

SOSTENIBILIDAD Y CONSUMO 2023

| DE LA ASPIRACIÓN
| A LA NECESIDAD

ECONOMÍA
CIRCULAR



INDICE

03 El Observatorio Cetelem.

Franck Vignard, CEO
BNP Paribas Personal Finance en España.

04 Sostenibilidad y Consumo 2023

Liliana Marsán,
Responsable del Observatorio Cetelem,
BNP Paribas Personal Finance en España.

05 Economía circular

10 Segunda mano

10 Compras de segunda mano

16 Ventas de segunda mano

21 Índices de reparabilidad y de durabilidad

23 Productos reacondicionados

26 Alquileres/renting

31 Conclusiones economía circular

37 Entrevista a nuestros expertos

38 Entrevista Juan Carretero, CEO Bike Ocasión

39 Entrevista Sergi Luque, Director comercial y de operaciones Escapa

41 Ficha técnica

EL OBSERVATORIO CETELEM

Franck Vignard-Rosez | CEO BNP Paribas Personal Finance España

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

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



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

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

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

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

INTRODUCCIÓN

Liliana Marsán | Responsable del Observatorio Cetelem

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

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

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



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

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

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

Disfruten de la lectura.

Liliana Marsán
Responsable del
Observatorio Cetelem. ■

ECONOMÍA CIRCULAR

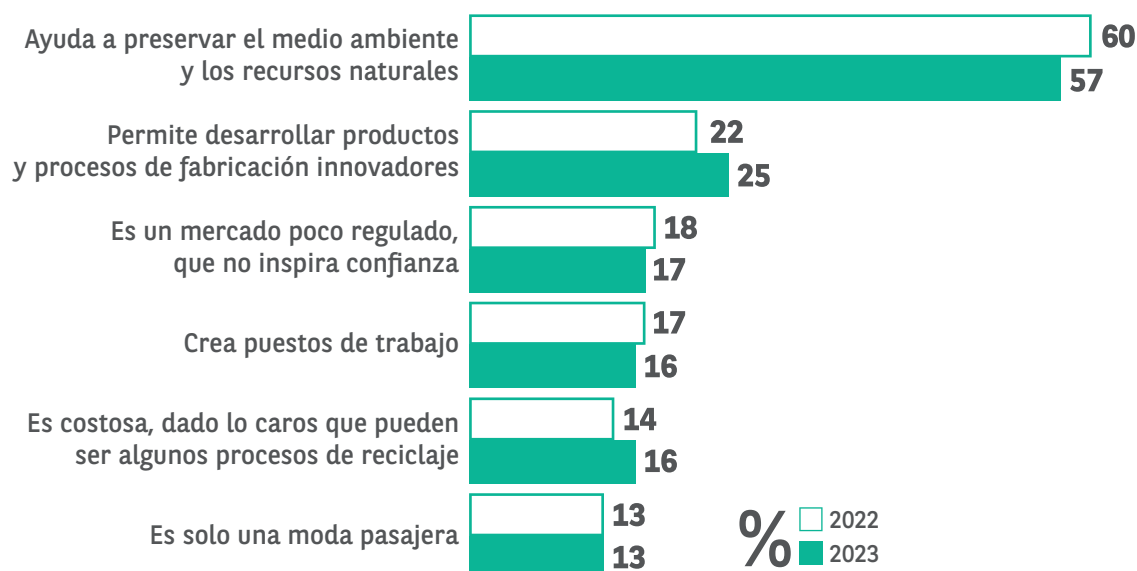


ECONOMÍA CIRCULAR Y REDUCCIÓN DE RESIDUOS

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

Dirías que la economía circular...

(% Respuesta múltiple)



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

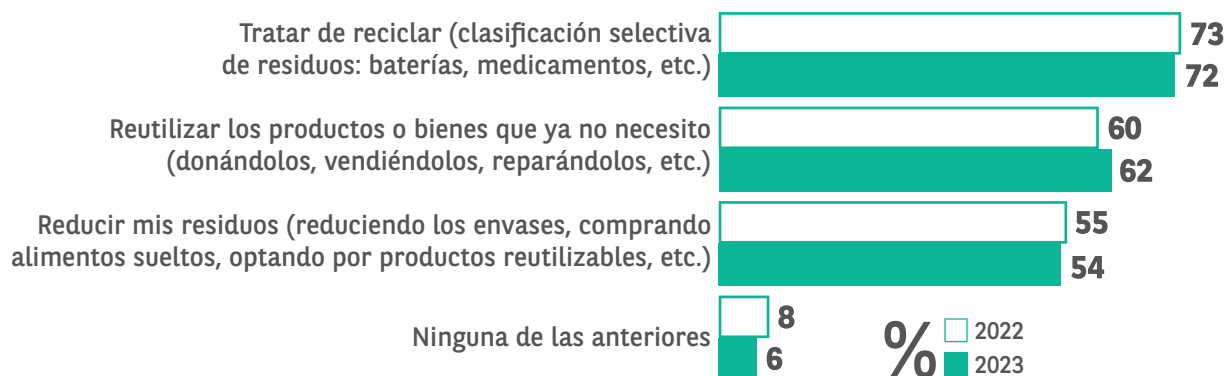
El 57% de los españoles encuestados diría que la economía circular ayuda a preservar el medio ambiente y los recursos naturales frente al 60% del año anterior (destacando por encima

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

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

¿Cuál/es de las siguientes actividades realizas?

(% Respuesta múltiple)



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

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

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

puntos porcentuales frente a las respuestas del año anterior.

¿Hasta qué punto...?

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

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

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

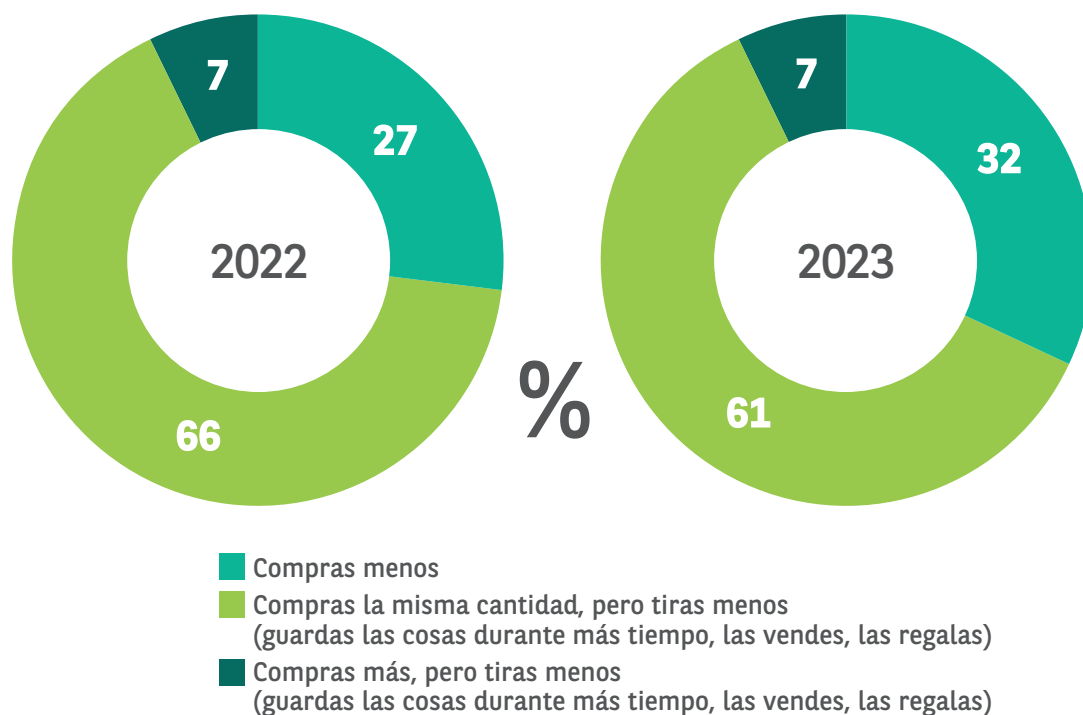
Reutilizas los productos o bienes que ya no necesitas (donándolos, vendiéndolos, reparándolos, etc.)	2022	2023
Más que hace 3 años	49%	49%
Igual que hace 3 años	47%	46%
Menos que hace 3 años	5%	5%

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

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

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

(% Respuesta única)



