

RESUMEN EJECUTIVO

consumo y sostenibilidad

El compromiso de los consumidores de la
Comunitat Valenciana con el desarrollo
sostenible



Introducción

La emergencia climática y medioambiental es uno de los grandes retos actuales

Es un reto enorme y complejo, que nos sitúa en una posición de gran responsabilidad con nuestro entorno y con nuestro futuro. Las acciones que tomamos en nuestro día a día contribuyen al desarrollo de este reto.

La relación entre **consumo y sostenibilidad** es estrecha y los consumidores somos cada vez más conscientes de nuestro papel. Lo que hacemos o no hacemos como consumidores tiene, por tanto, una gran importancia para alcanzar un futuro mejor. Como consumidores somos impulsores de un cambio hacia un modelo de consumo más consciente, responsable y sostenible.

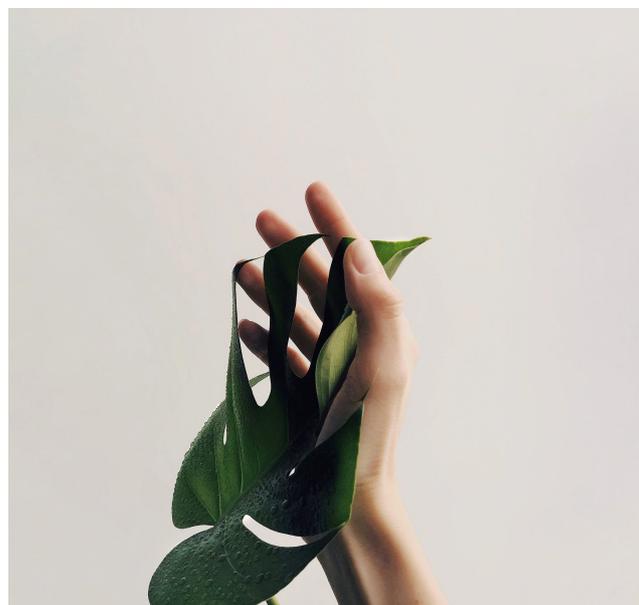
En este informe profundizamos en el conocimiento de los consumidores de la Comunitat Valenciana en relación con sus actitudes hacia el desarrollo sostenible, y con sus hábitos y perfiles como consumidores responsables.

En los documentos PATECO insights compartimos los resultados de nuestros análisis como una oportunidad para conocer los cambios que está experimentando la sociedad de la Comunitat Valenciana

Se ha elaborado a partir del estudio "El consumidor en la Comunitat Valenciana" y recoge datos procedentes de la encuesta realizada a consumidores de la Comunitat Valenciana (Pateco y 40db).

El capítulo dedicado a la pandemia se ha elaborado con datos del informe de Mikroskopia "Vivir en tiempos de pandemia" (40db) con datos referidos a España.

Este estudio se enmarca en el "Plan de Impulso a la transformación digital del comercio y la artesanía de la Comunitat Valenciana".



reflexiones

* La relación entre consumo y sostenibilidad es estrecha

Los consumidores, con nuestras decisiones y comportamientos, tenemos una gran capacidad para transformar la sociedad. Y cada vez somos más conscientes de ello. De hecho, el 54,2% de los consumidores de la Comunitat Valenciana considera que puede influir más en la sociedad como consumidor que como votante.

La población de la Comunitat Valenciana está ampliamente concienciada con la protección del medioambiente.

Más del 75% de los consumidores tienen una actitud respetuosa hacia el medioambiente y están concienciados con la sostenibilidad y el consumo responsable. Esto se traduce en unos hábitos de consumo en los que cada vez tienen más peso las cuestiones relacionadas con la sostenibilidad, el cuidado del planeta o la responsabilidad social.



Muy comprometidos

- Dispuestos/as a pagar más por alimentos no envasados en plástico desechable.
- La protección del medio ambiente debe ser la prioridad.
- Se identifican con la afirmación 'No soporto el sufrimiento animal'.
- Se dan duchas cortas para no malgastar agua.
- Comprueban que las luces están apagadas antes de salir de una habitación.
- Han dejado de utilizar el coche por razones medioambientales.
- Son ecologistas.
- Consideran imprescindible que las empresas cuiden del medioambiente y reduzcan su impacto medioambiental.

