

# El consumo sostenible y los productos certificados 2025

## Sexta Ola

Castilla-La Mancha

Informe personalizado y creado para



CONSUMO



# Índice

---

EL PROPÓSITO DE ESTE INFORME	3
ESTILOS DE VIDA QUE DEFINEN A LOS CASTELLANOMANCHEGOS	4
PREOCUPACIÓN POR EL MEDIOAMBIENTE: 2019 - 2024	7
EL CONSUMO SOSTENIBLE	19
LOS PRODUCTOS CERTIFICADOS	37
RESPONSABILIDAD CLIMÁTICA	51
GESTIÓN DE LOS RESIDUOS	63
APRENDIZAJES Y CONCLUSIONES	67
ANEXO: METODOLOGÍA	75





# EL PROPÓSITO DE ESTE INFORME

Esta investigación, iniciada en 2019 y actualmente en su sexta ola, es el resultado de un esfuerzo conjunto de diversas entidades comprometidas con la sostenibilidad medioambiental y social.

El presente informe constituye un **capítulo especial dedicado a Castilla-La Mancha, correspondiente a la segunda ola del estudio en la región, realizado con la colaboración de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha**. En él, se analiza la situación del consumo sostenible en la región y se comparan las actitudes, preocupaciones, estilos de vida y hábitos de la población castellanomanchega con los de la población española en su conjunto. Este enfoque permite identificar tanto los aspectos comunes en todo el territorio nacional como aquellos que son específicos de la región.

El propósito fundamental de esta investigación es acercar el conocimiento generado a la ciudadanía y a las entidades participantes, **facilitando que los consumidores puedan diferenciar con claridad entre las iniciativas que generan un impacto positivo real en el medioambiente y la sociedad, y aquellas que responden a estrategias de *greenwashing*, según lo que definen los expertos en sostenibilidad.**





## LA RURALIDAD, PARTICULARIDAD EN CASTILLA- LA MANCHA

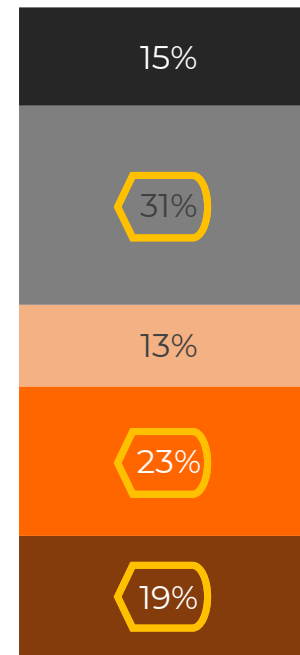
Utilizando el **tamaño de municipio** como **indicador de la distinción rural-urbano**, se observan grandes diferencias entre Castilla-La Mancha y el global español.

**La proporción de encuestados residiendo en el ámbito rural tiene un gran peso en Castilla-La Mancha.**

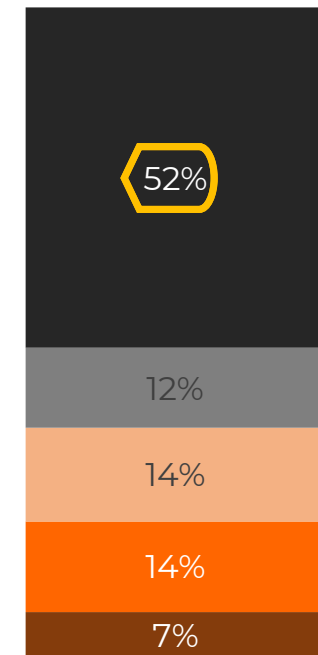
Esta particularidad está en la raíz de gran parte de las diferencias entre ambos ámbitos geográficos que se mostrarán a lo largo de este informe.



Diferencias estadísticamente significativas al 95%



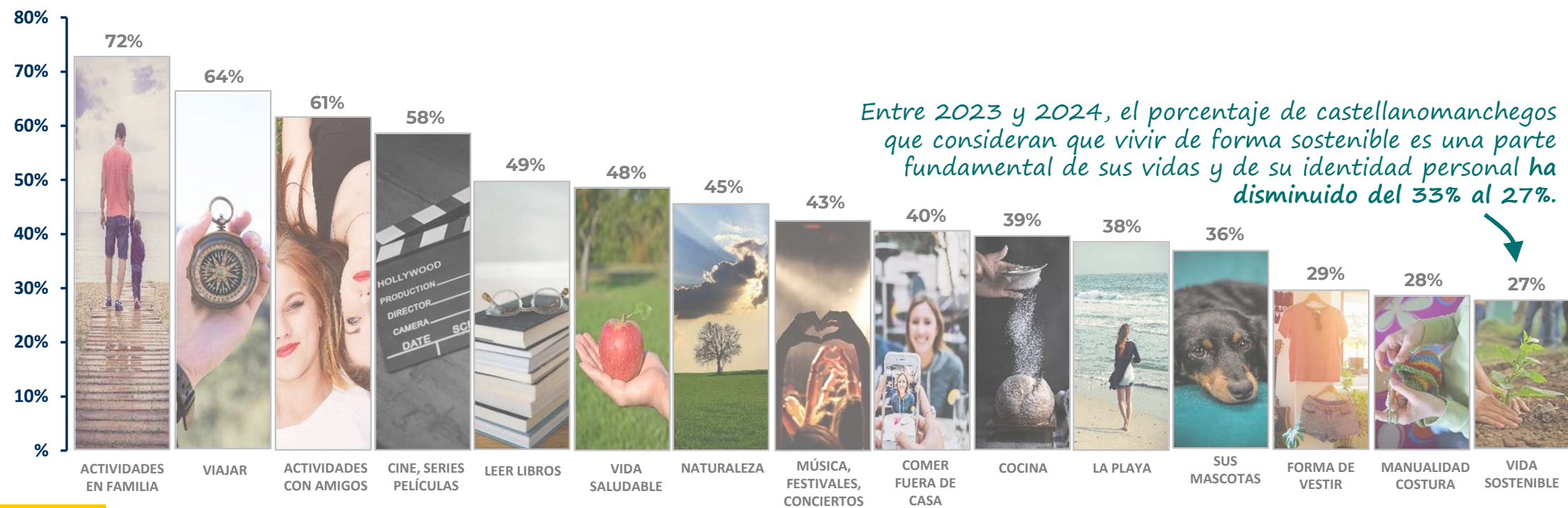
Castilla-La Mancha



España

## ESTILOS DE VIDA QUE DEFINEN A LOS **CASTELLANOMANCHEGOS**

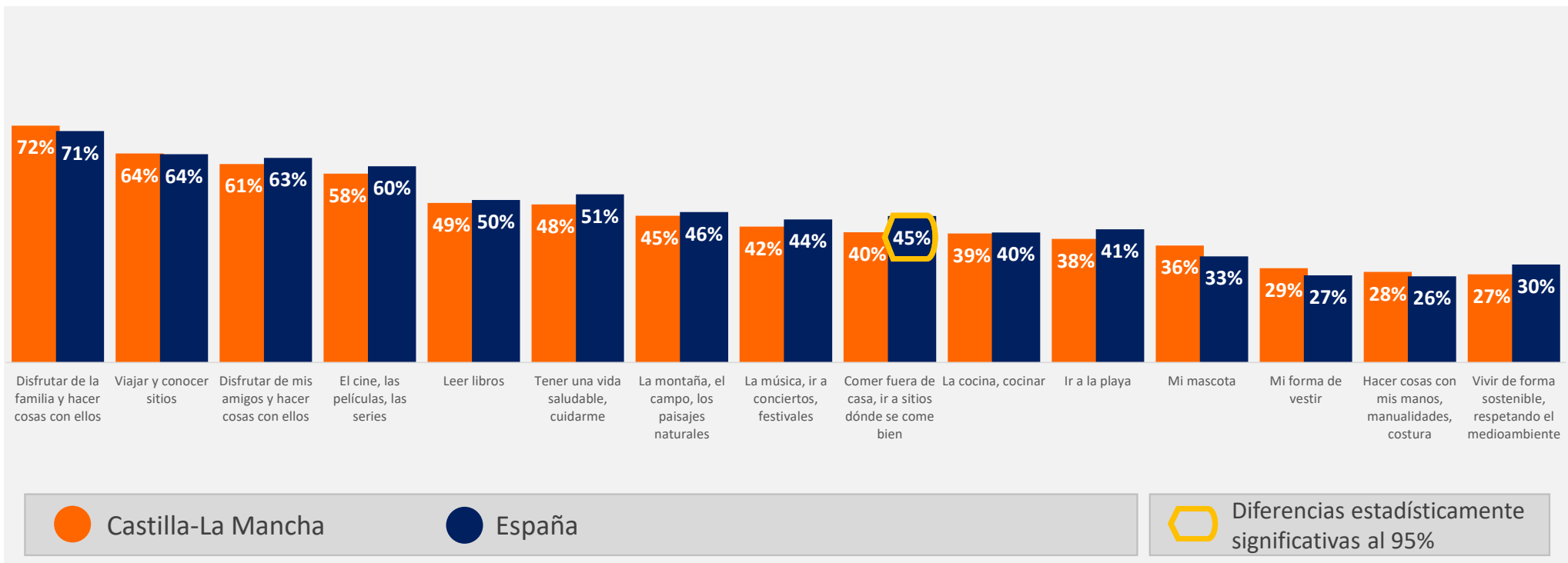
Las siguientes categorías son fruto del análisis de una muestra representativa de la conversación de los españoles en Instagram y Twitter. En cada ola preguntamos por los **27 estilos de vida que más destacan en las redes sociales para saber cómo de importantes son realmente para los españoles.** En este especial, hemos preguntado a la población castellanomanchega y comparado con la población general española.





## ESTILOS DE VIDA

Los estilos de vida de los castellanomanchegos son muy similares a los del global español. Solo se observan diferencias en el hábito de comer fuera de casa: el 40% de encuestados de Castilla-La Mancha se siente identificado con este rasgo del estilo de vida, 5 puntos porcentuales menos que en la media española.





# PREOCUPACIÓN POR EL MEDIOAMBIENTE 2019 - 2024



En los últimos seis años, la sociedad española ha atravesado una serie de crisis que han influido en la percepción de cuestiones como el cambio climático, la pérdida de biodiversidad, el exceso de plásticos y la contaminación en las ciudades.

Si bien estos problemas siguen siendo relevantes, han pasado a compartir protagonismo con otros desafíos que han ganado peso en la agenda pública, como los conflictos bélicos o la creciente polarización política.

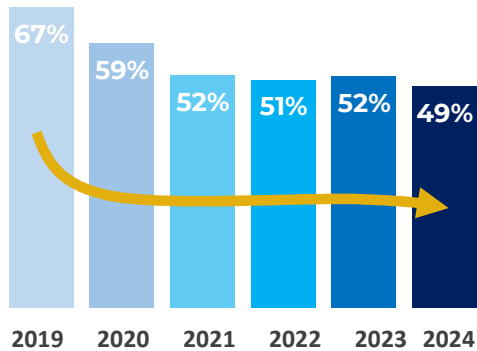
En las siguientes páginas, **analizaremos cómo esta compleja interacción de problemáticas ha impactado en la percepción y las prioridades de los españoles respecto a la sostenibilidad y el medioambiente.**



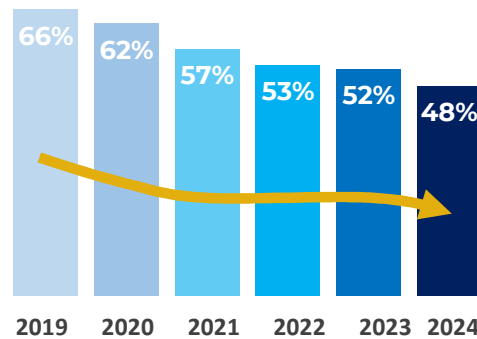
## PREOCUPACIÓN POR EL MEDIOAMBIENTE EN **ESPAÑA**: 2019 - 2024

En 2024, las preocupaciones ambientales de los españoles han disminuido. Desde 2019, problemas como el exceso de plásticos, la pérdida de biodiversidad, el cambio climático o la contaminación han ido perdiendo relevancia en la percepción ciudadana. Un ejemplo claro es el cambio climático: mientras que en 2019 era un problema muy importante para más de dos tercios de la población, en la actualidad lo es para el 49%.

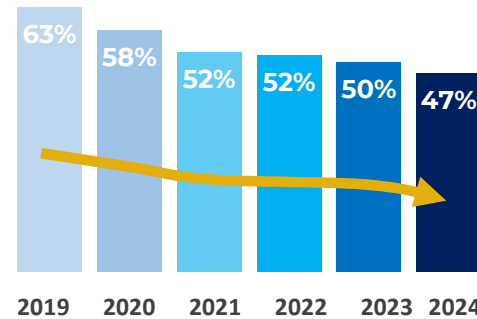
RESPONDEN: Es un problema muy importante que me preocupa mucho



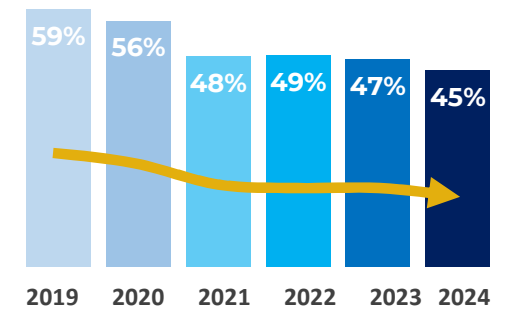
El cambio climático



El exceso de plásticos, en especial los plásticos de un solo uso



Cada vez hay menos animales y plantas en el planeta



La contaminación en las ciudades



## LA DESCONEXIÓN DE LOS JÓVENES **ESPAÑOLES**

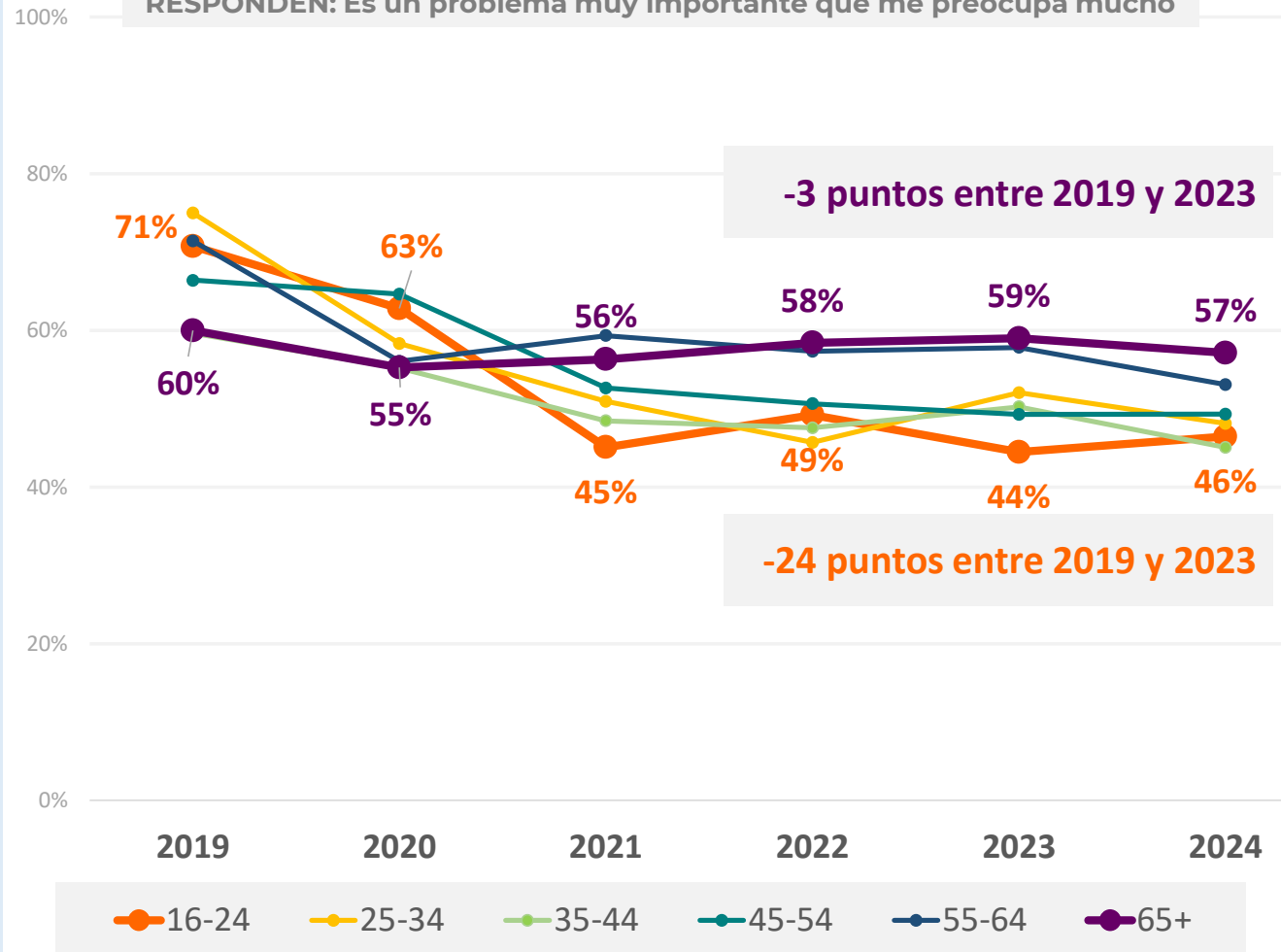
En seis años la preocupación de los jóvenes por el cambio climático ha sufrido una caída importante.

Este mismo patrón actitudinal se reproduce en las 4 problemáticas medioambientales para las que se ha preguntado.

En el caso castellanomanchego, la serie histórica inicia en 2023. Para los más jóvenes (16-24 años) no se han observado cambios.

## EL CAMBIO CLIMÁTICO

RESPONDEN: Es un problema muy importante que me preocupa mucho





## NUEVAS PREOCUPACIONES

**El cambio climático genera menos preocupación en Castilla-La Mancha que en global español.** El resto de problemáticas medioambientales generan unos niveles de intranquilidad muy similares. Las **problemáticas sociales**, a excepción de la situación económica, **preocupan más a los castellanomanchegos que los aspectos medioambientales.** El asunto que genera intranquilidad a una mayor proporción de residentes en Castilla-La Mancha es el de los conflictos bélicos (le genera mucha preocupación al 54% de la población). En relación con los aspectos sociales, no se observan diferencias entre esta comunidad autónoma y el global nacional.