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

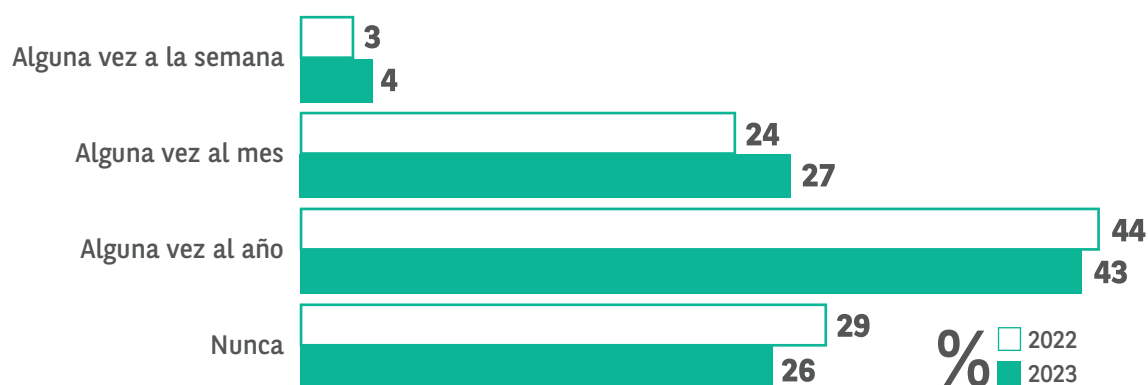
La mayoría de los españoles (61%) reduce residuos porque compra la misma cantidad de productos pero los

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

aumentando en 5 puntos respecto al año anterior.

SEGUNDA MANO

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



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

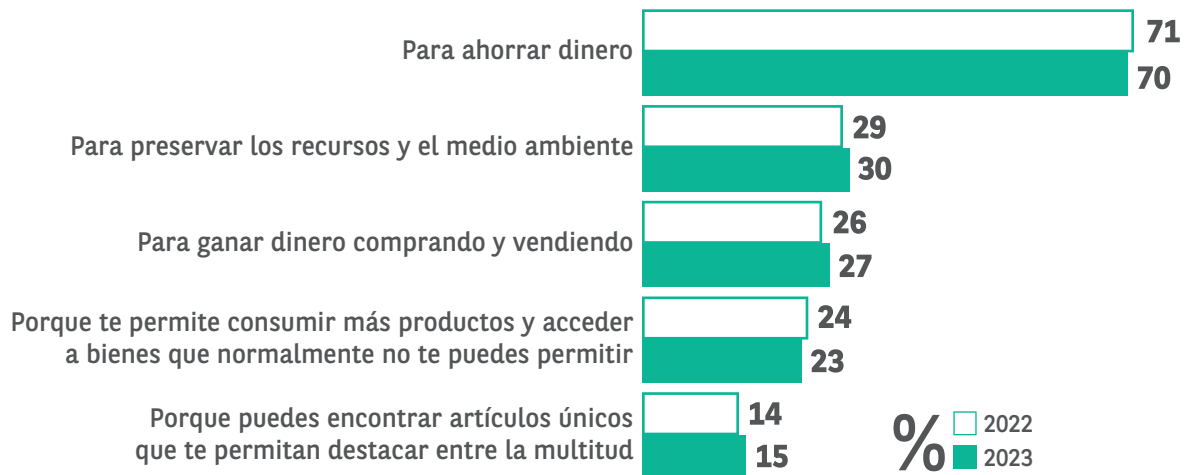
Observamos un aumento en la frecuencia de compra de productos de segunda mano, ya que el 27% de los españoles encuestados compra este

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

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

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

(% Respuesta múltiple)



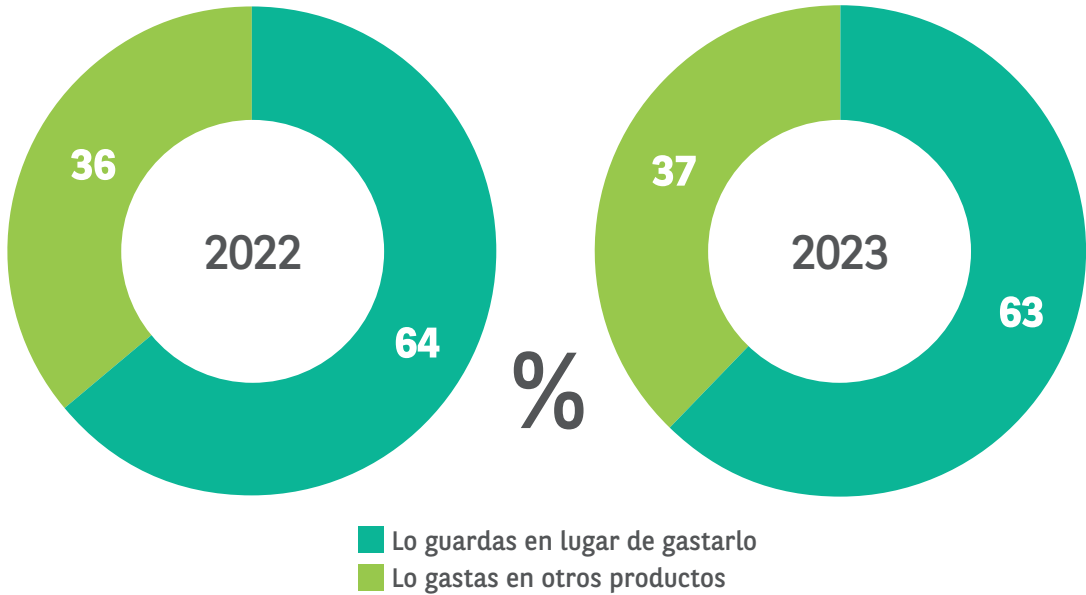
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2022
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2023

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

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

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

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

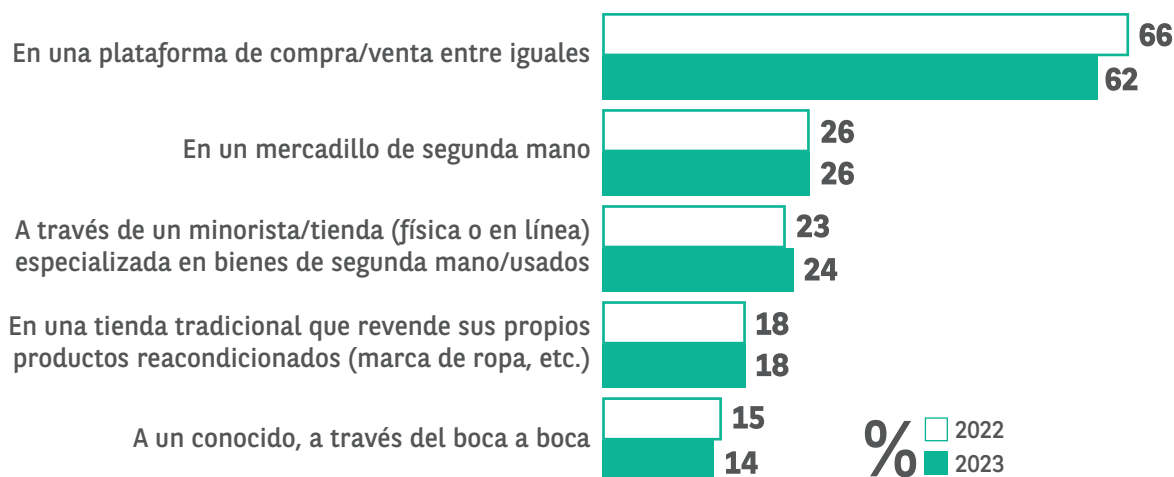


Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2022
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2023

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

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

(% Respuesta múltiple)



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

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

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

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

¿Cuál/es de los siguientes productos de segunda mano has comprado alguna vez y cuáles tienes intención de comprar?

