

El consumo sostenible en España 2021



clickoala.com



empiricaonline.com



Índice

EL PROPÓSITO DE ESTE ESTUDIO 3

ACTITUDES DE LOS ESPAÑOLES HACIA UN CONSUMO MÁS CONSCIENTE 4

LOS PRODUCTOS CERTIFICADOS 5

CÓMO MEJORAR LA EXPERIENCIA DE LOS ESPAÑOLES CON LOS SELLOS 9

LA OPINIÓN DE LOS EXPERTOS EN SOSTENIBILIDAD 17

LOS ESPAÑOLES AVANZAN HACIA UN CONSUMO MÁS CONSCIENTE 21

ANEXO: METODOLOGÍA 22

ANEXO: AGRADECIMIENTOS 23



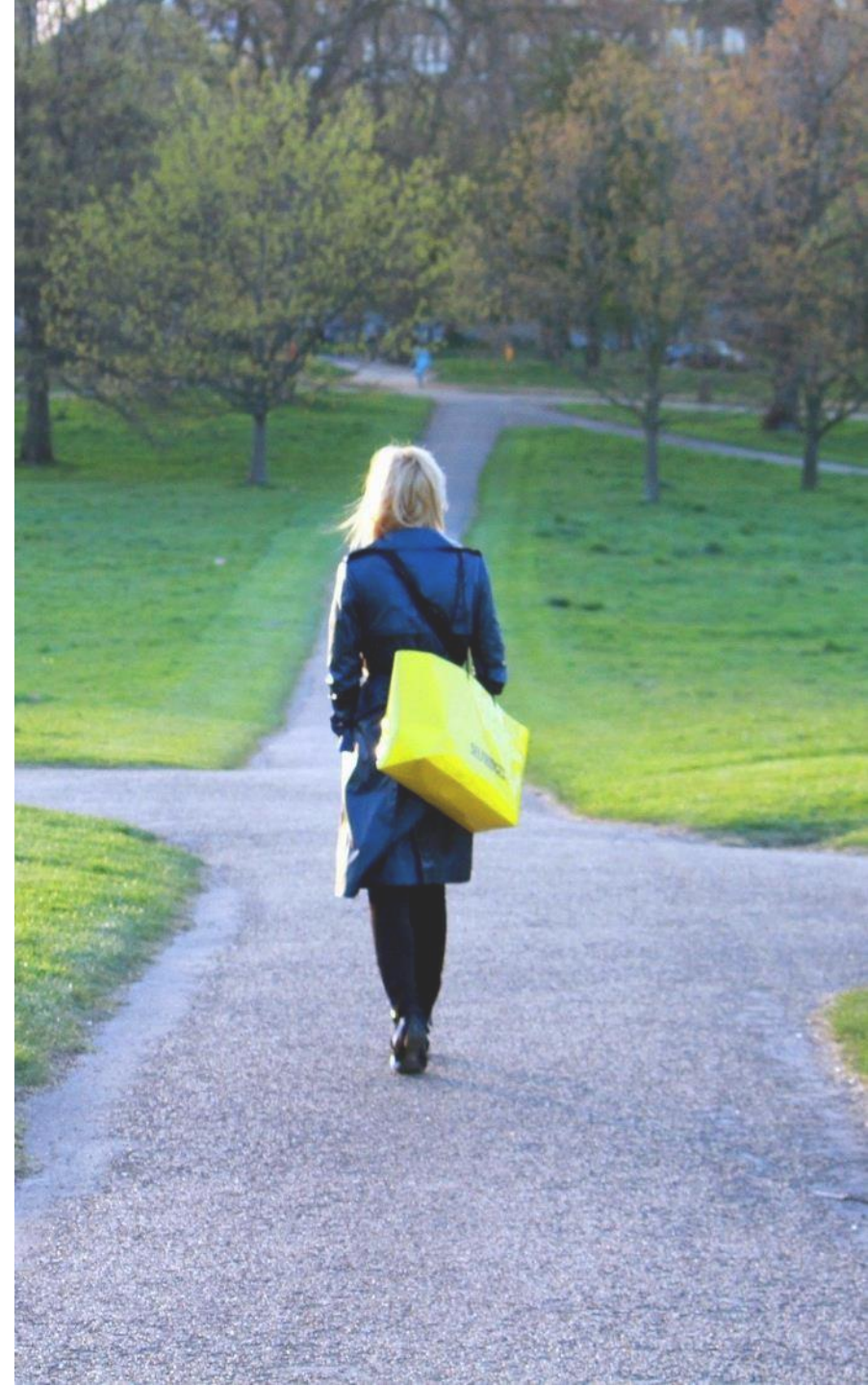


EL PROPÓSITO DE ESTE ESTUDIO

La información que veremos a continuación forma parte del estudio “El consumo sostenible y los productos certificados 2021” en el que analizamos la importancia que tiene el consumo sostenible para los ciudadanos españoles y cuáles son sus prioridades en lo ecológico y en lo social. **Los resultados de esta parte del estudio se basan en una encuesta que hemos realizado a una muestra representativa de 2.000 personas residentes en España y los comparamos con los resultados de la ola anterior, que se realizó antes del COVID-19.**

Por otra parte, hemos preguntado a **162 catedráticos, profesores e investigadores, relacionados con el mundo de la sostenibilidad, de 42 universidades españolas** sobre la capacidad que tienen los productos certificados y de proximidad para ayudar a los consumidores a saber si algo es más o menos respetuoso con el medioambiente y/o con las personas.

La finalidad que tiene nuestro trabajo es ayudar a implementar mejoras que faciliten una forma de comprar más consciente, informada y basada en criterios científicos.

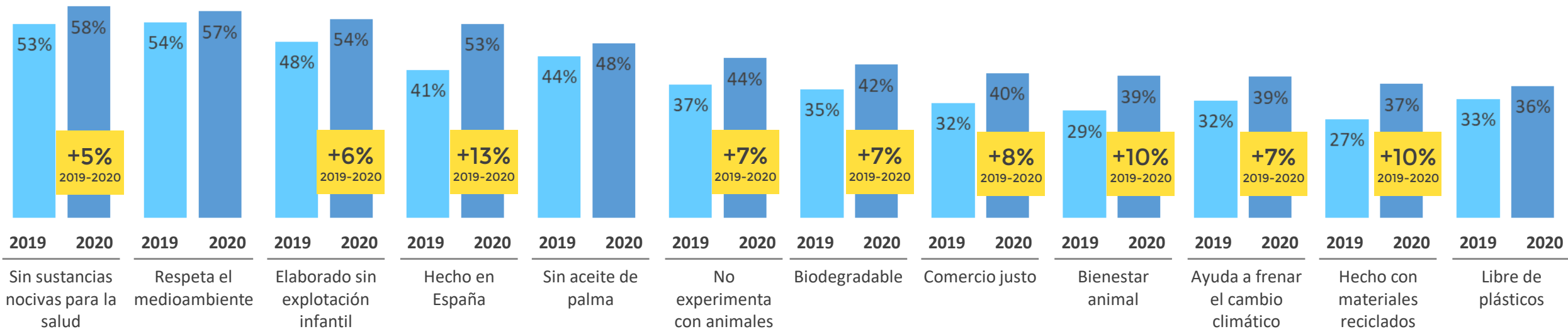




ACTITUDES DE LOS ESPAÑOLES HACIA UN CONSUMO MÁS CONSCIENTE

Para los españoles, en el último año, ha ganado mucho peso la importancia del consumo consciente. **Quieren saber cómo se fabrica, transporta o vende un producto o un servicio antes de comprarlo.** Y observamos que hay características que han ganado mucho peso.

La pandemia ha provocado que **la mayoría de los españoles** quieran saber si lo que compran **se ha fabricado en España** (en 2019 representaban un 41%, ahora un 54%), también quieren asegurarse de que ese producto **no tiene sustancias nocivas para la salud, si respeta el medioambiente o si se ha elaborado sin explotación infantil.**





LOS PRODUCTOS CERTIFICADOS

Una forma de garantizar que un producto o servicio es realmente sostenible es que ese producto tenga algún sello o certificado que avale que respeta el medioambiente o que tiene un impacto positivo sobre el medioambiente.

En este apartado profundizamos en la utilidad que tienen este tipo de sellos para los españoles.