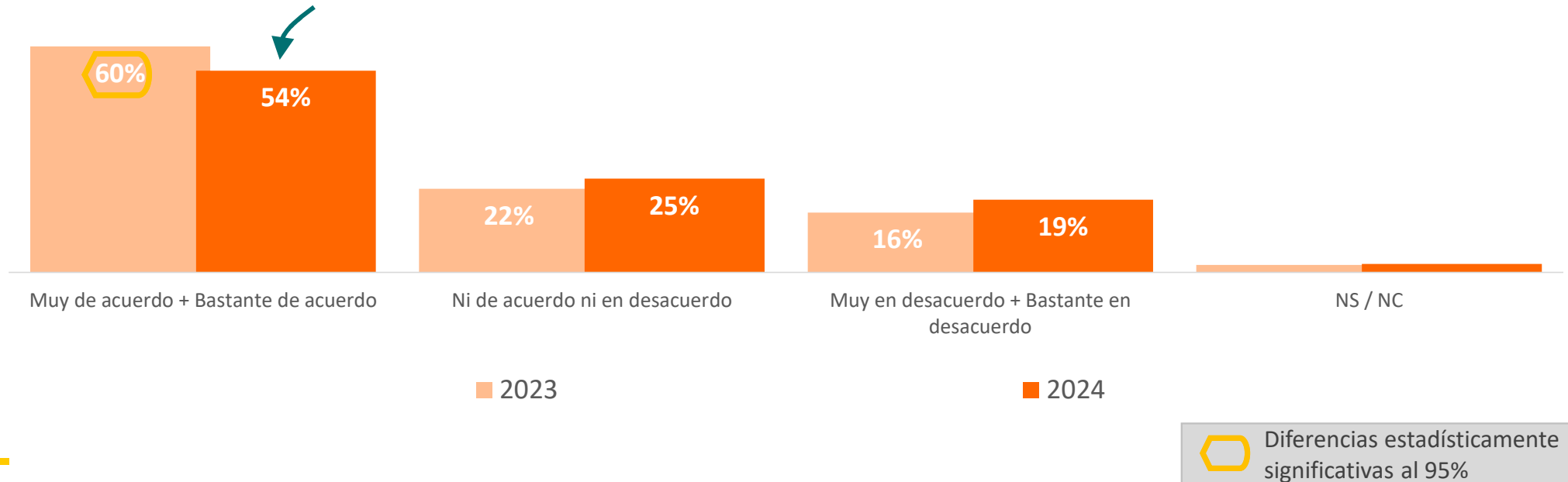




## Posiciones de los **castellanomanchegos** frente al Cambio Climático

**“Me siento responsable de evitar el cambio climático, creo que mis acciones deben ser parte de la solución”**

*Disminuye en Castilla-La Mancha la percepción de responsabilidad individual frente al cambio climático.*

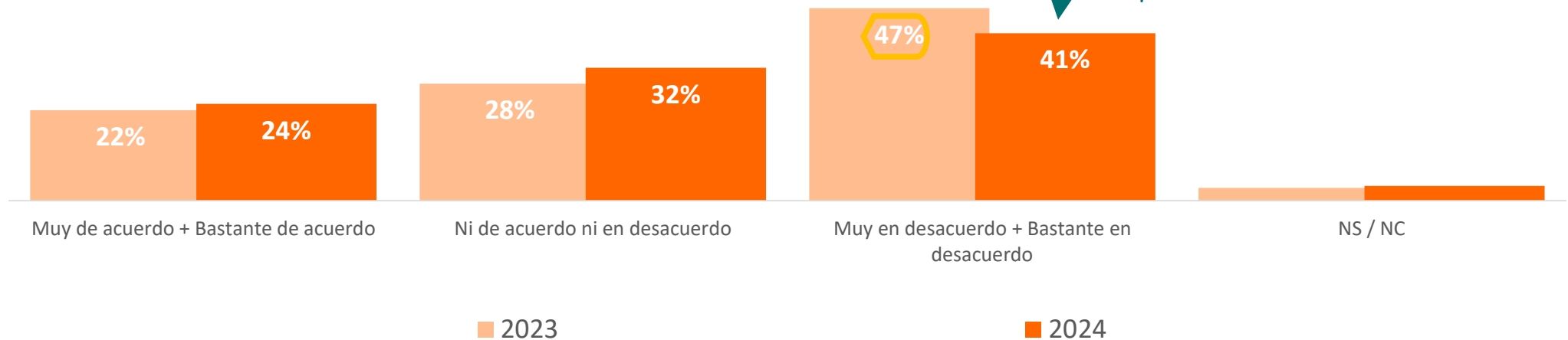





## Posiciones de los **castellanomanchegos** frente al Cambio Climático

**“Antes tenía más presente el cambio climático, hacía más cosas para intentar evitarlo, pero me he dado cuenta de que es más importante dedicar mis energías y pensamientos a otras cosas”**

*Aumenta la pasividad ante el cambio climático en Castilla-La Mancha, con menos personas implicadas en evitarlo.*



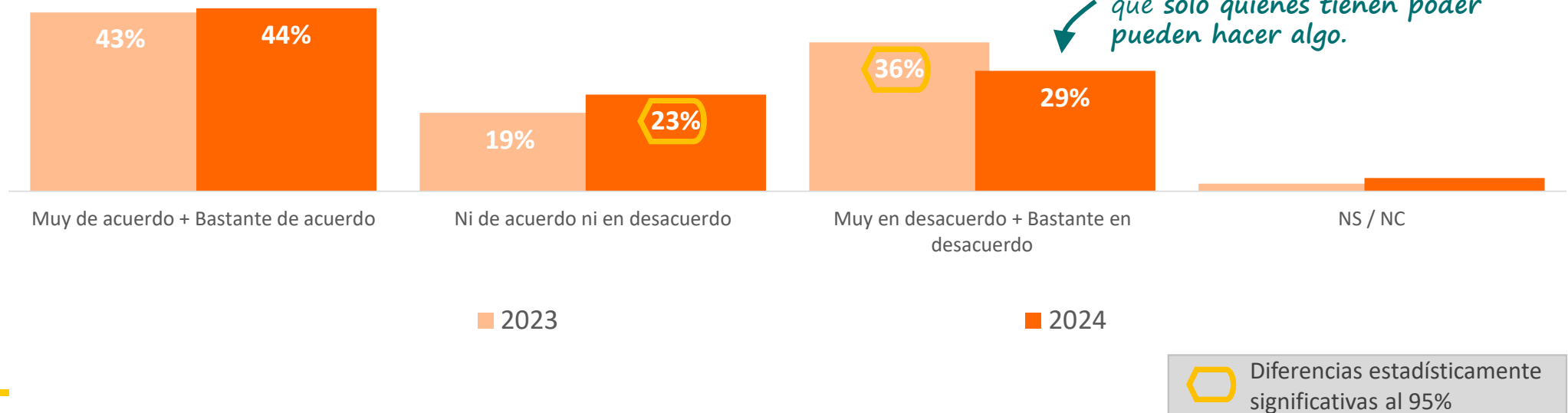
 Diferencias estadísticamente significativas al 95%



## Posiciones de los **castellanomanchegos** frente al Cambio Climático

**“Considero que mis acciones no sirven para nada, los que realmente pueden hacer algo para frenar el cambio climático, no hacen nada para evitarlo”**

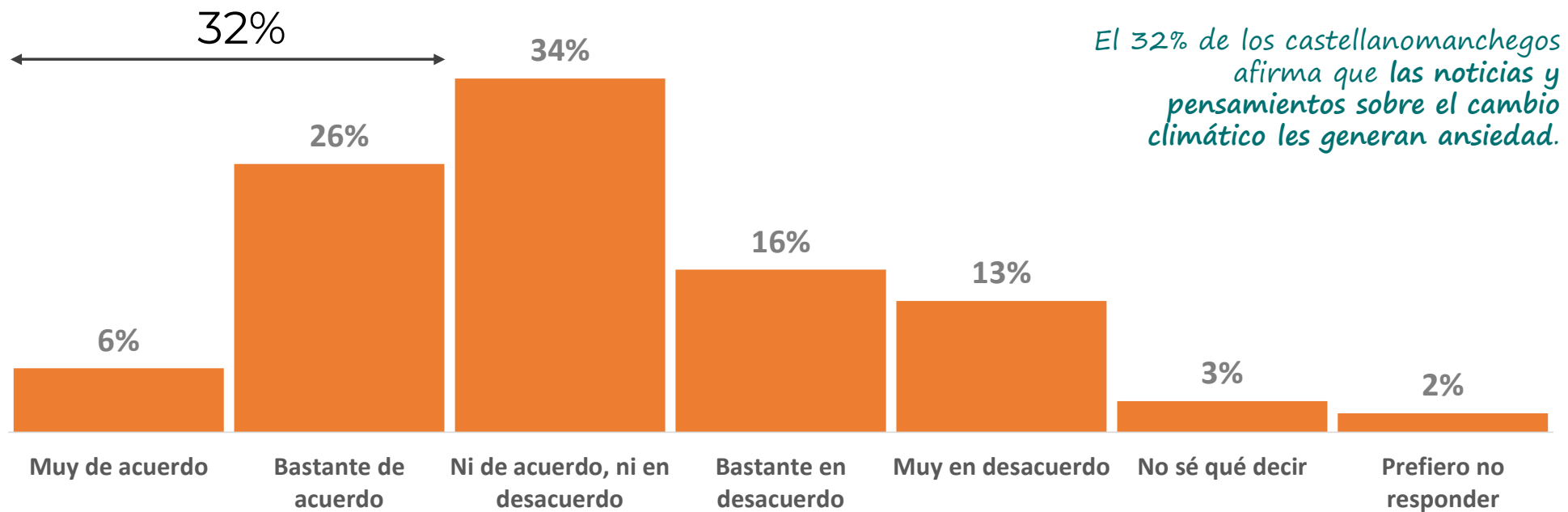
*Aumenta la percepción de que las acciones individuales no sirven para frenar el cambio climático y que solo quienes tienen poder pueden hacer algo.*





## Posiciones de los **castellanomanchegos** frente al Cambio Climático

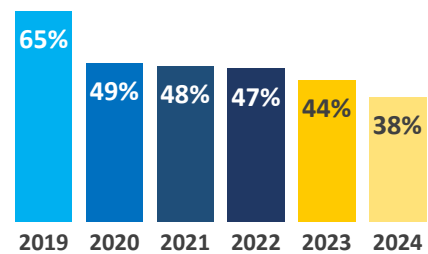
“Las **noticias y pensamientos** sobre el **cambio climático** suelen causarme **ansiedad**”



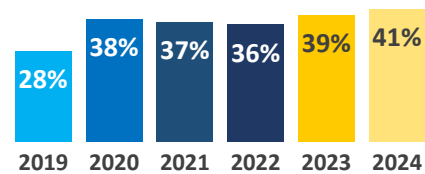


## PREOCUPACIÓN POR EL MEDIO AMBIENTE: ¿QUÉ ESPERAN LOS **ESPAÑOLES** DE LA POLÍTICA ?

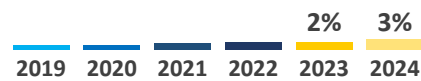
El nivel de exigencia a la administración pública, en relación con la lucha contra el cambio climático, **tiende a ser cada vez más laxo**. En 2019, el 65% de los españoles opinaba que se debían implementar medidas al precio que fuera. Cinco años más tarde, este porcentaje ha descendido al 38%, prácticamente a la mitad. Por otro lado, aunque sigue siendo una opinión muy minoritaria, el punto de vista liberal o desregulador suma, año tras año, más adeptos.



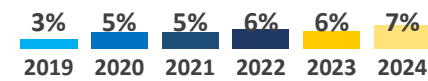
*“Los políticos deberían hacer mucho más para proteger el medio ambiente, al precio que sea. Es muy urgente reconducir la situación de nuestro país. Hay que pensar en el futuro”*



*“Los políticos deberían esforzarse más para proteger el medio ambiente, pero no al precio que sea”*



*“Creo que los políticos lo están haciendo bien en temas de medio ambiente”*

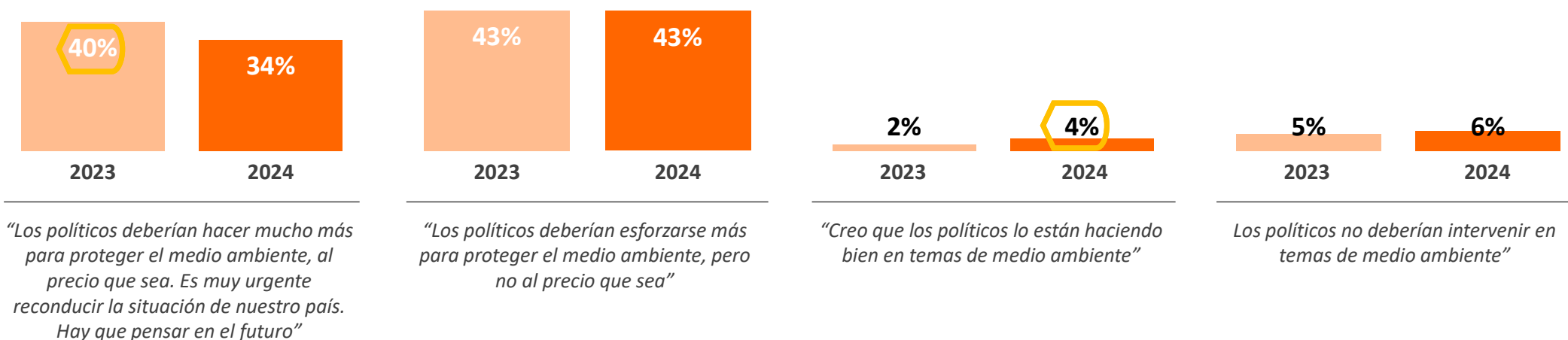



*“Los políticos no deberían intervenir en temas de medio ambiente”*



## ¿QUÉ ESPERAN DE LA POLÍTICA LOS **CASTELLANOMANCHEGOS**?

Como también sucede en el global español, el **nivel de exigencia demandado a la administración ha descendido, en el último año, en Castilla-La Mancha**. Mientras que en 2023 el 40% de los castellanomanchegos exigía la implementación de medidas de manera urgente, en 2024 este dato ha descendido 6 puntos porcentuales, situándose en el 34%.



 Diferencias estadísticamente significativas al 95%

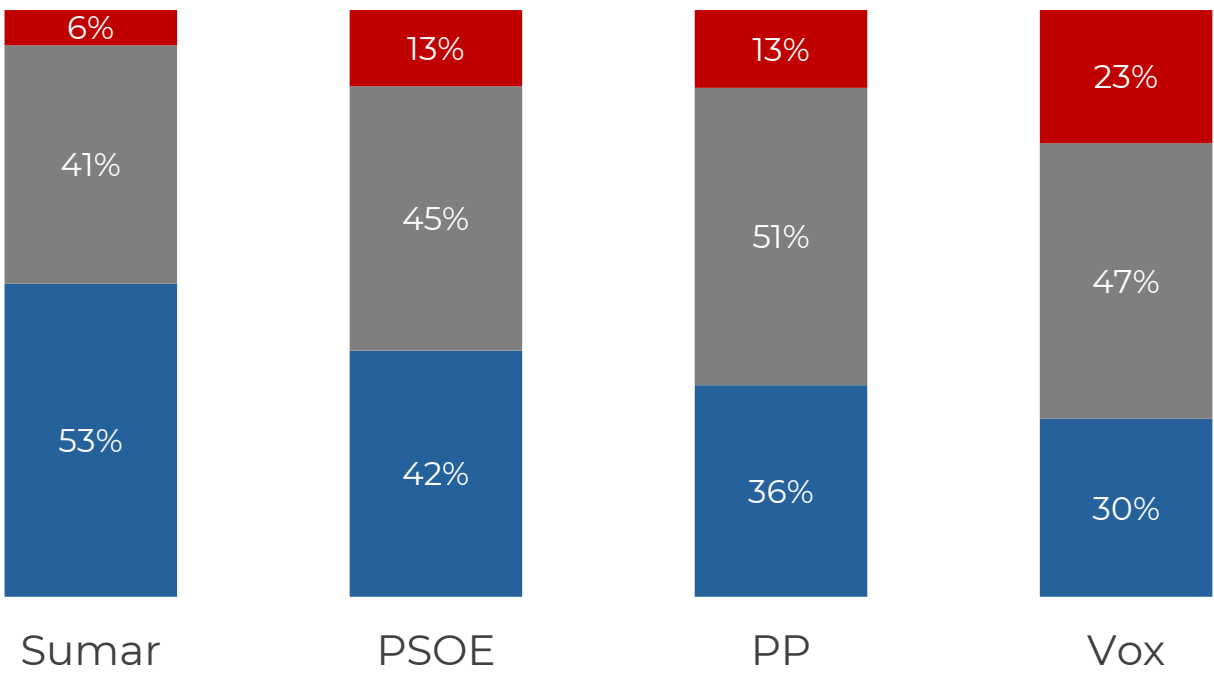


# COMPARATIVA SEGÚN INTENCIÓN DE VOTO EN CASTILLA-LA MANCHA

## PREOCUPACIÓN POR EL MEDIO AMBIENTE: ¿QUÉ ESPERAMOS DE LA POLÍTICA?



La exigencia demandada a la política en materia medioambiental está estrechamente correlacionada con la orientación política. En Castilla-La Mancha, el 53% de los electores afines a Sumar pide implementar medidas al coste que sea. Entre los votantes afines a Vox este porcentaje desciende al 30%. La situación se reproduce, en términos similares, cuando se analiza el agregado español.



-  Resto
-  “Los políticos deberían esforzarse más para proteger el medio ambiente, pero no al precio que sea”
-  “Los políticos deberían hacer mucho más para proteger el medio ambiente, al precio que sea. Es muy urgente reconducir la situación de nuestro país. Hay que pensar en el futuro”



## CINCO APRENDIZAJES SOBRE LA PREOCUPACIÓN POR EL MEDIOAMBIENTE

1. **La sostenibilidad pierde protagonismo:** La relevancia de la sostenibilidad, el cambio climático y otras cuestiones ambientales tiene una tendencia descendente.
2. **Más incertidumbre, más desafíos:** La sostenibilidad comparte protagonismo con conflictos bélicos, polarización política y otros problemas.
3. **Mayor sensación de impotencia:** Crece la percepción de que solo los poderosos pueden frenar el cambio climático, aunque más de la mitad de los castellanomanchegos sigue asumiendo su responsabilidad.
4. **Búsqueda de pequeños triunfos:** La percepción de impotencia puede contrarrestarse canalizando la responsabilidad hacia acciones colectivas y pequeños logros tangibles, **demonstrando que el cambio es posible.**
5. **Menos urgencia política, pero amplio consenso:** Se debilita la idea de que la protección ambiental debe ser prioritaria "a cualquier precio", pero persiste un amplio consenso en que **los políticos deben hacer más, con apoyo de votantes de Sumar, PSOE, PP y VOX.**



# EL CONSUMO SOSTENIBLE

Para que los consumidores alineen sus hábitos de compra con sus valores, la información en el punto de venta debe ser clara y transparente. Sin embargo, **las diferencias entre actitud y acción dependen de factores como la disponibilidad de información, la oferta de productos, el precio y los hábitos de consumo previos.**

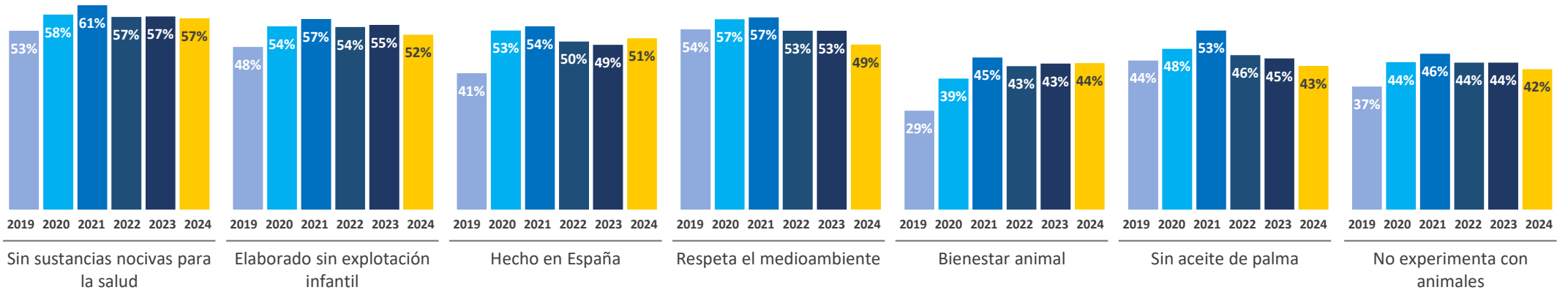
En las siguientes páginas, analizamos hasta qué punto esto se cumple y su impacto en el consumo sostenible.



## EL CONSUMIDOR ESPAÑOL QUIERE SER CONSCIENTE

Los consumidores españoles mantienen el interés por conocer las características ecológicas, sociales y saludables de los productos que compran.

