

SOSTENIBILIDAD Y CONSUMO 2025

SECTORES DE
MOVILIDAD SOSTENIBLE,
ECONOMÍA CIRCULAR
Y TRANSICIÓN
ENERGÉTICA

 elobservatoriocetelem.es

 bnpparibas-pf.es

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

OBSERVATORIO
Cetelem



ÍNDICE

03 El Observatorio Cetelem

María Ruíz-Manahan, CEO
BNP Paribas Personal Finance en España.

04 Sostenibilidad y Consumo 2025

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

05 Entrevista a nuestros expertos

Miguel Beltrá, director de grandes cuentas Retail,
BNP Paribas Personal Finance en España.

07 Aspectos generales sobre sostenibilidad y consumo

07 Percepción sobre el cambio climático

10 Modelo de consumo

18 Huella de carbono

19 Transición energética

20 Eficiencia energética en el hogar

26 Inversión y consumo en el hogar

29 Energía fotovoltaica (placas solares)

30 Motivaciones y frenos

32 Rentabilidad de la inversión

33 Leyes de autoconsumo

36 Economía circular

37 Conocimiento del concepto de Economía Circular

38 Segunda mano

51 Productos reacondicionados, Índices de reparabilidad y de durabilidad

52 Compra vs alquiler/renting de productos

57 Movilidad sostenible

58 Aspectos generales sobre movilidad urbana sostenible

60 Los puntos clave

66 Ficha técnica

INTRODUCCIÓN

María Ruíz-Manahan | CEO BNP Paribas Personal Finance España

Son ya veintiocho años los que El Observatorio Cetelem lleva analizando las tendencias y hábitos del consumidor español. 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 con el consumo en nuestros hogares. Mención aparte merece nuestro análisis sobre la relación entre el consumidor y la sostenibilidad ya que no podemos olvidar la importancia que, paulatinamente, ha ido adquiriendo en nuestra relación con el consumo siendo, hoy en día, uno de los factores condicionantes que inclinan la decisión de compra.

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, 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 cuatro grandes infor-

mes anuales (Motor en España, Bike, 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 somos, 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 es un placer compartir estas páginas, y todo el conocimiento que nos aportan, con todos vosotros un año más e invitaros, no solamente a la lectura de este documento, sino a visitar la página web de El Observatorio Cetelem donde tendréis la ocasión de profundizar en toda la información relativa a los estudios publicados. ■

EDITORIAL

Liliana Marsán | Responsable del Observatorio Cetelem

Si el pasado año hacíamos hincapié en la influencia social de todos los conceptos relativos a la sostenibilidad en la sociedad española en general y a los consumidores en particular, estos meses transcurridos solamente han significado un avance en la implicación de ciudadanos y empresas en la sostenibilidad. El fenómeno va más allá de un mero *trending topic*, evoluciona y va tomando una forma sólida, amparada por las nuevas normativas de la Unión Europea que obligan, que nos obligarán a todos, a cimentar nuestras afirmaciones y acciones empresariales de cara a aumentar la credibilidad e implicación del sector empresarial y poner barreras a las posibles ambigüedades o intenciones de lo que se denomina *greenwashing*.

La percepción del ciudadano de pie de calle frente al fenómeno hace que la sostenibilidad, como concepto más



amplio, se vaya convirtiendo en un factor importante en la decisión de compra. El consumidor es sensible y lo exige como un factor para que nuestra empresa esté en su abanico de opciones de consumo. La transición en las motorizaciones en el sector de

la automoción, la adopción de energías limpias, las reformas eficientes en nuestros hogares buscando la creación de un hogar respetuoso con el medio ambiente, la adopción de la economía circular como forma de prolongar la vida de los bienes de consumo duradero, etc. Una larga lista de conceptos que, ajenos a nosotros hace no tanto tiempo, hoy se convierten en algo muy presente en nuestras vidas.

Un año más, es un placer compartir, desde El Observatorio Cetelem, 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. ■

ENTREVISTA

Miguel Beltra BNP Paribas Personal Finance España

¿Cómo y por qué decidió Cetelem apostar por el sector de la transición energética?

Desde BNP Paribas Personal Finance, la sostenibilidad forma parte del ADN del grupo. De hecho, fuimos reconocidos por Euromoney como el World's Best Bank for Sustainable Finance en 2023, lo que avala la apuesta firme y estructural que venimos haciendo en este ámbito. En ese contexto, Cetelem entendió que debía acompañar esa visión estratégica también desde el negocio en España.

La entrada en el sector de la transición energética fue, por tanto, una evolución natural dentro de nuestra vocación de acompañar al cliente en los grandes retos de consumo responsables y sostenibles. Desde el principio decidimos que queríamos hacerlo con garantías: no solo ofreciendo financiación, sino también trabajando con una red de partners homologados que aseguraran una experiencia satisfactoria para el cliente. Este compromiso con la calidad y la confianza nos ha permitido, cinco años después, liderar el mercado.

¿Qué papel ha jugado Cetelem en el desarrollo del sector del autoconsumo en España?

Nuestro papel ha sido el de consolidar una propuesta de valor estable, que aportara seguridad tanto al cliente como al sector. En un contexto donde muchos actores han entrado rápidamente, nuestro enfoque ha sido más exigente: trabajar con un número reducido de instaladores bien seleccionados,

La entrada en el sector de la transición energética fue una evolución natural dentro de nuestra vocación de acompañar al cliente en los grandes retos de consumo responsables y sostenibles.



que cumplen con criterios de solvencia, profesionalidad y experiencia.

Este modelo nos ha permitido convertirnos en el primer operador de financiación del sector residencial, con una presencia sólida y sostenida. De hecho, nos sentimos muy agradecidos por la confianza que los clientes nos están dando: en muchos de los acuerdos que tenemos con nuestros partners, casi el 50% de los clientes que deciden instalar soluciones de autoconsumo con ellos, eligen financiarse con nosotros. Esa cifra refleja no solo una buena propuesta, sino también que estamos generando valor real.

¿Qué obstáculos se han encontrado en el camino?

Los retos han sido diversos. Por un lado, hemos convivido con un entorno normativo y de ayudas muy cambiante, lo que ha generado incertidumbre en algunos momentos. Por otro, el fuerte crecimiento de la demanda ha puesto de relieve una escasez de profesionales cualificados y cierta heterogeneidad en la calidad del servicio ofrecido por algunos actores.

En este contexto, nuestra responsabilidad como entidad financiera ha sido, no solo facilitar el acceso a soluciones de

financiación, sino también actuar como garantes de una buena experiencia para el cliente. Nos hemos convertido, en cierta forma, en el abogado del consumidor: seleccionando con rigor a los instaladores con los que trabajamos, acompañando al cliente desde el primer momento y asegurando que todo el proceso sea transparente, profesional y fiable.

¿Qué papel pueden jugar las entidades financieras para estabilizar el sector?

Un papel clave. Las entidades financieras tenemos la capacidad de canalizar la demanda de forma eficiente y de profesionalizar el entorno, estableciendo estándares y buenas prácticas. En nuestro caso, ofrecemos soluciones de financiación adaptadas a este tipo de inversiones: plazos largos, sin comisiones innecesarias, flexibilidad para amortizar y con garantías claras.

Además, impulsamos procesos digitales que reducen la fricción, aportan seguridad y permiten a nuestros partners cerrar operaciones en tiempo real. Esta combinación de tecnología, solvencia financiera y enfoque en el cliente permite dar estabilidad y continuidad a un mercado que aún tiene mucho recorrido por delante.

¿Cómo ha evolucionado el mercado del autoconsumo residencial en estos últimos años y hacia dónde va en el futuro?

En los últimos años, el mercado ha crecido de forma muy acelerada, pero también se ha ido ajustando. Tras un fuerte boom inicial —impulsado por el contexto energético y las ayudas públicas—, ahora estamos entrando en una fase de consolidación. Aun así, el potencial sigue siendo enorme: solo una pequeña parte de las viviendas unifamiliares han dado el paso al autoconsumo, y hay mucho por hacer también en nuevas tecnologías como baterías, aerotermia, movilidad eléctrica o dentro del sector de

Apostamos por alianzas tanto con actores locales de alta solvencia como con grandes compañías energéticas que integran el autoconsumo dentro de una propuesta más global

reformas de viviendas que busquen una mayor eficiencia energética.

Desde Cetelem estamos convencidos de que el futuro pasa por integrar estas soluciones dentro de una experiencia de cliente coherente, digital y de confianza. Nuestro objetivo es seguir acompañando ese proceso con soluciones sencillas, responsables y eficaces.

¿Qué tipo de acuerdos están llamados a liderar el sector en los próximos años?

El futuro está en la especialización y en la calidad de la propuesta. Ya no se trata de tener muchos acuerdos, sino de tener

los adecuados: partners fiables, que ofrezcan una experiencia profesional y que compartan una visión a largo plazo.

En nuestro caso, apostamos por alianzas tanto con actores locales de alta solvencia como con grandes compañías energéticas que integran el autoconsumo dentro de una propuesta más global (baterías, coche eléctrico, gestión de excedentes, etc.). Nuestro rol es estar al lado de ellos, facilitando procesos, ofreciendo financiación fiable y generando confianza en el consumidor. Queremos seguir siendo el partner de referencia del sector.

¿Qué es y cuál ha sido el impacto de la nueva taxonomía verde europea en vuestra operativa?