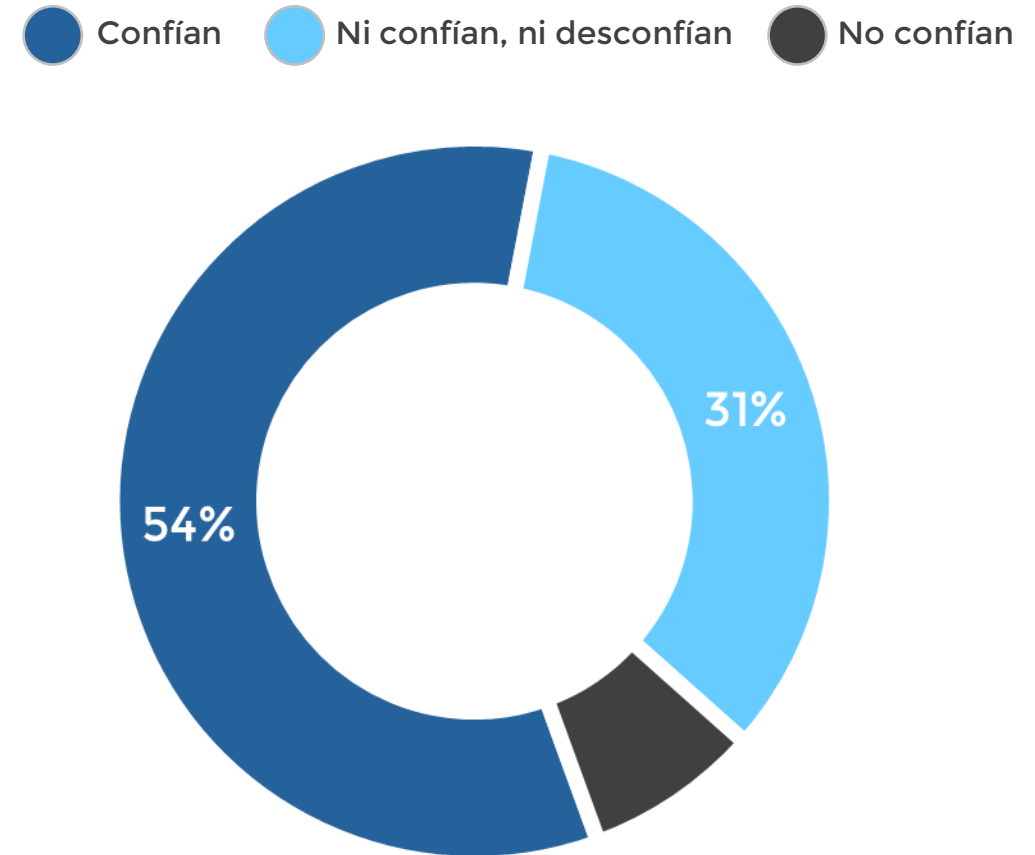


Confianza en los certificados

En general los sellos o certificados transmiten confianza a la mayoría de los españoles.

A un 54% de la población les genera mucha o bastante confianza la información que aportan estas etiquetas sobre cómo se han fabricado un producto, su impacto en el medioambiente o cómo tratan a sus trabajadores las empresas que los han elaborado.

En el último año este dato se mantiene estable y no ha cambiado significativamente. **La confianza de los españoles en los sellos, en general, no se ha visto afectada por la COVID-19.**



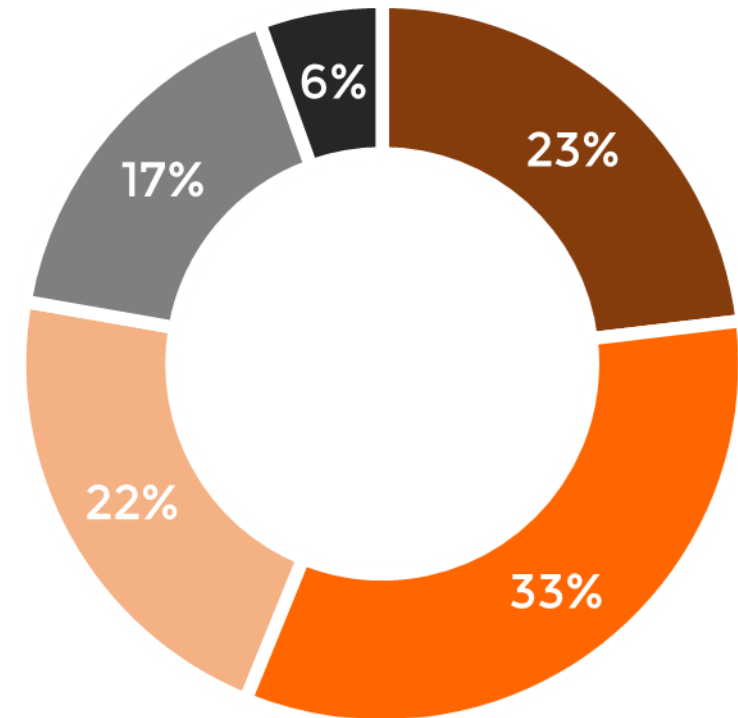
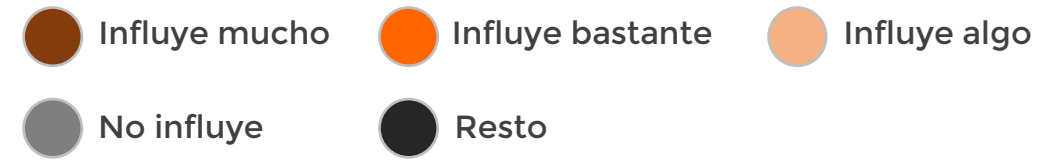


Influencia de los sellos

La mayoría de los españoles afirman que **la presencia de un sello que certifica que una marca respeta el medio ambiente o trata mejor a sus trabajadores les anima a comprarlo.**

El 78% de la población afirma que este tipo de certificados les influye positivamente en sus compras.

Igual que hemos visto en el apartado de confianza, la influencia de este tipo de certificados se ha mantenido estable en el último año y no se ha visto afectada por la COVID-19.





CONOCIMIENTO Y COMPRA DE SELLOS

Hemos preguntado a la población española por 45 sellos para que nos digan si los conocen, si han comprado algún producto con este sello en los últimos 3 meses y cómo influyen en sus compras.

En el siguiente gráfico vemos los 21 más conocidos.

Aunque la mayoría de estos sellos podrían ayudarles a saber si un producto es más sostenible, la mayoría de ellos son bastante desconocidos por la población española:

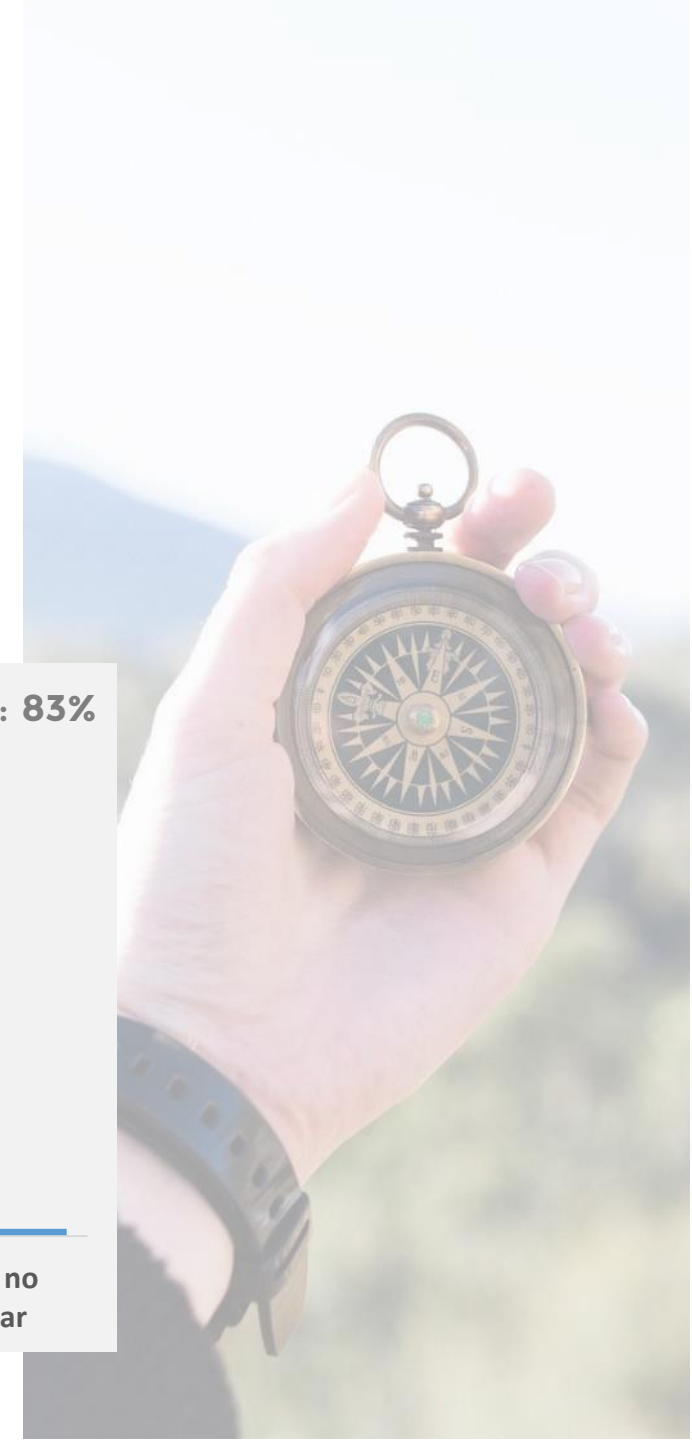
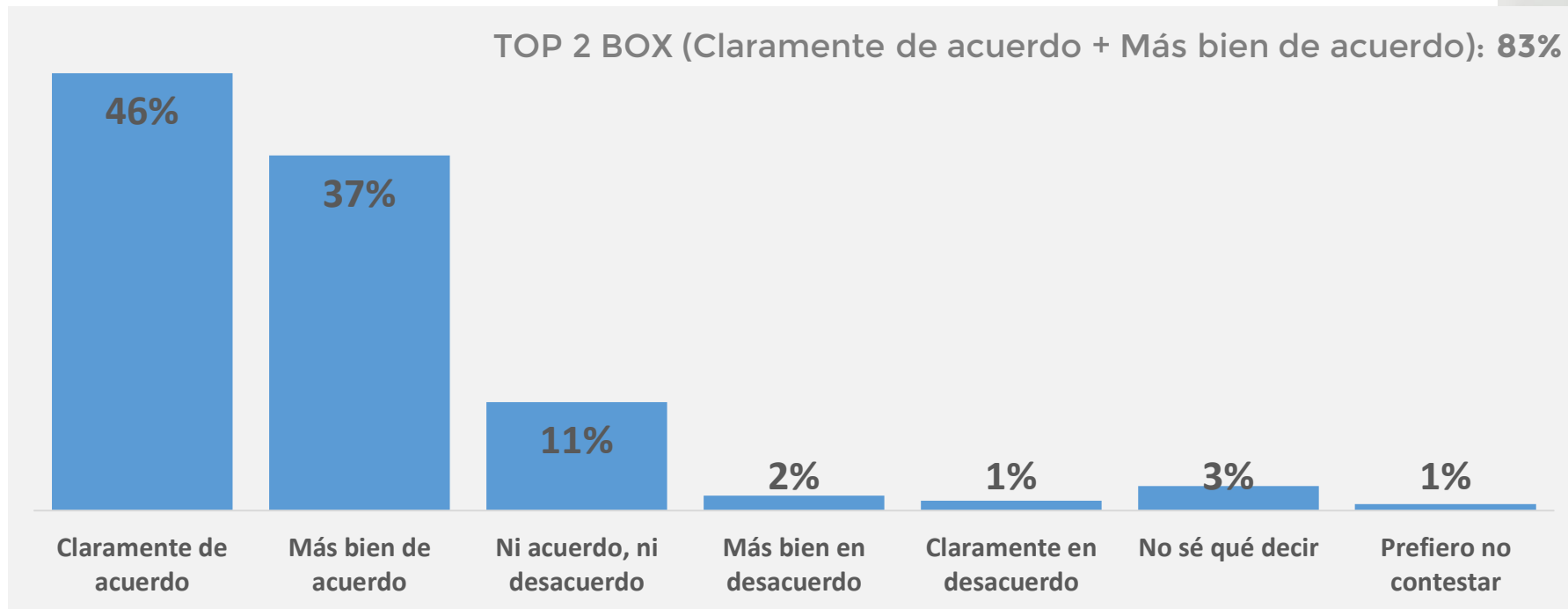
- Solo 3 de ellos son conocidos por más del 50% de la población.
- 11 de ellos son conocidos para entre el 20% y el 49%.
- Los 32 restantes son conocidos para menos del 20% de los españoles.





