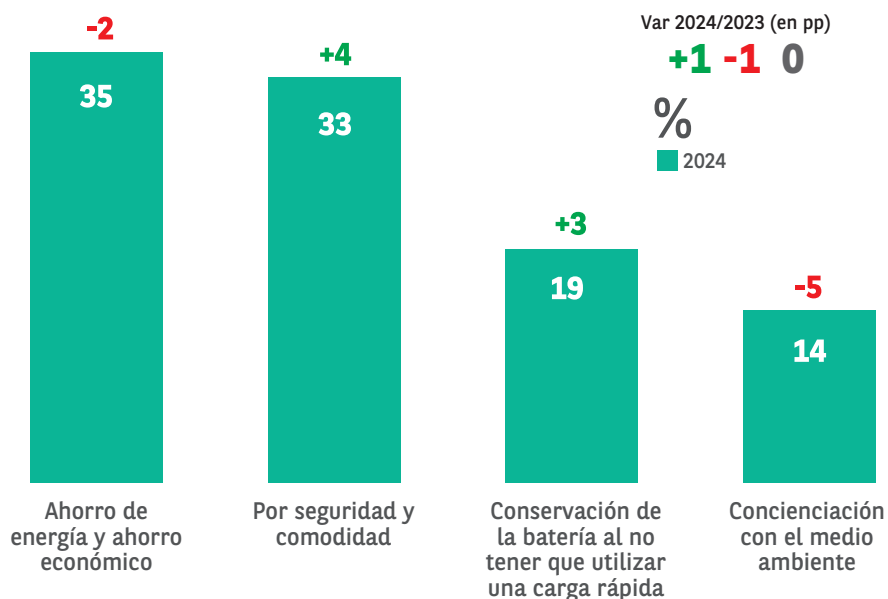
(% Respuesta única)



4 de cada **10** encuestados estaría interesado en comprar un coche eléctrico de segunda mano

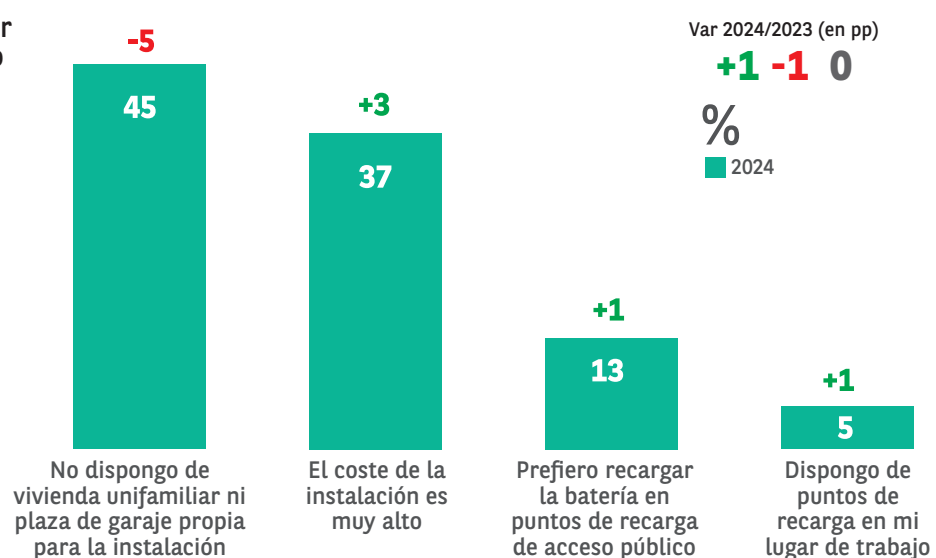
¿Cuál es la principal razón por la que instalarías un punto de recarga en tu hogar?

(% Respuesta única)



¿Cuál es la principal razón por la que no instalarías un punto de recarga en tu hogar?

(% Respuesta única)



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



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

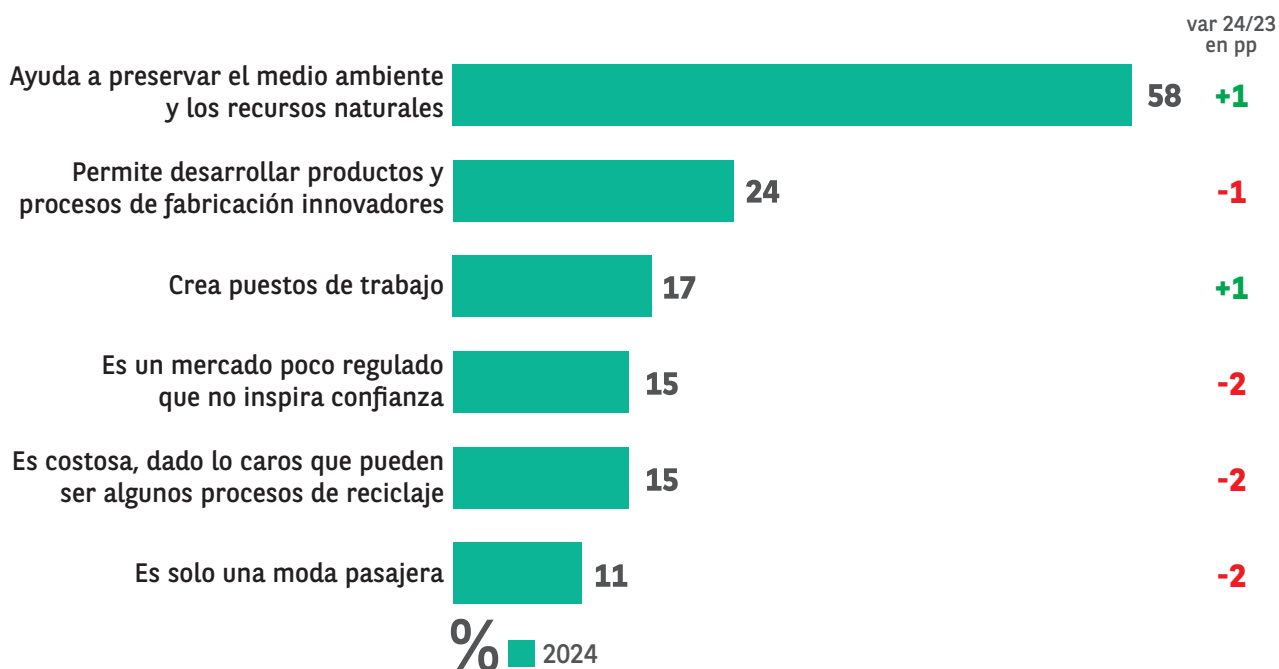
Observamos un aumento en el porcentaje de consumidores que afirma haber oído hablar de la Economía Circular.