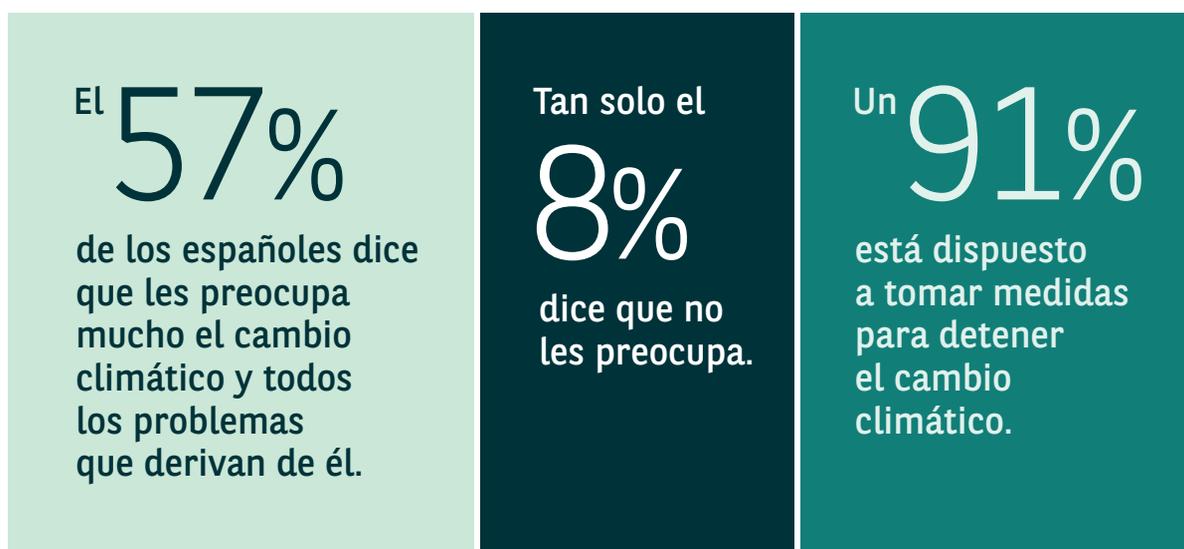
La nueva taxonomía verde ha sido un impulso importante para todos los que operamos en el ámbito de la financiación sostenible. No solo establece un

marco común, sino que nos permite identificar y acreditar proyectos que realmente cumplen con criterios medioambientales y sociales.

En nuestro caso, ya estamos incorporando esta referencia en nuestras operaciones. Si una instalación encaja dentro de los criterios de la taxonomía, queda reflejado en el contrato y nos permite —además de cumplir con los requisitos regulatorios— acceder a financiación bonificada, bonos verdes y otras fórmulas que repercuten directamente en mejores condiciones para el cliente. En definitiva, una palanca que refuerza nuestra estrategia de sostenibilidad y que nos permite liderar este segmento con garantías. ■



PERCEPCIÓN SOBRE EL CAMBIO CLIMÁTICO



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2024
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2025

El porcentaje de españoles que afirman que les preocupa mucho el cambio climático permanece estable respecto al año anterior, siendo los mayores de 55 años los que muestran una mayor preocupación, con un 60% de menciones y 3 puntos porcentuales por encima de la media.

9 de cada 10 encuestados está dispuesto a tomar medidas para detener el cambio climático, siendo más propensos a ello, los jóvenes entre 25 y 34 años.

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)



El cambio climático



La contaminación atmosférica



La gestión de los residuos

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2024
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2025

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 rondan

el 7,5 en los tres casos, eso sí, permaneciendo estables respecto a las respuestas del año anterior.

Al contrario de lo que ocurría en ediciones anteriores, no existen diferencias significativas en la segmentación por edades.

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)



Invertir en investigación, desarrollo y fomento de la sostenibilidad



Ofrecer más información y educación acerca de la sostenibilidad



Incentivar a las empresas para que se impliquen en actividades sostenibles



Reforzar el control legislativo

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2024
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2025

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 se muestran prácticamente estables respecto a 2024.

La medida más valorada continúa siendo la necesidad de invertir en investigación y desarrollo para el fomento de la sostenibilidad. Señalar, que los consumidores mayores de 55 años se encuentran por encima de la media en las valoraciones de las 4 opciones.

MODELO DE CONSUMO

El **43%**

de los españoles tiene en cuenta, siempre o casi siempre, la sostenibilidad de los productos y servicios en sus compras

Tan solo el **5%**

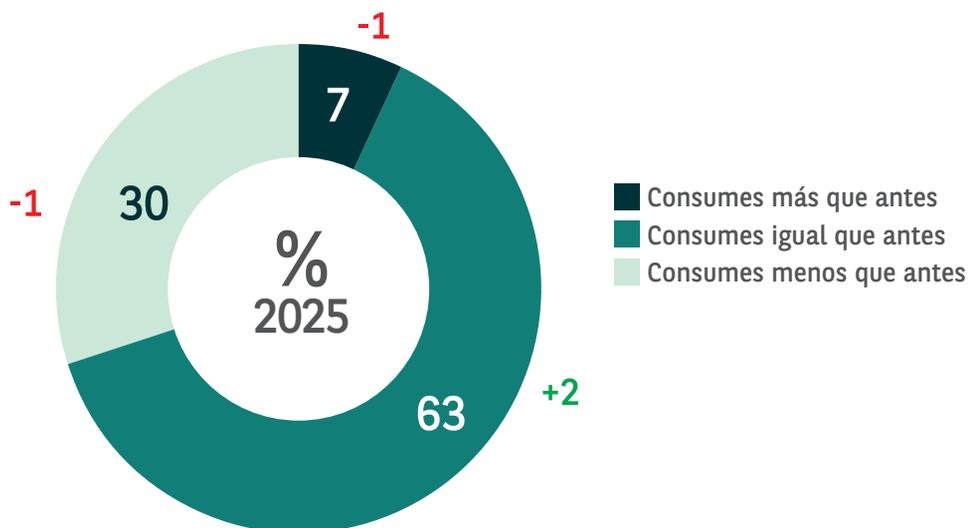
no lo tiene en cuenta en ninguna de sus compras.

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2024
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2025

El porcentaje de españoles que afirma tener en cuenta la sostenibilidad a la hora de realizar sus compras disminuye 2 puntos porcentuales respecto al año anterior. Si segmentamos por edades, nos encontramos 2 perfiles

de generaciones distintas que destacan por encima de la media, por un lado los más jóvenes entre 18 y 24 años, y por otro los seniors de más de 55 años.

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



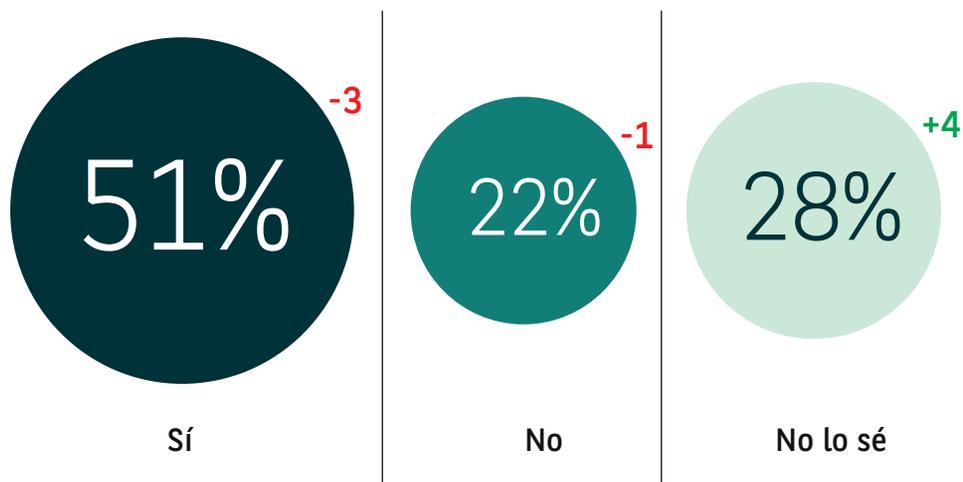
Entre los que consumen menos que antes, un **63%** lo hace porque le preocupa el impacto medioambiental.

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2024
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2025

La mayoría de los españoles afirma consumir igual que hace unos años con un 63% de menciones y un crecimiento de 2 puntos respecto a 2024. Los mayores de 55 años destacan por encima de la media con un 67% de respuestas (+4 pp).

Un 30%, por su parte, afirma consumir ahora menos que antes. De estos, el 63% afirma que es por su preocupación por el impacto medioambiental que genera. En el caso de los jóvenes de entre 25 y 34 años, este porcentaje aumenta hasta el 70%.

¿Piensas que en los próximos años tendremos un modelo de consumo más responsable? (% respuesta única)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2024
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2025

La mitad de los españoles piensa que en los próximos años tendremos un modelo de consumo más sostenible, aunque es importante señalar que este porcentaje desciende 3 puntos respecto a 2024, mientras que los indecisos aumentan 4 puntos (28%).

Aquellos con edades entre los 25 y 34 años están por encima de la media con un 58% de menciones.

¿Qué acciones estarías dispuesto/a a realizar para colaborar con la sostenibilidad del planeta?
(% respuesta múltiple)

Reciclar	68%
Consumir de un modo consciente	50%
Reducir el consumo	46%
Utilizar medios de transporte ecológicos	39%
Fomentar la economía circular	38%
Fomentar la concienciación social	24%
Viajar menos	14%
Ninguna	8%

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2024
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2025

Las tres acciones que más estarían dispuestos a realizar los españoles para intentar colaborar con la sostenibili-

dad del planeta son reciclar, intentar consumir de un modo más consciente e incluso reducir el consumo.

El **52%** de los españoles estaría dispuesto a pagar un mayor precio por un producto sostenible.

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2024
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2025

Un año más, aunque ligeramente, continúa descendiendo el número de consumidores españoles dispuestos a pagar un mayor precio por un producto sostenible, aunque el

porcentaje continúa siendo de más de la mitad de ellos. Entre los más dispuestos a pagar un coste extra se encuentran los consumidores más jóvenes.