(% Respuesta única)



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

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

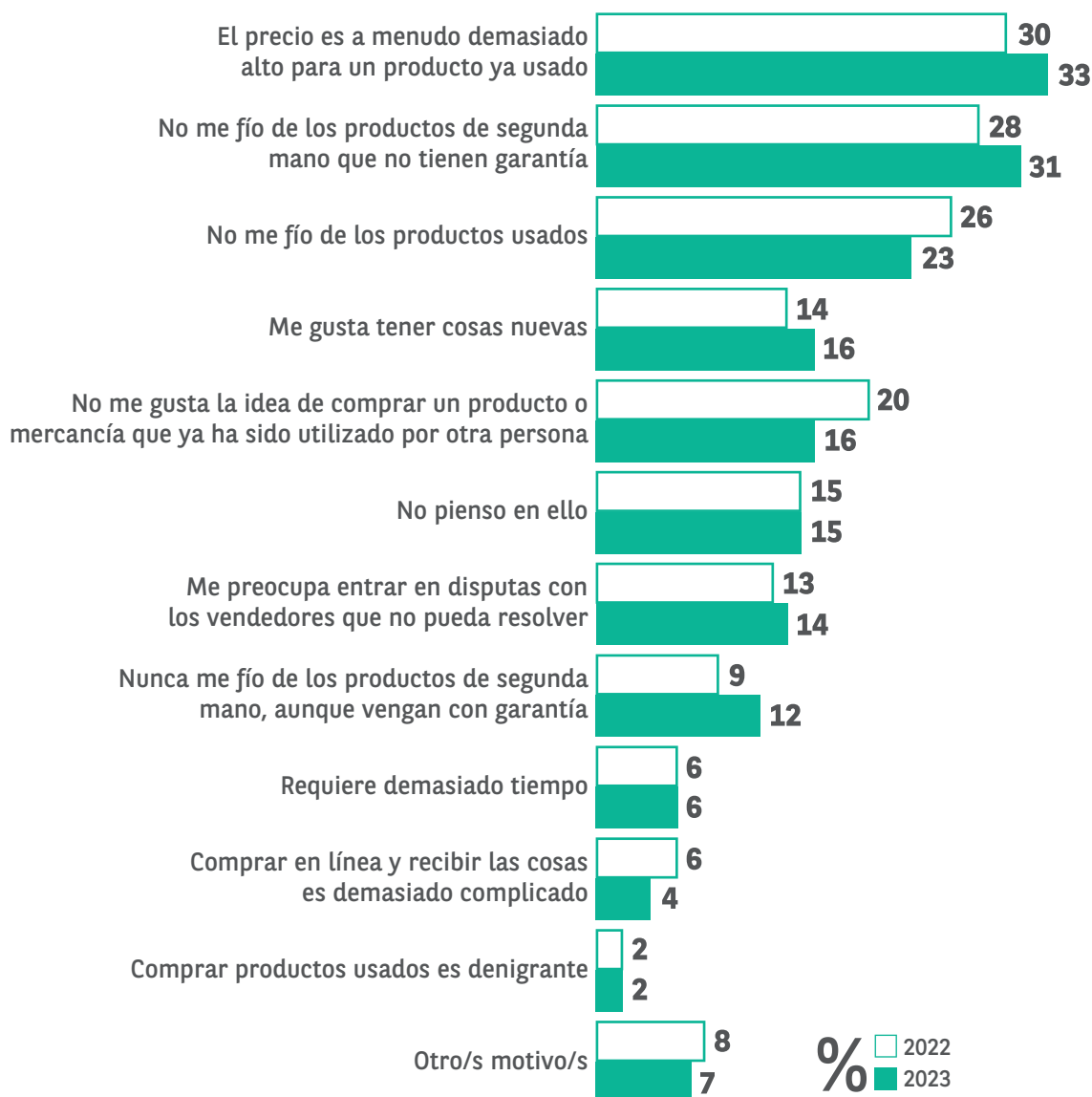
anterior; las compras de juguetes y smartphones.

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

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

Nos has dicho que rara vez o nunca compras productos de segunda mano. ¿Por qué?

(% Respuesta múltiple)



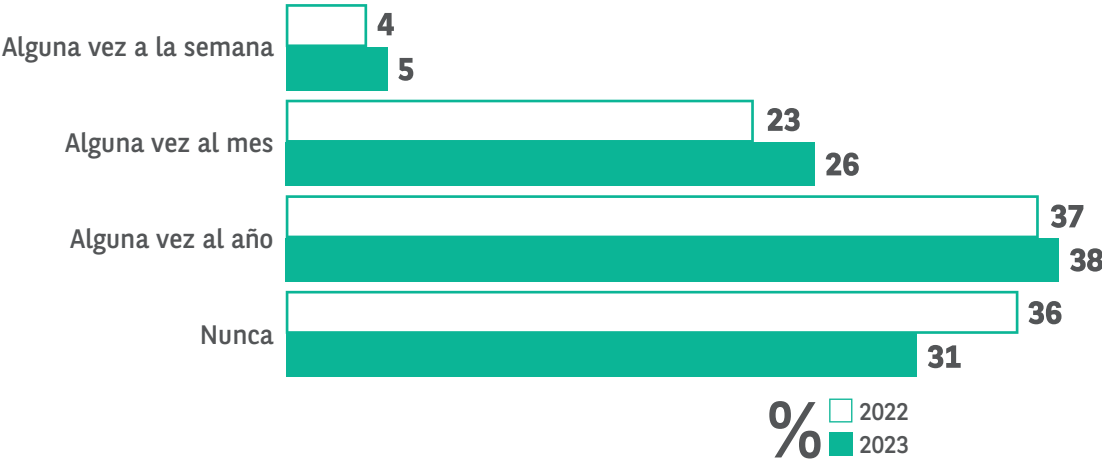
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2022
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2023

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

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

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

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



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

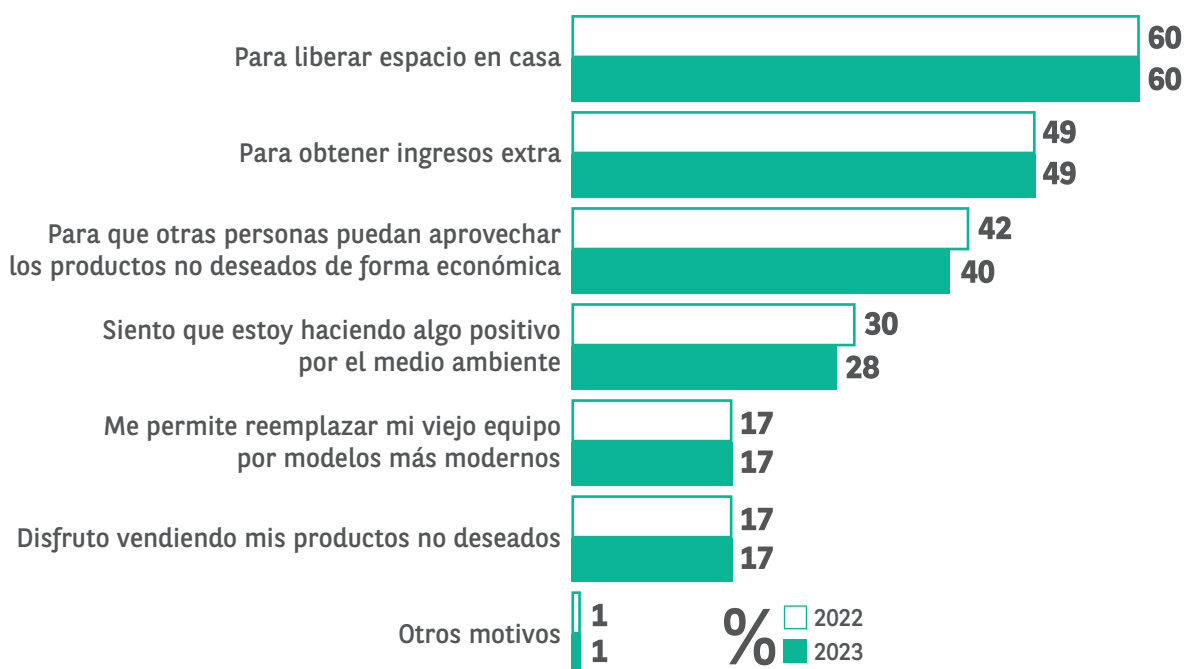
Cada vez son más los españoles que venden sus productos usados, y con más asiduidad.