CÓMO MEJORAR LA EXPERIENCIA DE LOS ESPAÑOLES CON LOS SELLOS

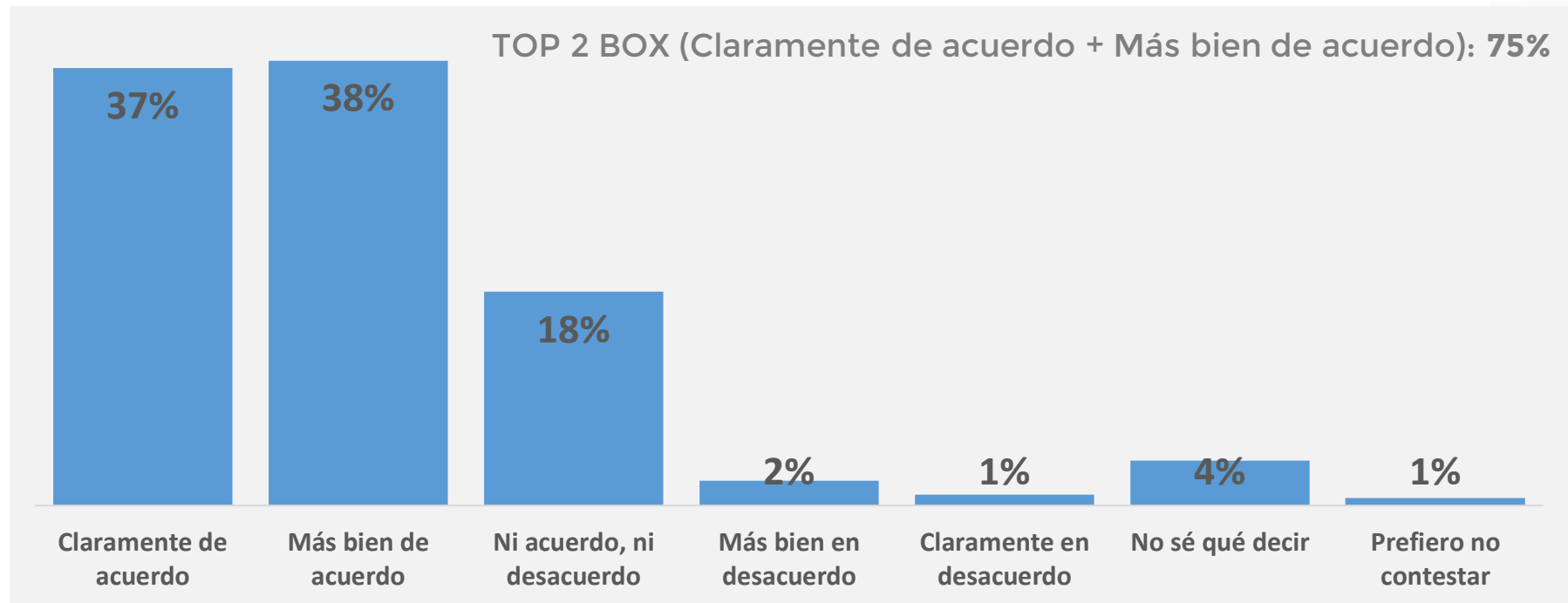
“Sería de gran utilidad encontrar **al lado del sello una breve explicación** de lo que significa explicada de forma muy clara”





CÓMO MEJORAR LA EXPERIENCIA DE LOS ESPAÑOLES CON LOS SELLOS

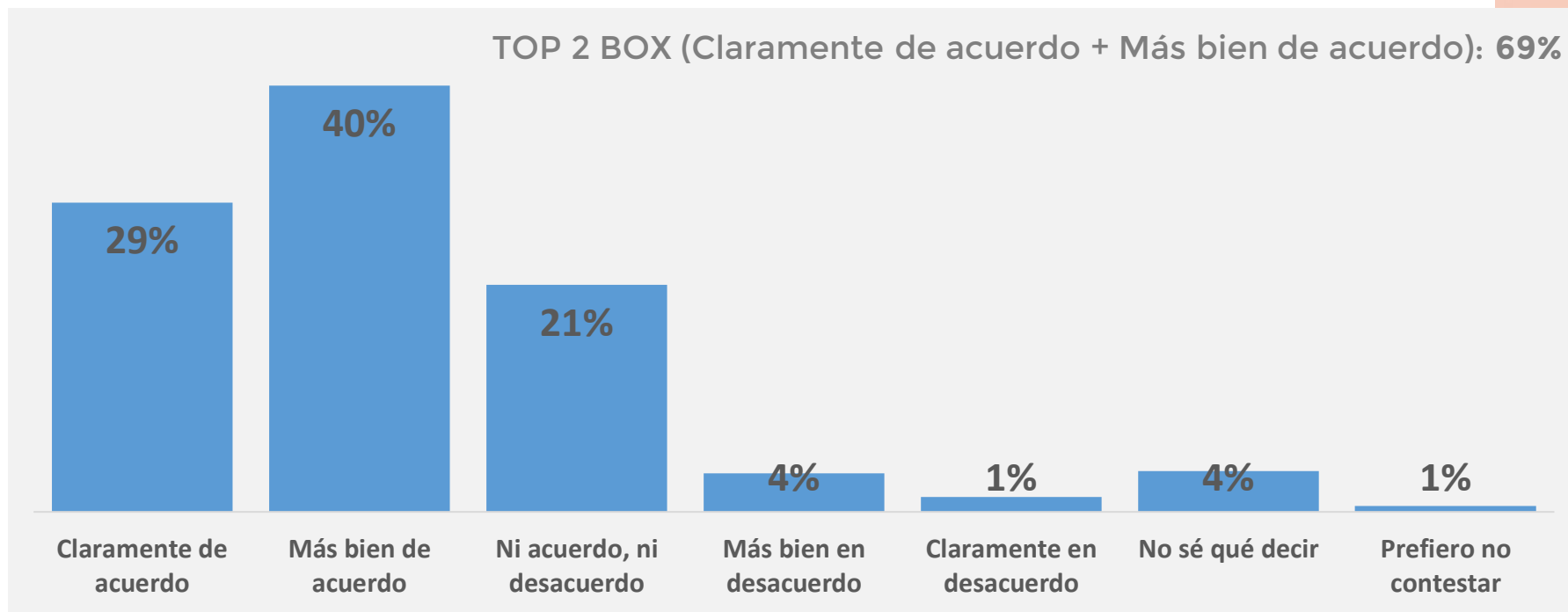
“Sería de gran ayuda que un grupo de acreditados expertos en sostenibilidad analizaran los diferentes sellos y diferenciara los buenos de los menos buenos”