¿Cuál/es de las siguientes actividades realizas?
(% respuesta múltiple)

		var 25/24 en pp
Tratar de reciclar (clasificación selectiva de residuos)	66%	0
Reducir mis residuos (reduciendo los envases, comprando alimentos sueltos, optando por productos reutilizables, etc.)	51%	-3
Reutilizar los productos o bienes que ya no necesito (donándolos, vendiéndolos, reparándolos, etc.)	57%	+1
Comprando productos de segunda mano o reacondicionados	43%	+8
Ninguna de las anteriores	7%	0

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2024
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2025

Dentro de los posibles comportamientos o actividades que se pueden llevar a cabo para combatir el cambio climático, el reciclaje sigue siendo el más mencionado, aunque se mantiene estable respecto al año anterior.

Sin embargo, la compra de productos de segunda mano o reacondicionados obtiene un importante crecimiento de 8 puntos y esta cada vez más presente en el comportamiento de los consumidores españoles.

¿Hasta qué punto...?

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

	Más que hace 3 años	Igual que hace 3 años	Menos que hace 3 años
Tratas de reciclar	47% 0	49% 0	5% -1
Reduces tus residuos	45% 0	50% 0	6% 0
Reutilizas los productos o bienes que ya no necesitas	43% -2	53% +4	5% -2
Compras productos de segunda mano o reacondicionados	30%	58%	12%

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2024
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2025

La mayor parte de consumidores afirma que realiza este tipo de actividades igual que hace tres años, con especial mención al crecimiento de 4 puntos en el porcentaje relacionado con la reutilización de productos o bienes que ya no necesitan.

Es importante señalar que los porcentajes más bajos los encontramos en aquellos que afirman realizar menos que

antes este tipo de actividades para mejorar la sostenibilidad del planeta.

Respecto a aquellos que afirman realizar estas acciones sostenibles más que hace tres años, hay que destacar que los consumidores más jóvenes son los que destacan por encima de la media en todas ellas.

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

		var 25/24 en pp
Compro/vendo objetos, libros, ropa de segunda mano	59%	-2
Compro mi comida directamente de productores locales	46%	-1
Consumo menos para preservar el planeta	45%	-3
El impacto medioambiental es mi principal criterio de elección al comprar un producto (antes del precio, la facilidad de acceso, etc.)	33%	-2
Utilizo un servicio de alquiler de bicicletas o automóviles públicos	28%	-2
Estaría dispuesto/a a dejar mi coche en manos de un profesional (concesionario de coches, etc.) durante unos días al mes para alquilarlo	24%	-2
Comparto coche con personas desconocidas	16%	-3

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2024
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2025

Avanzamos un paso más y hemos preguntado a los españoles acerca de los hábitos de consumo en general en materia de sostenibilidad, y es importante destacar el descenso de los porcentajes en todos ellos.

La compra/venta de objetos de segunda mano sigue siendo la opción más mencionada, destacando por encima de la

media los consumidores entre los 25 y 34 años con un 68% de menciones. Le sigue el hecho de comprar comida directamente a productores locales que pasa de la tercera posición en 2024 a la segunda posición este año.

El top 3 lo cierran aquellos que afirman consumir menos para preservar el planeta.

Influye en tu decisión de compra que la empresa que vende el producto por el que estás interesado...

(% respuesta múltiple)

		var 25/24 en pp
Esté certificada como compañía socialmente responsable	42%	0
Te permita conocer la huella medioambiental de ese producto	31%	0
Esté vinculada claramente a los ODS (objetivos de desarrollo sostenible, agenda 2030)	21%	+1
Realice una donación a una causa social	20%	0
Destine una donación a una causa medioambiental	19%	0
Otros	10%	+1

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2024
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2025

El papel que juegan las acciones de las empresas en relación con la sostenibilidad es muy importante en la decisión de compra de los consumidores.

El top 3 continúa siendo el mismo que en 2024, donde el hecho de que la empresa esté certificada como socialmente responsable es lo más valorado seguido de que les permita conocer la huella medioambiental del producto que

quieren adquirir (donde los consumidores entre 25 y 34 años destacan notablemente por encima de la media), en ambos casos los porcentajes se mantienen estables respecto al año anterior.

Este ranking lo cierra el hecho de que la empresa esté vinculada a los ODS, que muestra un ligero crecimiento de 1 punto respecto a 2024.

HUELLA DE CARBONO

El **71%**

de los españoles estaría interesado en conocer su huella de carbono.

Tan solo el **9%**

la ha calculado alguna vez, la mayoría a través de una app que conecta con sus cuentas bancarias.

Un **48%**

de los españoles también estaría interesado en recibir información sobre cómo disminuir esta huella de carbono.

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2024
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2025

7 de cada 10 españoles encuestados estarían interesados en conocer su huella de carbono, destacando notablemente por encima de la media los consumidores más jóvenes.

Sólo un 9% afirma haberla calculado en alguna ocasión principalmente a través de los movimientos de su cuenta bancaria, destacando por encima de la media aquellos consumidores con edades comprendidas entre los 25 y 34 años.

SOSTENIBILIDAD Y CONSUMO 2025

TRANSICIÓN
ENERGÉTICA



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.

6 de cada **10** españoles dice que su vivienda no cuenta con sistemas de eficiencia energética incorporadas

7 de cada **10** considera que una edificación que tenga en cuenta la eficiencia energética es rentable para el consumidor final.

Casi **9** de cada **10** españoles tendría en cuenta la eficiencia energética a la hora de comprar una vivienda.

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2024
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2025

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

		var 25/24 en pp
Sistemas de iluminación Led o eficientes	77%	0
Electrodomésticos con etiqueta energética eficiente (A+, B., C..)	75%	0
Aislamiento térmico / ventanas de alta eficiencia	69%	+1
Instalación de placas solares para Autoconsumo fotovoltaico	65%	0
Reformas para mejorar la eficiencia de los edificios	52%	0
Sistemas de restricción del caudal del agua	44%	-1
Aerotermia y suelo radiante	41%	+2
Termosolar (calentador de agua a través de energía solar)	40%	-1
Calderas de gas eficientes	39%	+2
Domótica y sistemas de monitorización	37%	0
Calderas de Biomasa	26%	0
Pintura ecológica / revestimientos naturales	26%	+2
Auditorías energéticas de tu hogar	17%	-1
Ventilación Mecánica Controlada	13%	
Ninguna	3%	+1

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2024
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2025

¿Tienes instalada o contratada alguna de las siguientes opciones para mejorar la sostenibilidad del hogar?

(Respuesta única - sí / no)

		var 25/24 en pp
Sistemas de iluminación Led o eficientes	91%	-3
Electrodomésticos con etiqueta energética eficiente	89%	-1
Sistemas de restricción del caudal del agua	62%	+2
Aislamiento térmico / ventanas de alta eficiencia	62%	-3
Calderas de gas eficientes	52%	0
Reformas para mejorar la eficiencia de edificios	37%	0
Pintura ecológica / revestimientos naturales	34%	-2
Domótica y sistemas de monitorización	33%	+3
Ventilación Mecánica Controlada	29%	
Auditorías energéticas de tu hogar	20%	-7
Termosolar (calentador de agua a través de energía solar)	18%	+2
Instalación de placas solares para Autoconsumo fotovoltaico	17%	+1
Aeroterminia y suelo radiante	12%	-1
Calderas de Biomasa	9%	-3

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2024
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2025

El Top 3 en lo que respecta a las opciones que actualmente tienen instaladas los españoles en sus viviendas lo componen: los sistemas de iluminación Led, los electrodomésticos con etiqueta energética ambos con caídas respecto al año anterior y los sistemas de restricción del caudal del agua, cuyo porcentaje crece 2 puntos porcentuales respecto a 2024.

Aunque con unos porcentajes bastante inferiores a los mencionados anteriormente, es importante señalar el crecimiento de 3 puntos de los sistemas de domótica y los de energía termosolar, como los calentadores de agua (+2pp). Por otro lado, la instalación de placas solares continúa creciendo, aunque a menor ritmo que en los años precedentes.

¿Cuál es la parte del proceso de compra que más satisfacción te ha generado?
(Respuesta única)

		var 25/24 en pp
Resultado final general de la instalación, eficiencia energética conseguida	52%	+6
Solicitud de subvenciones	12%	+2
Precio final de la instalación	9%	-2
Entendimiento de la tecnología	9%	-1
Entendimiento del tipo de instalación, marcas, garantías que mejor se adaptan a tu caso	5%	-2
Contacto con el instalador/vendedor adecuado para cubrir tus necesidades	5%	-1
Proceso de instalación, contacto con el instalador/vendedor durante el mismo	4%	-4
Proceso de postventa, contacto con el instalador/vendedor durante el mismo	3%	0

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2024
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2025

La satisfacción con el resultado final de la instalación y la consiguiente eficiencia energética conseguida, es cada vez mayor entre los consumidores que introducen este tipo de tecnología en sus hogares, mostrando un importante crecimiento de 6 puntos respecto al año anterior.

Aunque con porcentajes muy por debajo del anterior, la solicitud de las subvenciones y el precio final de la ins-

talación son las siguientes opciones más mencionadas y que también aumentan respecto a 2024.

Los aspectos relacionados con el contacto con el instalador o proveedor durante el periodo de instalación así como en el servicio de postventa, son los menos valorados y los que mayores dificultades generan a los consumidores.

¿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 2025 **3.404€ +11%**

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2024
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2025

El gasto medio realizado por los españoles que han instalado mejoras de eficiencia energética para su hogar en los últimos 12 meses ascendió a 3.404€, lo que supone un 11% más que el realizado el año anterior.

Si realizamos una segmentación por edades, sorprende que este año son los consumidores más jóvenes los que destacan notablemente por encima de la media, con un desembolso medio declarado de 3.811€, un 12% más que la media de españoles.