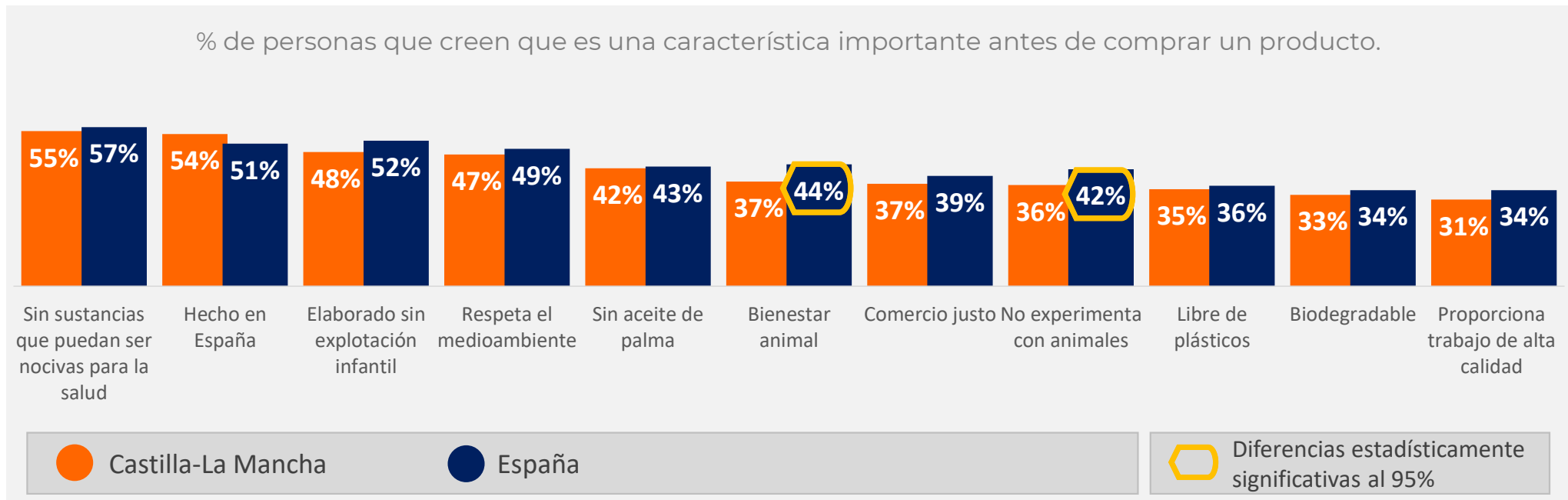
% de españoles que creen que es una característica importante antes de comprar un producto.





## EL CONSUMIDOR CASTELLANOMANCHEGO

La información relacionada con el bienestar animal es menos relevante para los consumidores castellanomanchegos que para los consumidores del global de España. El 37% de los primeros quiere saber si un producto respeta el bienestar animal (44% en España). Otro 36% desearía tener información sobre la experimentación con animales (42% para el global de España).

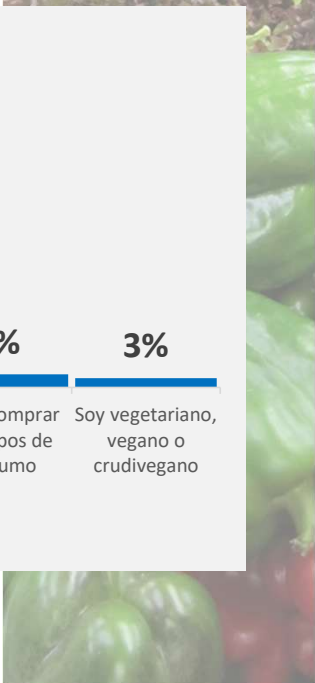
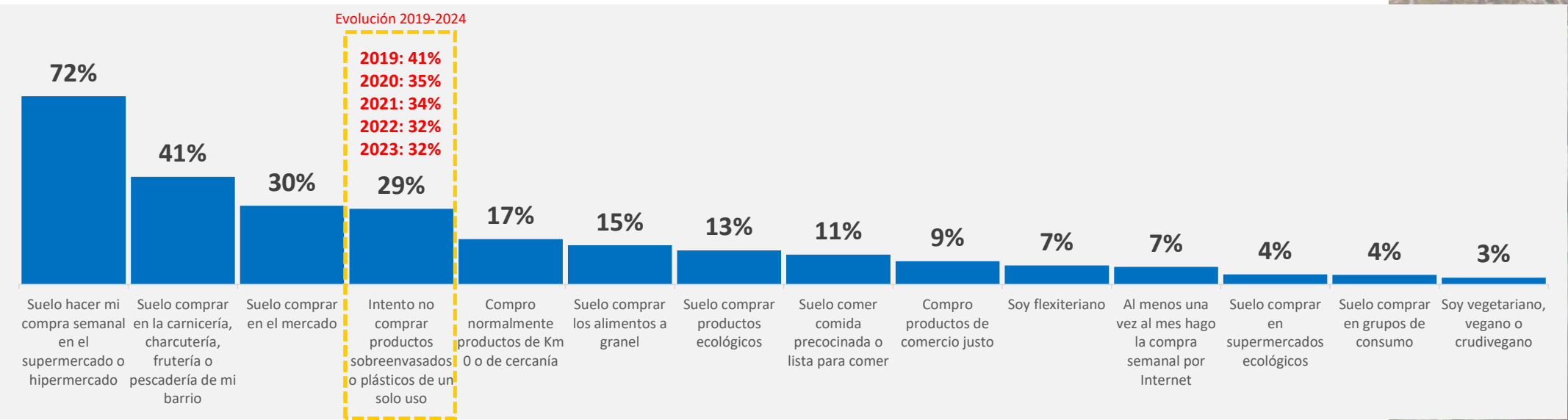




# HÁBITOS DE COMPRA Y ESTILOS DE VIDA EN ALIMENTACIÓN ESPAÑA

Los hábitos de compra y consumo de los españoles en alimentación se han mantenido relativamente estables en los últimos años.

Sin embargo, hay una excepción: cada vez menos personas intentan reducir el uso de productos sobreenvasados o plásticos de un solo uso. Desde 2019, el porcentaje de quienes adoptan esta práctica ha disminuido en 12 puntos, pasando del 41% al 29%.

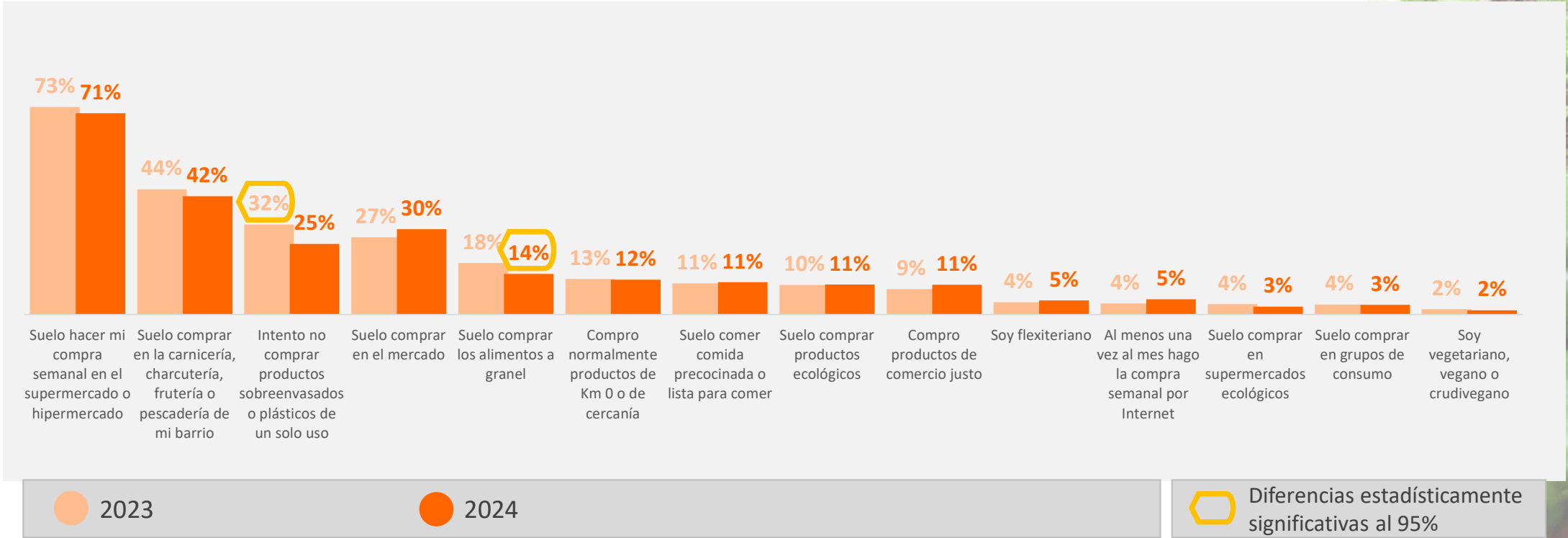




# HÁBITOS DE COMPRA Y ESTILOS DE VIDA EN ALIMENTACIÓN

## CASTILLA-LA MANCHA

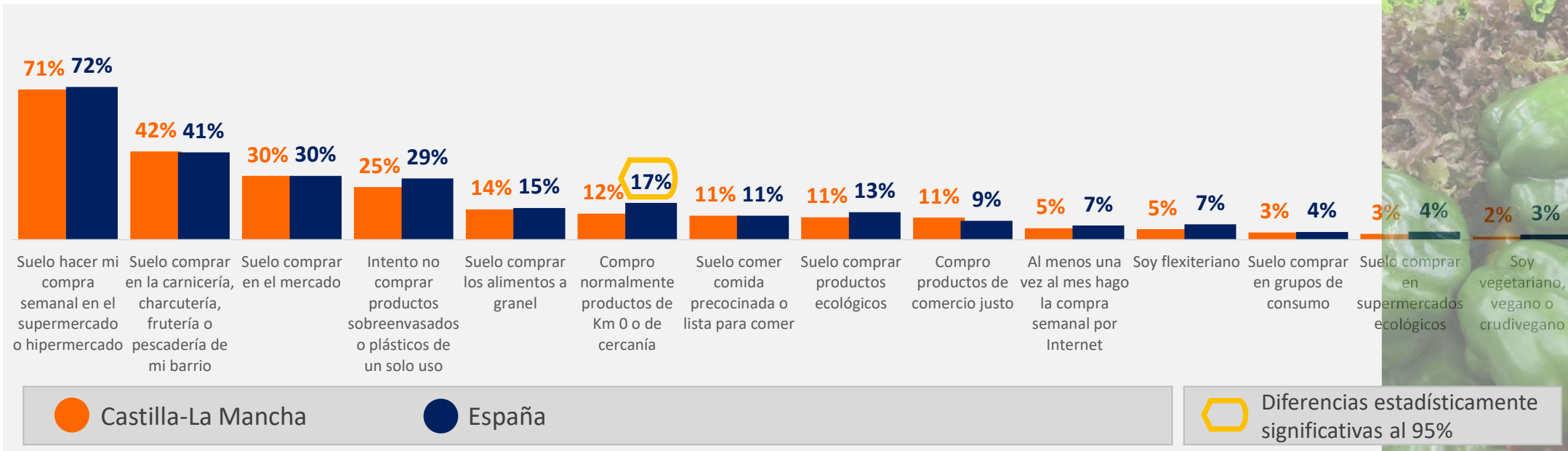
En Castilla-La Mancha, el hábito de intentar reducir la compra de productos sobreenvasados ha perdido peso durante 2024. Solo un 25% de los consumidores lo lleva a cabo (7 puntos menos que en 2023). La compra de productos a granel también ha caído ligeramente.





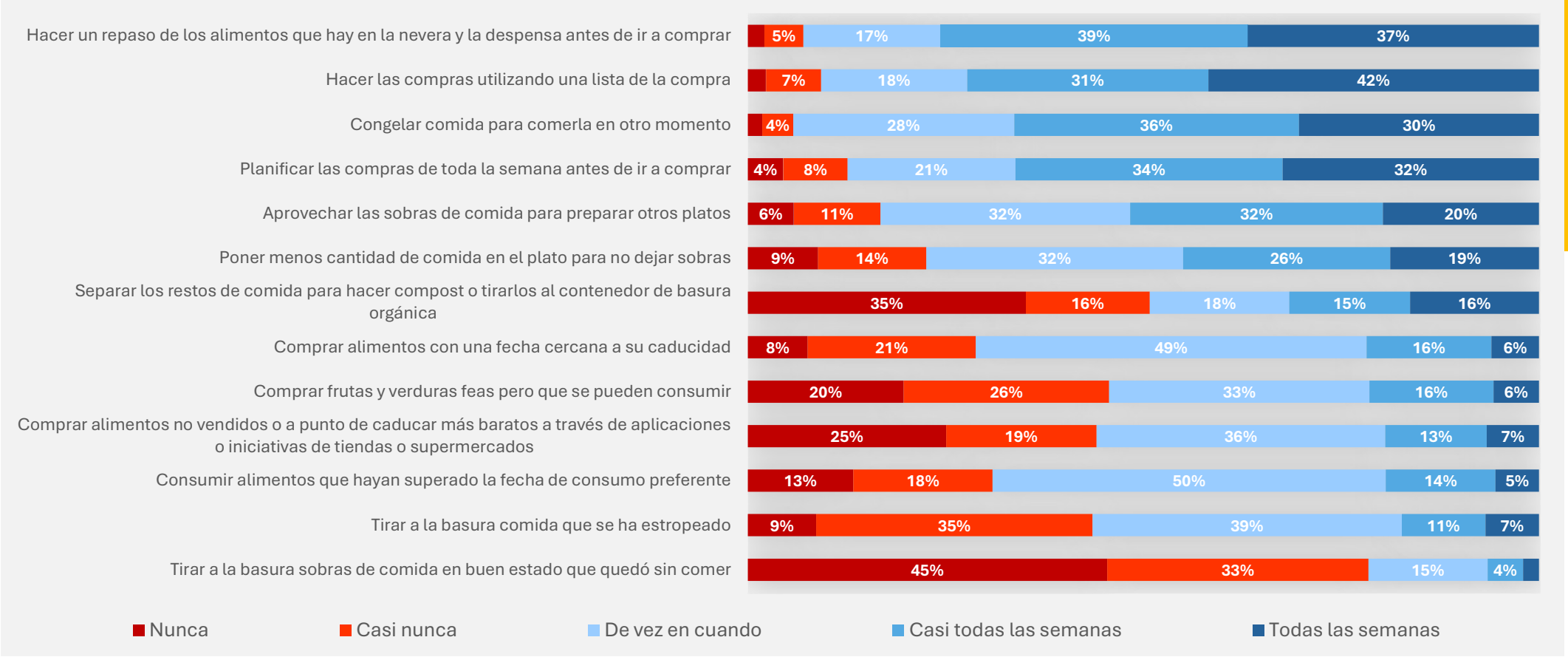
## HÁBITOS DE COMPRA Y ESTILOS DE VIDA EN **ALIMENTACIÓN**

La compra de productos de cercanía es menos común en Castilla-La Mancha que en el global de España. Solo un 12% de los encuestados declara hacerlo (5 puntos porcentuales menos que la media española).





# DESPERDICIO ALIMENTARIO EN CASTILLA-LA MANCHA




¿Con qué frecuencia haces estas cosas con los alimentos en casa?



## GESTIÓN DEL DESPERDICIO

En comparación con el global español, en **Castilla-La Mancha el hábito de separar restos de comida es menos frecuente**. El 16% afirma hacerlo (6 puntos menos que en el global español).

El resto de hábitos relacionados con la gestión de los residuos alimentarios es muy parecido al de la media española.

 Diferencias estadísticamente significativas al 95% entre los 2 segmentos

Responden: Todas las semanas	CLM	España
Hacer las compras utilizando una lista de la compra	42%	41%
Hacer un repaso de los alimentos que hay en la nevera y la despensa antes de ir a comprar	37%	38%
Planificar las compras de toda la semana antes de ir a comprar	32%	28%
Congelar comida para comerla en otro momento	30%	28%
Aprovechar las sobras de comida para preparar otros platos	20%	19%
Poner menos cantidad de comida en el plato para no dejar sobras	19%	17%
Separar los restos de comida para hacer compost o tirarlos al contenedor de basura orgánica	16%	22%
Tirar a la basura comida que se ha estropeado	7%	7%
Comprar alimentos no vendidos o a punto de caducar más baratos a través de aplicaciones o iniciativas de tiendas o supermercados	7%	6%
Comprar alimentos con una fecha cercana a su caducidad	6%	6%
Comprar frutas y verduras feas pero que se pueden consumir	6%	6%
Consumir alimentos que hayan superado la fecha de consumo preferente	5%	6%
Tirar a la basura sobras de comida en buen estado que quedó sin comer	2%	2%

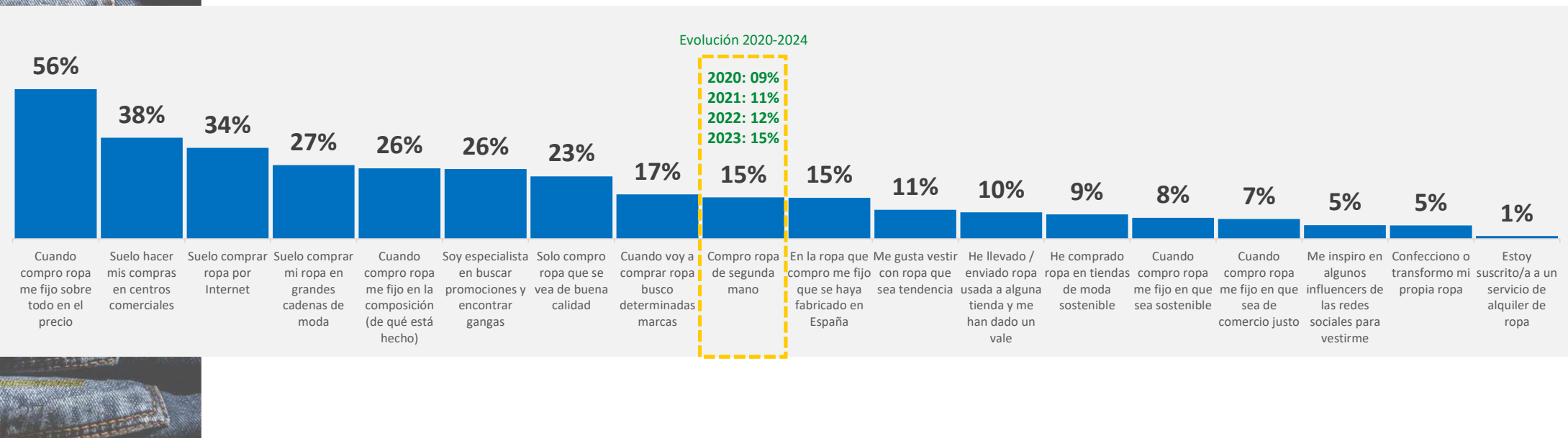
¿Con qué frecuencia haces estas cosas con los alimentos en casa?

## HÁBITOS DE COMPRA Y ESTILOS DE VIDA EN MODA ESPAÑA

En 2024, el precio sigue siendo el principal factor de compra de ropa para los españoles, con un 56% que lo prioriza.

Los hábitos sostenibles se mantienen estables, aunque la compra de ropa de segunda mano ha crecido del 9% en 2020 al 15% actual.