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.

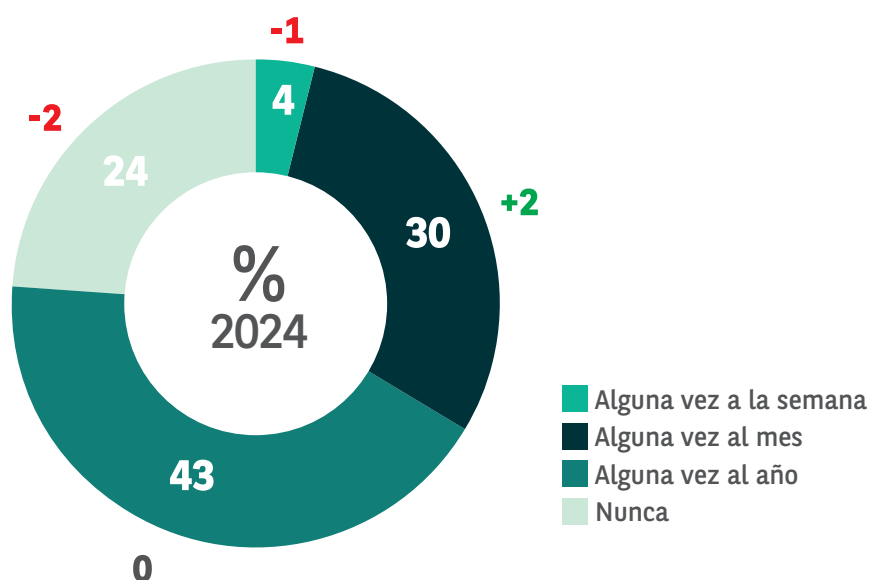
En el caso de la reutilización de productos, son los consumidores entre 25 y 34 años los que muestran un porcentaje superior a la media en realizar esta actividad más que hace tres años.



SEGUNDA MANO

COMPRAS DE SEGUNDA MANO

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



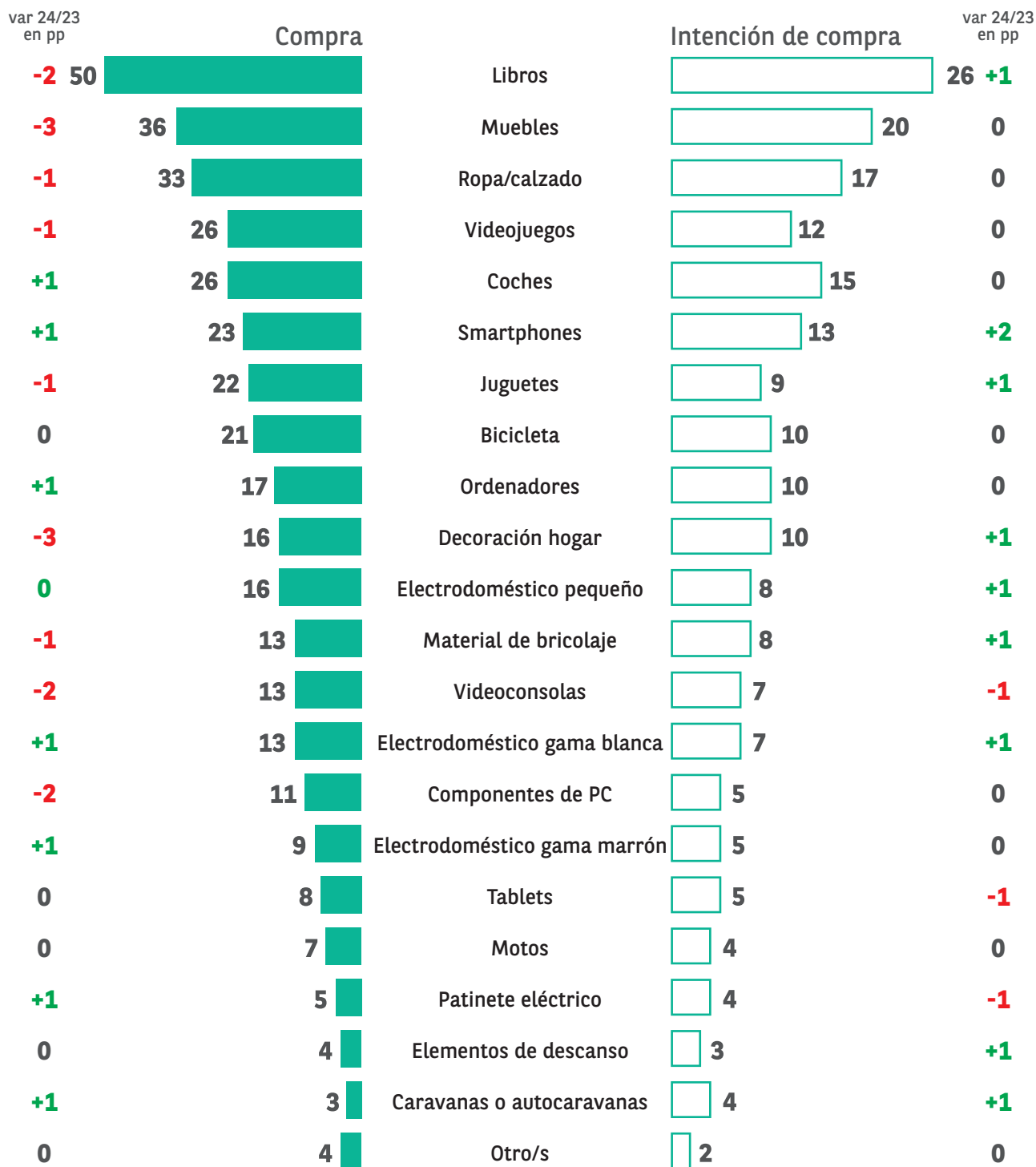
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2024