¿A través de qué medio/s de pago has hecho frente a la instalación de sistemas de eficiencia energética y/o de energía renovable para mejorar la sostenibilidad del hogar?
(% respuesta múltiple)

		var 25/24 en pp
	Efectivo 31%	-3
	Tarjeta débito 30%	+3
	Tarjeta crédito fin de mes 14%	-2
Financiación ofrecida / solicitada en la tienda donde has comprado	13%	+1
Tarjeta crédito pago a plazos (pago cuota fija al mes con intereses)	8%	+1
Otros	8%	+1
Financiación solicitada en una entidad financiera	8%	-1

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2024
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2025

Prácticamente observamos el mismo porcentaje de españoles que declaran haber pagado este tipo de productos o servicios en efectivo y con tarjeta de débito, eso sí, este último con un crecimiento de 3 puntos respecto al año anterior.

El 21% ha optado por utilizar algún tipo de financiación a la hora de instalar mejoras de eficiencia energética en sus casas, siendo aquellos de edades entre los 35 y 44 años los que más la han utilizado (24%).

INVERSIÓN Y CONSUMO EN SOSTENIBILIDAD

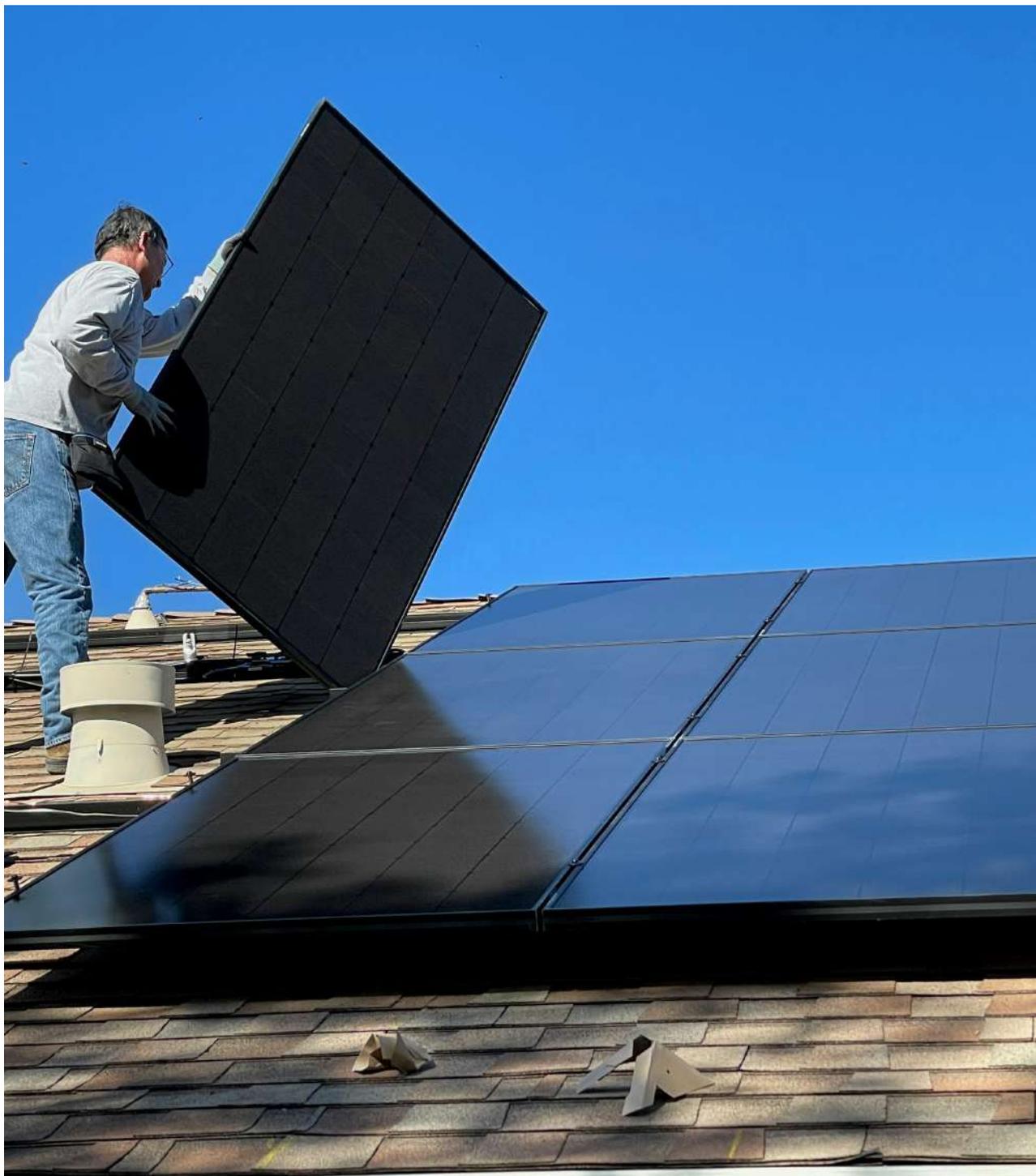
¿Qué tipo/s de sistemas de eficiencia energética y/o de energía renovable para mejorar la sostenibilidad del hogar estás pensando instalar?
(Respuesta múltiple)

		var 25/24 en pp
Electrodomésticos con etiqueta energética eficiente	38%	0
Sistemas de iluminación Led o eficientes	33%	-1
Aislamiento térmico / ventanas de alta eficiencia	25%	-1
Ninguna	20%	+2
Instalación de placas solares para Autoconsumo fotovoltaico	19%	0
Pintura ecológica / revestimientos naturales	15%	+1
Sistemas de restricción del caudal del agua	15%	-1
Reformas para mejorar la eficiencia de edificios	15%	+1
Calderas de gas eficientes	13%	-1
Domótica y sistemas de monitorización	13%	0
Termosolar (calentador de agua a través de energía solar)	10%	-1
Aeroterminia y suelo radiante	8%	0
Ventilación Mecánica Controlada	6%	
Auditorías energéticas de tu hogar	4%	-2
Calderas de Biomasa	3%	-1

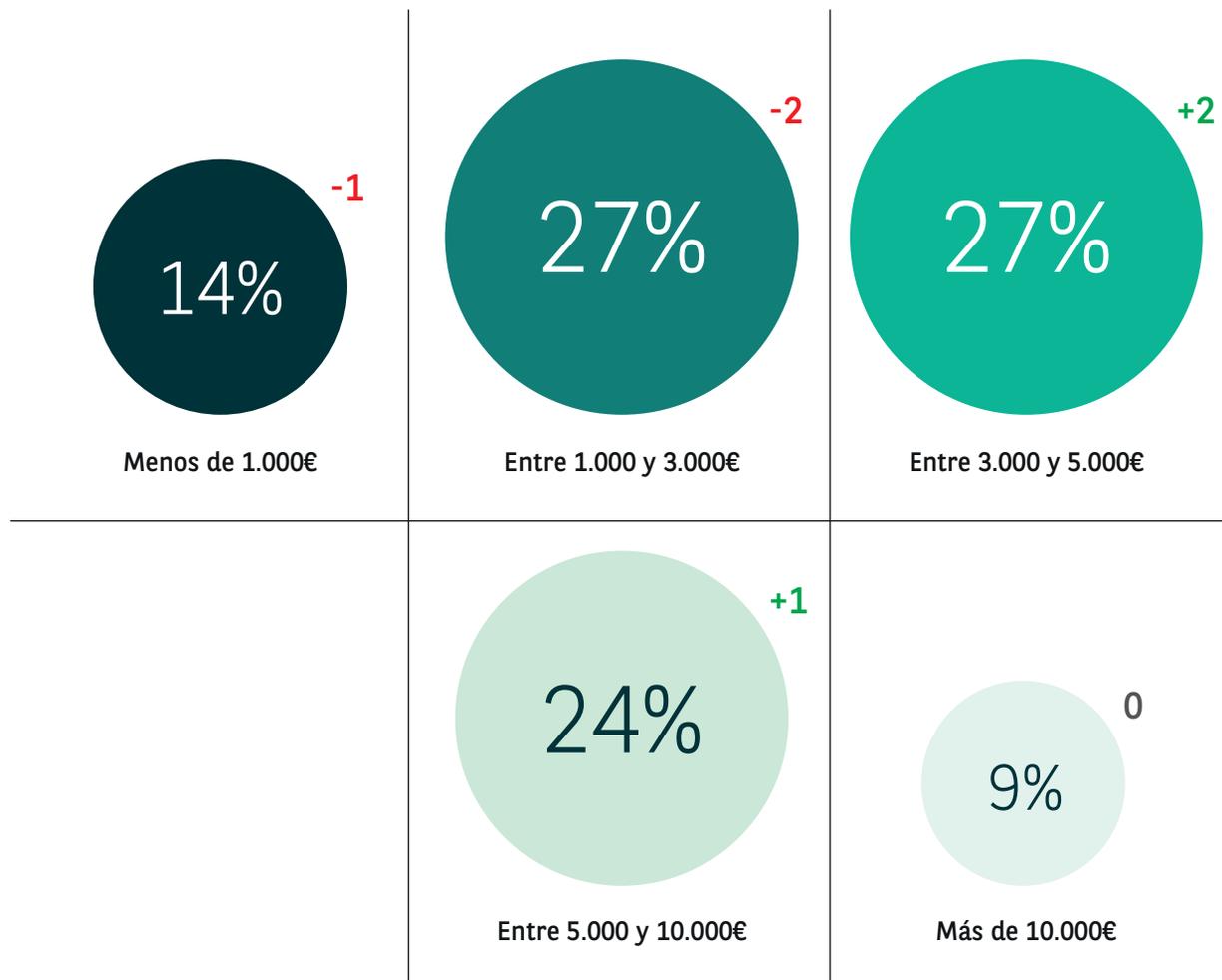
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2024
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2025

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, los sistemas de iluminación LED y el aislamiento térmico/ventanas de alta eficiencia, estos dos últimos con ligeros descensos respecto al año anterior.

Aunque con porcentajes inferiores a los mencionados anteriormente, es importante señalar que se producen ligeros crecimientos en productos como la pintura ecológica, y las reformas para la mejora de los edificios.