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

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

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

(% Respuesta múltiple)



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

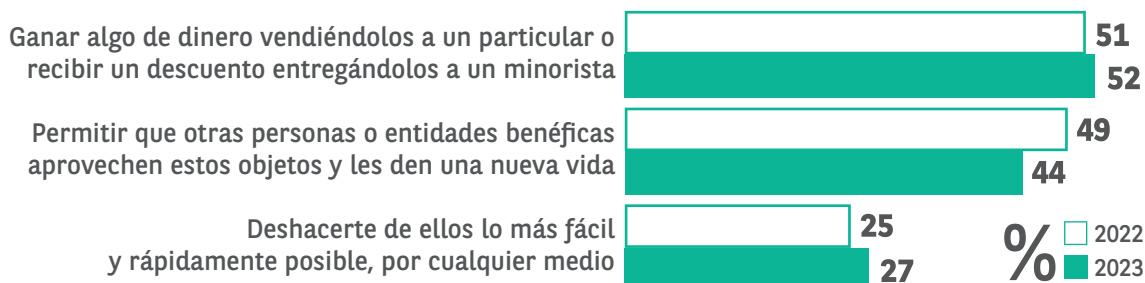
Liberar espacio en casa y obtener ingresos extra, son las principales razones que llevan a los españoles a vender productos de segunda mano con un 60% y un 49% de menciones respectivamente.

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

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

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

(% Respuesta múltiple)



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

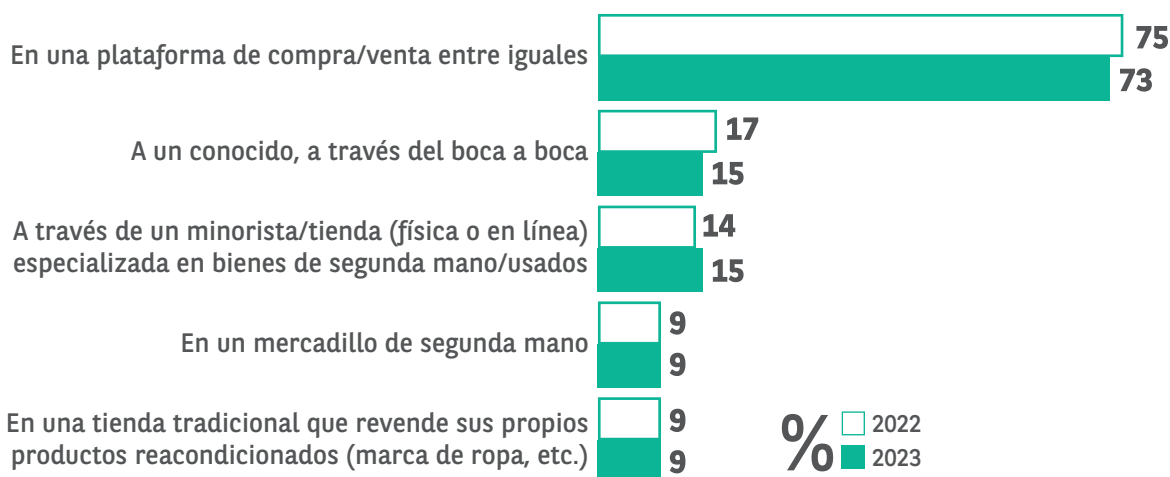
A la hora de deshacerse de productos no deseados, los españoles encuestados dicen que su objetivo suele ser ganar algo de dinero vendiéndolo o recibir

algun descuento entregándolo a un minorista (52%). De cerca les siguen los que tienen por objetivo que otras personas o entidades den una segunda

vida al producto, aunque descienden en 5 puntos respecto al año anterior.

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

(% Respuesta múltiple)



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

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

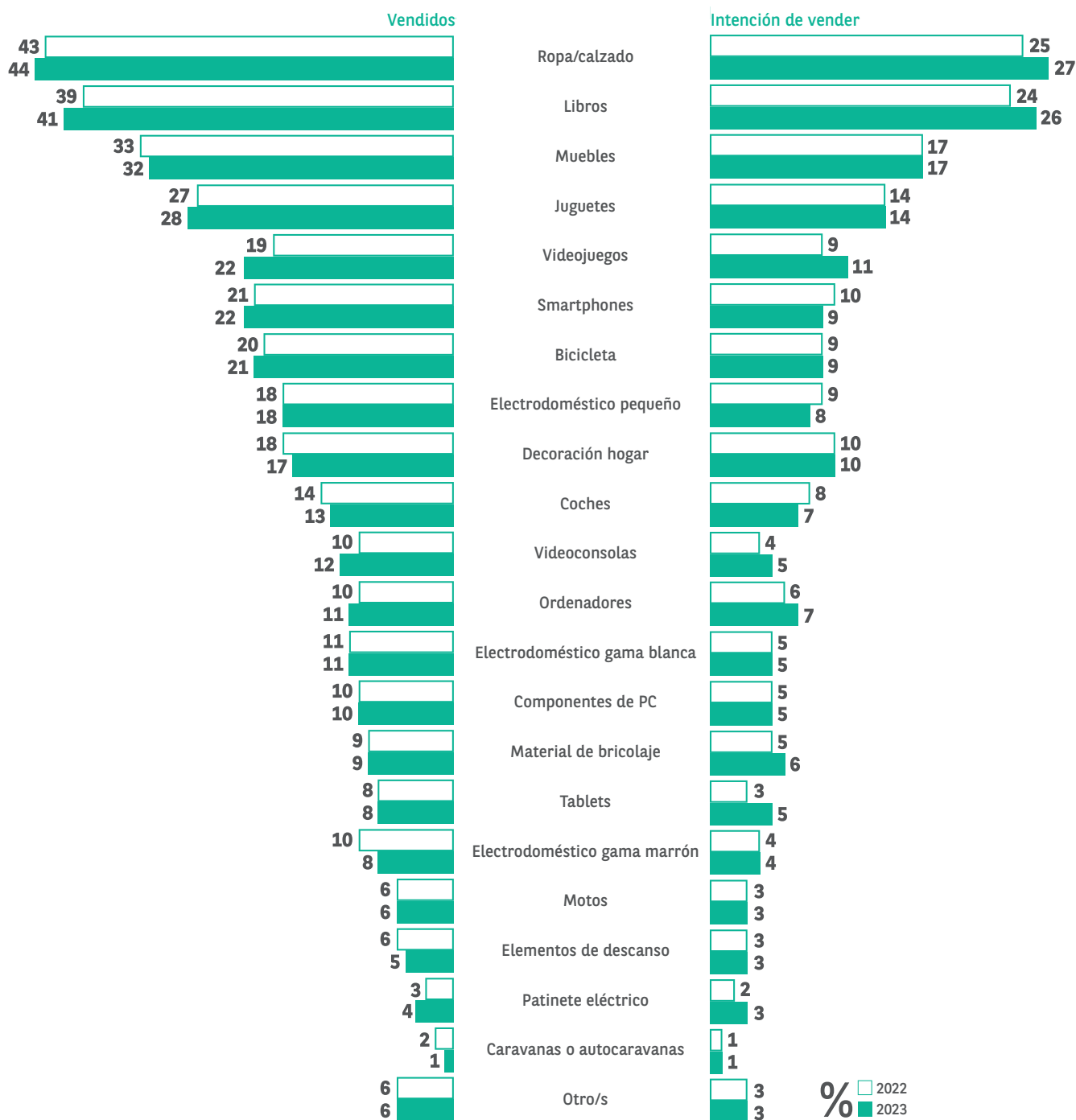
Los mayores de 45 años destacan por encima de la media en 6 puntos porcentuales con un 79% de menciones.