Poco comprometidos

- No están dispuestos/as a pagar más por alimentos no envasados en plástico desechable.
- El crecimiento económico debe ser la prioridad.
- Se identifican poco o nada con la afirmación 'no soporto el sufrimiento animal'.
- No se dan duchas cortas para no malgastar agua.
- No comprueban que las luces están apagadas antes de salir de una habitación.
- No han dejado de utilizar el coche por razones medioambientales.
- No son ecologistas.
- Consideran prescindible que las empresas cuiden del medioambiente y reduzcan su impacto medioambiental.

Los consumidores valencianos incorporan hábitos sostenibles y responsables

La toma de conciencia sobre el enorme reto que representa el desarrollo sostenible hace que los consumidores de la Comunitat Valenciana incorporen hábitos como la preferencia por productos ecológicos o biológicos, productos locales, productos que no estén envasados en plástico desechable o por aquellos que garanticen el bienestar animal. Así, el 52,6% de los consumidores estaría dispuesto a pagar más por productos que no estén envasados en plástico desechable y el 44,8% por productos ecológicos o biológicos.

¿En qué medida te identificas con las siguientes afirmaciones? (%mucho o bastante)

“
En el hogar evita comprar productos envasados en plástico

22,1% | 20,3%



Indica si en el último año has hecho alguna de las siguientes acciones. (%)

91,1% | 90,8%

Comprobar que las luces están apagadas antes de salir de la habitación.

73,3% | 70,3%

Darte duchas cortas para no malgastar agua.

25,7% | 22,4%

Cada vez como más productos de origen vegetal y menos de origen animal.

24,8% | 24,3%

Uso productos de belleza naturales u orgánicos siempre que puedo.

Comunitat Valenciana Población general

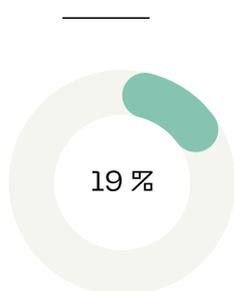
* Exigen compromiso y responsabilidad a las empresas

Con sus decisiones, los consumidores premian a las empresas comprometidas con la sostenibilidad y la responsabilidad social y, por el contrario, están dispuestos a penalizar a las que no lo hacen. De hecho, el 68,7% de los consumidores de la Comunitat afirma que cambiaría de opinión y variaría su decisión si descubre que una empresa o marca no es cuidadosa con el medioambiente, no permite la conciliación o no fomenta la igualdad y la diversidad entre sus empleados.

Uno de cada cinco consumidores está altamente comprometido

Entre los distintos perfiles, más del 65% de los consumidores de la Comunitat Valenciana ha tomado conciencia de la necesidad de cuidar del medioambiente, aunque sólo uno de cada cinco tiene un alto grado de compromiso medioambiental. Lo que implica que están dispuestos a pagar más dinero por productos o servicios que garanticen la protección al medio ambiente. Además, escogen productos ecológicos en su cesta de la compra, mantienen hábitos sostenibles en su día a día o han decidido apostar por la movilidad sostenible por razones medioambientales. El 12% de los consumidores afirma que ha pagado más por productos o servicios de empresas comprometidas con la sostenibilidad. En el nivel más alto se encontrarían los consumidores que se definen como ecologistas: un 6% de la población.

Comprometidos

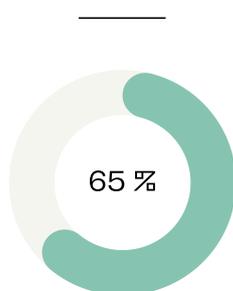


19 %



Han adaptado sus hábitos de compra para priorizar el respeto por el medioambiente.

