ANÁLISIS SOCIÓLOGICO

SOBRE LA DEMANDA DE DESCARBONIZACIÓN

Suma Capital GROWING TOGETHER | SALVETTI LLOMBART INSPIRING CHANGES | GreeMko

SUMA NET ZERO ÍNDEX

PARTICIPANTES

Suma Capital, gestora de activos independiente, **líder en inversión sostenible y de impacto**, desde hace cerca de dos décadas, comprometida con el ***crecimiento económico compartido*** y con generar un **impacto positivo** a largo plazo en nuestra sociedad y en el medioambiente a través de tres estrategias de inversión: SC Growth, SC Infra y SC Venture

SALVETTI&LLOMBART nace hace más de 25 años y desde sus inicios se afianza como un **referente de calidad y excelencia en investigación** de mercados y sociales. Su entre agencia y consultoría la diferencia y habilita como **socio de valor en la estrategia** y cambio de grandes y medianas organizaciones a nivel nacional e internacional

GreeMko facilita a las empresas su camino hacia la sostenibilidad ambiental y la descarbonización gracias a la tecnología y la innovación. **Un software para que** empresas de cualquier tamaño y sector **gestionen de una forma activa su impacto ambiental** incluida la huella de carbono de los tres alcances



OBJETO Y ALCANCE

Nos encontramos en un mundo donde la urgencia de acciones climáticas efectivas se hace cada vez más evidente. A día de hoy es crucial no solo entender y comprender las soluciones tecnológicas y las políticas públicas implementadas para reducir las emisiones de carbono causantes del cambio climático, sino también reconocer la dimensión humana implicada en estos procesos. Sin embargo, el enfoque tradicional de los estudios y análisis sobre los procesos de descarbonización se centran únicamente en el esfuerzo de la oferta, desde el papel que desempeñan las empresas y entes públicos.

El presente proyecto, promovido por Suma Capital en colaboración con la consultora estratégica Salvetti & Llombart y con el soporte técnico de GreeMko en la metodología de huella de carbono, busca comprender cómo la población española percibe y reacciona ante la necesidad de reducir las emisiones de carbono. Suma Capital propone abordar la comprensión de la sostenibilidad y el cambio climático desde un ángulo diferencial y pionero: la demanda de descarbonización de la ciudadanía y, en concreto, del individuo.

El propósito de este análisis es doble: por un lado, identificar las diversas actitudes y comportamientos que los ciudadanos adoptan frente a la descarbonización; y por otro, explorar los factores que motivan o inhiben estos comportamientos. Al centrar la atención en la demanda y no solo en la oferta, este estudio pretende revelar motivaciones y barreras cruciales para diseñar estrategias más efectivas y resonantes a nivel social, empresarial y gubernamental. Mediante una metodología robusta que incluye encuestas a gran escala, análisis estadístico avanzado y segmentación sociodemográfica, captamos la diversidad de opiniones y prácticas en el territorio nacional, ofreciendo una radiografía detallada de cómo los ciudadanos abordan el reto de la sostenibilidad en su vida cotidiana.

1- PERFILES DE CIUDADANOS ANTE LA DESCARBONIZACIÓN

"Los escépticos son una minoría,
pero entre los concienciados,
la mitad han perdido
la esperanza"

1- Perfiles de ciudadanos
2- Desafíos de la descarbonización
3-¿Descarbonización o economía?
4- ¿Quién es el responsable?
5- Contradicciones del ciudadano
6- El peso de las verticales
7- Presentación del SUMA NET ZERO INDEX

En base
a preguntas
sobre su posición,
conocimiento y
actitud frente al
cambio climático,
identificamos
3 perfiles
de ciudadanos…



43%
BELIEVERS

Los **Believers**
proactivos, concienciados
y quienes creen que la
descarbonización es posible,
representan el 43%
de la ciudadanía

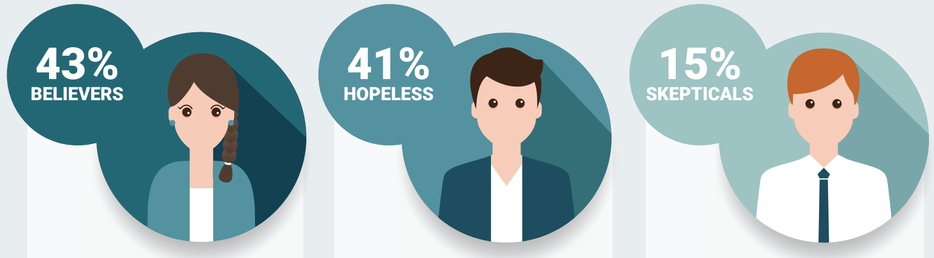
15%
SKEPTICALS

Los **Skepticals**
son el 15% de la
población y no prestan
atención o no están
concienciados
ante el problema de
la sostenibilidad

41%
HOPELESS

Los **Hopeless**
quienes, a pesar de estar
bastante concienciados,
tienen poca fe y esperanza
en alcanzar un futuro verde;
representan un 41%
de la población