CÓMO MEJORAR LA EXPERIENCIA DE LOS ESPAÑOLES CON LOS SELLOS

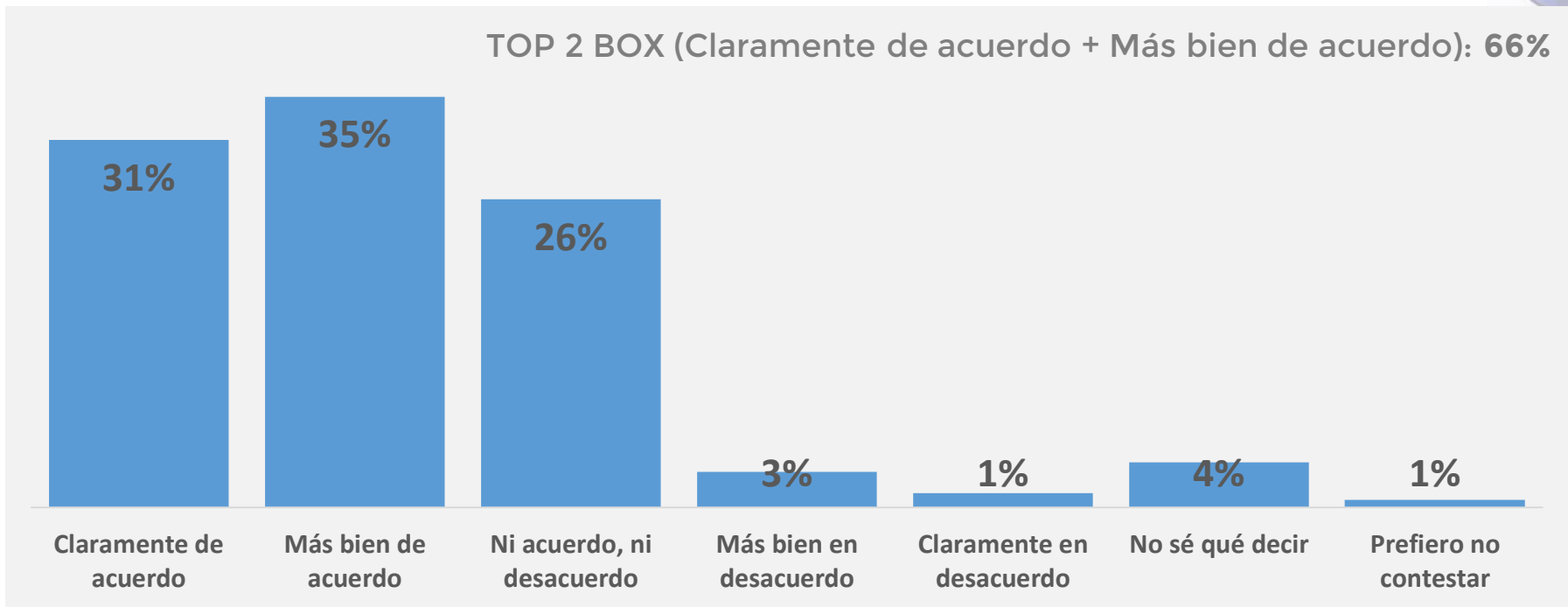
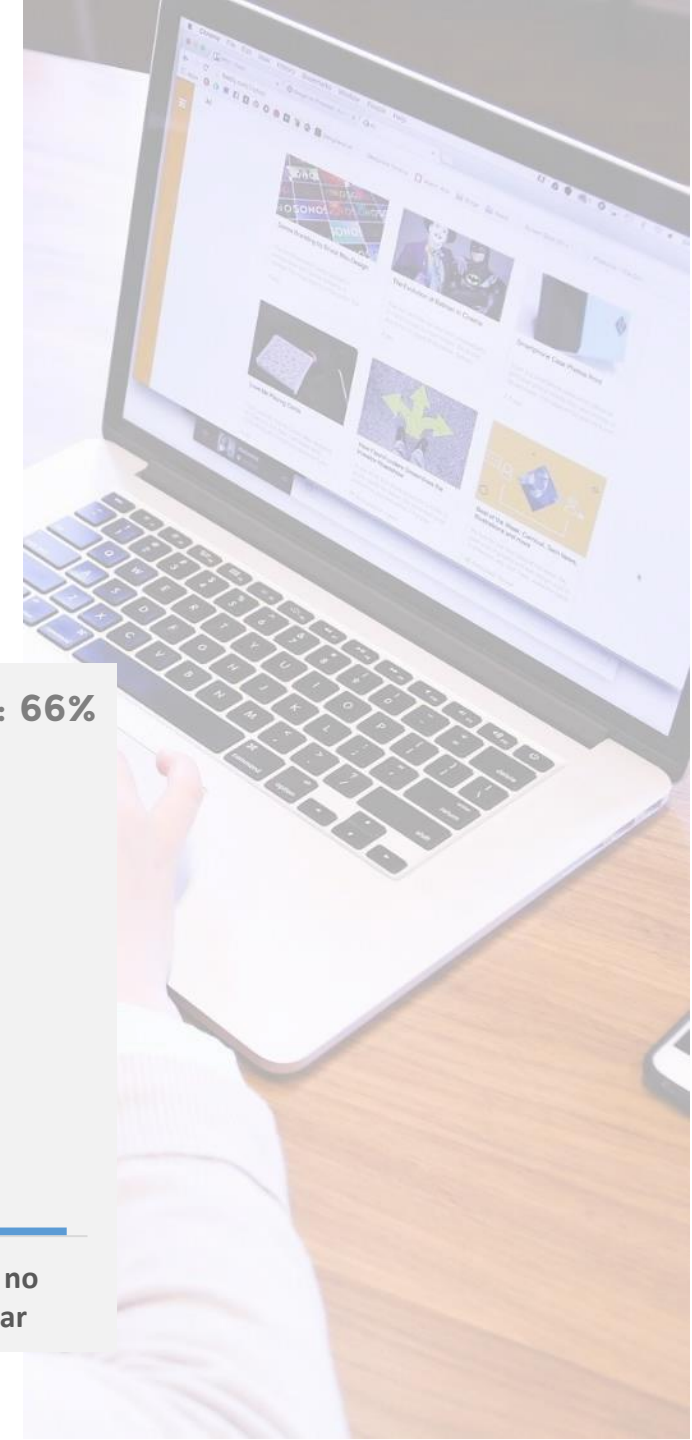
“Me ayudaría en mis compras que todos los sellos tuvieran una valoración de 0 a 10 al lado que ayudara a entender el impacto positivo que tiene en el medio ambiente y en la sociedad”





CÓMO MEJORAR LA EXPERIENCIA DE LOS ESPAÑOLES CON LOS SELLOS

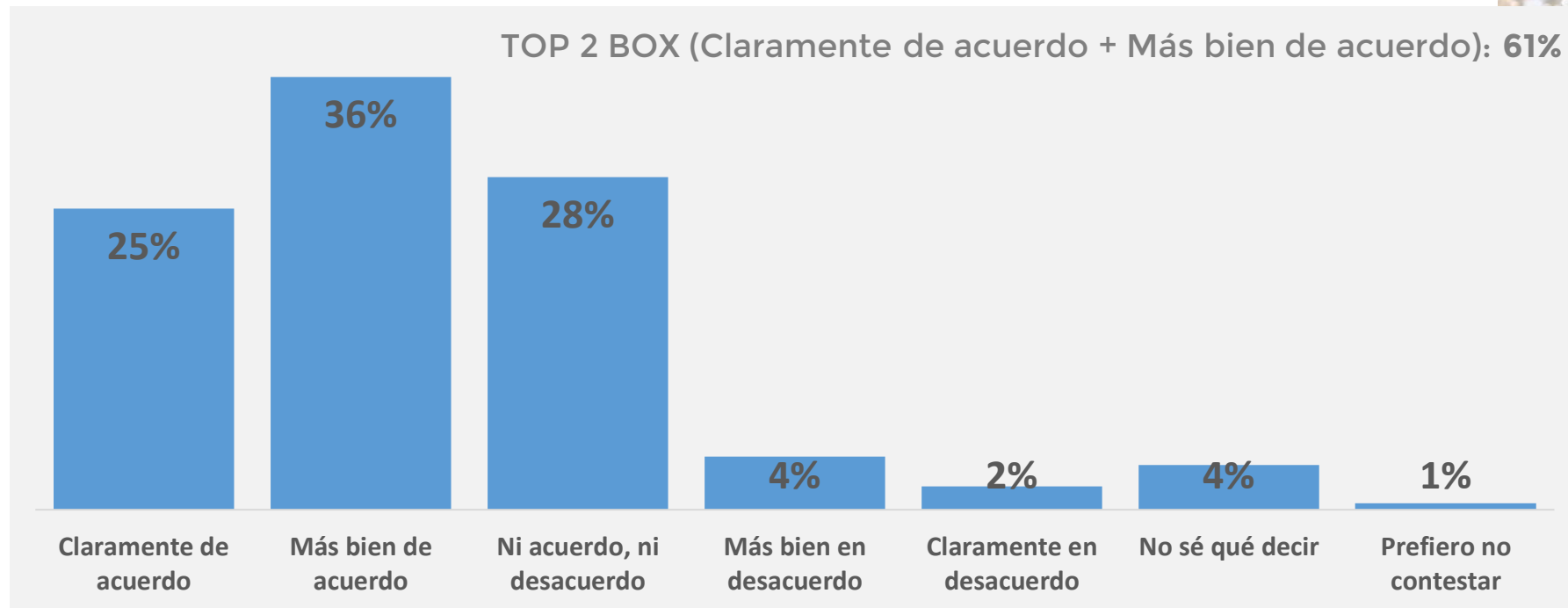
“Me ayudaría personalmente que hubiera una **página web** en la que pudieras encontrar **todo tipo de productos certificados con sellos de confianza**”