¿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 2024
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2025

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 (27%) lo encontramos en aquellos que prevén un gasto entre los 1.000€ y 3.000€, y entre 3.000€ y 5.000€, mostrando un crecimiento de 2 puntos porcentuales respecto a 2024.

Otro 24% declara un desembolso medio muy superior que oscilará entre los 5.000 y 10.000€, porcentaje que también crece ligeramente respecto al año anterior.

En definitiva, se observa como cada año no solo hay más consumidores que realizan compras de este tipo, sino también que gastan más.

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)

		var 25/24 en pp
El precio final de la instalación y calidad de los materiales instalados	53%	+2
Las subvenciones públicas sobre el precio del producto o la reducción de impuestos	41%	-2
La zona geográfica donde residio	35%	-1
La protección y ventajas que da una legislación estable	27%	-2

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2024
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2025

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 53% de menciones, y un crecimiento de 2 puntos respecto al año anterior.

Otra de las variables importantes para los consumidores son las subvenciones públicas sobre el precio del pro-

ducto o la reducción fiscal, pero que muestra un descenso en comparación con el año 2024.

Los más “críticos” o exigentes en todos estos temas, son los consumidores con edades entre los 45 y 54 años que muestran porcentajes superiores a la media en todas las opciones mostradas.

¿Cuáles de las siguientes razones te motivarían más a realizar una inversión en placas solares?

(Respuesta múltiple - máximo 3 respuestas)

		var 25/24 en pp
Ahorro económico en la factura mensual de energía	54%	+1
Ahorro energético en cuanto a la cantidad de energía consumida cada mes	35%	-1
Las subvenciones y desgravaciones fiscales	30%	+1
Mantenerse al margen de las variaciones de los precios de la energía y tener independencia de las empresas energéticas	22%	+1
Concienciación por lo sostenible y la protección del medio ambiente para reducir la huella de carbono	18%	-3
Aumentar el valor de la propiedad	16%	0
Que la mensualidad de la financiación que elija para adquirir la instalación corresponda con el ahorro generado	16%	-1

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2024
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2025

Lo más importante respecto a las motivaciones para invertir en placas solares, es en primer lugar el ahorro económico en la factura mensual de energía, así lo manifiestan casi 6 de cada 10 encuestados, y creciendo ligeramente respecto a 2024.

Le sigue el ahorro en la cantidad de energía consumida cada mes (35%) y las subvenciones o desgravaciones fiscales (30%). En ambos casos, son los mayores de 45 años los que muestran porcentajes superiores.

¿Cuáles de las siguientes razones te frenarían a realizar una inversión en placas solares?
(Respuesta múltiple - máximo 3 respuestas)

		var 25/24 en pp
Precio elevado	42%	+2
Mi tipo de vivienda no es unifamiliar, no me lo permite	22%	+1
Trámites y papeleos	18%	+1
Coste de mantenimiento a largo plazo	18%	-1
Durabilidad o vida útil de la instalación	15%	0
Que no me concedan la subvención o ayuda	13%	+1
Supone una inversión considerable y no es el mejor momento	13%	-2
Largo retorno de la inversión (inversión a largo plazo)	13%	0
Obsolescencia (desfase por uso/tiempo)	12%	+2
Desconocimiento del producto	9%	-1
Desconfianza en la eficiencia a conseguir	9%	+1
Desconocimiento e inestabilidad de la legislación aplicable a la instalación de placas solares	8%	-1
Que no exista posibilidad de financiación de la instalación	8%	0
Roturas y otros siniestros	7%	0
Robos de parte o totalidad de la instalación	7%	0
El precio podría bajar en el futuro, por lo que prefiero esperar un mejor momento de compra	6%	+1
Dificultad para encontrar un distribuidor de confianza	6%	-1

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2024
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2025

El precio sigue siendo el principal freno a la hora de tomar la decisión de instalar placas solares, factor que además crece 2 puntos respecto al año anterior, sin diferencias significativas por edades.

El tipo de vivienda no unifamiliar y todo el papeleo para realizar los trámites administrativos necesarios para la obtención de subvenciones, son los siguientes aspectos más negativos, aunque hay que señalar que con porcentajes muy inferiores al del factor precio.

¿Qué aspecto te resulta más complejo de analizar para iniciar la inversión?
(Respuesta única)

		var 25/24 en pp
El ahorro real que conseguiré	23%	+1
El tiempo de amortización de la inversión	18%	+1
Los trámites y subvenciones de las que me puedo beneficiar	14%	0
El mantenimiento necesario	12%	0
El conocimiento técnico del producto y de la marca recomendada	9%	-1
Información del precio justo de la instalación que necesita	8%	0
Las garantías del producto	8%	+1
El canal para llegar al distribuidor o instalador adecuado	5%	-1
La legalidad que ampara al producto	5%	-1

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2024
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2025

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

		var 25/24 en pp
La posibilidad de cobrar por los excedentes de energía que genere la instalación	25%	+1
El fin del "Impuesto al Sol" que mejora la rentabilidad a obtener por la instalación de placas solares	21%	-1
Las ayudas públicas que se están dando para este tipo de instalaciones	18%	0
La posibilidad de constituir asociaciones y colectivos de vecinos para crear instalaciones de placas solares en bloques de edificios o barrios	15%	+1
La tendencia a liberalizar los precios de la energía	11%	-1
Que potencien un sector que creará empleo y servirá para salir de la crisis	10%	+1

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2024
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2025

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, aumentando ligeramente respecto a 2024.

Le sigue el fin del "impuesto al Sol" que mejora la rentabilidad a obtener por la instalación de placas solares, con un 21% de respuestas obtenidas (22% en 2024).

Las ayudas públicas que se están dando para este tipo de instalaciones cierran el top 3 y con un 18% de menciones se mantienen estables respecto a 2024.

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

		var 25/24 en pp
Internet	37%	-2
De algún distribuidor o instalador local especializado	25%	-1
Ayuntamientos o entidades públicas	25%	0
Web de Ministerios o fuentes oficiales	22%	+1
De mi comercializadora/empresa de energía o compañía eléctrica habitual	19%	+1
Organizaciones de consumidores (FACUA, OCU, etc.)	19%	0
De otros consumidores	18%	-1
Página web de algún posible distribuidor	17%	-1
Instaladores conocidos que ya han trabajado en casa	14%	+1
De una nueva comercializadora/empresa/compañía eléctrica que distribuya solo energía 100% verde	13%	-1
Foros	12%	0
Redes sociales	9%	0
Organizaciones ecologistas	7%	+1
De la gran distribución (Ikea, MediaMarkt, Carrefour)	7%	0
Ecommerce (tienda online)	3%	-1

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2024
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2025

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 37% de menciones, aunque mostrando una caída de 2 puntos respecto a 2024.

Con un 25% encontramos las consultas a los distribuidores e instaladores locales y las realizadas a los propios ayuntamientos y entidades públicas de la zona, para asesorarles en este tipo de adquisiciones.

Los siguientes porcentajes más altos y creciendo ligeramente respecto a 2024, son los realizados en las páginas web de los ministerios y en las compañías eléctricas donde tienen contratados sus servicios de luz o gas.

Ayudas públicas para la instalación de placas solares (% respuesta múltiple)

	CONOCES	HAS UTILIZADO	ESTÁS PENSANDO EN UTILIZAR
Las ayudas de ayuntamientos o entidades locales, tipo subvención sobre el IBI	23% 0	16% -2	24% -1
Ayudas públicas directas gestionadas por el instalador, aplicadas sobre el PVP, por ejemplo, fondos Next Generation	27% -1	20% 0	30% 0
Desgravaciones fiscales, activas desde finales de 2021	24% +3	15% +1	22% 0
Ninguna	48% +2	57% +3	49% +2

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2024
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2025

SOSTENIBILIDAD Y CONSUMO 2025

ECONOMÍA
CIRCULAR



CONOCIMIENTO DEL CONCEPTO DE ECONOMÍA CIRCULAR

El número de consumidores que afirma haber oído hablar de la Economía Circular continúa aumentando un año más, el 70% de los españoles encuestados así lo declara, 3 puntos más que en 2024.

Si segmentamos por edades, aquellos con edades entre los 45 y 54 años son los que destacan por encima de la media con un 74% de menciones.

Dirías que la economía circular... (Respuesta múltiple)

		var 25/24 en pp
Ayuda a preservar el medio ambiente y los recursos naturales	58%	+1
Permite desarrollar productos y procesos de fabricación innovadores	24%	0
Crea puestos de trabajo	18%	0
Es costosa, dado lo caros que pueden ser algunos procesos de reciclaje	15%	0
Es un mercado poco regulado, que no inspira confianza	15%	-1
Es solo una moda pasajera	12%	+1

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2024
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2025

El significado más asociado por los españoles al concepto de Economía Circular es que ayuda a preservar el medio ambiente y los recursos naturales, mostrando un ligero aumento respecto al año anterior.

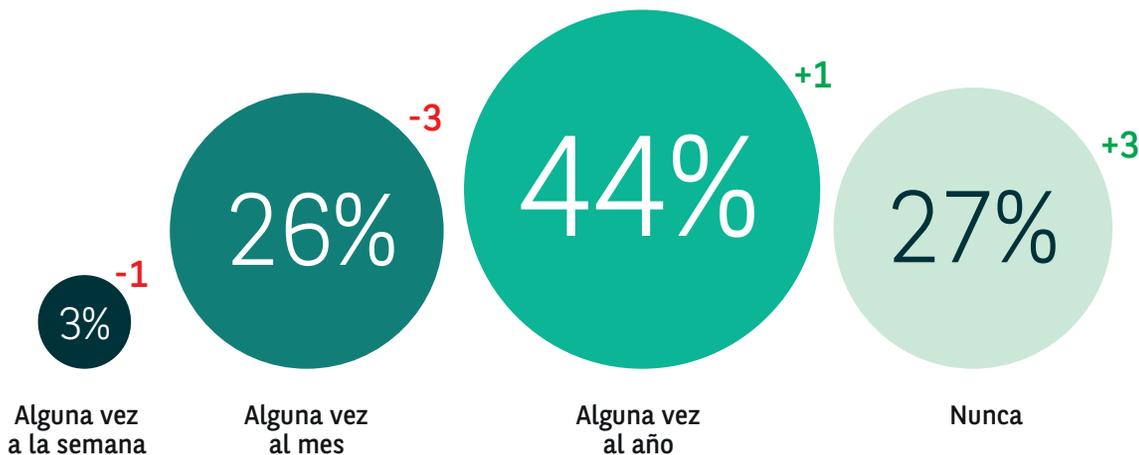
El resto de las opciones muestran datos muy inferiores, con porcentajes por debajo del 30%.