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

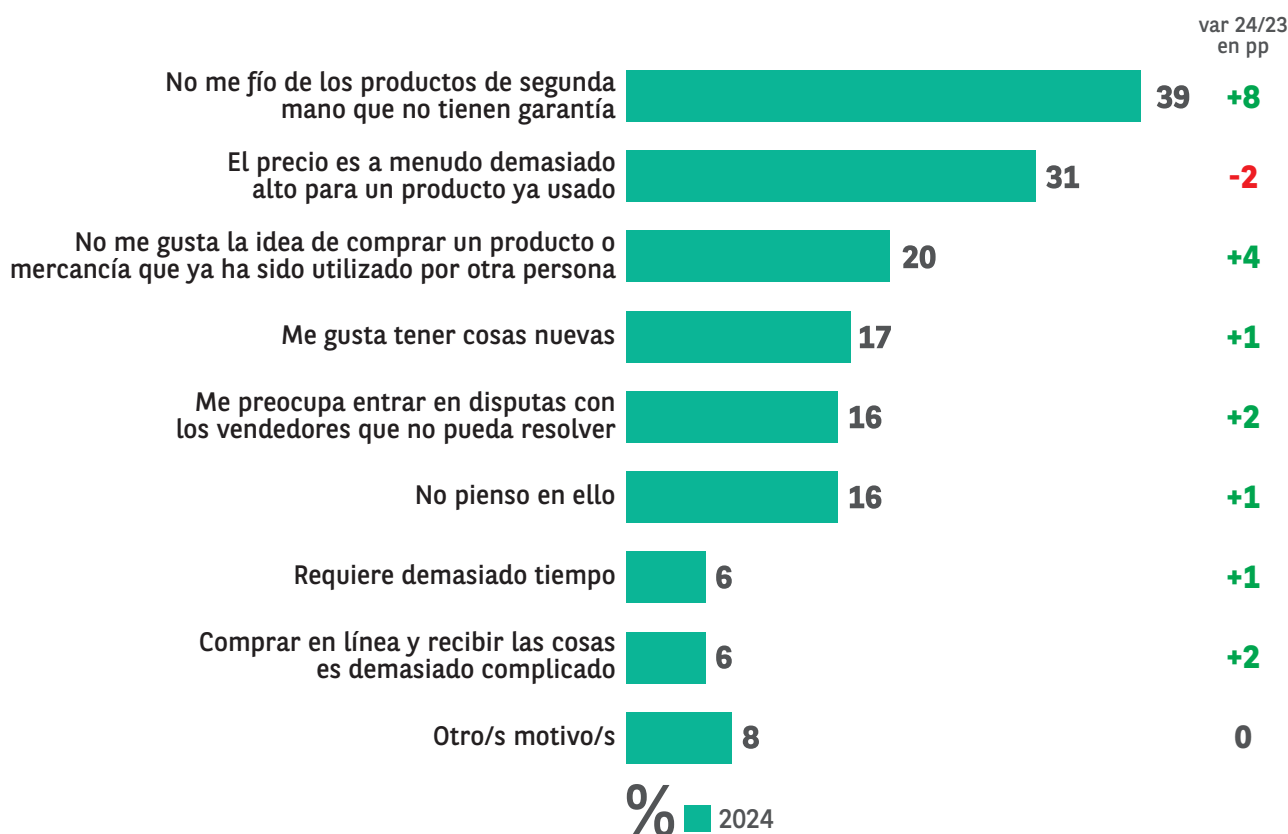
Los libros (50%), los muebles (36%) y la ropa/calzado (33%) son los tipos de productos más comprados en el mercado de segunda mano. Aunque hay que señalar que descienden respecto al año anterior. Lo más significativo por edades, es que los mayores de 45 años destacan por encima de la media en la compra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

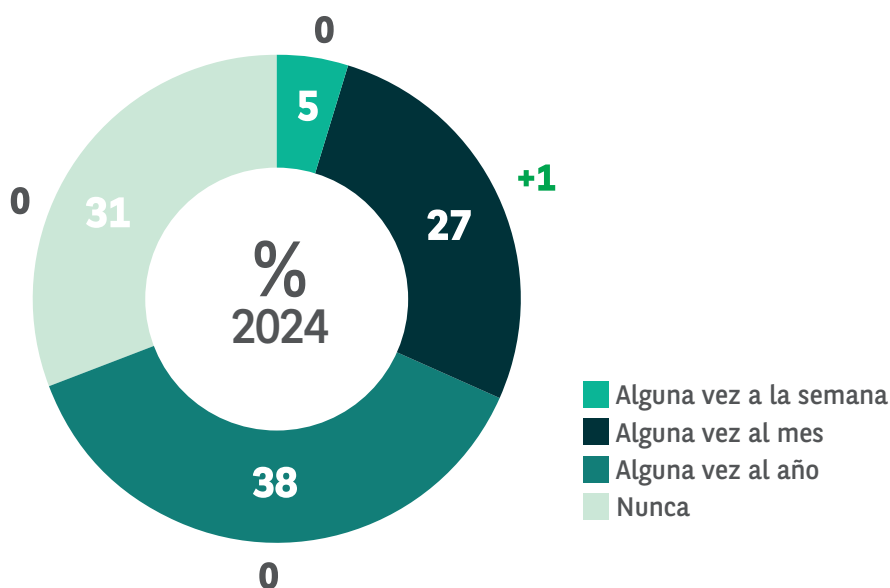
La principal razón para no comprar productos de segunda mano, es la falta de confianza en aquellos que no tienen garantía con un 39% de menciones y un fuerte crecimiento de 8 puntos porcentuales respecto a 2023, siendo los más desconfiados, los consumidores mayores de 45 años con un 42% de menciones.