Concienciados

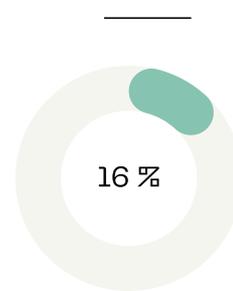


65 %



Han tomado conciencia del problema medioambiental pero no han realizado una gran adaptación de sus hábitos de compra.

No concienciados



16 %



No han tomado conciencia de la necesidad de adaptar sus hábitos de compra para reducir su impacto en el medioambiente.

Consumidores sensibles al bienestar animal

El 3,4% de la población de la Comunitat Valenciana se define como vegetariano o vegano aunque este porcentaje se eleva al 11% en el caso de los jóvenes de 18 a 24 años. Aproximadamente uno de cada cuatro consumidores compra cada vez más productos de origen vegetal y menos animal, el 8,4% elige productos alimentarios que respeten el bienestar animal y el 13% sólo compra productos de belleza o higiene que no hayan sido testados en animales.

Interesados por la alimentación saludable

Los consumidores están cada vez más interesados en llevar una alimentación más sana y equilibrada. La incorporación de alimentos de temporada y el incremento de productos de origen vegetal forman parte ya de los hábitos alimentarios. Se trata además de un consumidor más consciente con sus decisiones, que revisa el etiquetado y el origen de los alimentos.

Crece la tendencia hacia el estilo de vida healthy y el autocuidado

En los últimos años hay un mayor interés por el bienestar y el cuidado personal, lo que influye en las decisiones que tomamos sobre la alimentación e higiene. De hecho, casi una cuarta parte de la población de la Comunitat Valenciana mantiene una rutina diaria de belleza.

El 24,8% compra productos de belleza naturales u orgánicos aunque. Esta tendencia se ha acentuado tras la pandemia y representa una palanca de crecimiento del gasto de los consumidores.

Afirmaciones en relación con sus hábitos de belleza (%)

26,3% | 24%

Uso productos naturales u orgánicos siempre que puedo

23,8% | 22%

Antes de comprar un producto de belleza me fijo en qué ingredientes contiene

33,3% | 31%

Sólo utilizo productos de belleza de calidad, aunque no caros

12,7% | 12%

Sólo utilizo productos no testados en animales



El consumo de moda responsable, todavía minoritario

En la compra de productos de moda priman los aspectos estéticos, la comodidad y la relación calidad/precio. Sin embargo, las variables relativas a la sostenibilidad y el comercio justo son ya apreciadas por los consumidores. más comprometidos.

Aspectos tenidos en cuenta a la hora de comprar ropa (%)



Que el material sea ecológico

6,3% | 5%



Que se fabrique en España

14,9% | 12%



Que se fabrique en condiciones justas y seguras

15,2% | 12%

* Se refuerza el consumo local y de proximidad

En un entorno cada vez más globalizado, donde la presencia de marcas internacionales en las calles comerciales es notable, destaca la tendencia entre los consumidores a valorar cada vez más el producto local y la compra de proximidad. Uno de cada cinco consumidores de la Comunitat Valenciana suele comprar productos de su tierra antes que de otros lugares y un 23,8% prefiere elegir marcas españolas. Por otro lado, el consumidor valora significativamente la compra de proximidad, aspecto que se ha acentuado tras la pandemia. Más de la mitad de los consumidores suele hacer la compra cerca de su casa y el 74% acude a pie. El 24,5% de los consumidores valencianos acude a comprar a mercados y mercadillos y un tercio a las tiendas de barrio.

En el último año, ¿dónde has hecho habitualmente, tú u otra persona de tu hogar, la compra (alimentos, bebidas y limpieza del hogar)? (%)



**Suele hacer la compra
cerca de casa**

54,2% | 49,1%

84,0% | 85,4%

En los grandes almacenes, supermercados, hipermercados y establecimientos de venta mayorista.

33,7% | 35,3%

En las tiendas o establecimientos de barrio que no pertenecen a una cadena.