SEGUNDA MANO

Una de las actividades que más representa a la Economía Circular es el mercado de segunda mano, que permite dar otra oportunidad de uso a los productos, alargando el ciclo de vida de estos.

COMPRAS DE SEGUNDA MANO

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



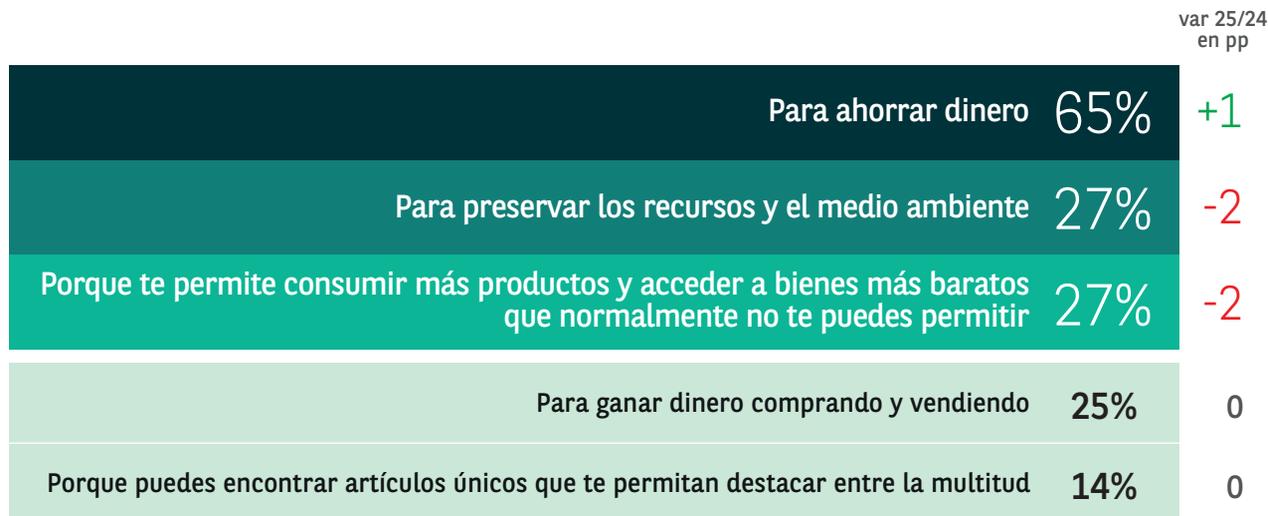
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2024
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2025

Con un ligero crecimiento, el porcentaje más alto sigue siendo el de los consumidores que afirma realizar compras de segunda mano al menos una vez al año. Pero es importante señalar que, a diferencia de la tendencia de los últimos años, observamos un descenso en la frecuen-

cia de compra de productos de segunda mano.

Además, el porcentaje de aquellos consumidores que declara no realizar ninguna compra de este tipo aumenta 3 puntos respecto a 2024.

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



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2024
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2025

Para el 65% (64% en 2024) de los españoles se compran productos de segunda mano principalmente para ahorrar dinero (los mayores de 55 años destacan por encima de la media con un 72%).

Las siguientes opciones más mencionadas por los consumidores con un 27% de respuestas y un descenso de 2 puntos respecto a 2024 en ambos casos, son: preservar los recursos y el medio ambiente y que les permite consumir más productos y acceder a bienes más baratos.

En general, ¿dónde compras bienes, ropa o materiales de segunda mano?
(Respuesta múltiple)

		var 25/24 en pp
En una plataforma de compra/venta entre iguales (apps como vinted, etc.)	64%	0
En un mercadillo de segunda mano	27%	+2
A través de un minorista/tienda (física o en línea) especializada en bienes de segunda mano/usados	23%	+1
En una tienda tradicional que revende sus propios productos reacondicionados	20%	+1
A un conocido, a través del boca a boca	15%	+2

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2024
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2025

El 64% de los encuestados compra sus productos de segunda mano a través de plataformas de compra/venta entre particulares, manteniéndose estable respecto a 2024, siendo aquellos con edades entre los 45 y 54 años los que destacan por encima de la media con un 74% de menciones.

Las siguientes opciones más mencionadas, aunque con porcentajes muy inferiores a la mencionada anteriormente, son los mercadillos y las tiendas especializadas de segunda mano, mostrando en ambos casos, crecimientos respecto al año anterior.

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

(Respuesta múltiple)

		var 25/24 en pp
Libros	53%	+3
Ropa/calzado	37%	+4
Muebles	36%	0
Videojuegos	26%	0
Coches	25%	-1
Smartphones	23%	0
Bicicleta	20%	-1
Juguetes	20%	-3
Decoración hogar	19%	+3
Ordenadores	16%	-1
Electrodoméstico pequeño	15%	-1
Material de bricolaje	13%	0
Videoconsolas	13%	0
Electrodoméstico gama blanca	12%	-1
Componentes de PC	11%	+1
Tablets	8%	0
Electrodoméstico gama marrón	7%	-2
Motos	6%	-1
Patinete eléctrico	4%	-1
Elementos de descanso	4%	-1
Caravanas o autocaravanas	2%	-1

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2024
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2025

Los libros (53%) y la ropa/calzado (37%) son los tipos de productos más comprados en el mercado de segunda mano, en ambos casos, con crecimientos respecto al año anterior. Los muebles son los siguientes productos más adquiridos, manteniéndose estables respecto al 2024.

Aunque con porcentajes bastante inferiores a los mencionados anteriormente, hay que señalar que entre el resto de los productos preguntados, las compras de segunda mano de elementos de decoración y componentes de PC son los únicos que muestran aumentos respecto al año anterior.



¿Cuál/es de los siguientes productos de segunda mano tienes intención de comprar?
(Respuesta múltiple)

		var 25/24 en pp
Libros	26%	0
Muebles	18%	-2
Coches	16%	+1
Ropa/calzado	16%	-1
Smartphones	11%	-2
Videojuegos	11%	-1
Bicicleta	9%	-1
Ordenadores	9%	-1
Decoración hogar	9%	-1
Material de bricolaje	7%	-1
Juguetes	7%	-3
Electrodoméstico pequeño	7%	-1
Electrodoméstico gama blanca	6%	-1
Videoconsolas	6%	-1
Tablets	6%	+1
Componentes de PC	5%	-1
Motos	4%	0
Electrodoméstico gama marrón	4%	-1
Caravanas o autocaravanas	3%	-1
Patinete eléctrico	3%	-1
Elementos de descanso	2%	-1

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2024
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2025

Respecto a las intenciones de compra de productos de segunda mano en los próximos 12 meses, lo más importante es señalar que se observan descensos en prácti-

camente todos los ítems preguntados, con excepción de los coches y las Tablet, que crecen ligeramente un punto porcentual.

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

		var 25/24 en pp
No me fío de los productos de segunda mano que no tienen garantía	37%	-1
El precio es a menudo demasiado alto para un producto ya usado	32%	+1
No me gusta la idea de comprar un producto o mercancía que ya ha sido utilizado por otra persona (por ejemplo, por razones de higiene)	22%	+2
Me gusta tener cosas nuevas	19%	+2
No pienso en ello	17%	+1
Me preocupa entrar en disputas con los vendedores que no pueda resolver	16%	0
Requiere demasiado tiempo	7%	+1
Otro/s motivo/s	6%	-1
Comprar en línea y recibir las cosas es demasiado complicado	6%	0

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2024
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2025

La principal razón para no comprar productos de segunda mano es la falta de confianza en aquellos que no tienen garantía con un 37% de menciones y un ligero descenso de 1 punto respecto a 2024.

Le sigue el 32% (31% en 2024) que opina que el precio de estos productos es demasiado alto para ser usados.

El resto de las opciones presentan porcentajes por debajo del 30%, pero con crecimientos respecto al año anterior.

VENTAS DE SEGUNDA MANO

El 23% de los españoles encuestados vende productos de segunda mano alguna vez al mes, porcentaje que desciende 4 puntos respecto al año anterior. Los consumidores con edades entre los 25 y 34 años son los más asiduos, con un porcentaje 10 puntos por encima de la media.

El 38% lo hace alguna vez al año y el 35% dice no haberlo hecho nunca, destacando en ambos casos los consumidores seniors de más de 55 años.

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

		var 25/24 en pp
Para liberar espacio en casa	58%	+2
Para obtener ingresos extra	48%	+3
Para que otras personas puedan aprovechar los productos no deseados de forma económica	37%	-2
Siento que estoy haciendo algo positivo por el medio ambiente	28%	-1
Me permite reemplazar mi viejo equipo por modelos más modernos	16%	-1
Disfruto vendiendo mis productos no deseados	16%	-2
Otros motivos	1%	0

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2024
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2025

Liberar espacio en casa y obtener ingresos extra son las principales razones que llevan a los españoles a vender productos de segunda mano con porcentajes muy superiores al resto, y mostrando crecimientos de 2 y 3 puntos porcentuales respecto al año anterior.

Los consumidores más seniors son los que más deciden vender objetos que ya no utilizan con el objetivo principal de liberar espacio en casa, mostrando porcentajes 7 puntos por encima de la media. La opción de ganar un dinero extra es la más mencionada por los consumidores entre 35 y 44 años.