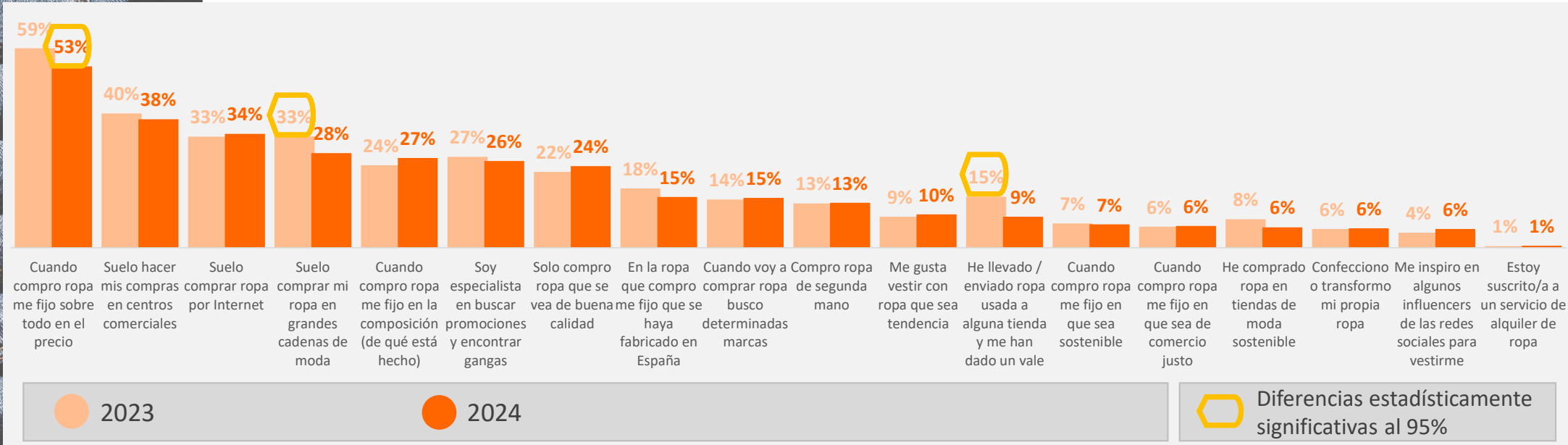
Hábitos como comprar en tiendas sostenibles (9%), elegir ropa sostenible (8%) o de comercio justo (7%) se mantienen estables, con una adopción inferior al 10%.



# HÁBITOS DE COMPRA Y ESTILOS DE VIDA EN MODA

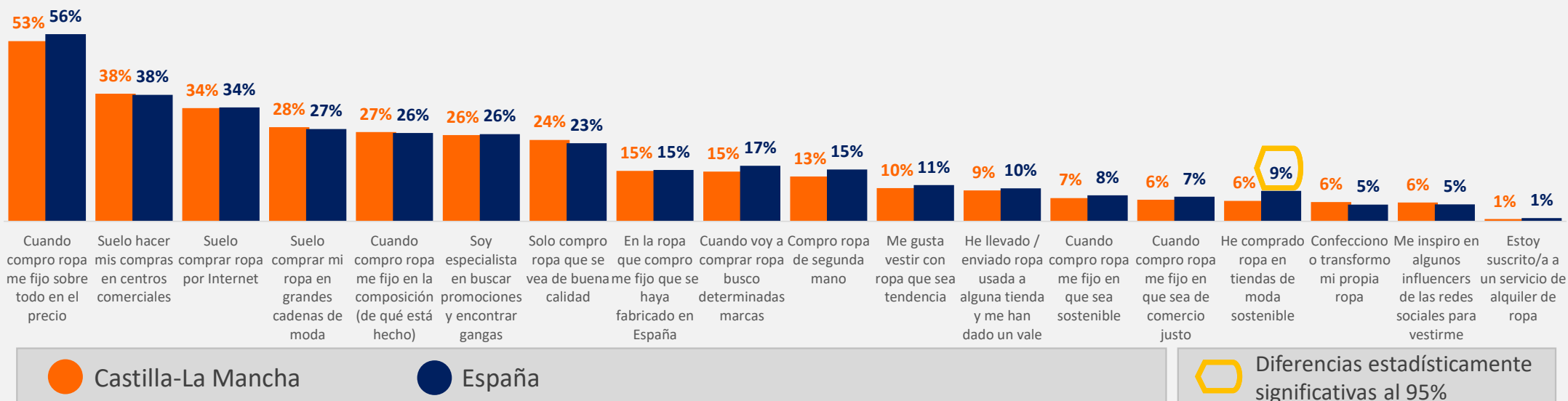
## CASTILLA-LA MANCHA

En Castilla-La Mancha, durante 2024 el **porcentaje de consumidores que compran ropa fijándose sobre todo en el precio ha descendido en 6 puntos**, situándose en el 53%. El hábito de comprar en centros comerciales y el intercambio, en tiendas, de ropa usada por vales también han perdido peso.



## HÁBITOS DE COMPRA Y ESTILOS DE VIDA EN MODA

Los hábitos de los castellanomanchegos en relación con la moda son muy similares a los del global de España. Sin embargo, sí que se observa un menor uso de las tiendas de moda sostenible. Solo el 6% de los consumidores de la región lo ha hecho en el último año, 3 puntos porcentuales menos que en el caso del global español.

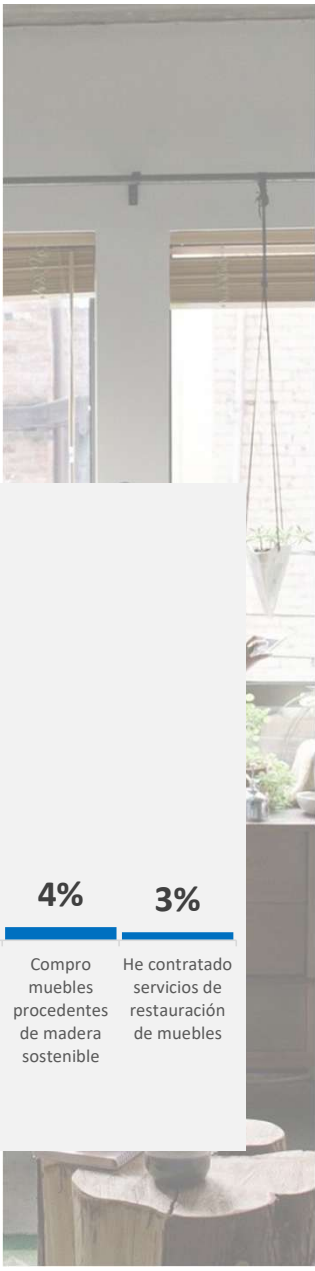
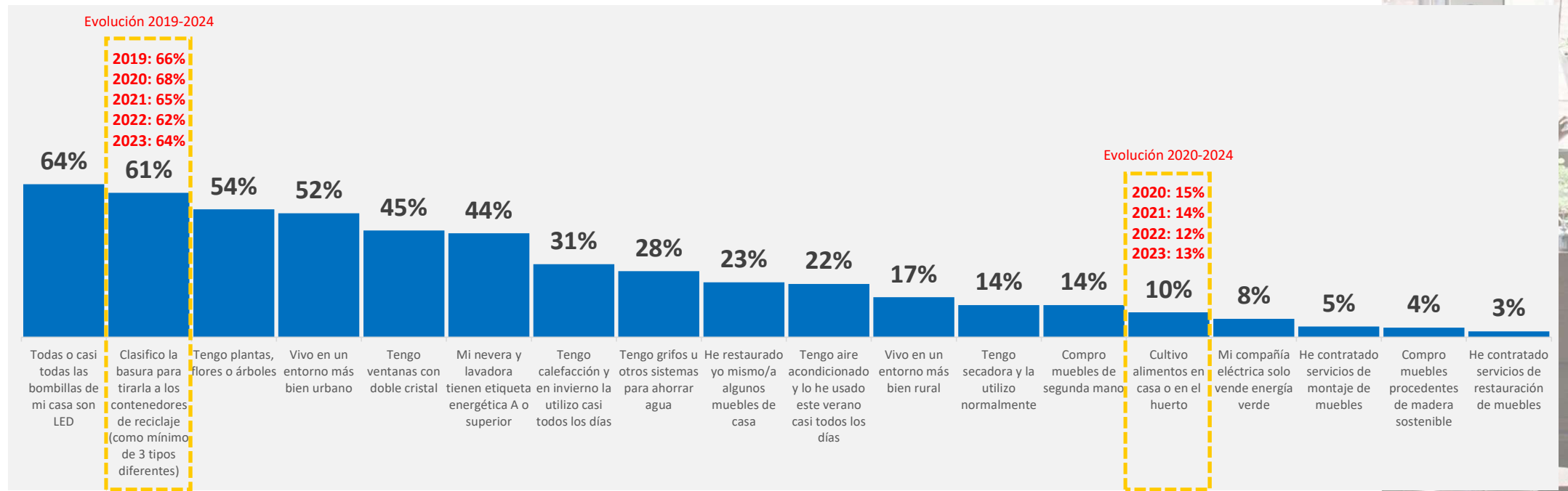




# HÁBITOS DE COMPRA Y ESTILOS DE VIDA EN EL HOGAR ESPAÑA

Como en olas anteriores, **los hogares españoles destacan por ser sostenibles en eficiencia energética**, especialmente en iluminación y electrodomésticos, lo que supone un doble ahorro: energético y económico.

En los últimos años ha disminuido la clasificación de basura y el cultivo de alimentos en casa o en los huertos.

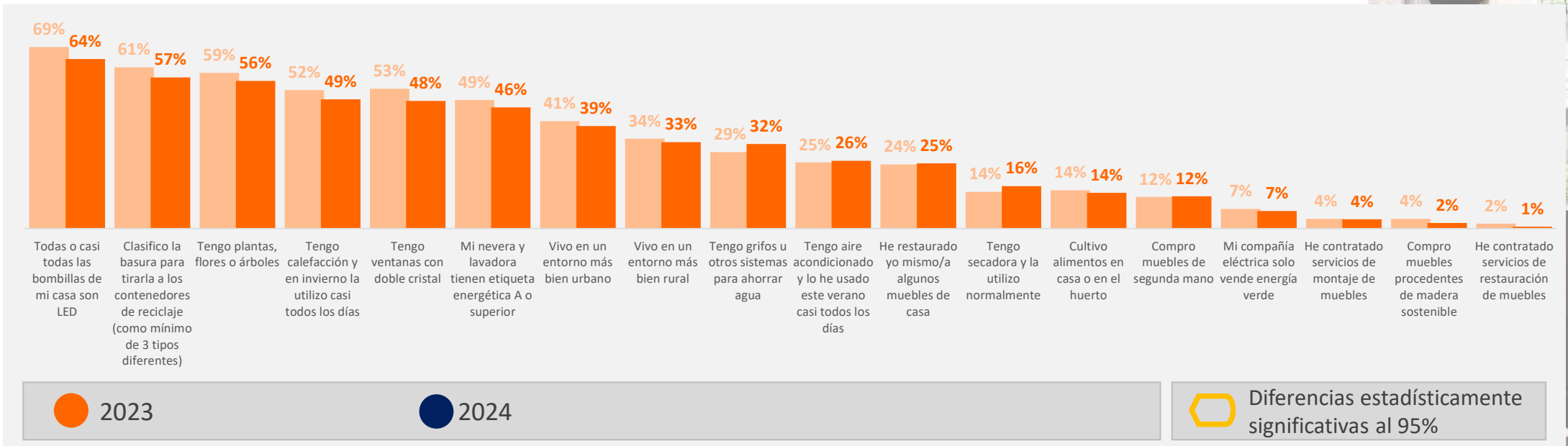




# HÁBITOS DE COMPRA Y ESTILOS DE VIDA EN EL HOGAR

## CASTILLA-LA MANCHA

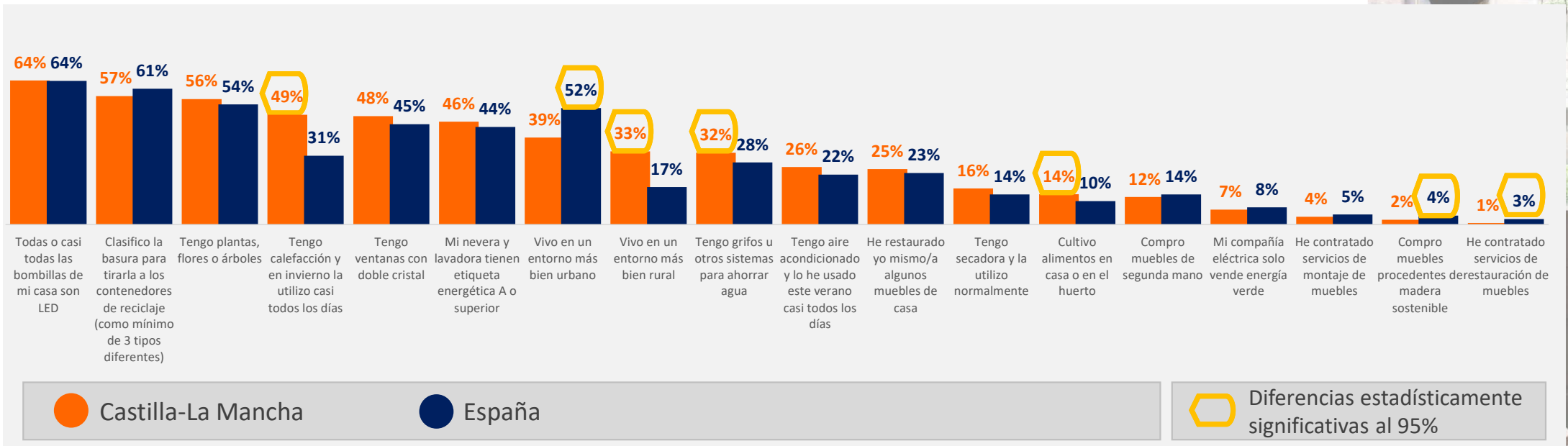
En Castilla La-Mancha, los comportamientos relacionados con la sostenibilidad en el hogar se han mantenido estables si se comparan los resultados de 2023 y de 2024.





# HÁBITOS DE COMPRA Y ESTILOS DE VIDA EN EL HOGAR

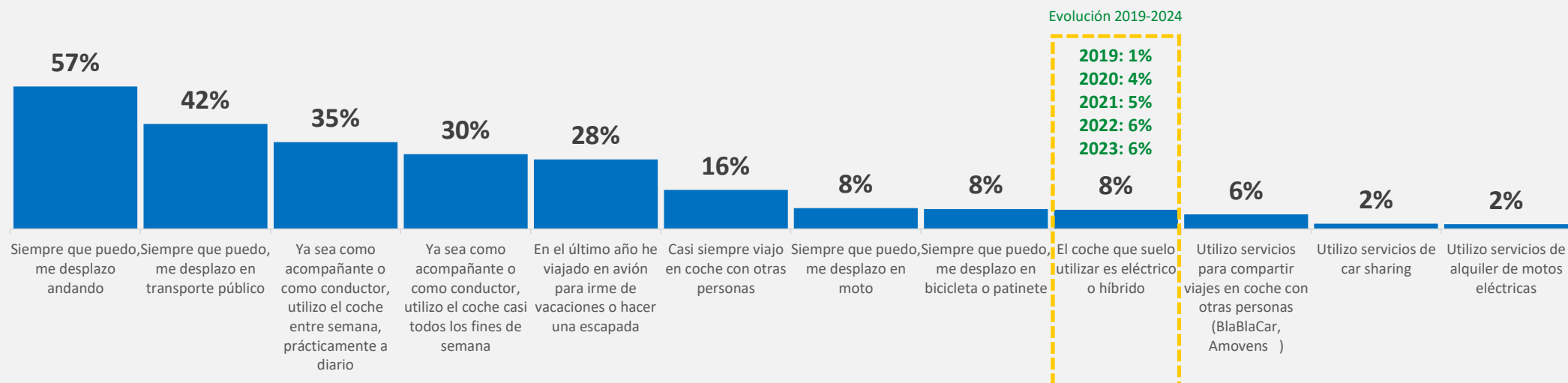
Debido, muy probablemente, a las particularidades climáticas de la región, el uso de la calefacción está más extendido en Castilla-La Mancha que en el global de España. Se trata, además, de una comunidad autónoma con un gran peso de las áreas rurales. No es de extrañar, pues, que el 14% de los castellanomanchegos opten por cultivar alimentos, 4 puntos más que el global español. Destaca también el hecho que el 32% de castellanomanchegos tienen sistemas de ahorro de agua (28% en el global español).



## HÁBITOS DE COMPRA Y ESTILOS DE VIDA EN MOVILIDAD ESPAÑA

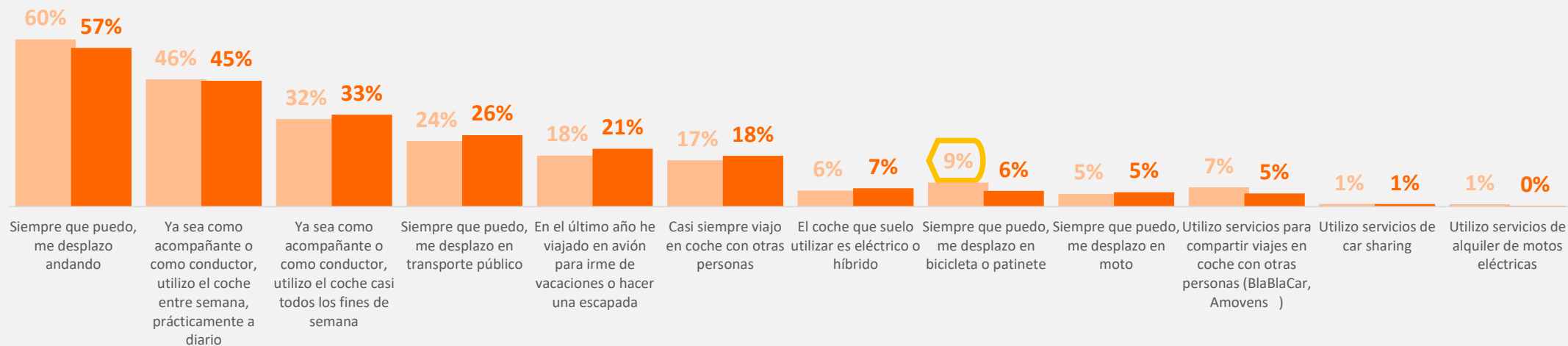
La mayoría de los españoles (57%) opta por desplazarse a pie siempre que puede, eligiendo la forma más sostenible y económica. Además, un 42% utiliza el transporte público siempre que es posible.

Desde 2019, el uso habitual de coches eléctricos o híbridos ha crecido de forma constante, pasando del 1% al 8% actual.



## HÁBITOS DE COMPRA Y ESTILOS DE VIDA EN MOVILIDAD CASTILLA-LA MANCHA

El porcentaje de castellanomanchegos que se desplazan en bicicleta o patinete ha caído ligeramente en 2024, situándose en un 6%.



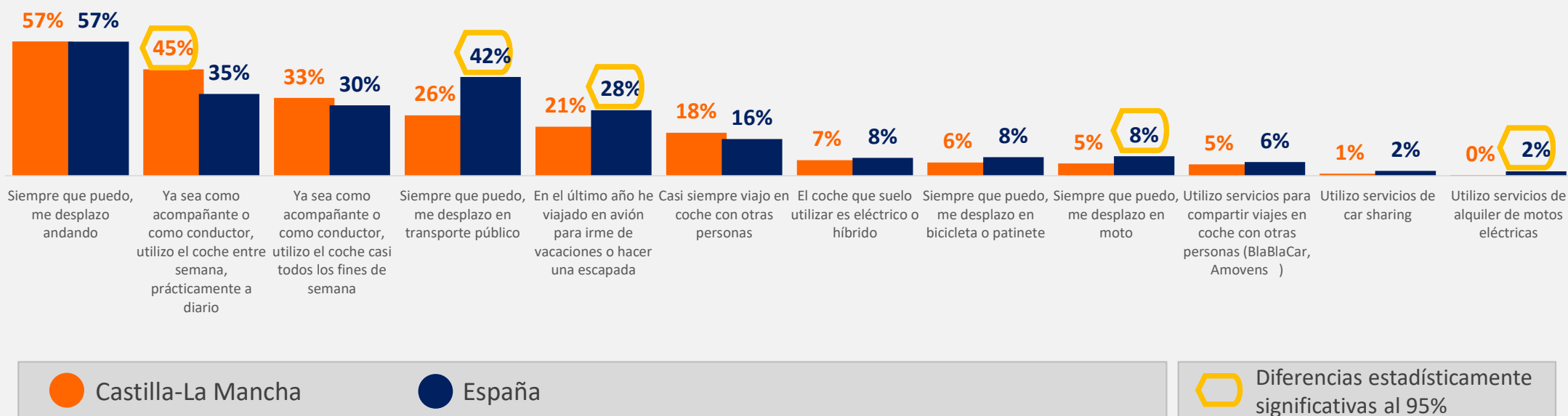
● Castilla-La Mancha

● España

⬡ Diferencias estadísticamente significativas al 95%

## HÁBITOS DE COMPRA Y ESTILOS DE VIDA EN MOVILIDAD

El hecho que haya una **mayor concentración de población rural condiciona los hábitos de movilidad de Castilla-La Mancha**. El uso diario del vehículo está más extendido que en el global de España. Por el contrario, se hace menos uso del transporte público y de la motocicleta, métodos de transporte más asociados a las zonas urbanas.