CÓMO MEJORAR LA EXPERIENCIA DE LOS ESPAÑOLES CON LOS SELLOS

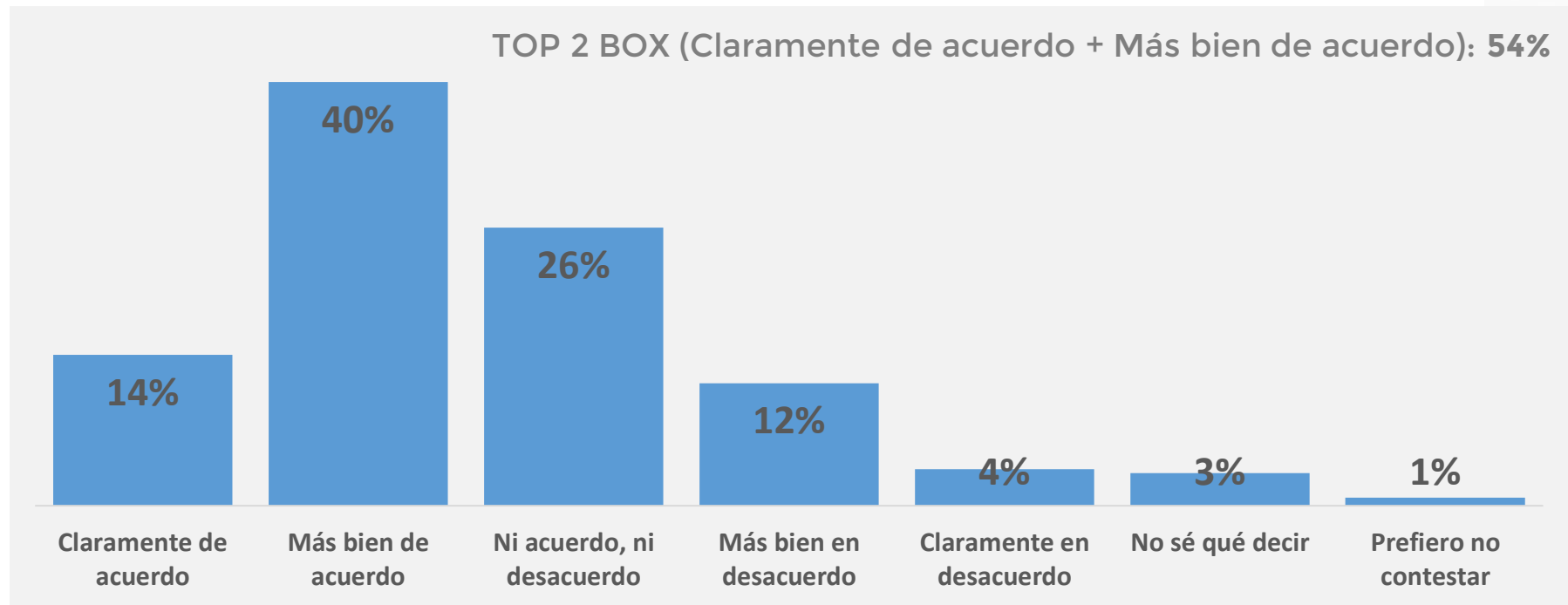
“Me ayudaría mucho que en todos los supermercados y tiendas hubiera un lugar visible en el que encontraras solo productos con sellos de este tipo”





CÓMO MEJORAR LA EXPERIENCIA DE LOS ESPAÑOLES CON LOS SELLOS

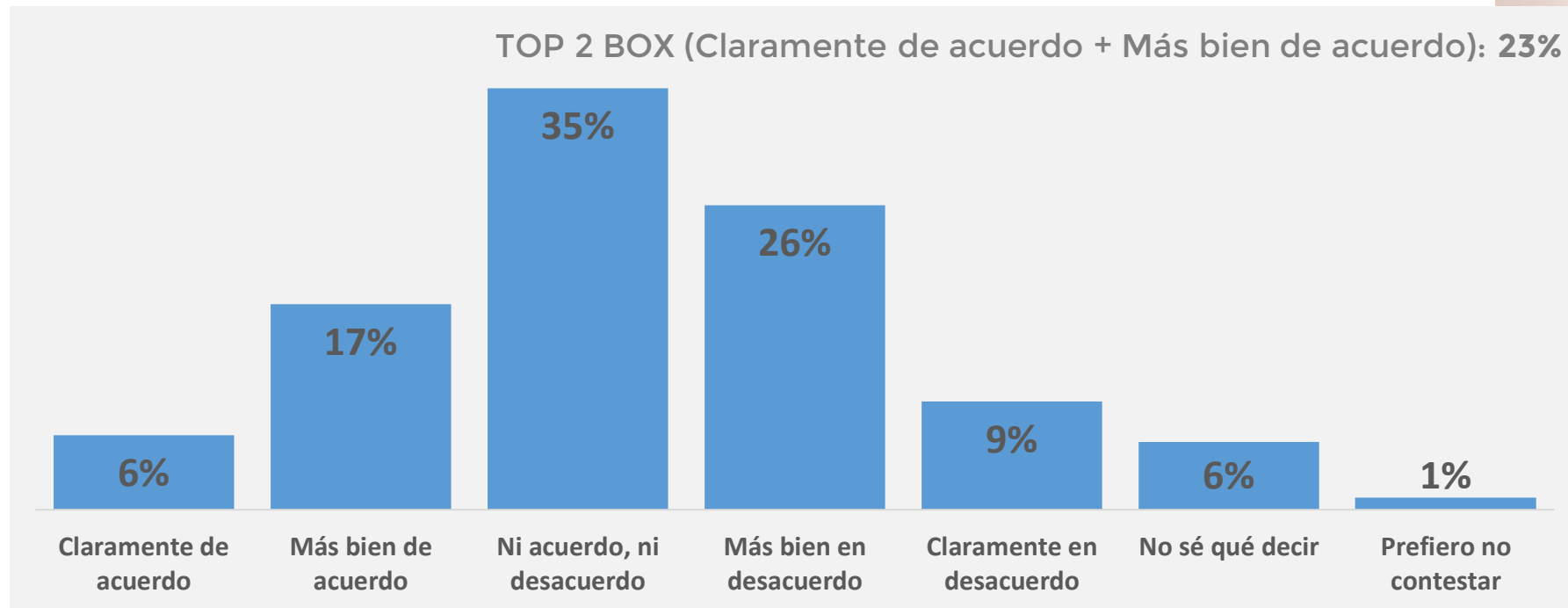
“Creo que los sellos son algo bueno, pero desconozco su significado”