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

		var 25/24 en pp
En una plataforma de compra/venta entre iguales (Vinted, etc.)	75%	+2
A un conocido, a través del boca a boca	16%	+1
A través de un minorista/tienda (física o en línea) especializada en bienes de segunda mano/usados	13%	+1
En un mercadillo de segunda mano	9%	0
En una tienda tradicional que revende sus propios productos reacondicionados (marca de ropa, etc.)	9%	-2

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2024
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2025

Un año más y con muchísima diferencia respecto al resto de opciones, y además creciendo 2 puntos respecto a 2024, encontramos como primera opción las plataformas de compra/venta entre particulares con un 75% de

encuestados que las elige. Los consumidores con edades entre los 45 y 54 años destacan por encima de la media con un 82% de menciones.

¿Cuál/es de los siguientes productos de segunda mano has vendido alguna vez?
(Respuesta múltiple)

		var 25/24 en pp
Ropa/calzado	47%	+1
Libros	45%	+5
Muebles	32%	+2
Juguetes	26%	-1
Smartphones	22%	+1
Videojuegos	21%	0
Electrodoméstico pequeño	18%	0
Bicicleta	17%	-3
Decoración hogar	17%	+1
Coches	12%	-1
Videoconsolas	12%	-1
Ordenadores	11%	+1
Material de bricolaje	10%	+2
Electrodoméstico gama blanca	8%	0
Componentes de PC	8%	-1
Tablets	8%	0
Electrodoméstico gama marrón	8%	+1
Elementos de descanso	5%	-1
Motos	4%	-2
Patinete eléctrico	3%	-1
Caravanas o autocaravanas	1%	0

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2024
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2025

El top 3 de productos más vendidos continúa siendo el mismo que en 2024, ropa y calzado, libros y muebles. En los tres casos con porcentajes superiores al año anterior, con especial mención a los libros que crecen 5 puntos.

En el caso de la venta de ropa de segunda mano, son los consumidores con edades entre los 35 y 44 años los que destacan por encima de la media. En las opciones de libros y muebles, son los mayores de 45 los que superan a la media en este tipo de transacciones.



¿Cuál/es de los siguientes productos de segunda mano tienes intención de vender?
(Respuesta múltiple)

		var 25/24 en pp
Ropa/calzado	27%	-1
Libros	25%	+1
Muebles	17%	0
Juguetes	13%	-2
Videojuegos	10%	-1
Smartphones	9%	-1
Decoración hogar	9%	-1
Bicicleta	8%	-1
Electrodoméstico pequeño	7%	0
Coches	6%	-1
Ordenadores	6%	-1
Videoconsolas	5%	-1
Material de bricolaje	5%	0
Componentes de PC	4%	0
Electrodoméstico gama blanca	4%	0
Tablets	3%	-1
Elementos de descanso	3%	-1
Electrodoméstico gama marrón	3%	-2
Patinete eléctrico	2%	0
Motos	2%	-1
Caravanas o autocaravanas	1%	0

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2024
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2025

Los productos con mayor intención de venta para los próximos 12 meses son los mismos que los más vendidos este año, aunque con porcentajes bastante inferiores.

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



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



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2024
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2025

El gasto medio realizado por los españoles en las compras de productos de segunda mano fue de 460€, un 22% más que el año anterior.

Los consumidores más jóvenes entre los 18 y 24 años destacan notablemente por encima de la media con un

desembolso medio realizado de 766€, lo que supone un 66% más que la media.

El dinero obtenido por los españoles en la venta de productos de segunda mano fue de 362€, un 21% más que hace 12 meses.

ÍNDICES DE REPARABILIDAD Y DE DURABILIDAD

8 de cada 10

españoles considera importante o muy importante que los índices de reparabilidad y de durabilidad aparezcan en los productos para proporcionar información adicional.

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2024
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2025

El **Índice de reparabilidad** es una métrica, usualmente en una escala de 0 a 10, que evalúa la facilidad con la que un producto puede ser reparado. Se utiliza para informar a los consumidores sobre la facilidad de reparar un producto antes de comprarlo. Esta iniciativa busca promover la reparación sobre el reemplazo, fomentando así la economía circular y la sostenibilidad.

El **Índice de durabilidad** es un valor que indica la resistencia de un material y refleja la longevidad y robustez general del producto.

Para 8 de cada 10 españoles encuestados ambos índices son considerados importantes a la hora de adquirir ciertos productos, sobre todo para los consumidores seniors (+55 años) más experimentados, que son los que más los valoran destacando por encima de la media 4 puntos porcentuales.

El 66% de los consumidores españoles estaría dispuesto incluso a pagar un mayor precio por un producto que les diera información sobre estos índices.

PRODUCTOS REACONDICIONADOS

8 de cada 10 españoles ha oído hablar de los productos reacondicionados.

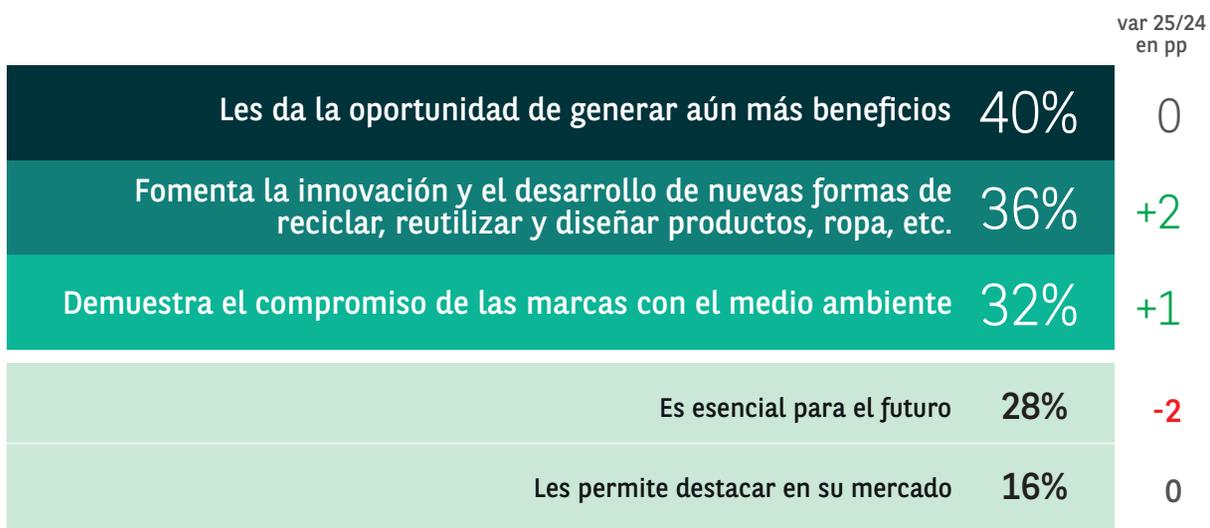
5 de cada 10 considera que este sistema de reacondicionamiento de productos es bueno tanto para el consumidor como para las marcas,

3 de cada 10 considera que es beneficioso principalmente para las marcas,

y 2 de cada 10 que es bueno principalmente para los consumidores.

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2024
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad - Canal Sondeo 2025

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 2024
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2025

Esta forma de dar una segunda vida a los productos usados es una oportunidad para las marcas y las tiendas de generar aún más beneficios para el 40% de los encuestados, porcentaje que se mantiene estable respecto al año anterior.

Le sigue el 36% que cree que fomenta la innovación y el desarrollo de nuevas formas de reciclar o reutilizar, mos-

trando un aumento de 4 puntos respecto a 2024. En este sentido destacan los consumidores mayores de 55 años con un 42% de respuestas.

3 de cada 10 opina que este tipo de acciones demuestran el compromiso de las marcas con el medio ambiente.

ALQUILER/RENTING VS COMPRA



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

(Respuesta única - Opciones: "Alquilar", "Comprar", "Indistintamente")

	ALQUILAR		COMPRAR		INDISTINTAMENTE	
	2025	var 25/24 en pp	2025	var 25/24 en pp	2025	var 25/24 en pp
Libros	16%	0	57%	+1	27%	0
Videojuegos	17%	-1	55%	+3	28%	-2
Videoconsolas	8%	-1	69%	+1	23%	0
Componentes de PC	3%	-2	84%	+2	13%	-1
Material de bricolaje	11%	0	67%	0	22%	0
Juguetes	4%	-2	77%	+1	19%	+1
Bicicleta	15%	-1	60%	0	25%	+1
Patinete eléctrico	19%	-4	50%	+1	30%	+2
Coches	8%	-2	70%	+2	22%	0
Motos	15%	-2	56%	+2	30%	0
Caravanas o autocaravanas	41%	-2	32%	0	27%	+2
Muebles	3%	-1	86%	+1	12%	0
Decoración hogar	3%	-1	86%	+2	12%	-1
Elementos de descanso	2%	-1	88%	+3	10%	-1
Electrodoméstico gama blanca	3%	-1	85%	+1	12%	-1
Electrodoméstico gama marrón	4%	-1	79%	+3	17%	-2
Electrodoméstico pequeño	3%	-1	87%	+2	10%	-2
Ropa/calzado	2%	-1	88%	+1	10%	+1
Smartphones	2%	0	88%	+1	10%	0
Ordenadores	2%	-1	86%	+1	11%	+1
Tablets	3%	-1	84%	+2	14%	0

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2024
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2025

Como era de esperar, la mayoría de los consumidores prefiere comprar antes que alquilar, en prácticamente todos los productos preguntados, salvo en el caso de las caravanas o autocaravanas, cuyo porcentaje de españoles que prefiere alquilar este tipo de elementos es superior al que optaría por comprarlos.

En general, es importante señalar que en el caso de la opción de compra, todos los productos muestran crecimientos

respecto al año anterior, mientras que en el caso del alquiler o renting ocurre lo contrario.