## CINCO APRENDIZAJES SOBRE EL CONSUMO SOSTENIBLE

- 1. Salud y origen, prioridades clave:** Los consumidores castellanomanchegos valoran que los productos sean seguros y de origen español. Casi la mitad también prioriza el respeto al medioambiente y la ausencia de explotación infantil.
- 2. Menos implicación en la reducción de residuos plásticos:** En Castilla-La Mancha, los consumidores han reducido sus esfuerzos para prevenir residuos plásticos en alimentación, en línea con la tendencia nacional de los últimos seis años. También ha disminuido la clasificación de basura para reciclaje a nivel nacional, aunque sin cambios significativos en el último año ni en la región.
- 3. La compra de segunda mano se consolida:** Aunque en el último año no ha crecido en Castilla-La Mancha ni a nivel nacional, la compra de ropa de segunda mano ha mostrado una tendencia ascendente en los últimos años.
- 4. Planificación para evitar desperdicio:** Son habituales el uso de listas de la compra, la revisión de la despensa antes de comprar y la congelación de alimentos, mientras que comprar productos próximos a caducar o con fecha de consumo preferente son minoritarios.



# LOS PRODUCTOS CERTIFICADOS

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

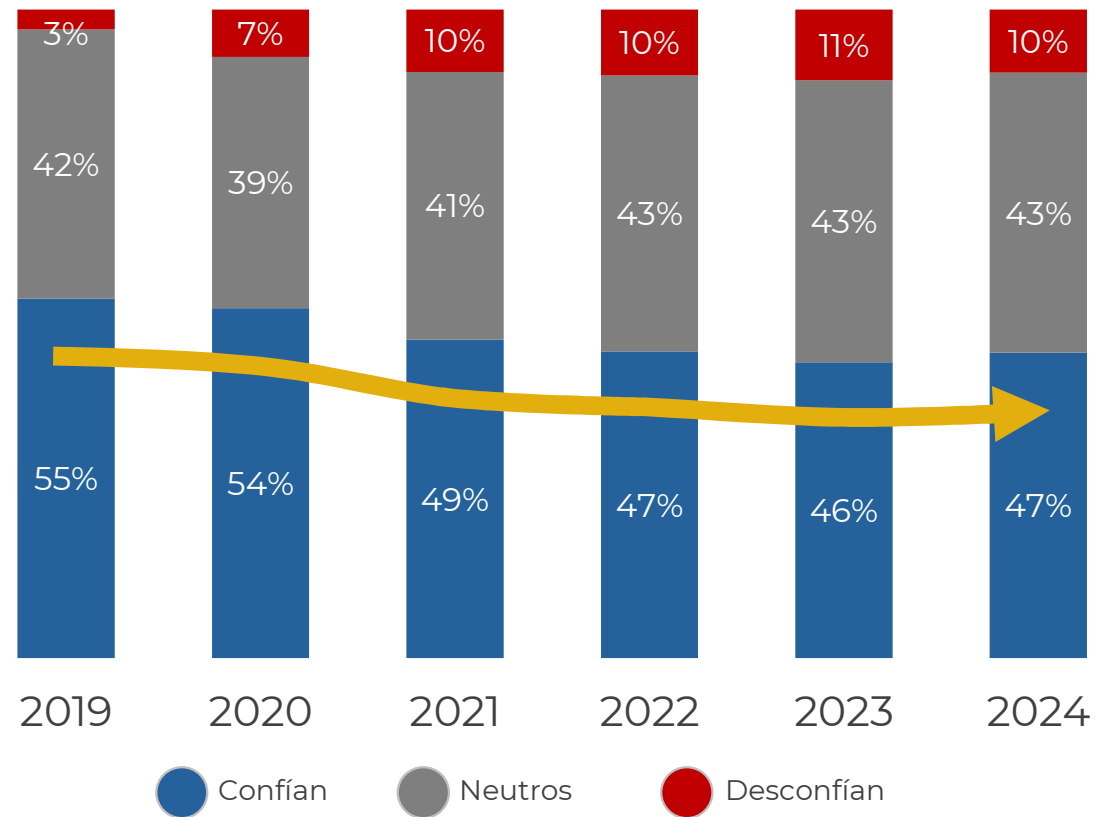
En este apartado **profundizamos en la utilidad que tienen este tipo de sellos para los españoles.**



## Confianza de los **españoles** en los certificados

Un **47%** de los españoles confía en los sellos que certifican el respeto al medioambiente o mejores condiciones laborales.

Entre **2019 y 2024**, esta confianza ha disminuido en **8 puntos**. El exceso de etiquetas y afirmaciones de sostenibilidad contribuye a esta caída, una situación que, por ahora, la regulación y otras medidas no han logrado revertir.



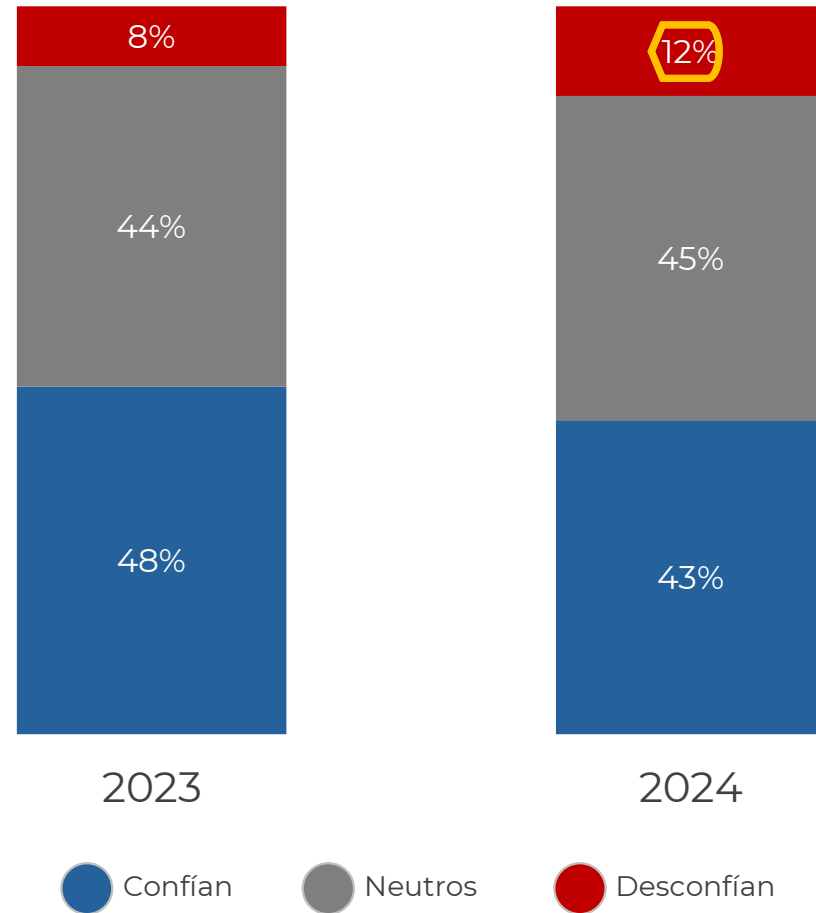


## CONFIANZA DE LOS CASTELLANOMANCHEGOS EN LOS CERTIFICADOS

En 2024, el porcentaje de castellanomanchegos que desconfían de los sellos y certificados ha aumentado en 4 puntos, situándose en el 12%.



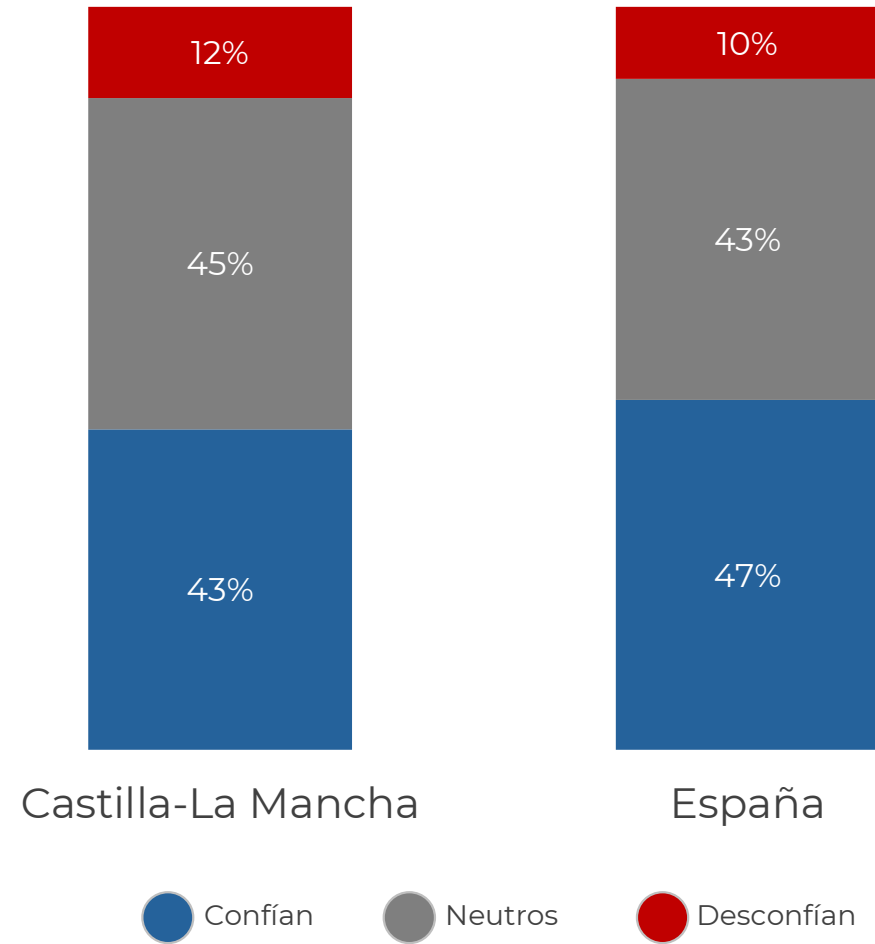
Diferencias estadísticamente significativas al 95%





## CONFIANZA EN LOS CERTIFICADOS

La confianza de los castellanomanchegos en los sellos que certifican que un producto es más sostenible ambiental y/o socialmente es muy similar a la de la media nacional. No detectamos diferencias significativas.

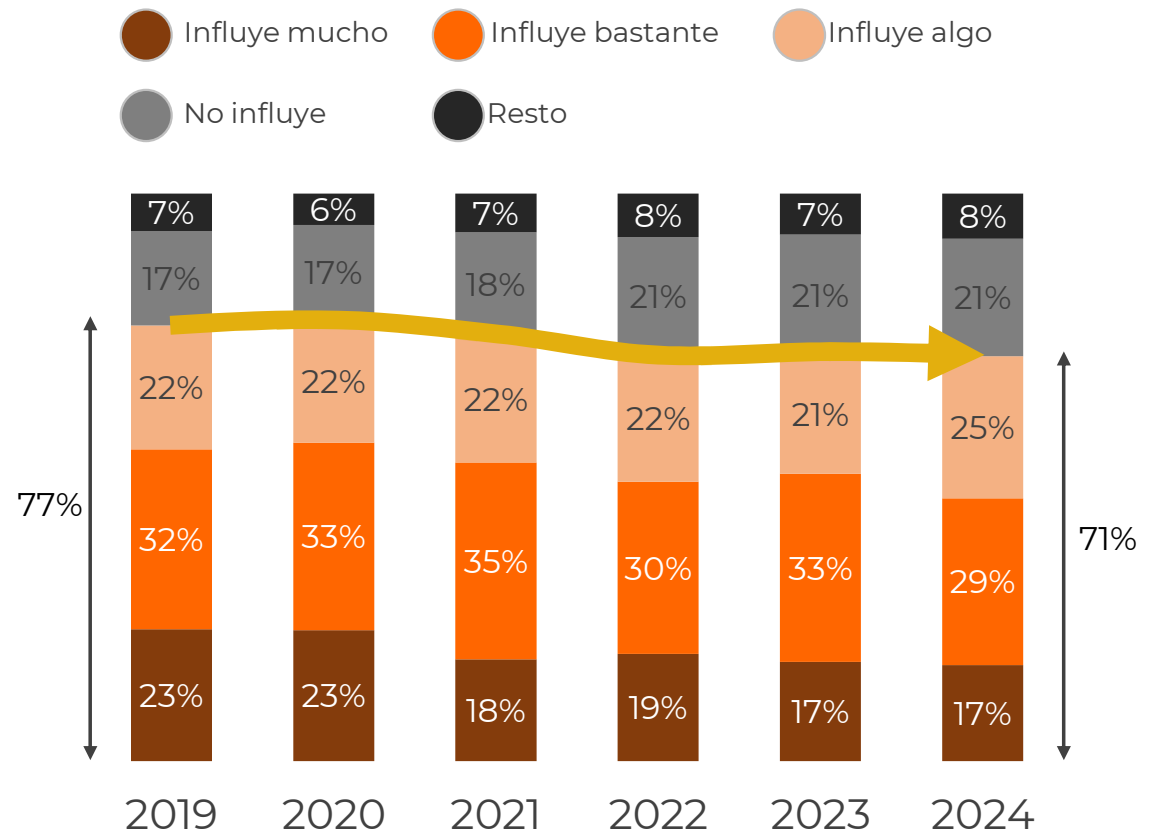




# Influencia de los sellos en el consumidor español

Los certificados ecológicos y sociales siguen influyendo en las compras de los españoles. **Un 71% afirma que estos sellos impactan positivamente en sus decisiones de compra.**

Sin embargo, se observa una **tendencia a la baja en quienes perciben una gran influencia de estos certificados**, pasando del 23% en 2019 al 17% en 2024.





## INFLUENCIA DE LOS SELLOS

Los castellanomanchegos se sienten menos influenciados por los sellos en el momento de tomar una decisión de compra. El 26% dice que éstos no tienen ninguna influencia, 5 puntos más que en el global español.



Diferencias estadísticamente significativas al 95%



Influye mucho



Influye bastante



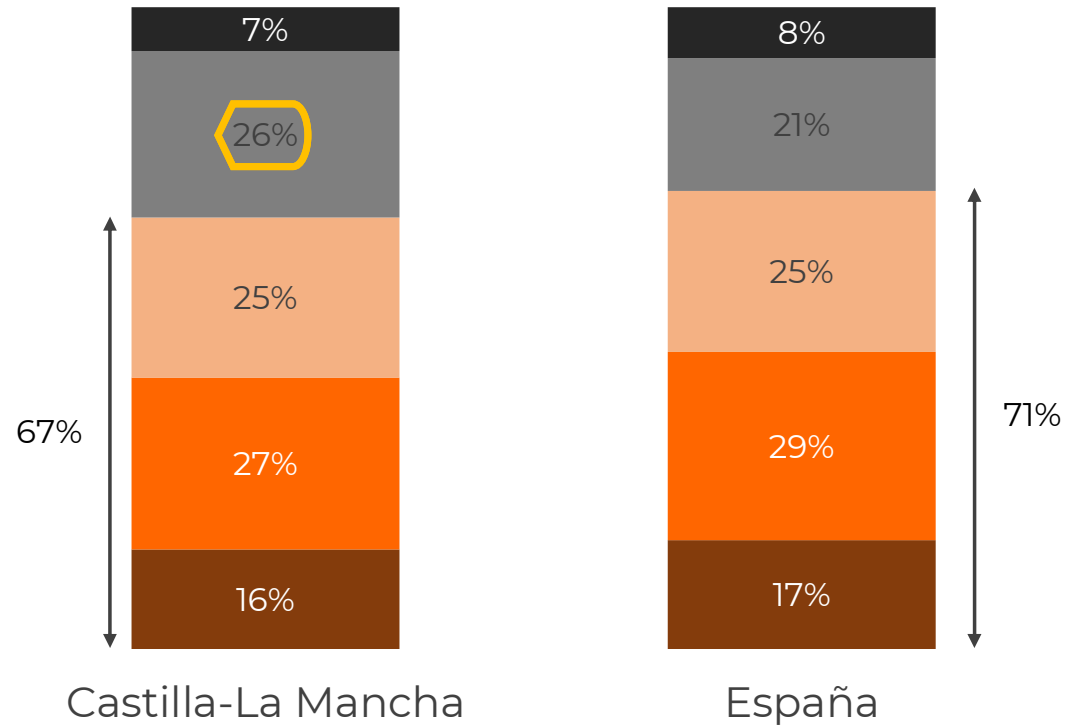
Influye algo



No influye



Resto





## CONOCIMIENTO Y COMPRA DE SELLOS ESPAÑA

Hemos preguntado a la población española por **30 sellos** para conocer su nivel de reconocimiento, su impacto en las compras y si han adquirido productos con estos certificados en los últimos tres meses.

En el siguiente gráfico se muestran los **20 sellos más conocidos**.



Aunque la mayoría podrían ayudar a identificar productos más sostenibles, son poco reconocidos por la población española:

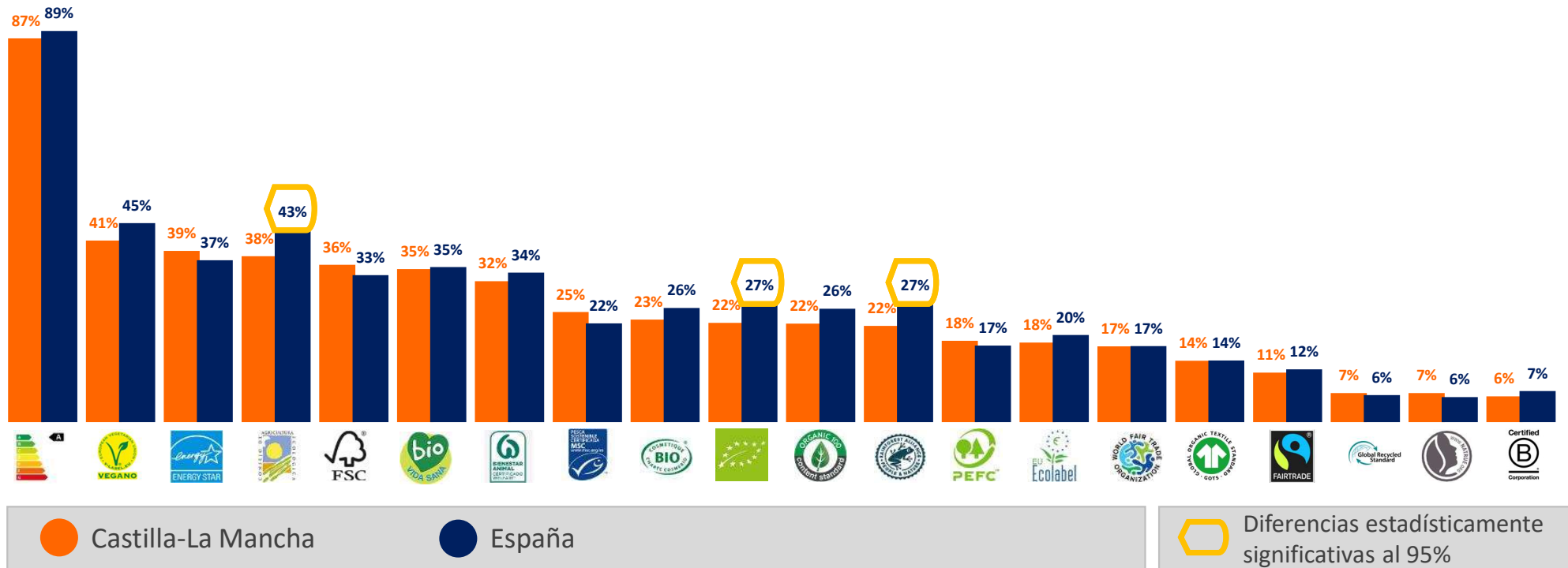
- Solo dos sellos son conocidos por más del 50% de la población (Etiqueta Energética y V-Label).
- 10 sellos tienen un reconocimiento entre el 20% y el 44%.
- Los 18 restantes son conocidos por menos del 20% de los españoles.