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)



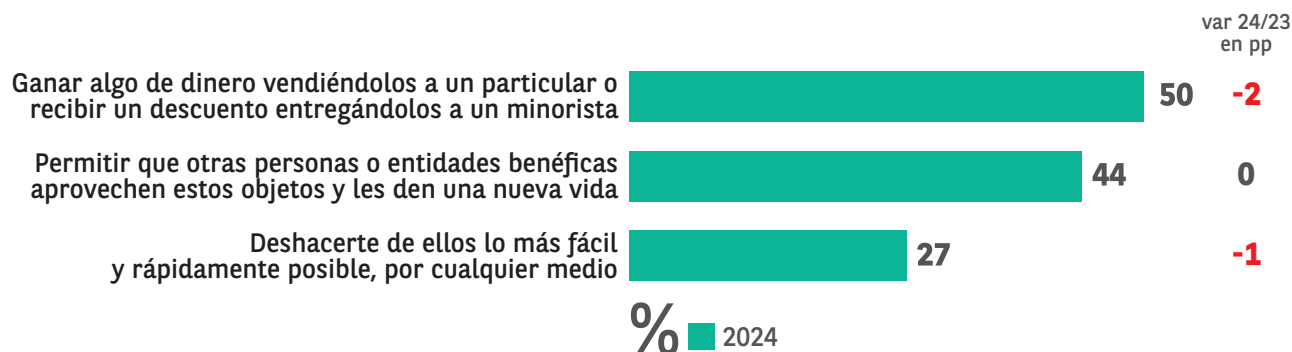
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2024

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)



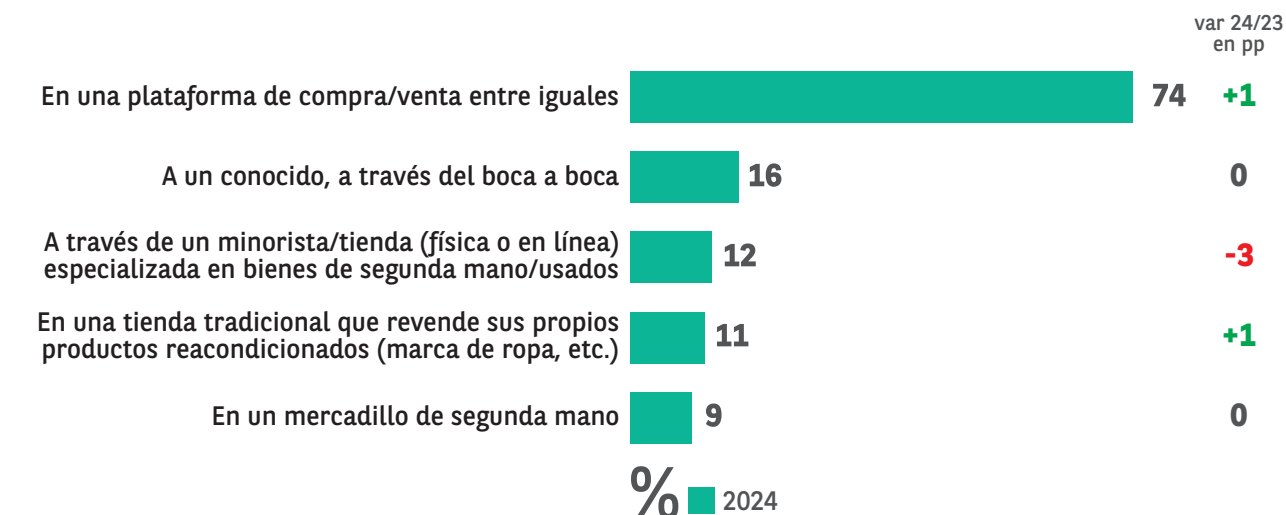
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2024

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)