CÓMO MEJORAR LA EXPERIENCIA DE LOS ESPAÑOLES CON LOS SELLOS

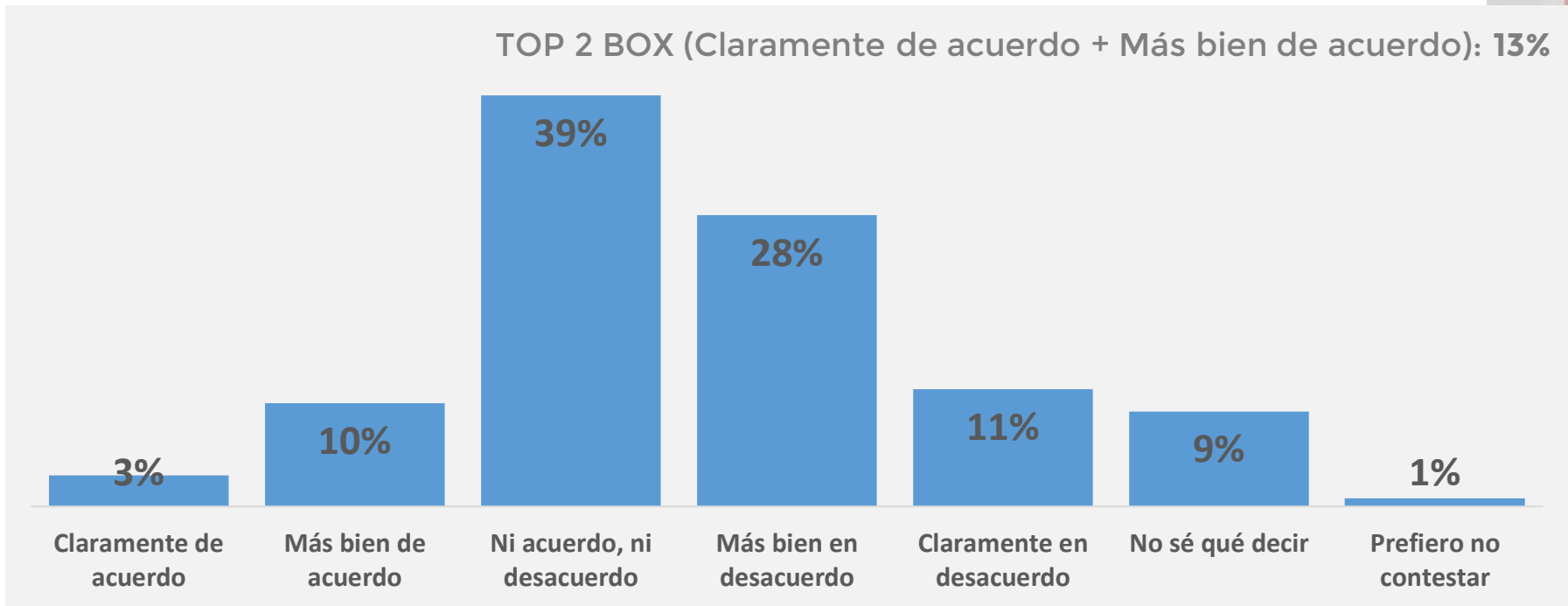
“Los sellos solo son un negocio para que tengamos que pagar más”

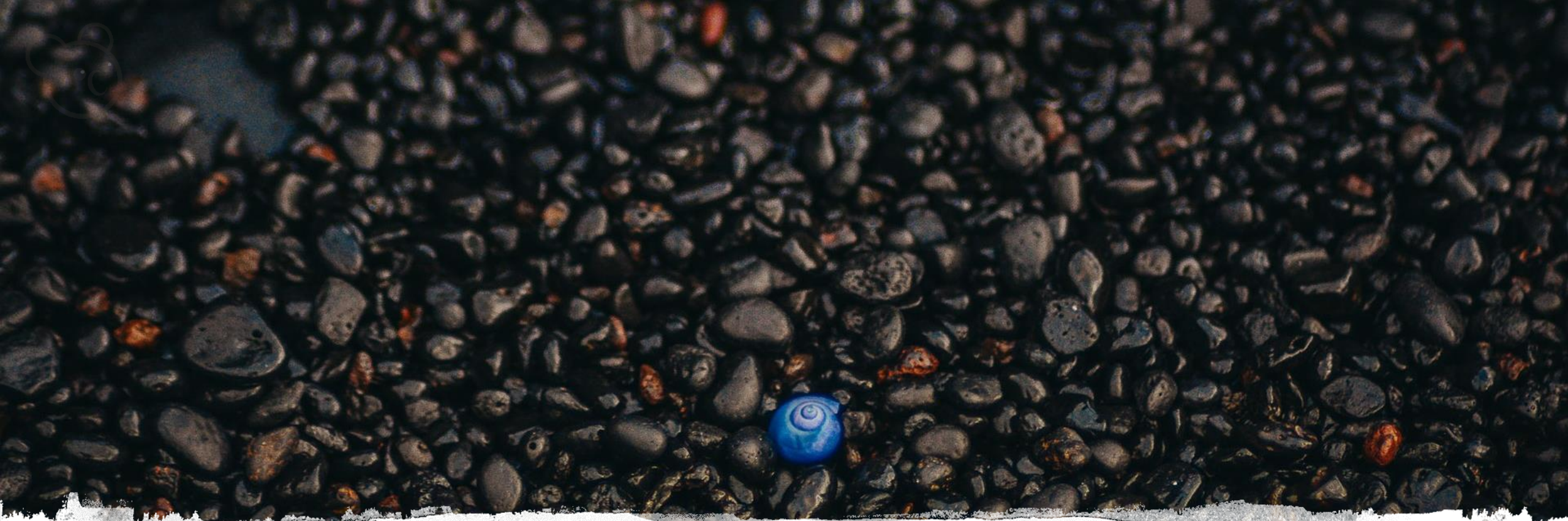




CÓMO MEJORAR LA EXPERIENCIA DE LOS ESPAÑOLES CON LOS SELLOS

“No cambiaría nada de los sellos que tenemos actualmente, creo que están bien como están”





LA OPINIÓN DE LOS EXPERTOS EN SOSTENIBILIDAD

En ClicKoala hemos preguntado a 162 catedráticos, profesores e investigadores relacionados con el mundo de la sostenibilidad para que analizaran los mismos sellos de la encuesta que hemos hecho a público general. Ellos nos han ayudado a diferenciar los sellos buenos de los menos buenos, una información que 3 de cada 4 españoles considera que podría ser de gran ayuda.

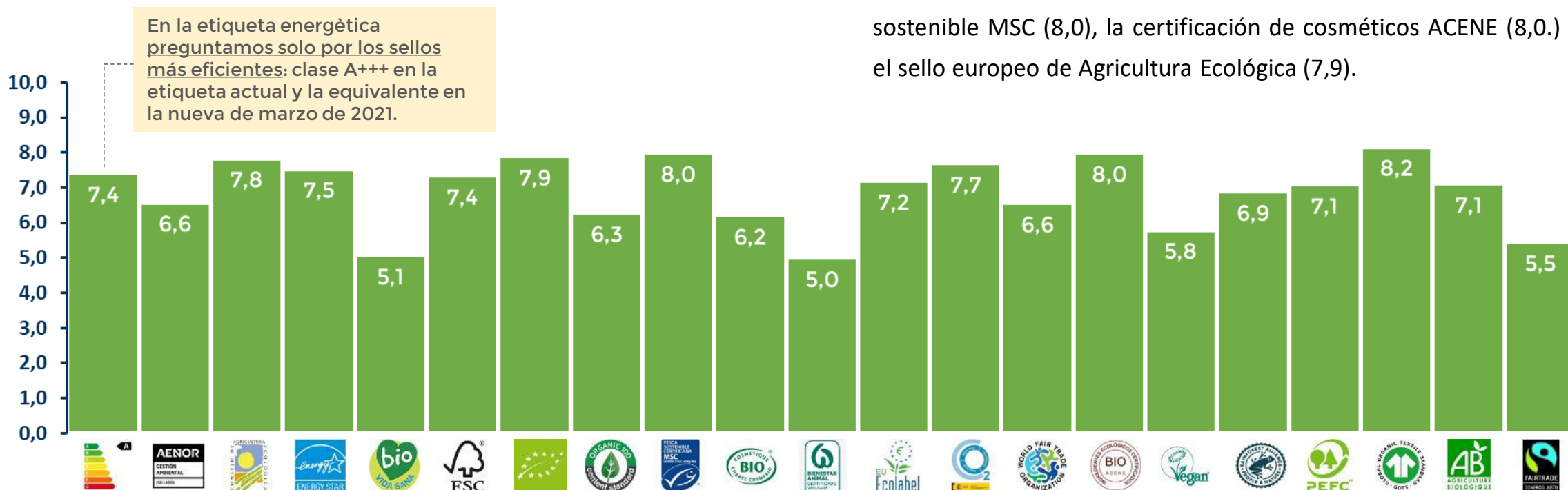


¿QUÉ OPINAN LOS EXPERTOS DE LOS SELLOS MÁS CONOCIDOS?

IMPACTO MEDIOAMBIENTAL

Los expertos han evaluado los diferentes sellos comparando el impacto medio de productos o servicios con esos certificados con otros sin certificar y siendo 10 que reduce muchísimo el impacto negativo sobre el medioambiente y 0 que no lo reduce.

Entre los sellos más conocidos por los españoles, **encontramos certificados con un alto impacto positivo en el medioambiente**, como la ecoetiqueta del sector textil GOTS (8,2), el sello de pesca sostenible MSC (8,0), la certificación de cosméticos ACENE (8,0) o el sello europeo de Agricultura Ecológica (7,9).