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

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

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

(% Respuesta múltiple)



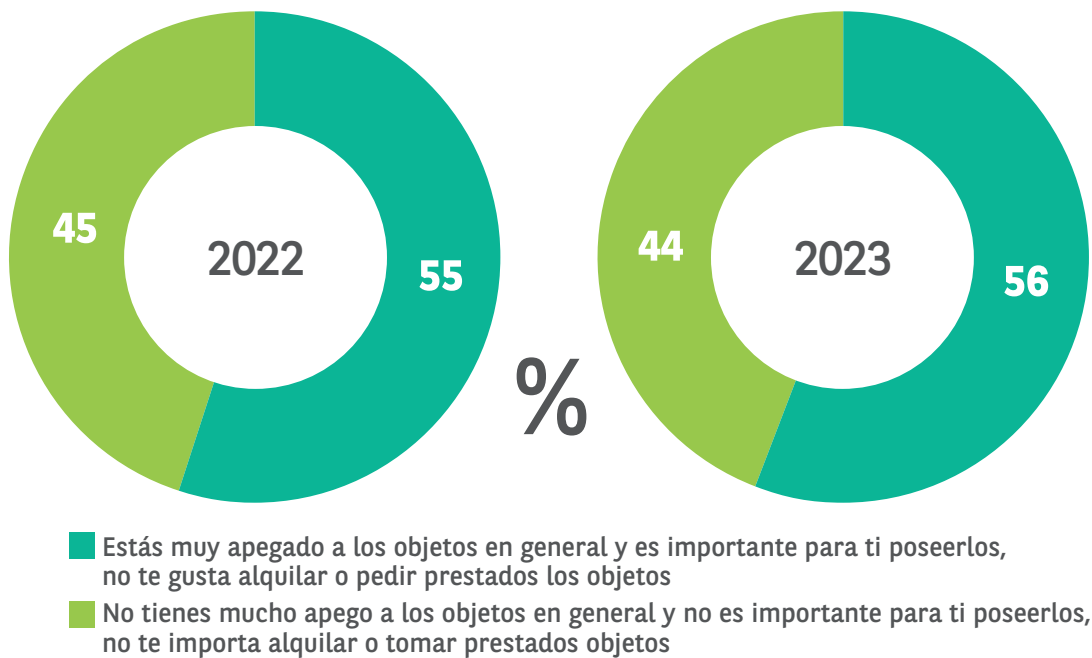
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2022
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2023

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

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

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

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



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

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

ÍNDICES DE REPARABILIDAD Y DE DURABILIDAD

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

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

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

2022

75%

2023

75%

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

2022

83%

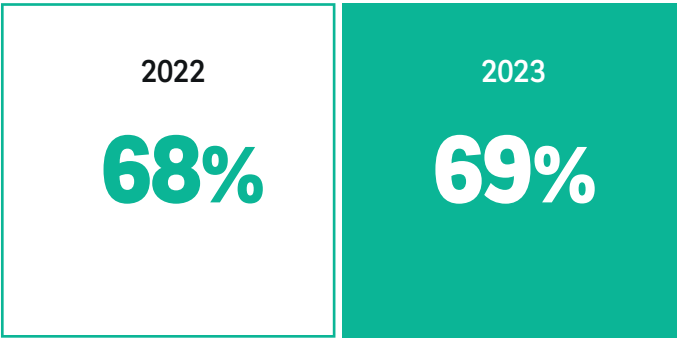
2023

84%

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

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

(% Respuesta única)



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

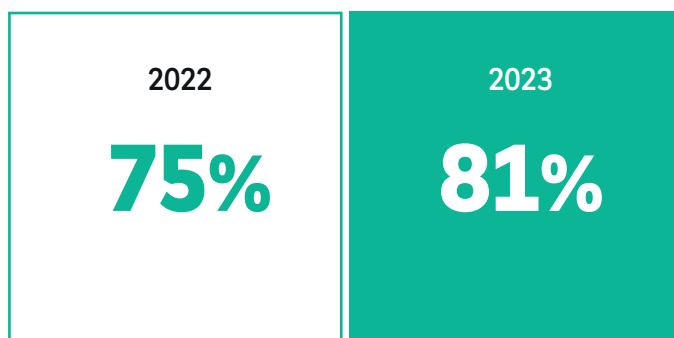
Los índices de reparabilidad y de durabilidad que aparecen en determinados productos son considerados importantes o muy importantes por 8 de cada

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

pagar más por un producto que muestre estos índices.

PRODUCTOS REACONDICIONADOS

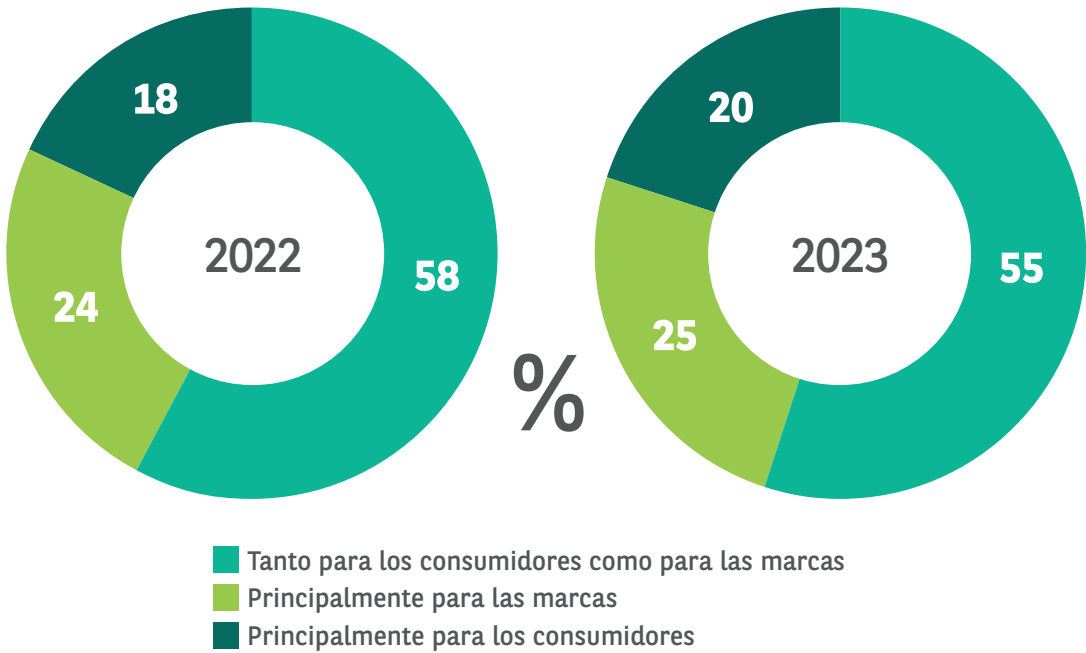
Ahora es posible comprar productos usados que los minoristas han reacondicionado para que funcionen como nuevos para poder venderlos a un precio más bajo como de segunda mano. ¿Has oído hablar de este tipo de productos?
(% Respuesta única)



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

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

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



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

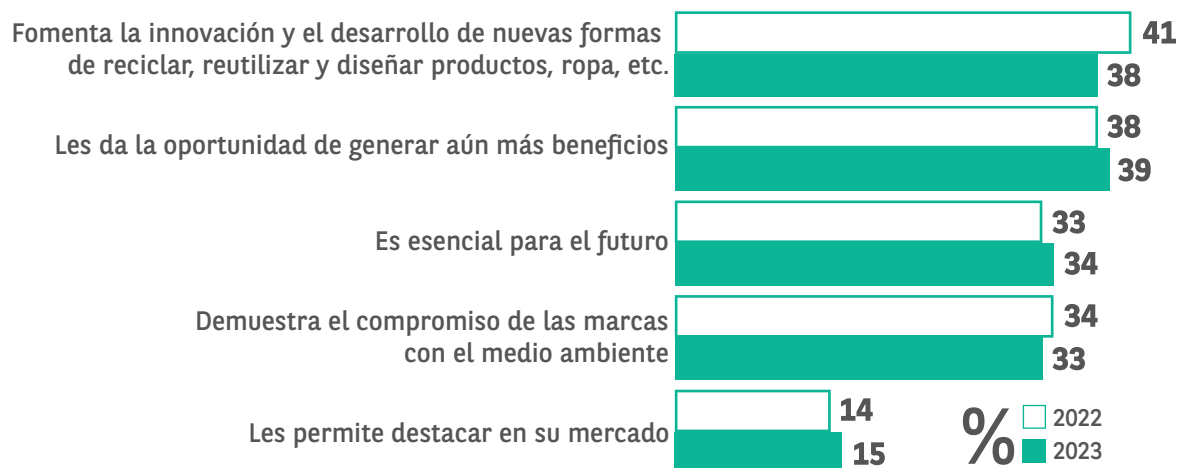
Casi 6 de cada 10 españoles encuestados cree que los productos reacondicionados benefician tanto a los consumidores como a las marcas, aun-

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

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

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

(% Respuesta múltiple)