## CONOCIMIENTO DE SELLOS EN CASTILLA-LA MANCHA

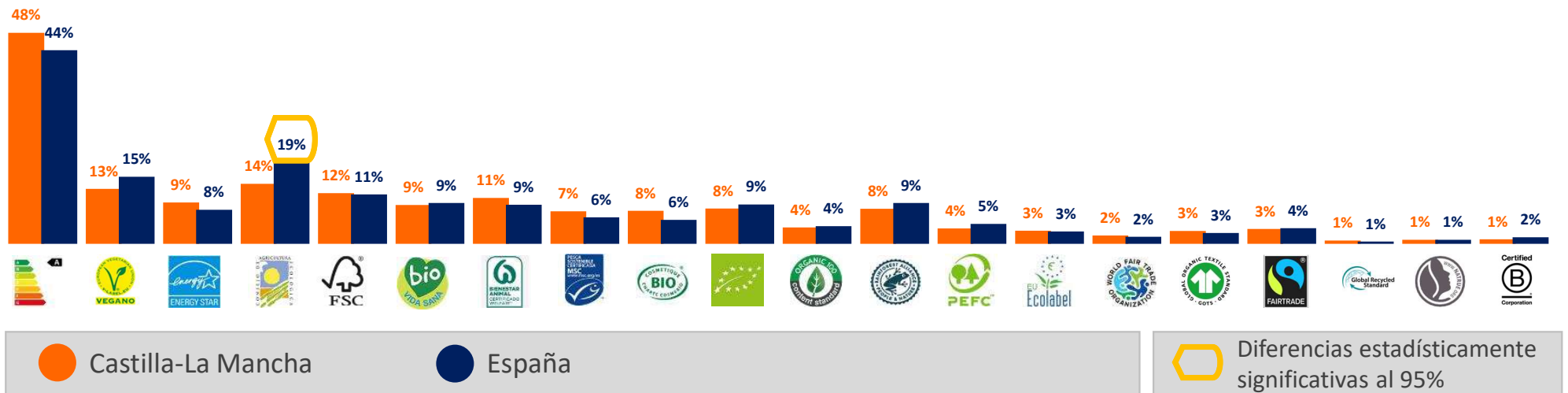
Los niveles de conocimiento de sellos y certificados son similares en Castilla-La Mancha y el global español. Sin embargo, se observa que los certificados ecológicos de las CCAA, el sello de Agricultura Ecológica y Rainforest Alliance son más conocidos en el global de España.





## COMPRA DE PRODUCTOS CERTIFICADOS

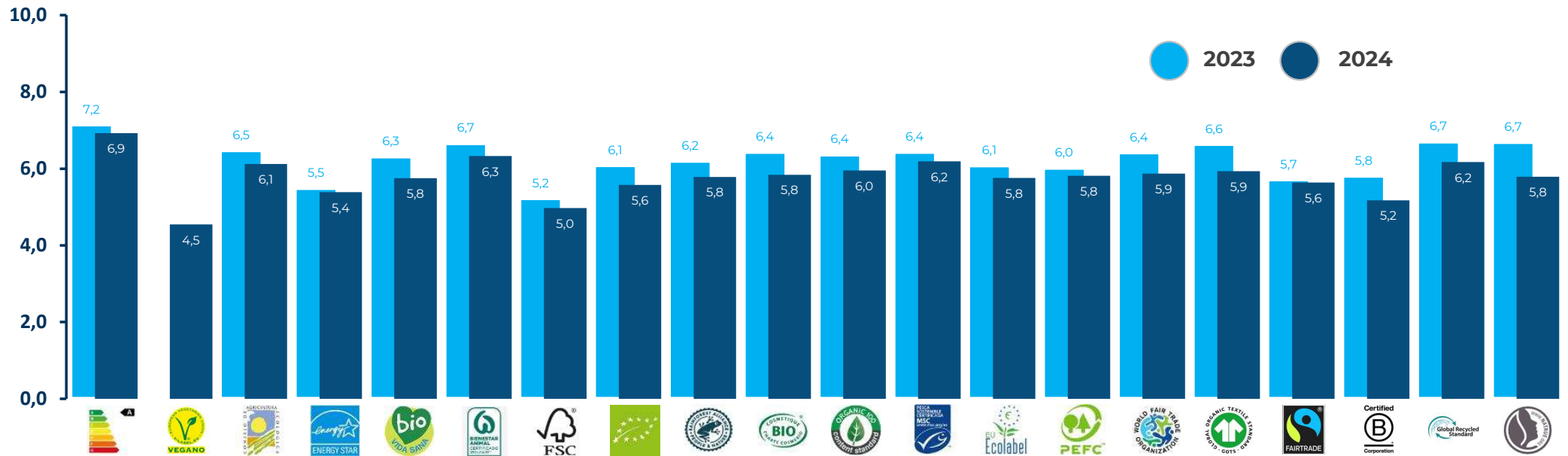
Excepto en el caso de la certificación ecológica de las CCAA, cuyo recuerdo de compra es 5 puntos más elevado en el global español, no se observan diferencias estadísticamente significativas entre ambos ámbitos geográficos. En el caso de los 20 sellos que se muestran, tampoco se han observado diferencias, en el caso castellanomanchego, entre 2023 y 2024.





## INFLUENCIA DE LOS SELLOS EN LA COMPRA ESPAÑA

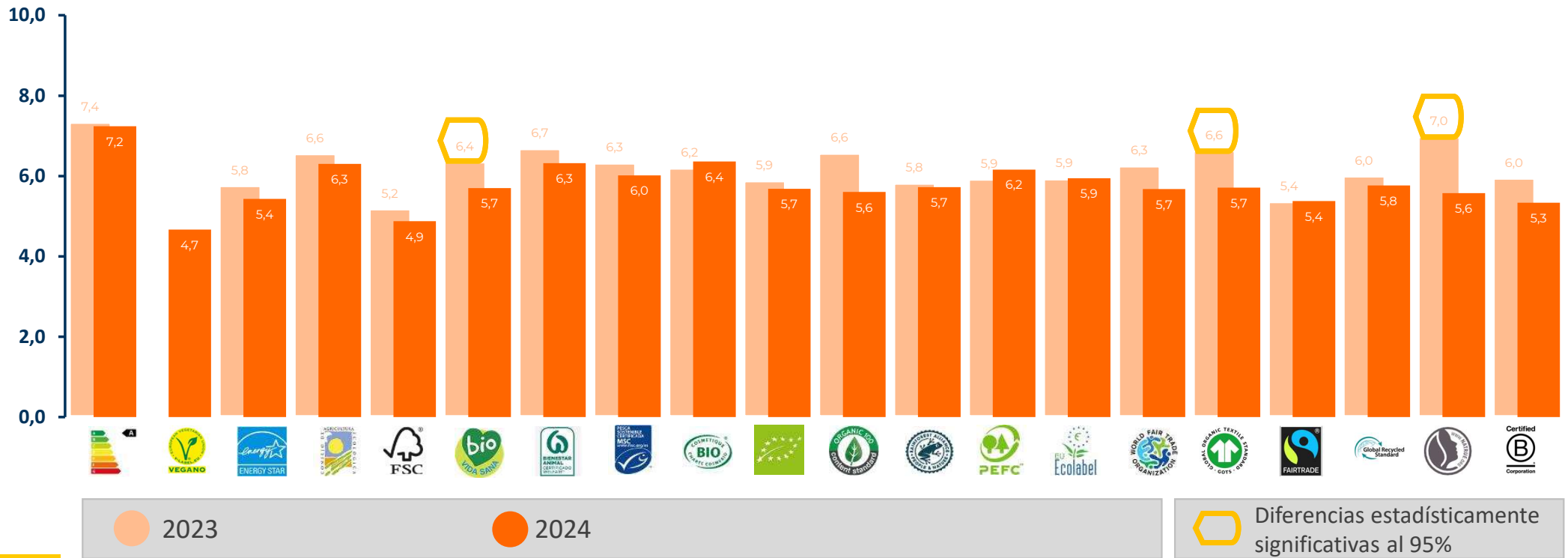
Hemos preguntado a los españoles en qué medida los sellos que conocen les ayudan a tomar decisiones de compra. En una escala de 0 a 10, donde 10 significa que son decisivos en sus compras, la media obtenida para los 30 certificados analizados es de 5,9.





## INFLUENCIA DE LOS SELLOS EN LA COMPRA EN CASTILLA-LA MANCHA

La Etiqueta Energética y Cosmebio son los sellos que, según los propios consumidores castellanomanchegos, más influyen en las decisiones de compra. Algunos certificados han descendido su valoración en relación con 2023: BIO Vida Sana, GOTS y Natrue.





## INFLUENCIA DE LOS SELLOS EN LA COMPRA

La Etiqueta Energética y Cosmebio no son tan solo los sellos mejor valorados, en cuanto a la influencia en la compra, sino que también obtienen una mayor puntuación, de manera estadísticamente significativa, que en el global español.





## TRES APRENDIZAJES SOBRE LOS PRODUCTOS CERTIFICADOS

- 1. Pérdida de confianza en los sellos:** A nivel nacional, los sellos ambientales y laborales han perdido relevancia en los últimos años, y en Castilla-La Mancha parece seguir una tendencia similar. La desconfianza ha aumentado en el último año, aunque el 43% sigue confiando en ellos y un 67% reconoce su influencia en la compra.
- 2. Demasiada información, menos utilidad:** El exceso de mensajes y la falta de estandarización dificultan que los consumidores diferencien y comprendan la información en los productos. En lugar de facilitar la compra, esta sobrecarga genera confusión y reduce la confianza en los sellos y etiquetas.
- 3. Información poco efectiva y percepción deteriorada:** Aunque los sellos pueden influir en las compras y hábitos sostenibles, su credibilidad se ve afectada por el entorno mediático y digital. Desde voces afines a la sostenibilidad, las denuncias de *greenwashing* y la persistencia de problemas ambientales y laborales generan dudas sobre su efectividad. Al mismo tiempo, discursos críticos en medios y redes sociales refuerzan la desconfianza, cuestionando su utilidad y alimentando el escepticismo.



# Responsabilidad Climática

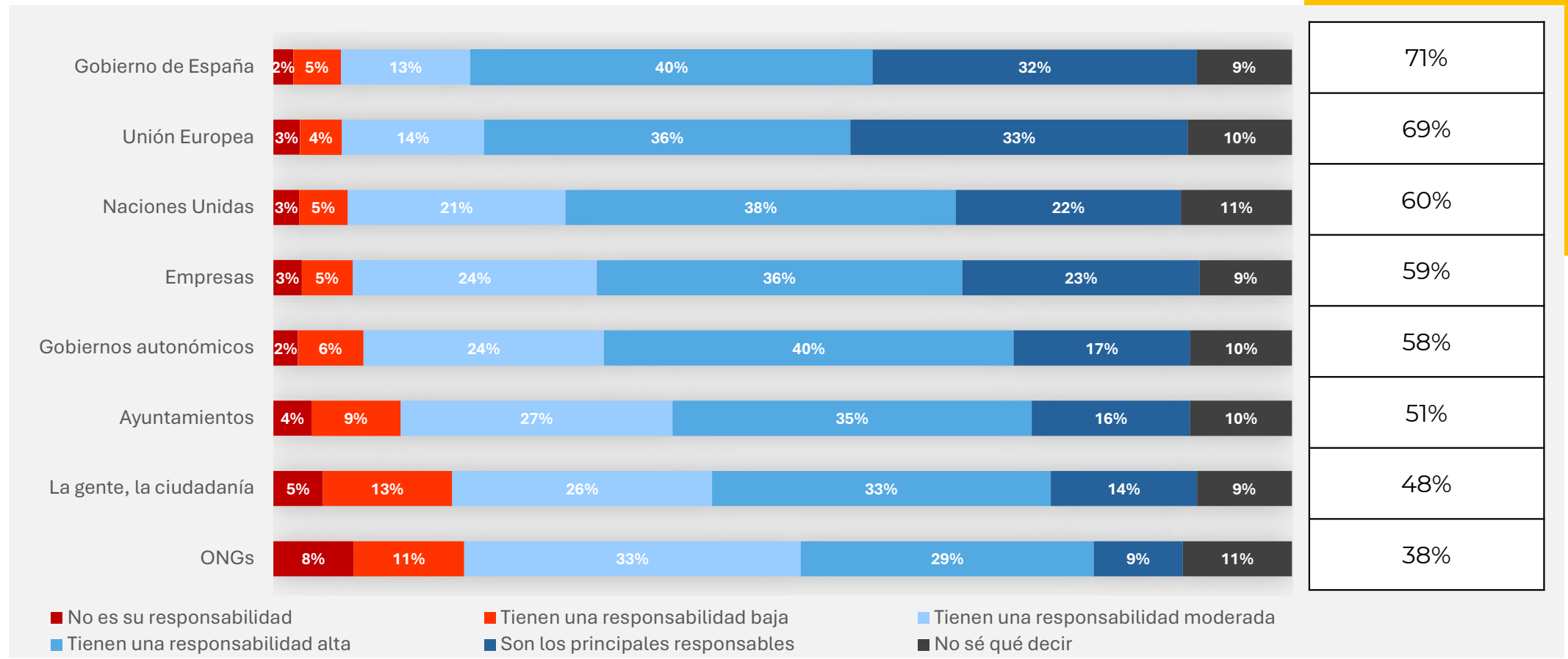
---

A quiénes consideran los castellanomanchegos responsables de solucionar el cambio climático y qué papel asignan a gobiernos, empresas y ciudadanos.



## RESPONSABILIDAD CLIMÁTICA EN CASTILLA LA-MANCHA I

Principales Resp. + Resp. alta

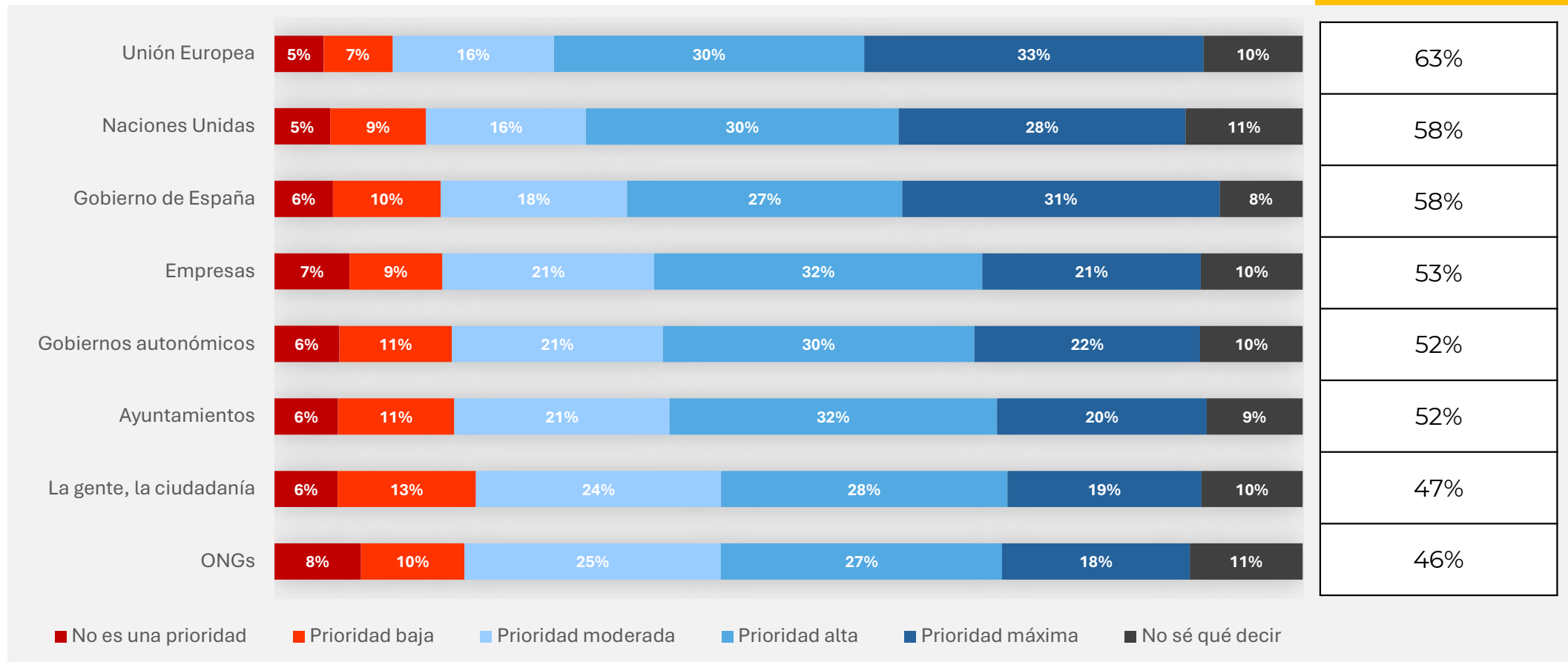


¿Hasta qué punto consideras que las siguientes organizaciones, instituciones o grupos son responsables de solucionar el problema del cambio climático?



## RESPONSABILIDAD CLIMÁTICA EN CASTILLA LA-MANCHA II

Prioridad **máxima + alta**

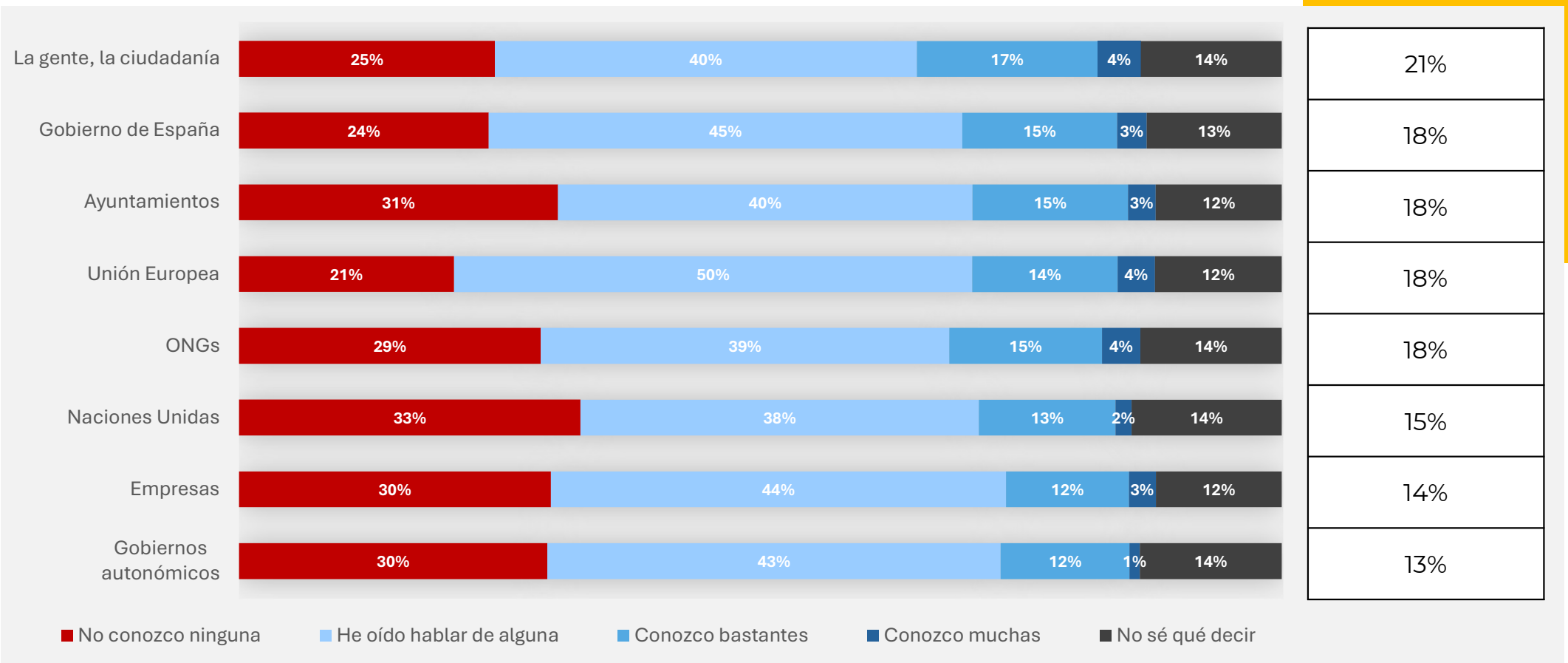


¿Hasta qué punto consideras prioritario que las siguientes organizaciones, instituciones o grupos inviertan y se esfuercen en impulsar medidas para solucionar el problema del cambio climático?