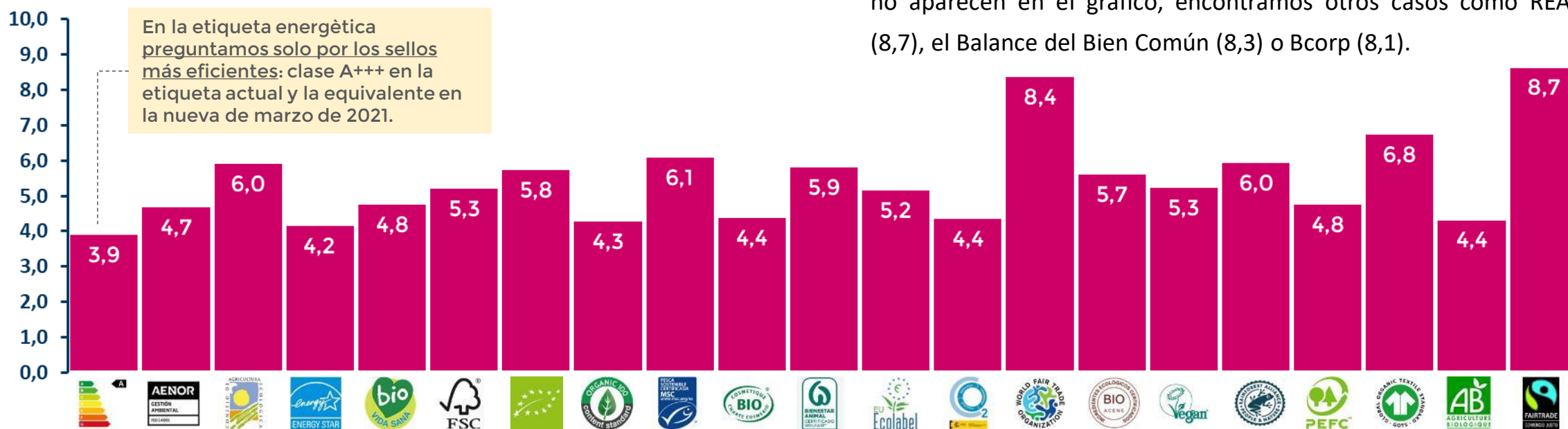


¿QUÉ OPINAN LOS EXPERTOS DE LOS SELLOS MÁS CONOCIDOS?

IMPACTO SOCIAL

También les hemos preguntado si estos sellos contribuyen a tener una sociedad más justa y contribuyen a reducir las desigualdades económicas, mejoran el trato a los trabajadores, apoyan a los colectivos más desfavorecidos...

Entre los sellos más conocidos por los españoles, **encontramos dos sellos de comercio justo con un alto impacto social: Fairtrade (con una valoración de 8,7 sobre 10) y la Organización Mundial del Comercio Justo WFTO (8,4)**. Entre los sellos menos conocidos, que no aparecen en el gráfico, encontramos otros casos como REAS (8,7), el Balance del Bien Común (8,3) o Bcorp (8,1).





LA IMPORTANCIA DE LA PROXIMIDAD PARA LOS EXPERTOS

Hemos preguntado a los expertos en sostenibilidad sobre el valor de la proximidad en nuestras compras.

La conclusión es clara: **la proximidad y la certificación eco-social de un sello de confianza pueden tener un gran impacto positivo en el medioambiente y la sociedad.**

Los productos que cumplan las dos condiciones (certificación de confianza + proximidad) nos ofrecen una garantía importante de sostenibilidad.

SI LOS PRODUCTOS SE ELABORAN EN LA MISMA PROVINCIA DEL COMPRADOR



SI LOS PRODUCTOS SE ELABORAN EN ESPAÑA Y LOS COMPRADORES SON ESPAÑOLES





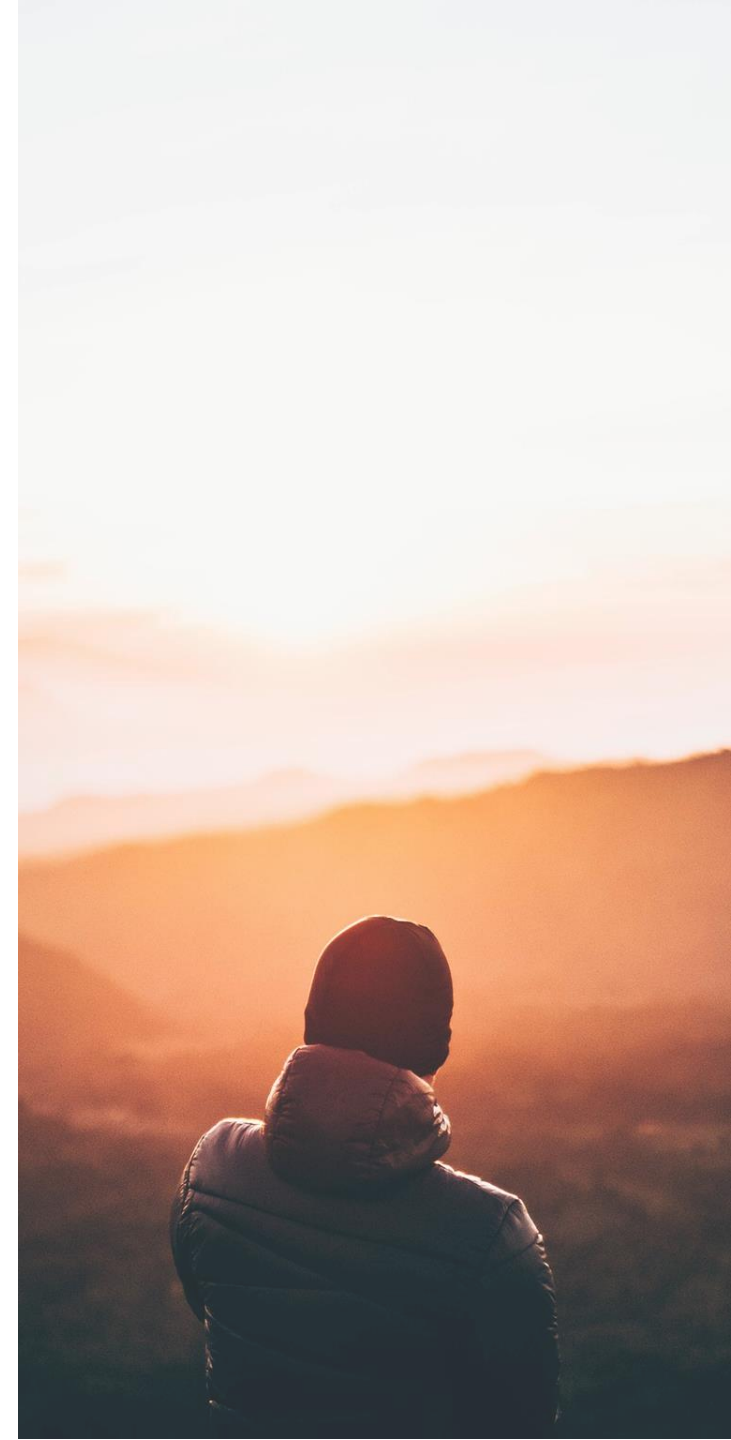
LOS ESPAÑOLES AVANZAN HACIA UN CONSUMO MÁS CONSCIENTE

2020 ha sido un año de desafíos que ha generado cambios importantes en las actitudes, motivaciones, preocupaciones y consumo de los españoles.

Cuando nos fijamos en las actitudes y preferencias de compra de los españoles, observamos que han avanzado hacia un consumo que **quiere ser más consciente, en lo social, en lo medioambiental, en el trato a los animales, en su impacto sobre su salud y en su origen.**

Los sellos, por segundo año consecutivo, se posicionan como **una buena alternativa a un consumo sostenible y de confianza**, pero tienen un problema importante: son demasiados y para un ciudadano de a pie, es imposible saber que significan todos.

La solución la tenemos en este informe y han sido validadas por la población española: **los consumidores necesitan explicaciones breves y normalizadas de lo que significa cada sello**, que haya **expertos independientes que los validen** y que estén **acompañados de una valoración o semáforo** que les ayude a entender que impacto tienen en el medioambiente y en la sociedad.





ANEXO: METODOLOGÍA

En el estudio han participado dos perfiles complementarios: una **muestra representativa de la población española** y un **panel de expertos en sostenibilidad**.

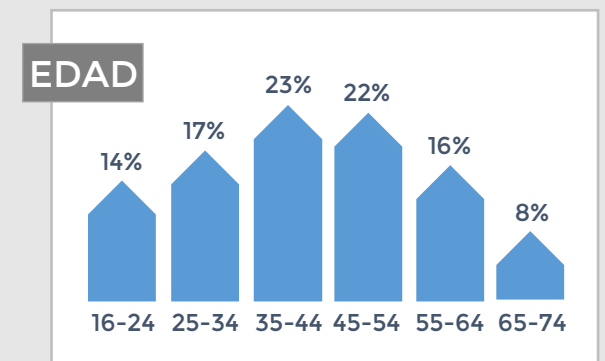
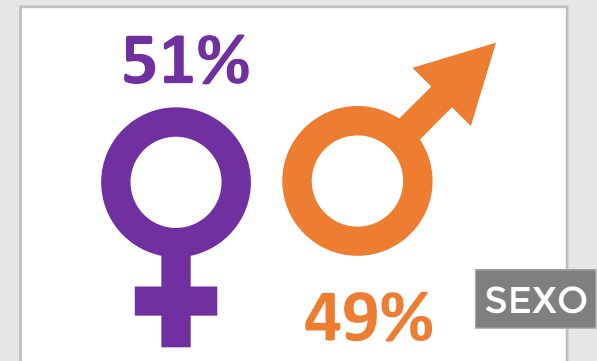
En la **muestra representativa de la población internauta española** han participado **2.000 personas** (error muestral es de $\pm 2,2\%$, para un nivel de confianza del 95%) mayores de 16 años a través de una encuesta online realizada entre el 16 y el 21 de diciembre de 2020.