Por edades, la opción de alquilar es más valorada entre los consumidores más jóvenes entre los 18 y 24 años, sobre todo en productos muy cercanos a ellos como son todos los relacionados con el sector del gaming (videoconsolas, videojuegos, etc), donde destacan notablemente por encima de la media.

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

(Respuesta múltiple)

		var 25/24 en pp
Movilidad: Bicicletas, patinetes	43%	-4
Ninguno de los anteriores	43%	+6
Smartphones	10%	0
Tablets, ordenadores	9%	-1
TV, multimedia	6%	-1
Lavadoras, neveras	6%	0
Muebles	4%	-1

Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2024
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2025

SOSTENIBILIDAD Y CONSUMO 2025

MOVILIDAD
SOSTENIBLE



MOVILIDAD URBANA SOSTENIBLE



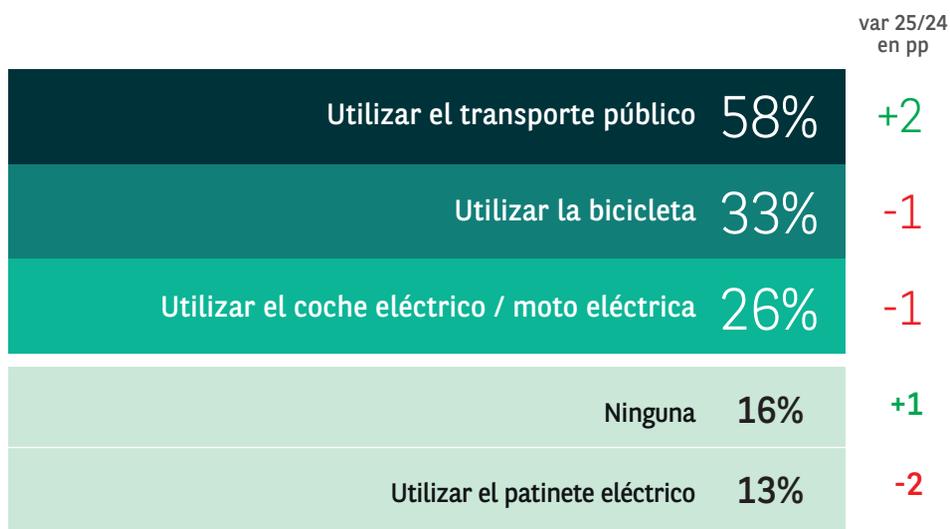
Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2024
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2025

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 61% 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 44% de menciones (+3 puntos porcentuales respecto a 2024). 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 34% y un 22% de menciones respectivamente.

El 46% de los encuestados opina que en unos años utilizaremos más los medios de transporte sostenibles como la bici o el patinete para desplazarnos por las ciudades. También encontramos un 42% 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 64% de menciones positivas. En cambio, los encuestados de más de 55 años destacan por el lado contrario con tan solo un 31% de menciones a favor de este cambio.

¿Cuál/es de las siguientes opciones estarías dispuesto/a a utilizar en tu día a día?
(Respuesta única)



Fuente: Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2024
Encuesta Observatorio Cetelem Sostenibilidad – Canal Sondeo 2025

El uso del transporte público en su día a día es la opción más elegida por los encuestados con un 58% (destacan los mayores de 45 años con un 68% de menciones), seguida por el uso de la bici y el uso de coches/motos eléctricas, con un 33% y un 26% respectivamente. El uso

de patinetes eléctricos se encuentra muy por debajo con un 13%, aunque cabe destacar que los más jóvenes de entre 18 y 24 años eligen esta opción en un 32% de los casos.

LOS PUNTOS CLAVE

<p>El 57% de los españoles dice que les preocupa mucho el cambio climático y todos los problemas que derivan de él. Tan solo un 8% dice que no les preocupa.</p>	<p>Un 91% está dispuesto a tomar medidas para detener el cambio climático.</p>	<p>El 43% de los españoles tiene en cuenta, siempre o casi siempre, la sostenibilidad de los productos y servicios en sus compras. Tan solo un 5% no lo tiene en cuenta en ninguna de sus compras.</p>	<p>El 52% de los españoles estaría dispuesto a pagar un mayor precio por un producto sostenible.</p>
---	---	---	---

EFICIENCIA ENERGÉTICA DEL HOGAR

¿Qué tipo/s de sistemas de eficiencia energética y/o de energía renovable para mejorar la sostenibilidad del hogar conoces, tienes instaladas y/o estás pensando en instalar?
(Respuesta múltiple)

	CONOCE		TIENE INSTALADAS		TIENE INTENCIÓN DE INSTALAR	
	2025	var 25/24 en pp	2025	var 25/24 en pp	2025	var 25/24 en pp
Electrodomésticos con etiqueta energética eficiente	75%	0	89%	-1	38%	0
Sistemas de iluminación Led o eficientes	77%	0	91%	-3	33%	-1
Aislamiento térmico / ventanas de alta eficiencia	69%	+1	62%	-3	25%	-1
Instalación de placas solares para Autoconsumo fotovoltaico	65%	0	17%	+1	19%	0
Pintura ecológica / revestimientos naturales	26%	+2	34%	-2	15%	+1
Sistemas de restricción del caudal del agua (reducción de chorro de agua de los grifos)	44%	-1	62%	+2	15%	-1
Reformas para mejorar la eficiencia de edificios	52%	0	37%	0	15%	+1
Calderas de gas eficientes	39%	+2	52%	0	13%	-1
Domótica y sistemas de monitorización	37%	0	33%	+3	13%	0
Termosolar (calentador de agua a través de energía solar)	40%	-1	18%	+2	10%	-1
Aerotermia (energía térmica que una bomba de calor extrae del aire ambiente) y suelo radiante (sistema de calefacción que funciona gracias a la canalización de una fuente de calor debajo del suelo)	41%	+2	12%	-1	8%	0

¿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 2025 **3.404€** +11%

6 de cada **10** españoles dice que su vivienda no cuenta con sistemas de eficiencia energética incorporadas

7 de cada **10** considera que una edificación que tenga en cuenta la eficiencia energética es rentable para el consumidor final.

Casi **9** de cada **10** españoles tendría en cuenta la eficiencia energética a la hora de comprar una vivienda.

PLACAS SOLARES

¿Cuáles de las siguientes razones te motivarían/frenarían a realizar una inversión en placas solares?

(Respuesta múltiple - máximo 3 respuestas)

MOTIVOS

		var 25/24 en pp
Ahorro económico en la factura mensual de energía	54%	+1
Ahorro energético en cuanto a la cantidad de energía consumida cada mes	35%	-1
Las subvenciones y desgravaciones fiscales	30%	+1
Mantenerse al margen de las variaciones de los precios de la energía y tener independencia de las empresas energéticas	22%	+1
Concienciación por lo sostenible y la protección del medio ambiente para reducir la huella de carbono	18%	-3
Aumentar el valor de la propiedad	16%	0
Que la mensualidad de la financiación que elija para adquirir la instalación corresponda con el ahorro generado	16%	-1

FRENOS

		var 25/24 en pp
Precio elevado	42%	+2
Mi tipo de vivienda no es unifamiliar, no me lo permite	22%	+1
Trámites y papeleos	18%	+1
Coste de mantenimiento a largo plazo	18%	-1
Durabilidad o vida útil de la instalación	15%	0
Que no me concedan la subvención o ayuda	13%	+1
Supone una inversión considerable y no es el mejor momento	13%	-2

Ayudas públicas para la instalación de placas solares

(Respuesta múltiple)

	CONOCES	HAS UTILIZADO	ESTÁS PENSANDO EN UTILIZAR
Las ayudas de ayuntamientos o entidades locales, tipo subvención sobre el IBI	23% 0	16% -2	24% -1
Ayudas públicas directas gestionadas por el instalador, aplicadas sobre el PVP, por ejemplo, fondos Next Generation	27% -1	20% 0	30% 0
Desgravaciones fiscales, activas desde finales de 2021	24% +3	15% +1	22% 0
Ninguna	48% +2	57% +3	49% +2

ECONOMÍA CIRCULAR

Dirías que la economía circular...

(Respuesta múltiple)



¿Qué importe **has gastado** en comprar productos de segunda mano en los últimos 12 meses?

(Abierta numérica)



¿Qué importe **has recaudado** vendiendo productos de segunda mano en los últimos 12 meses?

(Abierta numérica)



8 de cada 10 españoles ha oído hablar de los productos reacondicionados.

5 de cada 10 considera que este sistema de reacondicionamiento de productos es bueno tanto para el consumidor como para las marcas,

3 de cada 10 considera que es beneficioso principalmente para las marcas,

y 2 de cada 10 que es bueno principalmente para los consumidores.

MOVILIDAD SOSTENIBLE

6 de cada 10

españoles considera importante o muy importante la movilidad urbana sostenible.

7 de cada 10

considera importante o muy importante las acciones de las ciudades para regular y mejorar la movilidad urbana sostenible, y la inversión de las instituciones públicas en medios de transporte ecológicos.

¿Cuál/es de las siguientes opciones estarías dispuesto/a a utilizar en tu día a día?
(Respuesta múltiple)

var 25/24
en pp

Utilizar el transporte público	58%	+2
Utilizar la bicicleta	33%	-1
Utilizar el coche eléctrico / moto eléctrica	26%	-1
Ninguna	16%	+1
Utilizar el patinete eléctrico	13%	-2

3 de cada 10

españoles estaría dispuesto a dejar de tener coche en propiedad para sustituirlo por servicios tipo carsharing.

4 de cada 10

cree que el uso de este tipo de servicios es más económico que tener un vehículo en propiedad, y que es la mejor solución de futuro para el medio ambiente.

FICHA TÉCNICA

Sostenibilidad y consumo 2025

Estudio cuantitativo realizado en España por Canal Sondeo entre el 12 y el 19 de mayo de 2025

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 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



OBSERVATORIO
Cetelem