24,5% | 16,3%

En el mercado o mercadillos

Los consumidores apuestan por la reutilización y el uso compartido

Una de las grandes tendencias en auge es la apuesta de los consumidores por la reutilización. El 27% de los consumidores de la Comunitat compró algún artículo de segunda mano el año pasado y el 31% vendió productos que no necesitaba. En el caso de la moda, esta tendencia ha tomado impulso con la utilización de las aplicaciones de compra/venta entre particulares. Así, pese a que las cadenas de moda son el establecimiento preferido por los consumidores, destaca que el 8% de los valencianos compra habitualmente su ropa en tiendas de segunda mano o en las aplicaciones de compra/venta.

Existe una brecha entre la concienciación y el acto de compra, especialmente en productos no alimentarios

Pese a que gran parte de la población está concienciada, todavía existe diferencia entre las actitudes de los consumidores hacia la protección del medio ambiente y la incorporación de hábitos sostenibles en sus decisiones de compra. En ocasiones también se producen contradicciones en los consumidores entre sus aspiraciones y sus comportamientos. Si bien el consumidor ha tomado conciencia del problema, queda un amplio camino por recorrer, especialmente en categorías de productos como la moda, donde siguen primando aspectos relativos a las tendencias o a la relación calidad / precio por encima de la composición o la fabricación. No obstante, en torno al 15% ya valora que se fabrique en España o que en condiciones justas.

Los efectos de la pandemia sobre el consumo sostenible son aún inciertos

La crisis sanitaria del COVID-19 ha alterado notablemente nuestras vidas y ha transformado también nuestro comportamiento como consumidores. Se vislumbran comportamientos que llegan a ser contradictorios y de los que aún no conocemos en qué medida se mantendrán o modificarán.

En el ámbito de la sostenibilidad, los consumidores están ejerciendo una menor presión sobre las marcas. Por un lado, motivados por la demanda de seguridad e higiene en el acto de la compra, los consumidores han frenado en cierta medida hábitos sostenibles como evitar comprar productos envueltos en plástico; y se ha acelerado de forma notable la compra online. Además, la crisis económica derivada de la crisis sanitaria está poniendo de nuevo el foco en el precio como motor de nuestras decisiones de compra, por encima de otras variables.



Se abre una oportunidad para "resetear" nuestros estilos de vida y consumo

La pandemia deja un escenario donde se evidencian la vulnerabilidad social y medioambiental y la relación entre nuestros comportamientos y sus efectos, lo que representa una oportunidad para consolidar un estilo de vida y consumo más consciente, más reflexivo y más comprometido con un desarrollo justo y sostenible. El período de confinamiento ha alterado nuestra escala de valores y nuestras prioridades y ha puesto en evidencia que quizá nuestro consumo era excesivo, que no eran necesarias tantas cosas materiales en nuestras vidas, lo que puede permitirnos poner el foco en un consumo más ajustado a nuestras necesidades reales, más centrado en lo esencial. Por otro lado, la pandemia ha reforzado algunos comportamientos como la compra local, que ahora se consolida como una oportunidad para un consumo más responsable y sostenible.

La sostenibilidad como modo (y no moda).

Los consumidores siguen exigiendo y premiando el compromiso de las empresas con la sociedad. De hecho, cada vez se penalizan más los comportamientos que se consideran injustos o se denuncian acciones cuando se detectan que corresponden únicamente a estrategias de marketing (el denominado "greenwashing") y no hechos reales. Consumidores y empresas tenemos el reto de ver la sostenibilidad, no como una moda, sino como un modo de vida y consumo que sea respetuoso con el medio ambiente, con los derechos humanos y la justicia social.



Financiado por la Agencia Valenciana de la Innovación de la Generalitat, línea de “Acciones Complementarias de Impulso y Fortalecimiento de la Innovación” para la ejecución del proyecto “Plan de Impulso a la transformación digital del comercio y la artesanía de la Comunitat Valenciana. Actuaciones 2020”



Contacto

**Oficina de Comercio y Territorio -
PATECO**

Plaza Alfonso el Magnánimo, 12, 1º

96 315 58 70

pateco@camarascv.org

www.pateco.org