# RESPONSABILIDAD CLIMÁTICA EN CASTILLA LA-MANCHA III

Conozco muchas + bastantes



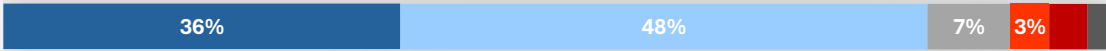
■ No conozco ninguna   ■ He oído hablar de alguna   ■ Conozco bastantes   ■ Conozco muchas   ■ No sé qué decir

¿Has oído hablar de alguna medida impulsada por las siguientes organizaciones, instituciones o grupos para solucionar el problema del cambio climático? Algunas de estas medidas incluyen el avance hacia las energías renovables, fomentar un consumo más sostenible o reducir las emisiones contaminantes.

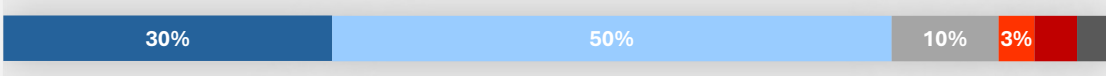


# IMPUESTOS Y SACRIFICIO ECONÓMICO EN CASTILLA-LA MANCHA I

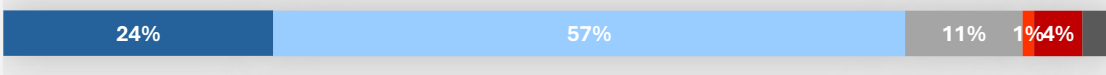
**Mejorar la sanidad pública** (¿Estarías de acuerdo en invertir en medidas para mejorar la sanidad pública, como contratar más personal sanitario, reducir los tiempos de espera y modernizar los hospitales y centros de salud?)



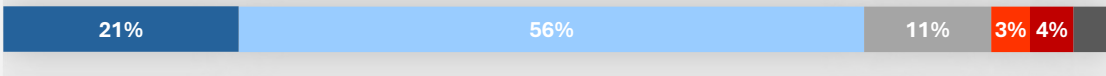
**Mejorar la educación pública** (¿Estarías de acuerdo en invertir en medidas para mejorar la educación pública, como renovar las instalaciones escolares, reducir el número de alumnos por aula y aumentar el acceso a tecnologías en las aulas?)



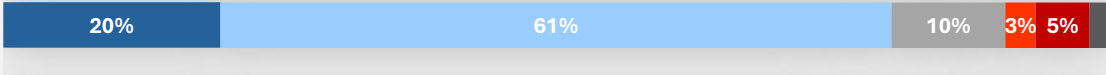
**Protección contra inundaciones** (¿Estarías de acuerdo en invertir en medidas para proteger a los ciudadanos frente a inundaciones? Estas medidas podrían incluir mejorar la capacidad de desagüe en las calles, alertas tempranas, recuperar zonas naturales como ríos o humedales para prevenir inundaciones.)



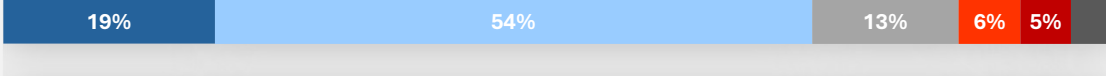
**Reducir el paro y mejorar empleo** (¿Estarías de acuerdo en invertir en medidas para reducir el paro y mejorar la calidad del empleo, como financiar formación para trabajadores, apoyar a empresas que contraten jóvenes y asegurar condiciones laborales justas y estables?)



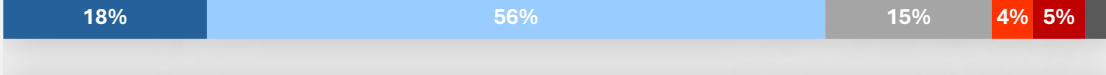
**Lucha contra la sequía** (¿Estarías de acuerdo en invertir en medidas contra las sequías? Estas medidas podrían incluir mejorar los sistemas de riego en la agricultura, arreglar las tuberías de agua potable que tienen fugas, y también otras acciones más amplias, como limitar el consumo excesivo de agua.)



**Acceso a vivienda asequible** (¿Estarías de acuerdo en invertir en medidas para reducir el paro y mejorar la calidad del empleo, como financiar formación para trabajadores, apoyar a empresas que contraten jóvenes y asegurar condiciones laborales justas y estables?)



**Movilidad y transporte sostenible** (¿Estarías de acuerdo en invertir en medidas para mejorar el transporte público y la movilidad sostenible? Estas medidas podrían incluir aumentar autobuses y trenes, construir carriles bici, facilitar el acceso a vehículos compartidos y crear más espacios peatonales.)



**Adaptación al calor extremo** (¿Estarías de acuerdo en invertir en medidas para enfrentar el calor extremo, como instalar sistemas de aviso para informar a los ciudadanos sobre riesgos, diseñar espacios urbanos con más vegetación y crear zonas seguras donde la población pueda refugiarse?)



**Producción y consumo sostenible** (¿Estarías de acuerdo en invertir en medidas para hacer la producción y el consumo más sostenibles, como apoyar a empresas que cuidan el medio ambiente, impulsar la compra de productos locales y reducir el desperdicio de alimentos?)



- Sí, incluso si eso significa aumentar los impuestos
- Sí, pero usando recursos de otras áreas del presupuesto público
- No, el presupuesto actual debería mantenerse sin cambios
- No, prefiero que se reduzca el presupuesto destinado a estas medidas
- No sé qué decir
- Prefiero no responder



## IMPUESTOS Y SACRIFICIO ECONÓMICO

Los porcentajes de castellanomanchegos **dispuestos a pagar más impuestos** a cambio de que la administración **luche contra la sequía** y asegure una **vivienda asequible** son inferiores a los del global de España.

Cabe señalar, además, que hay un **cambio ordinal** en los ítems por los que se ha preguntado: el acceso a **vivienda asequible**, cuarta opción en España con más encuestados dispuestos a pagar impuestos, es la sexta opción en el caso de Castilla-La Mancha.

Diferencias estadísticamente significativas al 95% entre los 2 segmentos

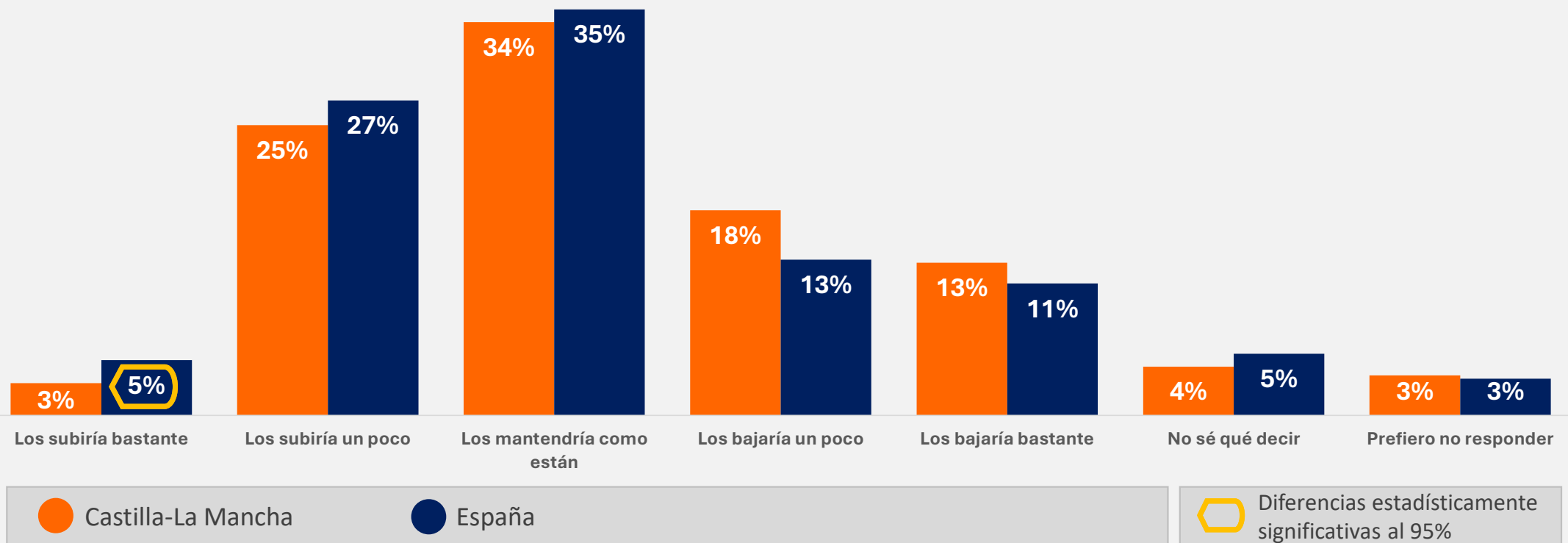
<b>Responden:</b> Sí, incluso si eso significa aumentar los impuestos	CLM	España
Mejorar la sanidad pública	36%	39%
Mejorar la educación pública	30%	33%
Protección frente a inundaciones	24%	26%
Reducir el paro y mejorar el empleo	21%	23%
Lucha contra la sequía	20%	24%
Acceso a vivienda asequible	19%	25%
Movilidad y transporte sostenible	18%	21%
Adaptación al calor extremo	17%	19%
Producción y consumo sostenible	13%	14%

¿Has oído hablar de alguna medida impulsada por las siguientes organizaciones, instituciones o grupos para solucionar el problema del cambio climático?



## IMPUESTOS Y SACRIFICIO ECONÓMICO II

Disposición a pagar más impuestos a cambio de una mejora en los servicios públicos

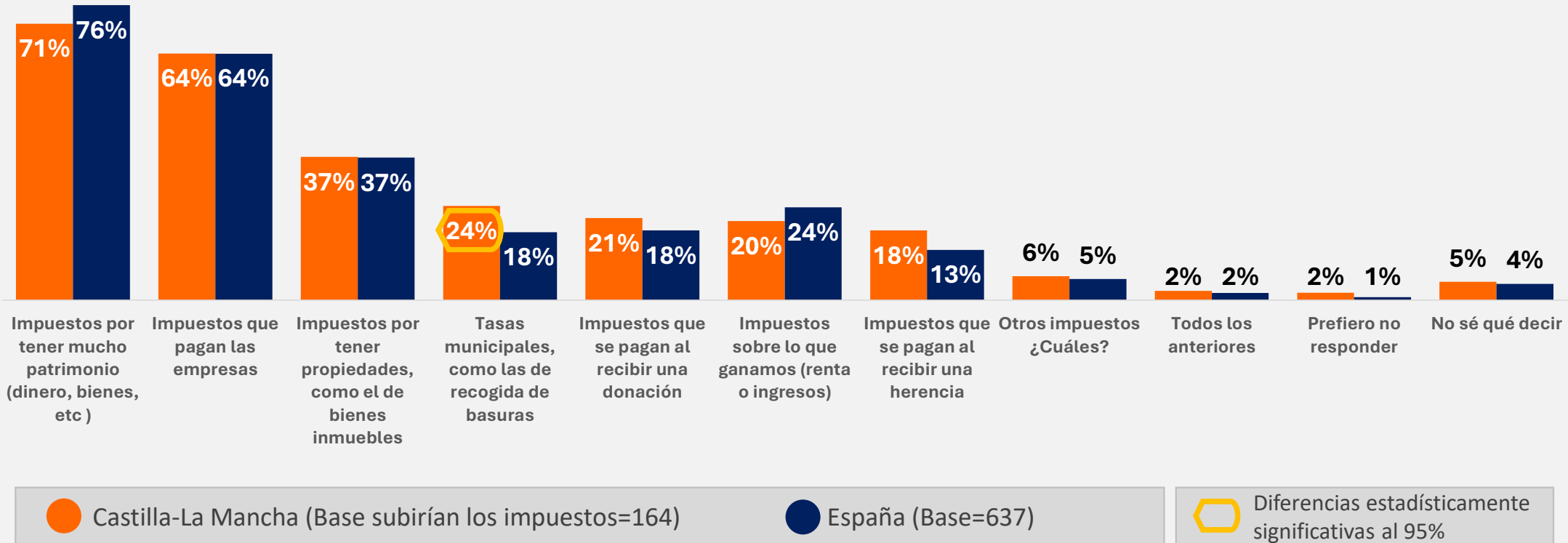


Teniendo en cuenta tus respuestas anteriores, ¿te parecería adecuado modificar los impuestos que pagamos todos para cubrir el coste de estas medidas?



# IMPUESTOS Y SACRIFICIO ECONÓMICO III

## Impuestos que subirían para conseguir mejores servicios públicos

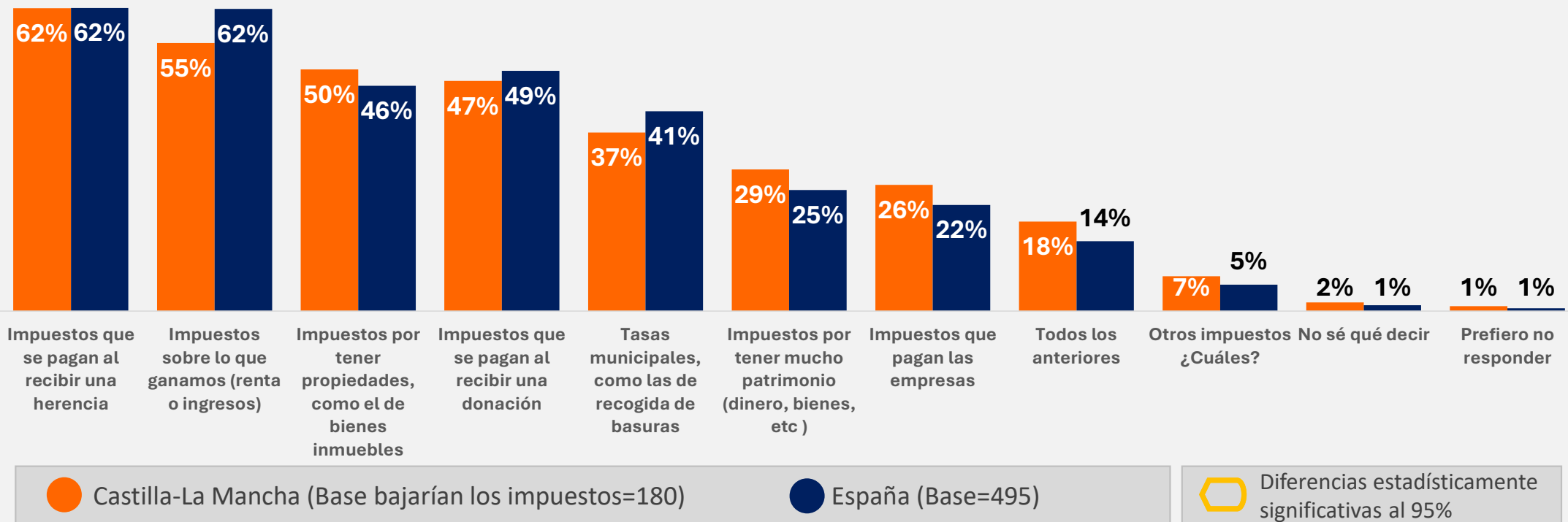


¿Y cuáles de estos impuestos subirías?



# IMPUESTOS Y SACRIFICIO ECONÓMICO III

## Impuestos que bajarían

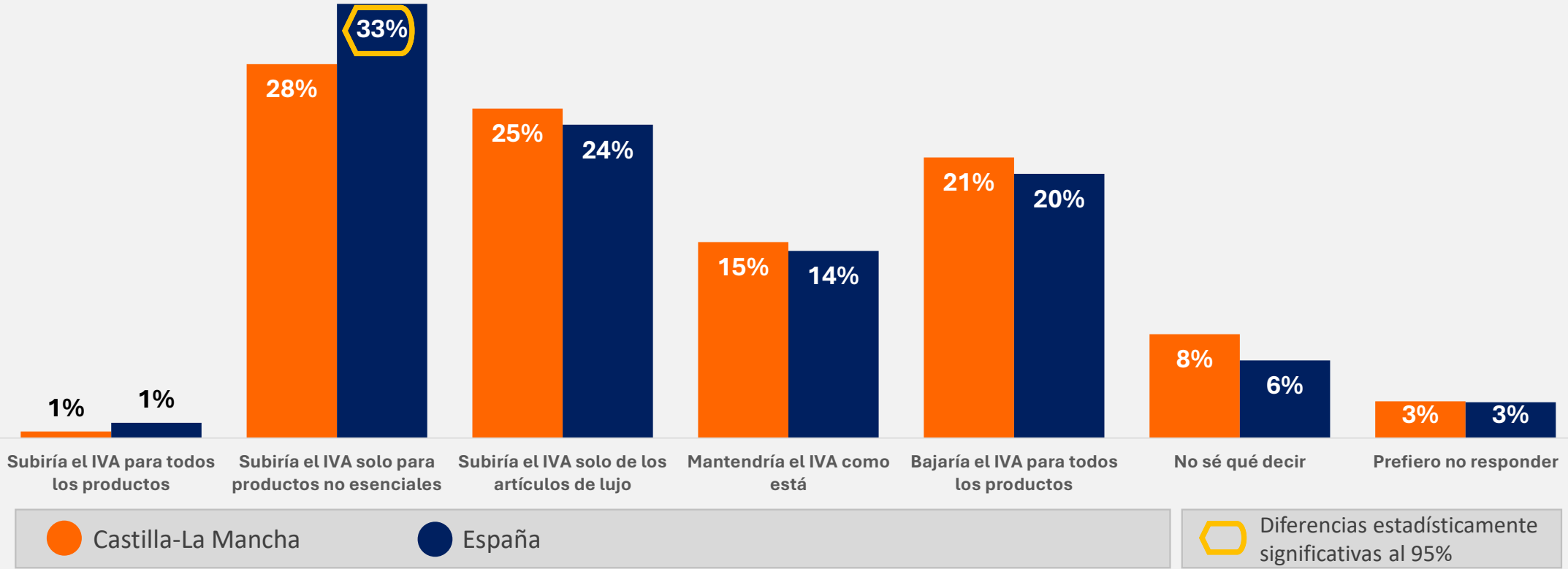


¿Y cuáles de estos impuestos bajarías?



# IMPUESTOS Y SACRIFICIO ECONÓMICO IV

### Disposición a pagar más IVA por una mejora en los servicios públicos



¿Y ajustarías el IVA para cubrir el coste de las medidas que hemos mencionado antes?



## IMPUESTOS Y SACRIFICIO ECONÓMICO V

### Impuestos a empresas según Impacto Ambiental



¿Estarías a favor de ajustar los impuestos para penalizar con unos impuestos más altos las empresas que no toman medidas dentro de sus posibilidades para reducir su contaminación, y favorecer con unos impuestos más bajos a las que sí lo hacen?