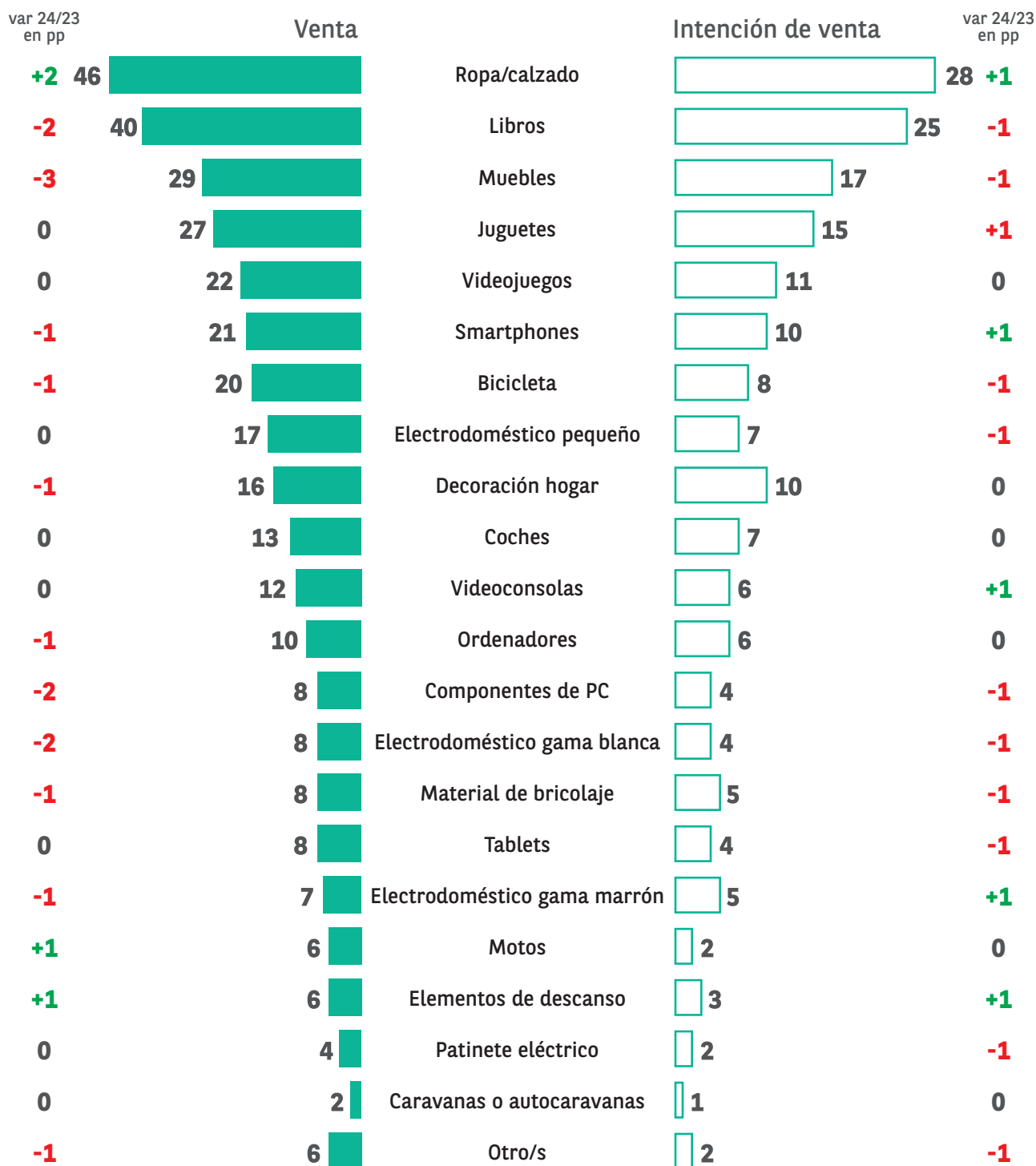
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2024

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

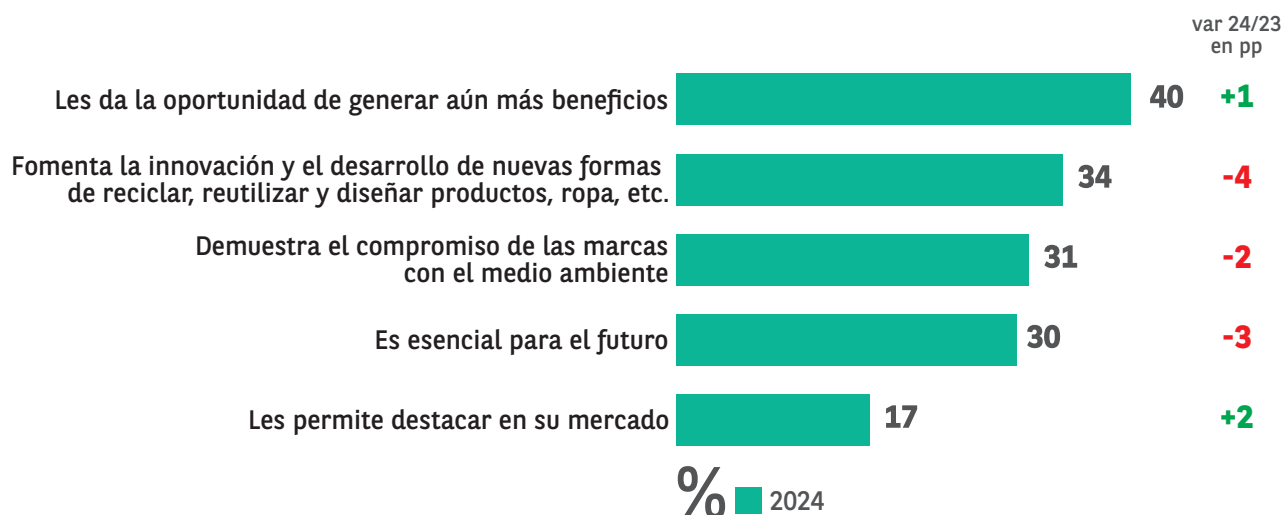
81% de los consumidores

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)