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

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

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

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

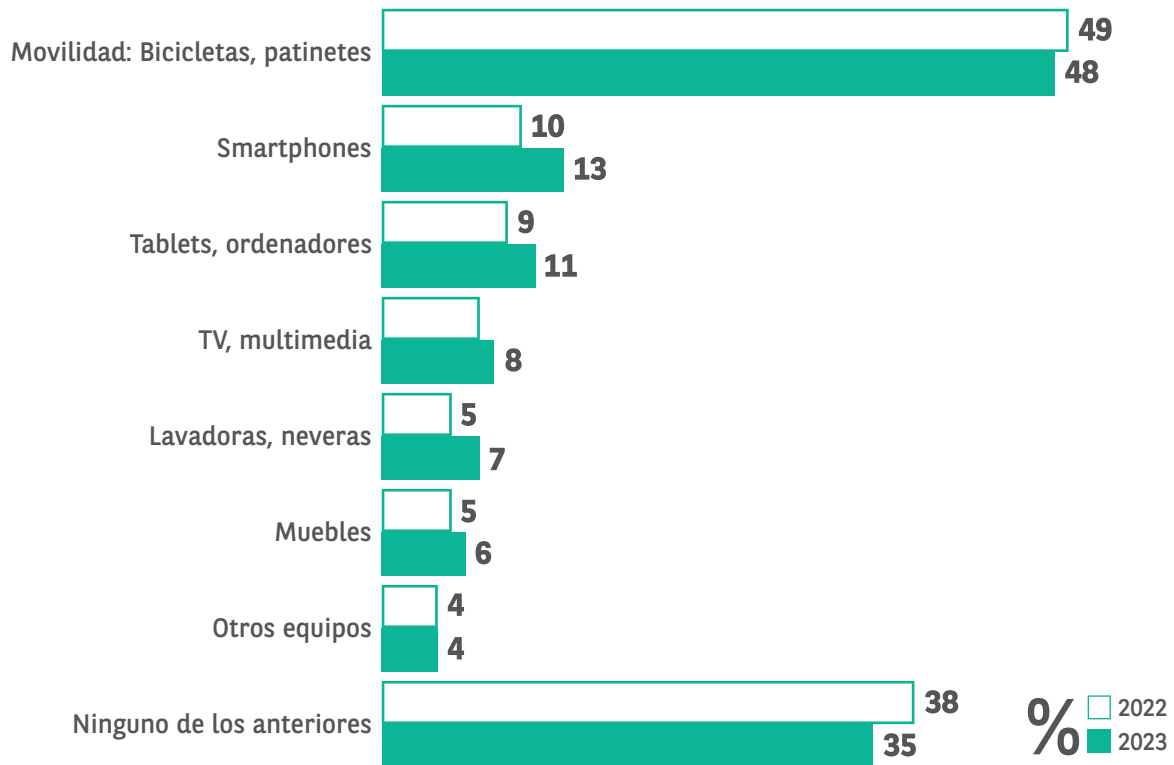
ALQUILERES/ RENTING

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

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

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

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



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

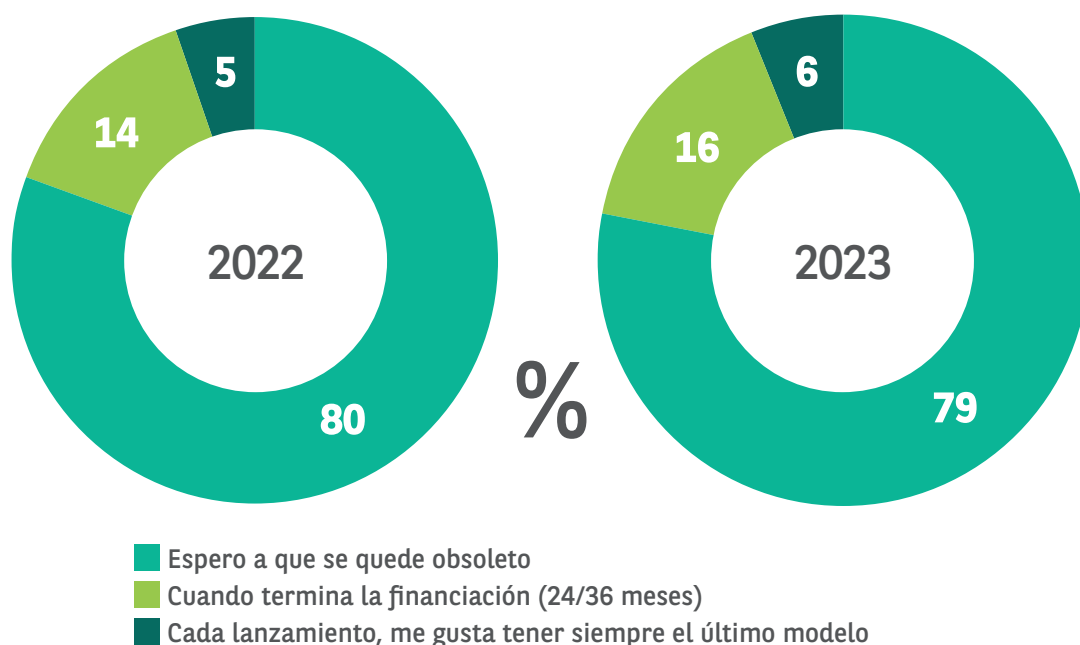
Las bicicletas y patinetes vuelven a ser, con mucha diferencia respecto al resto, los productos que los españoles preferirían alquilar mediante renting en lugar de comprar, especialmente los

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

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

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

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



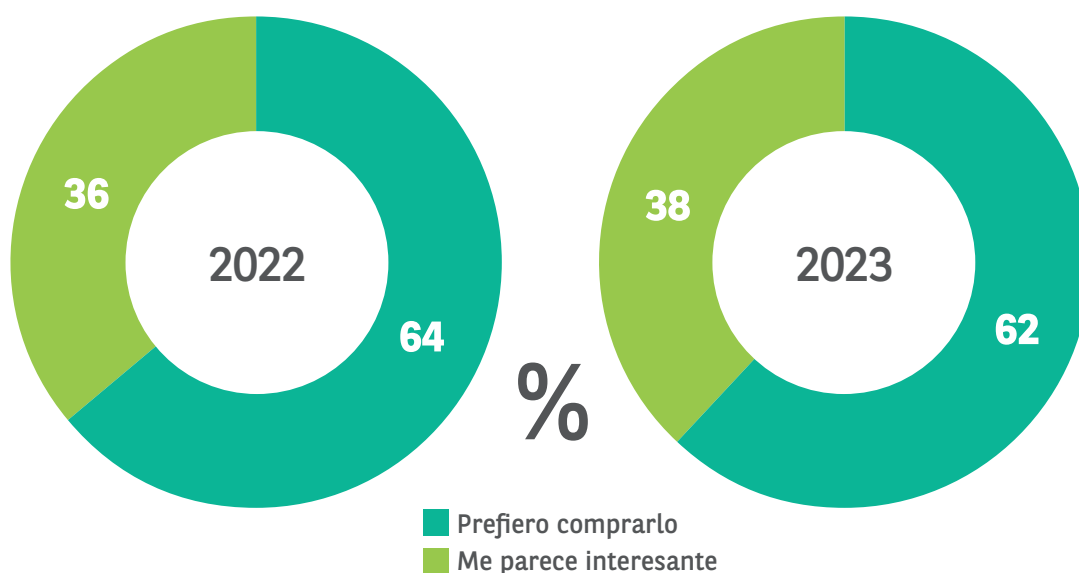
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2022
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2023

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

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

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

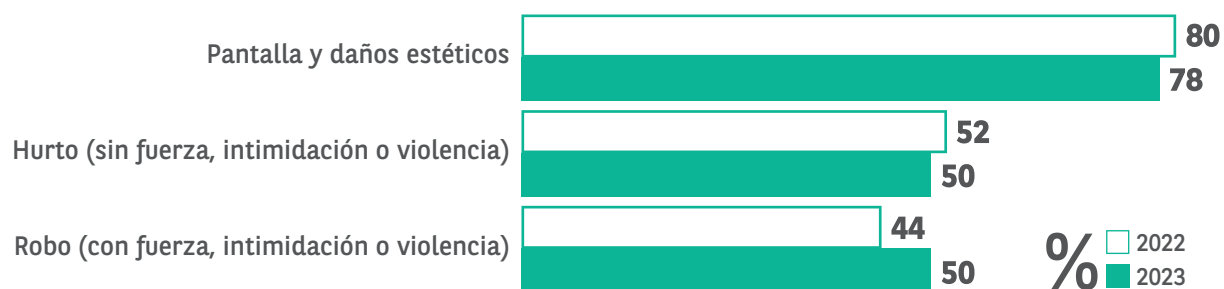
¿Qué opinas de la opción de poder hacer un renting (alquilar) de un Smartphone pagando siempre una cuota mensual que incluya servicios como seguro de robo o mantenimiento?
(% Respuesta única)