En el **panel de expertos** han participado **162 catedráticos, profesores, investigadores y otros perfiles especialistas** que proceden de múltiples disciplinas relacionadas con la sostenibilidad, el medio ambiente o la justicia social. La encuesta se llevó a cabo entre el 4 de diciembre de 2020 y el 2 de febrero de 2021.

CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA

CUOTAS REPRESENTATIVAS DE POBLACIÓN ONLINE ESPAÑOLA:

- Edad, sexo y comunidad autónoma según la encuesta del **Instituto Nacional de Estadística (INE)** sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los hogares 2020.
- Índice Socioeconómico según el **EGM**, 3ª ola 2020.





ANEXO: AGRADECIMIENTOS

162 expertos de 42 universidades diferentes han participado en este estudio. 74 de ellos han aceptado aparecer en este informe:

Nombre y apellidos	Perfil	Especialidad	Centro
Javier Benayas	Catedrático	Ecología	Universidad Autónoma de Madrid
F. Javier Rondán Cataluña	Catedrático	Comercialización e investigación de mercados	Universidad de Sevilla
Jorge Arenas Gaitán	Profesor	Marketing, Comportamiento del consumidor	Universidad de Sevilla
Carlos Ballesteros	Profesor	Impacto Social	Universidad Pontificia Comillas ICAI-ICADE
César Barreira Pazos	Profesor	Energía	Universidade de Vigo
Ramon Bartomeus	Profesor	Resolución de conflictos/Tercer sector/TIC	Universitat de Girona
Sergio Belda Miquel	Profesor	Consumo responsable y desarrollo interaccional	Universitat de València
Edy Lorena Burbano Vallejo	Profesora	Doctor en Ciencias economicas.	Universidad de San Buenaventura
Javier Casanoves Boix	Profesor	Marketing	Universidad Internacional de Valencia
Julen Castillo Apraiz	Profesor	Strategic management, sustainability (among others)	Universidad del País Vasco / UPV/EHU
Raúl Compés López	Profesor	Economía Agroalimentaria	Universitat Politècnica de València
Alejandra Cortés Pascual	Profesora	Educación	Universidad de Zaragoza
Gonzalo Díaz Meneses	Profesor	Comercialización e Investigación de Mercados	Universidad de Las Palmas de Gran Canaria
Mónica Espada Aguirre	Profesora	Veterinaria de ganado bovino	Universidad de Zaragoza
Beatriz Fernández Olit	Profesora	Economía Aplicada	Universidad de Alcalá
Juan Miguel Franganillo García	Profesor	Odontología	Universidad Alfonso X El Sabio
María Del Mar García De Los Salmones	Profesora	Comercialización e Investigación de Mercados	Universidad de Cantabria
María Purificación García Miguélez	Profesora	Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social	Universidad de León
José Daniel García Fraga	Profesor	Sociología de la Educación	Universidad Nebrija
César García Aranda	Profesor	Medio ambiente y sostenibilidad	Universidad Politècnica de Madrid
Juan José García Escribano	Profesor	Sociología	Universidad de Murcia
Víctor García Ribes	Profesor	Sociología - Ciencias Ambientales	Universitat Politècnica de València
Emilio Golf Laville	Profesor	Economía	Universitat Politècnica de València
Laura González López	Profesora	Ingeniería Textil	Universitat Politècnica de Catalunya



ANEXO: AGRADECIMIENTOS

Nombre y apellidos	Perfil	Especialidad	Centro
Pau Matias Guiu Marti	Profesor	Ingeniería Química	Universitat Rovira i Virgili
Leo Gutson	Profesor	Responsabilidad Social Corporativa	Universidad Europea de Valencia
Ana Lanero Carrizo	Profesora	Marketing sostenible y consumo responsable	Universidad de León
Nieves López Estébanez	Profesora	Geografía	Universidad Autónoma de Madrid
Carlota López Aza	Profesora	Marketing	Universidad Complutense de Madrid
Juan Manuel Maqueira Marín	Profesor	Organización de Empresas	Universidad de Jaén
Juan José Morillas Guerrero	Profesor	Economía	Universidad Politécnica de Madrid
Patricia Muñoz Morales	Profesora	Educación infantil	UNIR
Alejandra Norniella Monacci	Profesora	Veterinaria	Universidad Autònoma de Barcelona
Ricardo Pastor	Profesor	Grado de turismo	Universidad de Deusto
María del Carmen Pérez Casanova	Profesora	Pintura	Universidad de Murcia
Jose Pernas García	Profesor	Derecho ambiental	Universidade da Coruña
Jabier Retegi	Profesor	Organización Industrial	Mondragon Unibertsitatea
Ana Rodríguez	Profesora	Educación	UNIR
María Elena Rodríguez Benito	Profesora	Marketing y Comunicación	Universidad Pontificia de Salamanca
Juan Royo Abenia	Profesor	Responsabilidad Social Corporativa	Universidad de Zaragoza
Ramón Rueda López	Profesor	Organización de empresas	Universidad de Córdoba
Marta Ruiz	Profesora	CFGS Publicidad y Marketing	Universitat de Vic - Universitat Central de Catalunya
Juan José Saavedra Gallo	Profesor	Ingeniería de la Construcción	Universidad de La Laguna
César Sahelices Pinto	Profesor	Económicas	Universidad de León
Ángel Enrique Salvo Tierra	Profesor	Botánica	Universidad de Málaga
Carlos Alberto Augusto Sanchez Quiñones	Profesor	Ingeniería Química, Simulación y Modelado de Procesos, Corrosión de Tuberías, Adsorción de CO2	Universidad Complutense de Madrid
Janaína Telles	Profesora	Derecho Laboral, Derecho Empresarial, Género y Sostenibilidad	UOC
José Luis Vázquez Burguete	Profesor	Comercialización e Investigación de Mercados (Marketing)	Universidad de León
Ulpiano J. Vázquez Martínez	Profesor	Marketing y Emprendimiento	Universidad Pontificia Comillas ICAI-ICADE



ANEXO: AGRADECIMIENTOS

Nombre y apellidos	Perfil	Especialidad	Centro
M. Angélica Sara Zapatero Lourinho	Profesora	Documentación y biblioteconomía	Universidad Complutense de Madrid
Alberto Alcalde-Calonge	Investigador	Economía y Empresa	Universidad de Castilla-La Mancha
Fabio Blanco Murillo	Investigador	Ecología marina	Universidad de Alicante
Anna Boqué Ciurana	Investigadora	Climatología. Cambio Climático. Servicios Climáticos	Universitat Rovira i Virgili
Marisol Cifuentes Chinchilla	Investigadora	ODS-STEAM objetivos de aprendizaje para los ODS	Universitat Politècnica de Catalunya
David de la Hoz Menéndez	Investigador	Electrónica de Potencia	Universidad Politécnica de Madrid
Valeria Ferreira Gregorio	Investigadora	Bioeconomía	Universitat Rovira i Virgili
Dr. Javier Garcia-Pardo	Investigador	Bioquímica i Biología Molecular	Universidad Autónoma de Barcelona
María Granados Buey	Investigadora	Ingeniería en Informática	Universidad de Zaragoza
Marianna Martínez Alfaro	Investigadora	Economía Circular	Universidad de Zaragoza
Juan Carlos Martínez Munuera	Investigador	Química Inorgánica	Universidad de Alicante
Ignacio Martínez Esteve	Investigador	Química	Universidad Rey Juan Carlos
Èlia Navarro Masip	Investigadora	Nutrición y Metabolismo	Universitat Rovira i Virgili
Celia Roldán	Investigadora	Energías	Universidad Carlos III de Madrid
Alejandro Sánchez Gómez	Investigador	Hidrología y gestión de recursos hídricos	Universidad de Alcalá
Maria Ventura Sanchez-Hornero	Investigadora	Química	Universidad Rey Juan Carlos
Daniel Toro González	Investigador	Organización de Empresas	Universidad Politécnica de Madrid
Laura del del Valle Villalonga	Investigadora	Geografía	Universitat de les Illes Balears
Elena Barbero Colmenar	Estudiante de doctorado	Nanotechnology	Universitat Rovira i Virgili
Maria Nieves	Estudiante de doctorado	Dirección empresas	Universidad Complutense de Madrid
Ana Novo Gómez	Estudiante de doctorado	Geotecnologías aplicadas a la construcción, energía e industria	Universidade de Vigo
Susana Toboso	Estudiante de doctorado	Ciencias Ambientales	Universidad Autónoma de Barcelona
Juan Valverde	Estudiante de doctorado	Medición de la sostenibilidad empresarial	Universidad Politécnica de Madrid
Iñaki Alonso	Otros Expertos	Arquitectura Consciente	Universidad Europea del Atlántico
Eric Carrasco Nuñez	Otros Expertos	Master en Ecología	Universidad Complutense de Madrid

SÚMATE A LA COMUNIDAD CLICKOALA Y DESCUBRE MUCHA MÁS INTELIGENCIA VERDE

MÁS INFORMACIÓN: <https://clickoala.com/informes>



Más información

Carlos Hidalgo
carlos@clickoala.com

www.clickoala.com
Twitter: @clic_koala
Instagram: @clickoala



clickoala.com



empiricaonline.com