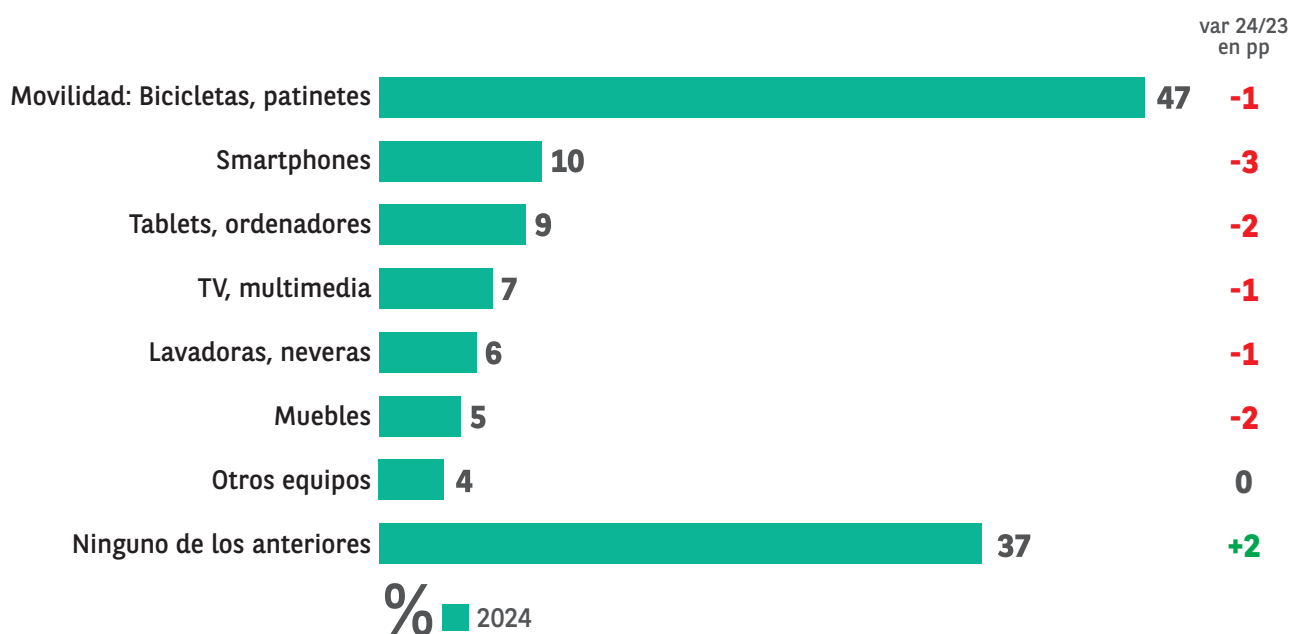
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2023
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2024

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.

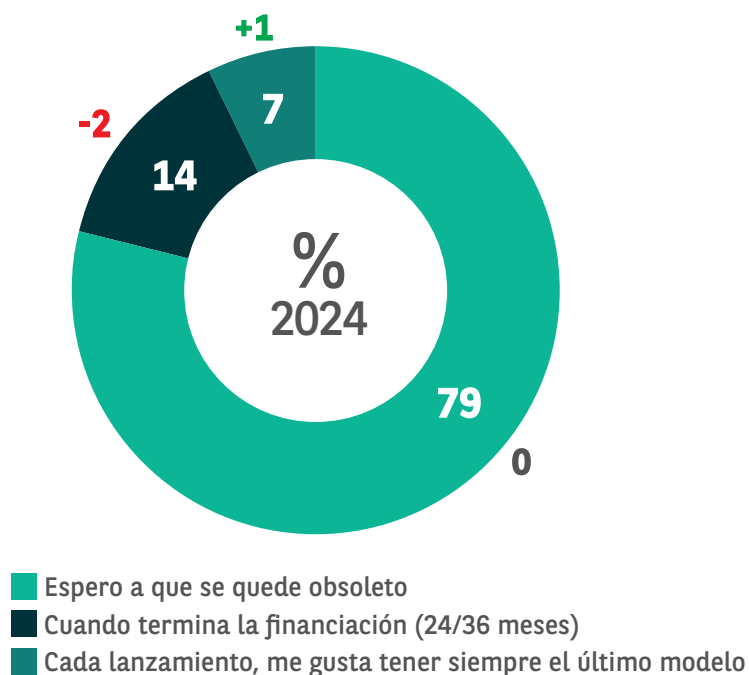
Aun así, las bicicletas y patinetes vuelven a ser, con mucha diferencia respecto al resto, los productos que los españoles preferirían alquilar mediante renting en lugar

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.