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

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

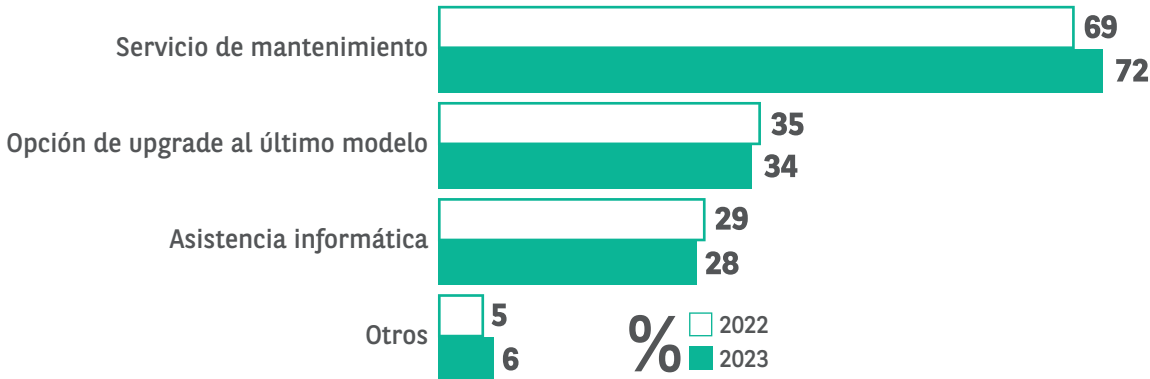
¿Qué tipo de seguro te gustaría que incluyese tu cuota mensual?
(% Respuesta múltiple)



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

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

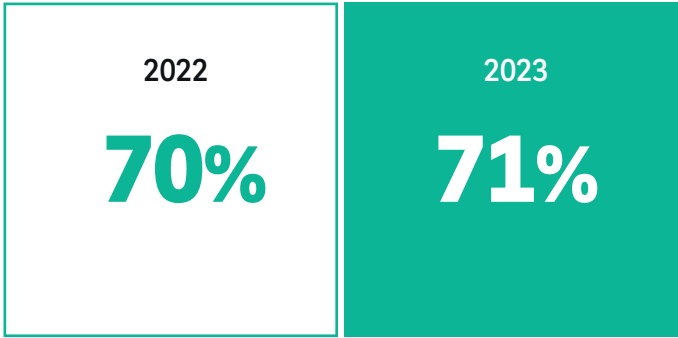
¿Qué tipo de servicios te gustaría que incluyese tu cuota mensual?
(% Respuesta múltiple)



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

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

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



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

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

CONCLUSIONES ECONOMÍA CIRCULAR

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

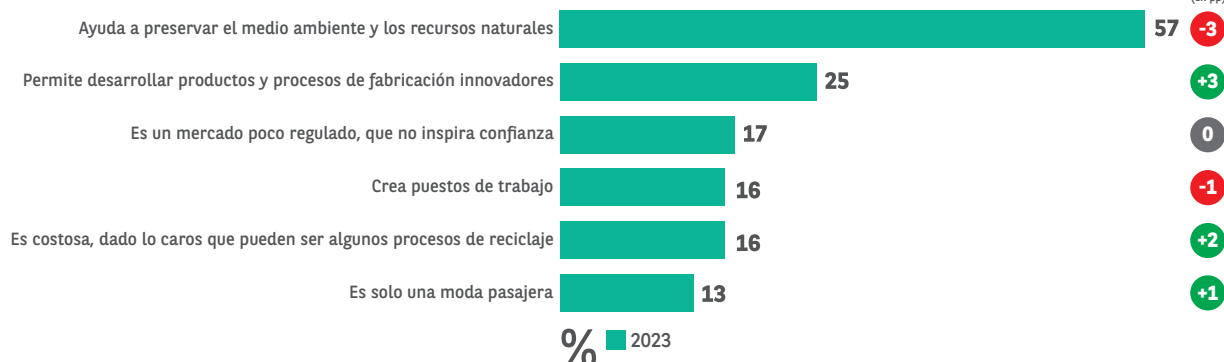
el **63%** de los españoles encuestados ha oído hablar de la economía circular

Dirías que la economía circular...

(% respuesta múltiple)

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

Var
2023/2022
(en pp)



¿Hasta qué punto...?

(% Respuesta única)

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

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

¿Hasta qué punto...?

(% Respuesta única)

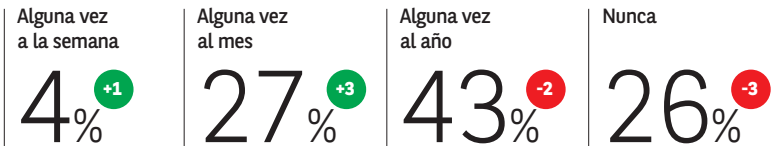
	Más que hace 3 años	Igual que hace 3 años	Menos que hace 3 años
Tratas de reciclar (clasificación selectiva de residuos: baterías, medicamentos, etc.)	51% -1	45% 0	4% +1
Reduces tus residuos (reduciendo los envases, comprando alimentos sueltos, optando por productos reutilizables, etc.)	50% 0	45% +1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

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

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

(% respuesta única)

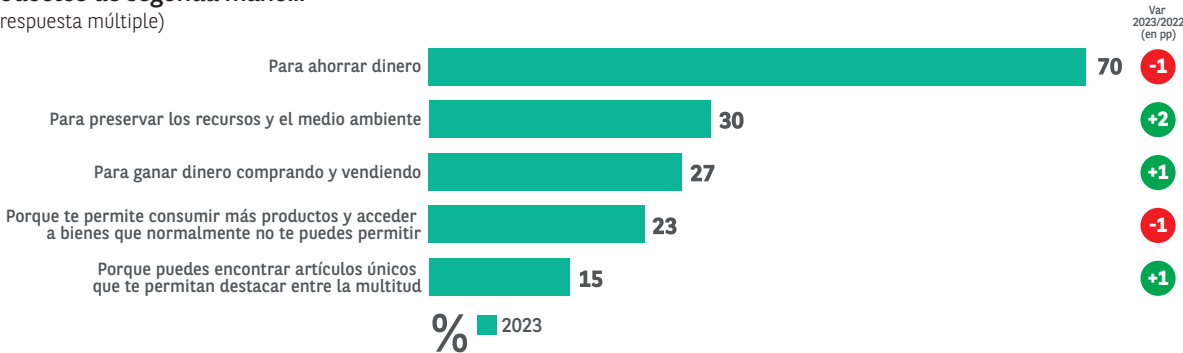
Var 2023/2022
(en pp) +1 -1 0



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

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

(% respuesta múltiple)



6 de cada 10

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

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

(% respuesta múltiple)



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

(% respuesta única)

Var 2023/2022
(en pp)