## TRES APRENDIZAJES SOBRE RESPONSABILIDAD CLIMÁTICA

- 1. Doble percepción: liderazgo nacional y de la UE, acción regional:** La mayoría considera que la lucha contra el cambio climático debe ser liderada por el Gobierno de España y la UE, pero **también hay consenso en que la Junta juega un papel clave a nivel local**. Un 58% le atribuye una responsabilidad importante, aunque solo el 17% la identifica como el principal actor.
- 2. Respaldo a la inversión climática, pero sin desplazar lo esencial:** La inversión pública en sostenibilidad es **mayoritariamente aceptada cuando se enfoca en medidas claras**, como la adaptación a inundaciones o la lucha contra la sequía, aunque sanidad y educación siguen siendo prioritarias.
- 3. División sobre impuestos y gasto público:** Solo un 31% de los castellanomanchegos optaría por bajar impuestos, centrándose en herencias y renta. En cambio, un 28% los aumentaría para reforzar servicios públicos, gravando principalmente patrimonio y empresas, mientras que un 34% prefiere mantenerlos.
- 4. Amplio respaldo a impuestos ambientales a empresas:** La mayoría apoya ajustar la fiscalidad para penalizar a las empresas contaminantes y beneficiar a las que reducen su impacto ambiental (37% completamente a favor, 30% más a favor que en contra).



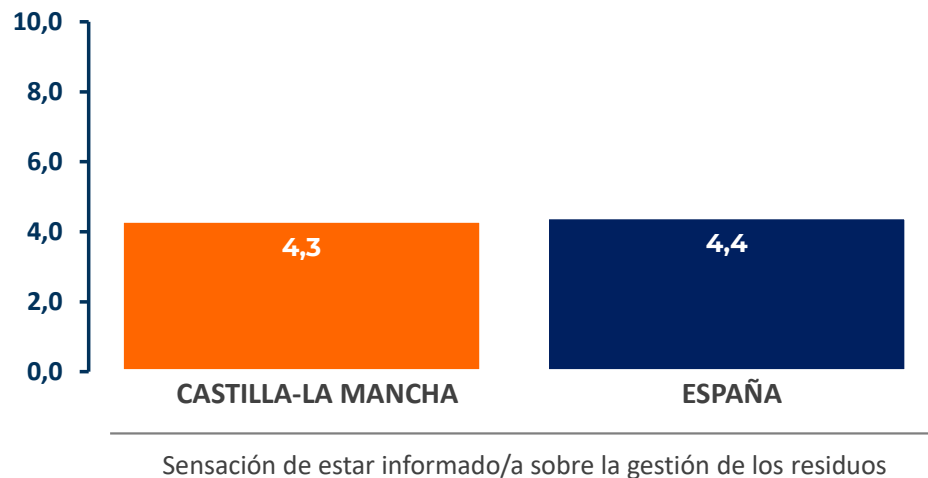
**Gestión de  
los residuos**


---



## CONOCIMIENTO Y VALORACIÓN DE LA GESTIÓN DE RESIDUOS

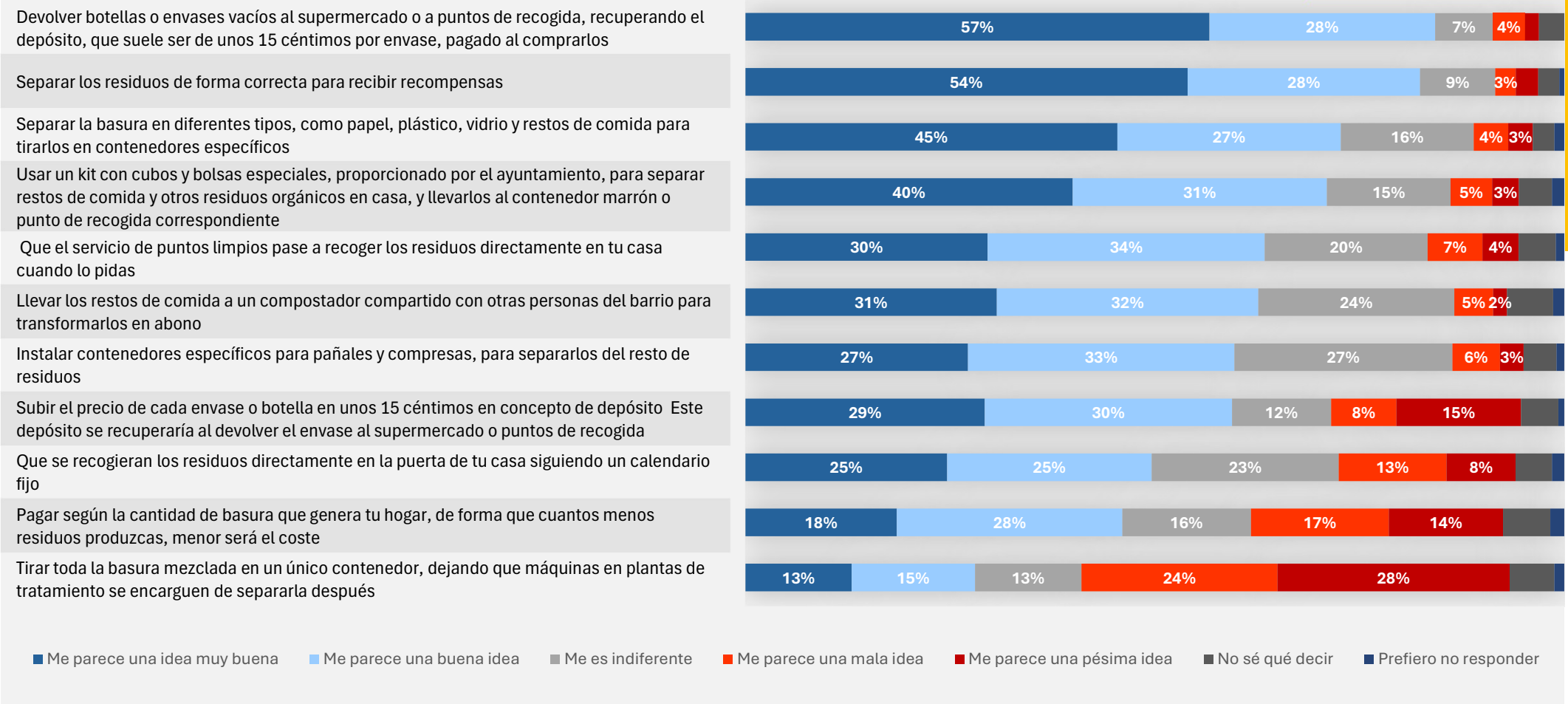
Los castellanomanchegos valoran con un **4,3** su nivel de **conocimientos sobre la manera en la que se gestionan los residuos en su lugar de residencia**. Y aprueban justo, con una nota de **5,3**, el **servicio que ofrecen los puntos limpios**. En ambos casos no se observan diferencias estadísticamente significativas en relación con los datos del global de España.



 Diferencias estadísticamente significativas al 95%



# MEDIDAS DE GESTIÓN DE LOS RESIDUOS EN CASTILLA-LA MANCHA

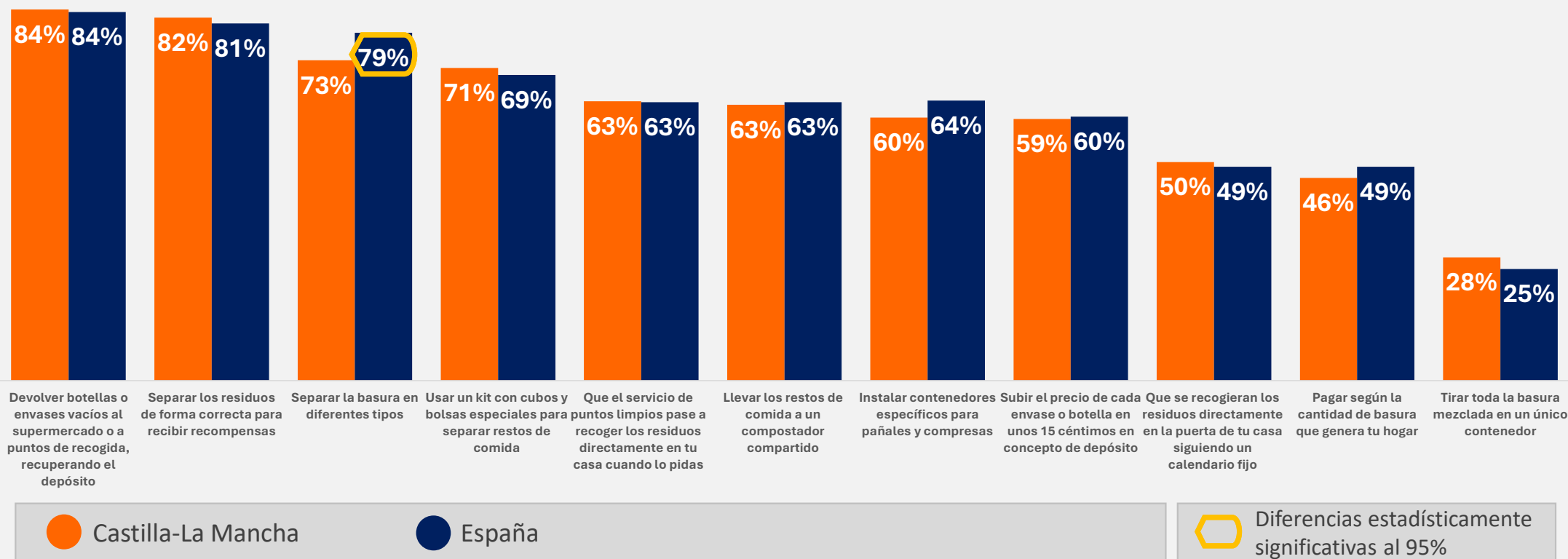


A continuación, te mostraremos diferentes opciones para gestionar la basura y los residuos que generamos cada día, algunas de ellas ya se aplican en muchos lugares. Nos gustaría saber qué opinas de ellas.



## MEDIDAS DE GESTIÓN DE LOS RESIDUOS

Porcentaje de encuestados que ve cada una de las medidas como “buena” o “muy buena”



A continuación, te mostraremos diferentes opciones para gestionar la basura y los residuos que generamos cada día, algunas de ellas ya se aplican en muchos lugares. Nos gustaría saber qué opinas de ellas.



# APRENDIZAJES Y CONCLUSIONES



## La sostenibilidad pierde protagonismo en la identidad personal

Entre 2023 y 2024, el porcentaje de castellanomanchegos que consideran la sostenibilidad como un pilar fundamental en sus vidas y su identidad **ha descendido del 33% al 27%**. La preocupación por el cambio climático también disminuye, especialmente entre los jóvenes, donde crece la sensación de desconexión.

Este cambio refleja una reconfiguración de prioridades en un contexto marcado por **conflictos bélicos, polarización política y otras preocupaciones emergentes**, que han desplazado la atención sobre la crisis climática.





## Responsabilidad compartida, pero percepción de impotencia

Los ciudadanos señalan a múltiples actores como responsables del cambio climático, **desde el Gobierno de España y la UE hasta empresas y organismos internacionales**. Sin embargo, al repartirse la responsabilidad entre tantos agentes y percibir que ninguno actúa con suficiente decisión, **umenta la sensación de impotencia y la pérdida de compromiso individual**. Aunque **más de la mitad de los castellanomanchegos sigue asumiendo su papel en la lucha climática**, crece la idea de que solo los grandes poderes pueden impulsar cambios significativos.

## Transformar la impotencia en acción colectiva

En un entorno donde los ciudadanos sienten que su papel es limitado, **canalizar la responsabilidad hacia acciones colectivas y pequeños logros tangibles puede ser clave para recuperar el sentido de impacto y motivación**.



## Cambio climático: menos urgencia política, pero amplio consenso

Aunque la percepción de urgencia climática ha disminuido, la mayoría de los castellanomanchegos sigue creyendo que los políticos deben hacer más.

**Se debilita la idea de que la protección ambiental debe imponerse "a cualquier precio", pero persiste un amplio consenso a favor de medidas más firmes, con apoyo de votantes potenciales de Sumar, PSOE, PP y VOX.** Sin embargo, la prioridad que se le otorga varía según la orientación política, siendo mayor entre los votantes de izquierda.





## **Demanda de información útil y clara, pero mayor desconfianza**

Los consumidores quieren conocer **el impacto ambiental, social y sanitario de los productos que compran**, pero la sobrecarga de información y la falta de estandarización reducen su utilidad

### **Efecto negativo del entorno informativo**

**La saturación de etiquetas, el *greenwashing* y la persistencia de problemas ambientales y laborales** generan escepticismo. A esto se suma la **infoxicación en redes y ciertos medios**, donde discursos críticos no solo cuestionan la eficacia de las certificaciones, sino que también las desacreditan con desinformación, tergiversaciones y ataques ideológicos. **Este clima de confusión erosiona la confianza en los sellos y dificulta que los consumidores tomen decisiones informadas.**



## Menos esfuerzo en reducir residuos plásticos

En Castilla-La Mancha, los consumidores han reducido su implicación en la **prevención de residuos plásticos en alimentación y la clasificación de basuras**, en línea con la tendencia nacional de los últimos seis años. La menor presencia del problema del plástico en los medios podría haber contribuido a este descenso en la preocupación y acción individual.

**El sistema actual de separación de residuos cuenta con un amplio respaldo**, mientras que la idea de **un contenedor único genera rechazo**. Medidas como incentivos por reciclar o devolución de envases son bien aceptadas, aunque si se perciben como una penalización, la respuesta es más negativa.





## Planificación contra el desperdicio alimentario

**Hábitos extendidos:** Prácticas como hacer **listas de la compra**, **revisar la despensa antes de comprar** y **congelar alimentos** están ampliamente extendidas entre los consumidores.

**Opciones menos frecuentes:** El consumo de alimentos con fecha **próxima de caducidad** o **consumo preferente** sigue siendo **minoritaria**, lo que sugiere barreras de confianza o desconocimiento sobre su seguridad y calidad.



## Impuestos e inversión pública: apoyo cuando hay impacto claro

Los castellanomanchegos responden positivamente a la inversión pública en sostenibilidad cuando se traduce en acciones concretas, como la protección contra inundaciones o la lucha contra la sequía. Cuanto más visible y directo es el impacto en su entorno, mayor es el respaldo.

En cambio, los mensajes amplios y abstractos sobre el cambio climático y la sostenibilidad son más susceptibles a la tergiversación y desinformación.

Cuando no se explica con claridad cómo las medidas afectan a la vida diaria, se genera un vacío informativo que otros actores pueden llenar con discursos que desacreditan la acción climática y debilitan su apoyo social.





## ANEXO: METODOLOGÍA

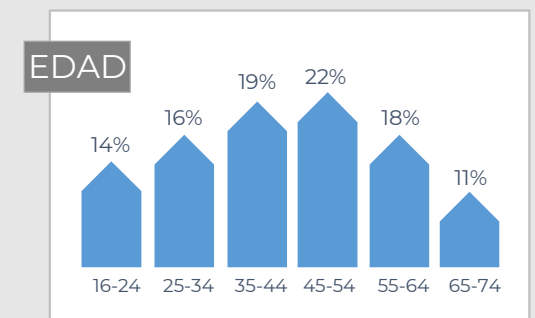
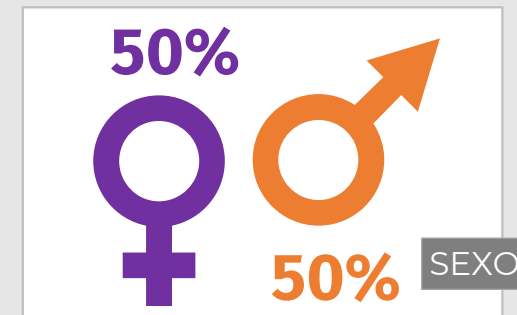
En el estudio ha una **muestra representativa de la población población internauta española de 2.000 personas** (error muestral es de  $\pm 2,19\%$ , para un nivel de confianza del 95%) mayores de 16 años a través de una encuesta online realizada entre el 13 de diciembre de 2024 y el 15 de enero de 2025.



### CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA

#### CUOTAS REPRESENTATIVAS DE POBLACIÓN ONLINE ESPAÑOLA:

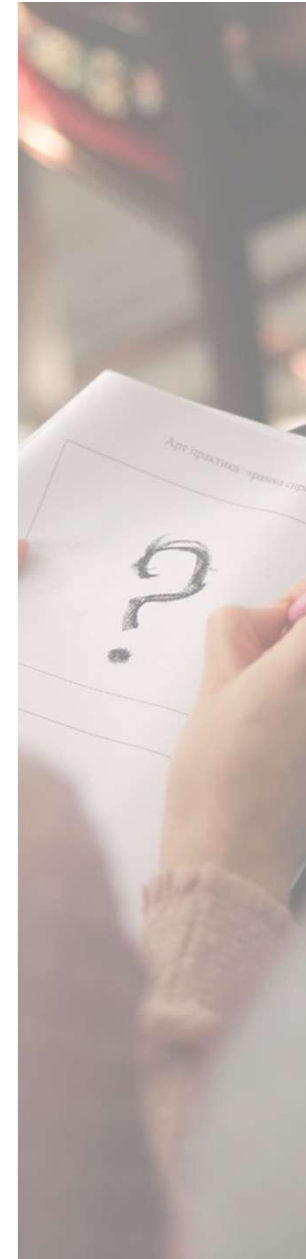
- **Edad, sexo y comunidad autónoma** según la encuesta del **Instituto Nacional de Estadística (INE)** sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los hogares 2024.
- **Índice Socioeconómico** según el **EGM**, 3ª ola 2024.





## ANEXO: METODOLOGÍA II

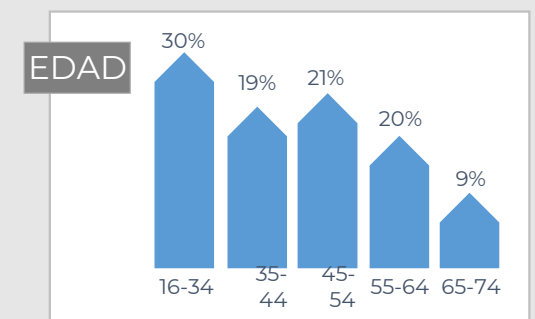
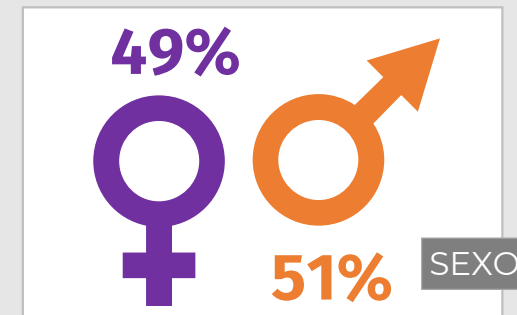
Para la realización de este informe especial dedicado a Castilla-La Mancha se ha realizado un sobremuestreo, con la que se ha obtenido una **muestra representativa de la población internauta castellanomanchega de 600 personas** (error muestral es de  $\pm 4\%$ , para un nivel de confianza del 95%) mayores de 16 años a través de una encuesta online realizada entre el 13 de diciembre de 2024 y el 23 de enero de 2025.



### CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA

#### CUOTAS REPRESENTATIVAS DE POBLACIÓN ONLINE CASTELLANOMANCHEGA:

- **Edad, sexo y comunidad autónoma** según la encuesta del **Instituto Nacional de Estadística (INE)** sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los hogares 2023.
- **Índice Socioeconómico** según el EGM, 3ª ola 2023.





### Más información

**Xavier Moraño**

xavi@clickoala.com

[www.clickoala.com](http://www.clickoala.com)

Twitter: @clic\_koala

Instagram: @clickoala



[clickoala.com](http://clickoala.com)



[empiricaonline.com](http://empiricaonline.com)