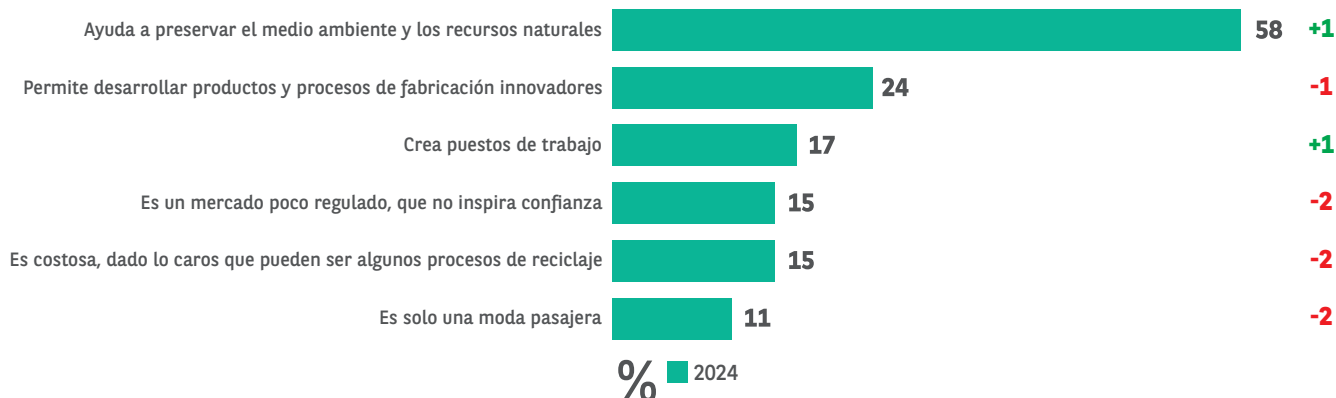
LOS PUNTOS CLAVE

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

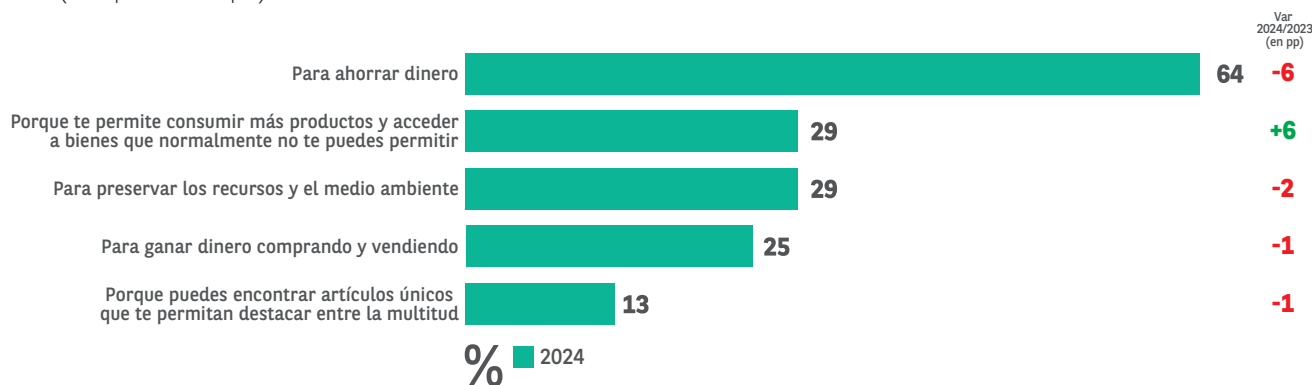
Alguna vez al mes
30⁰% ⁺²

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.

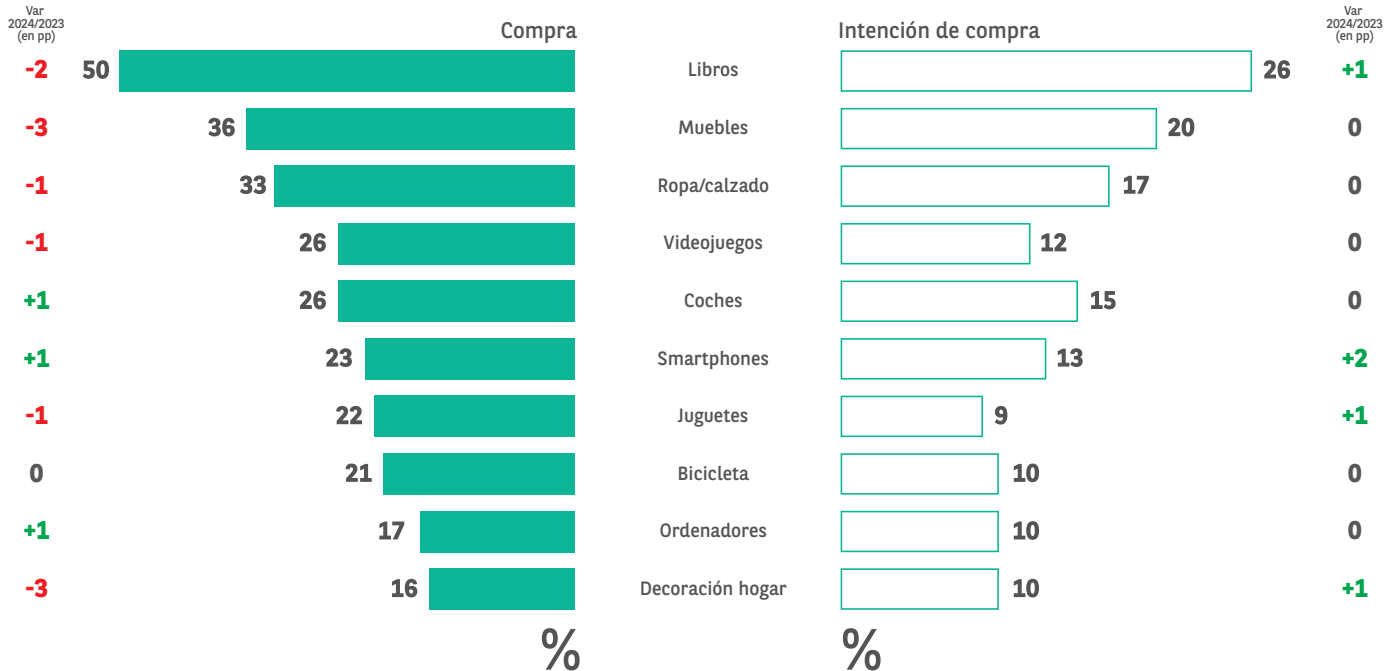
En general, crees que se compran productos de segunda mano...
(% respuesta múltiple)



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)