Alguna vez
a la semana

5%⁺¹

Alguna vez
al mes

26%⁺³

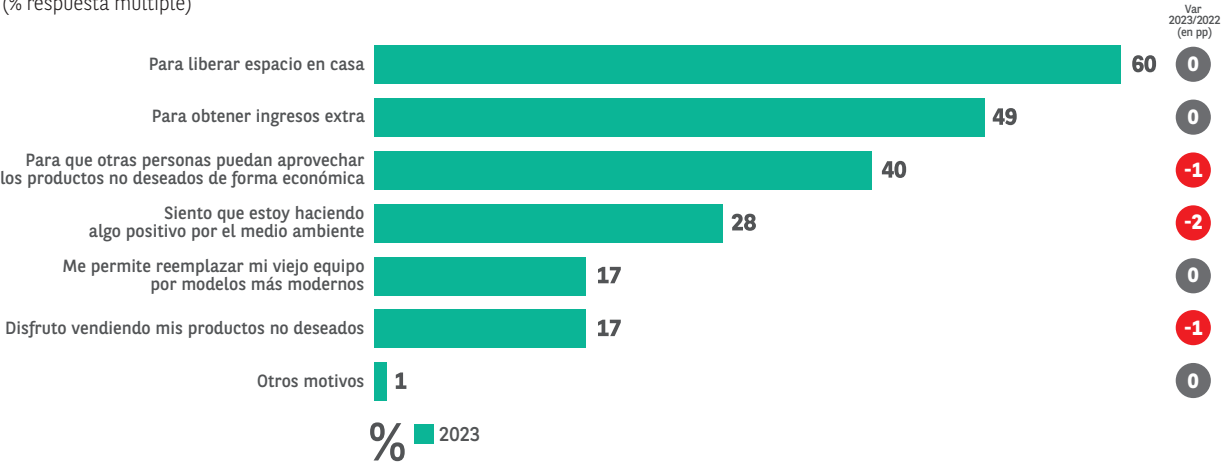
Alguna vez
al año

38%⁺¹

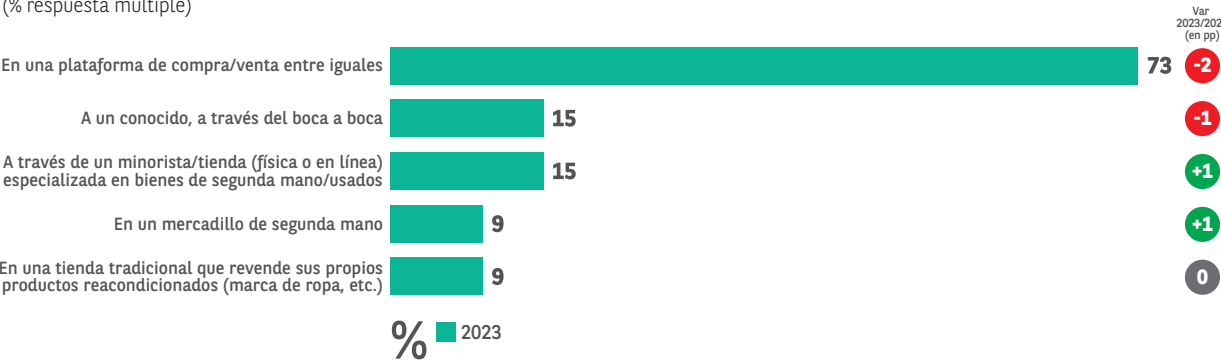
Nunca

31%⁻⁵

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



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



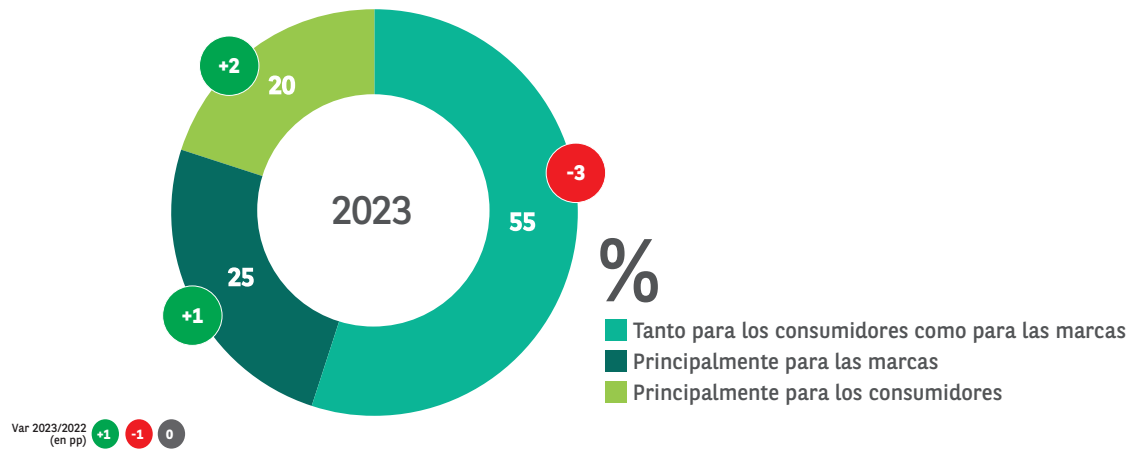
Los índices de reparabilidad y de durabilidad que aparecen en determinados productos son considerados importantes o muy importantes por

8 de cada 10 consumidores encuestados.

el 69% estaría dispuesto a pagar más por un producto que muestre estos índices.

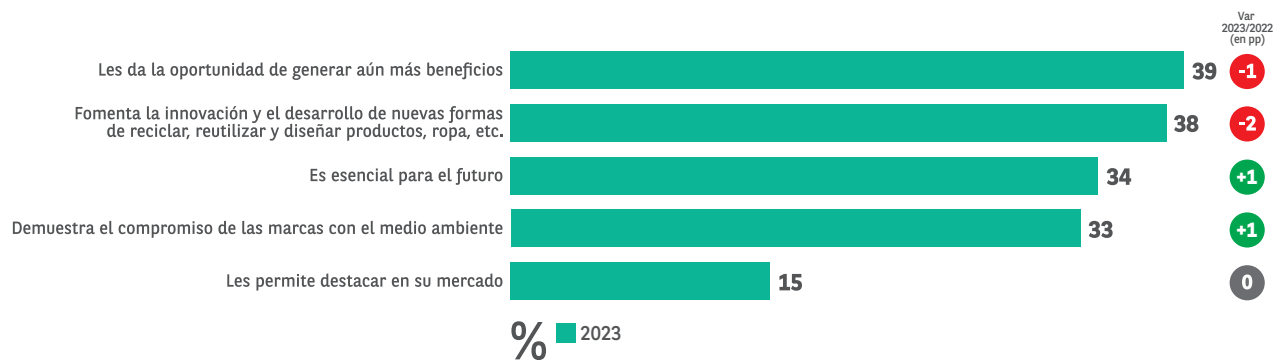
Algunas marcas recompran a los consumidores sus propios productos usados para reacondicionarlos y venderlos a un precio más bajo. ¿Dirías que es un sistema beneficioso...?

(% Respuesta única)



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

(% respuesta múltiple)



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

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

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



LA VOZ DE NUESTROS PARTNERS

ENTREVISTA

Juan Carretero CEO de Bike Ocasión

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

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

Aquí todavía el precio es el factor más determinante a la hora de elegir un producto de segunda mano en vez de uno nuevo. Dicho esto, creo que poco a poco la mentalidad está cambiando y se le va dando más valor a estos valores. Hay que tener en cuenta que cuando se compra una bicicleta de segunda mano en vez de una nueva se están ahorrando entre 125 y 325 kg de CO₂, según un estudio realizado por la marca Trek, y, adicionalmente, habría que sumar el ahorro en agua, materiales y, sobre todo, los materiales más contaminantes que generan las baterías.

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

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



Cuando se compra una bicicleta de segunda mano en vez de una nueva se están ahorrando entre 125 y 325 kg de CO₂

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

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

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

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

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

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

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

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

ENTREVISTA

Sergi Luque Director comercial y de operaciones de Escapa

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

Escapa nace en 1984 en Sabadell, de la mano de Ramón Escapa, en un pequeño local emplazado a pocos metros de la actual tienda. Su pasión por el ciclismo y su carácter emprendedor le hace ser pionero en vislumbrar dónde acabará la bicicleta como forma de vida, y como modelo de negocio. Tras varios cambios de local, siempre cerca del original, en 2009 se emplaza en el local actual, con 1700m2, y dando vida a la primera tienda experiencia, con diferentes salas de exposición, y múltiples servicios: taller, parking propio, restaurante, biomecánica, etc. En resumen, una delicia para el ciclista.

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

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

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

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



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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Las empresas están cogiendo conciencia,

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

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

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

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

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



FICHA TÉCNICA

Sostenibilidad y consumo 2023. El Observatorio Cetelem

Encuesta a consumidores

Universo:

Población general mayor de 18 años.

Metodología:

Técnica cuantitativa basada en una entrevista online (CAWI) asistida por ordenador, utilizando access panel de consumidores.

Muestra:

El número de encuestas ha sido 2.200 con un error muestral del +- 2,09% al 95,5% de confianza.

Trabajo de campo:

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

Sostenibilidad y consumo 2022. El Observatorio Cetelem

Encuesta a consumidores

Universo:

Población general mayor de 18 años.

Metodología:

Técnica cuantitativa basada en una entrevista online (CAWI) asistida por ordenador, utilizando access panel de consumidores.

Muestra:

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

Trabajo de campo:

Estudio cuantitativo realizado en España por Canal Sondeo entre el 28 de abril y el 4 de mayo de 2022.



OBSERVATORIO

Cetelem