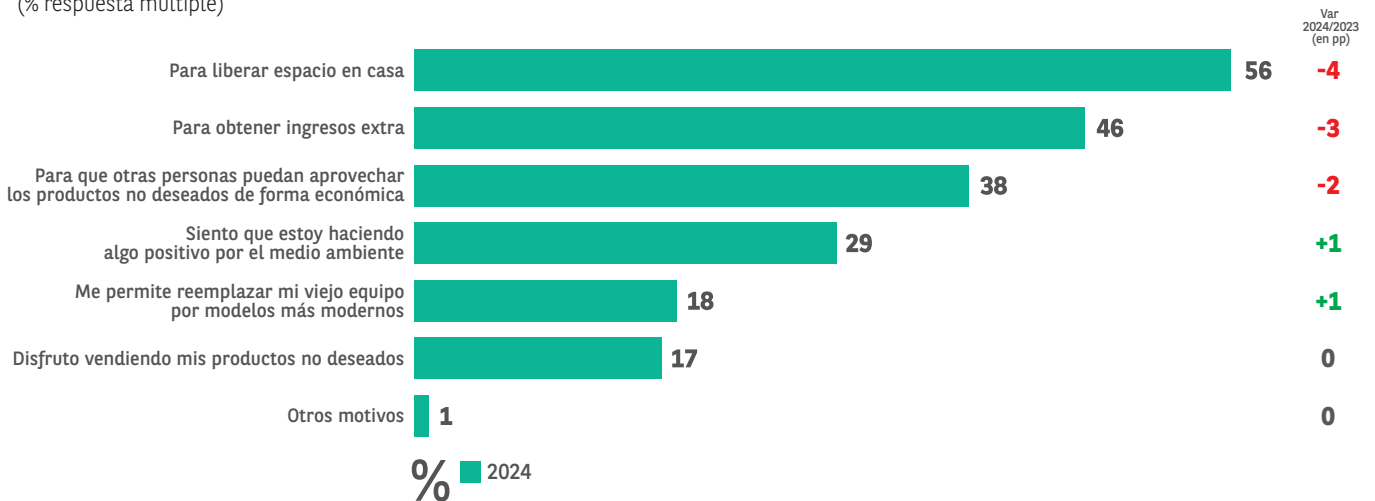
Alguna vez a la semana
5%

Alguna vez al mes
27%⁺¹

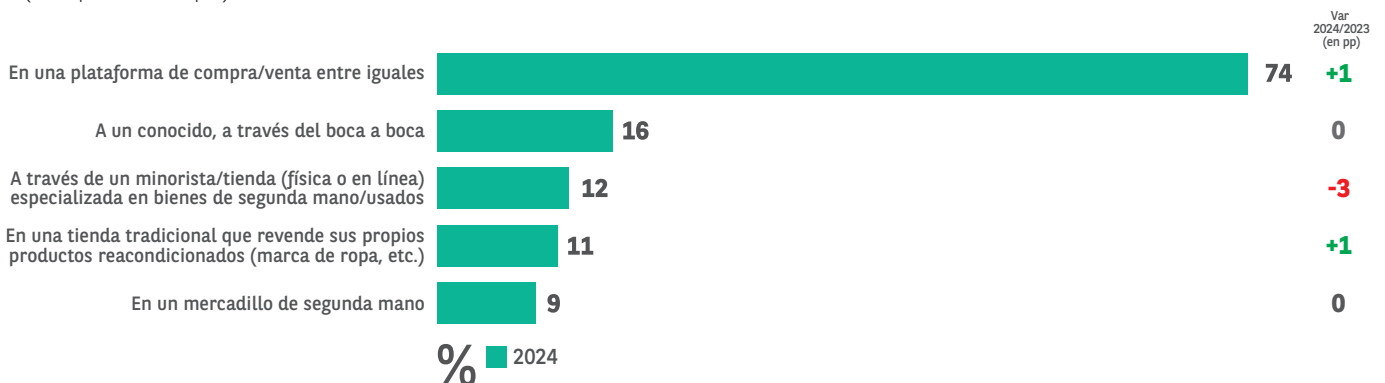
Alguna vez al año
38%

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

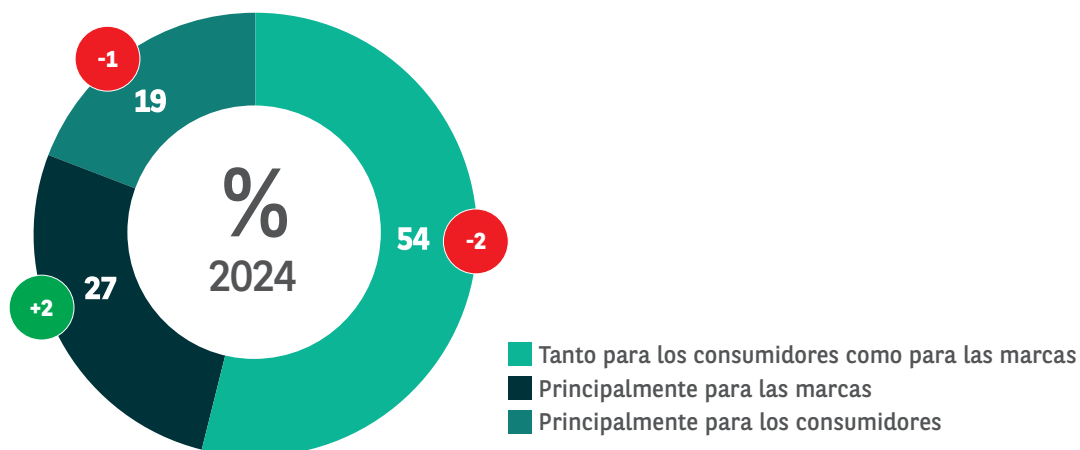
Los índices de reparabilidad y de durabilidad que aparecen en determinados productos son considerados importantes o muy importantes por

8 de cada **10** consumidores encuestados.

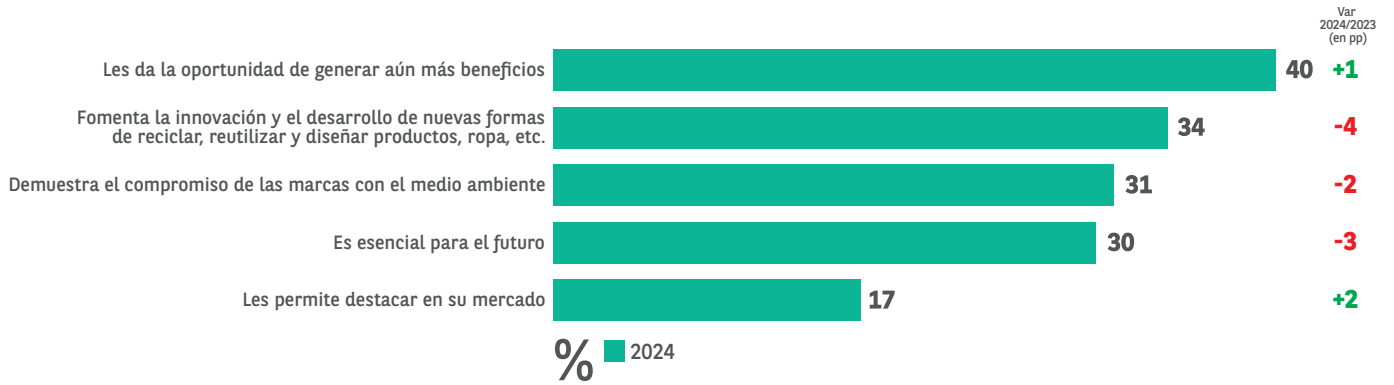
el **66%**

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