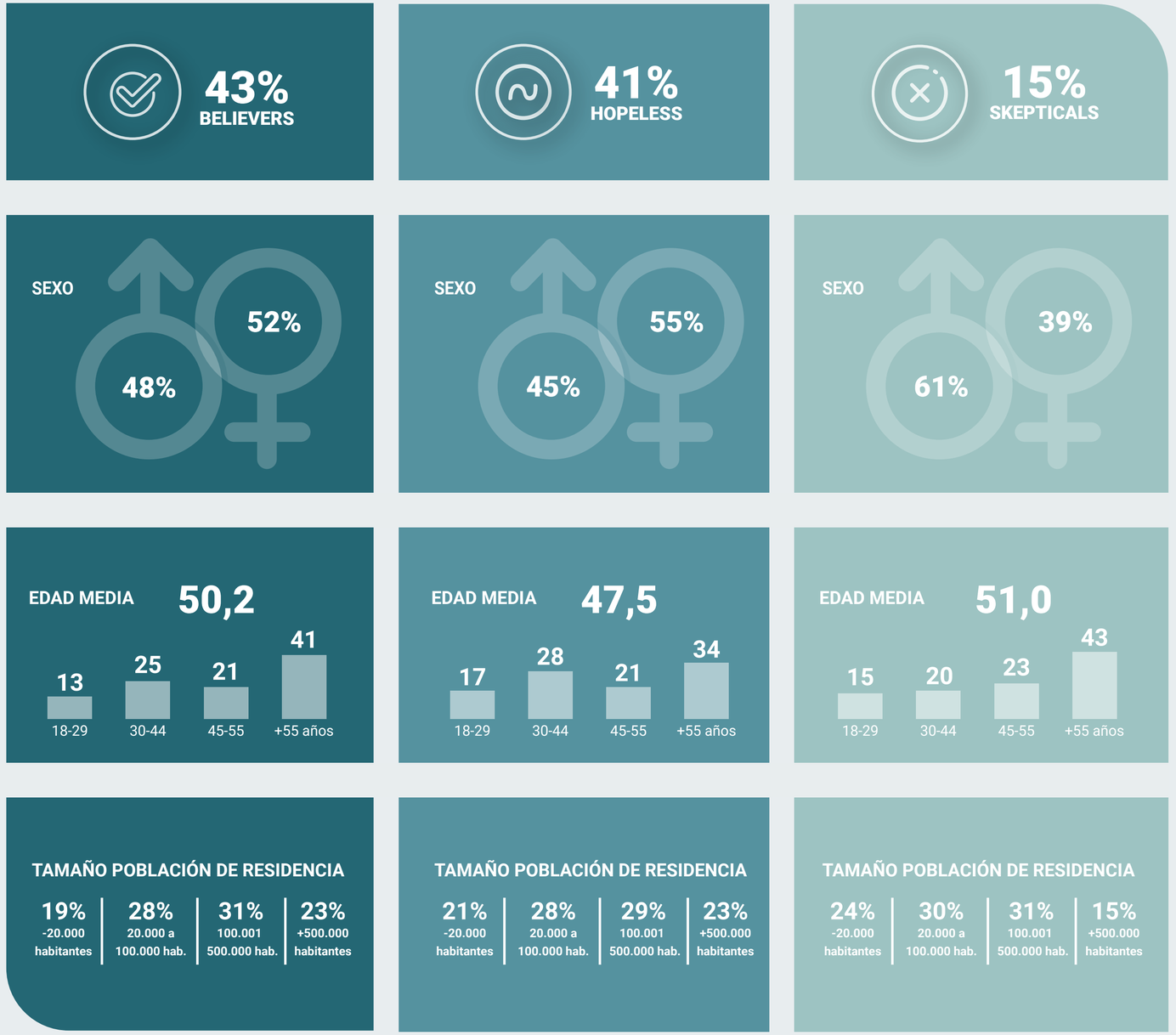
Existe una amplia concienciación sobre la importancia de reducir la huella de CO2: **más de 5 de cada 10 ciudadanos consideran que es un problema grave y su solución es posible y compatible con el crecimiento económico**



	Los ***Believers***, además de conscientes de la problemática del cambio climático, creen firmemente en la posibilidad de actuar con éxito frente al mismo	Los ***Hopeless***, aun siendo conscientes de la gravedad de la situación, lo viven desde cierta desesperanza	Los ***Skepticals*** piensan que el cambio climático es cuestionable y, en consecuencia, ni les preocupa en exceso ni creen en un futuro sostenible
El cambio climático **es una realidad** y es un **problema muy grave**	90%	82%	0%
El cambio climático es **cuestionable y menos grave** de lo que nos quieren hacer creer	10%	18%	100%
Que utilicemos todos **medios de transporte** sin emisiones **es posible y será una realidad** a corto o medio plazo	42%	19%	14%
Conseguir que todos utilicemos **medios de transporte sin emisiones** es una **utopía imposible** a corto y medio plazo	58%	81%	86%
Es posible **conseguir a la vez crecimiento económico y avanzar** hacia la descarbonización, son compatibles	92%	33%	25%
Actualmente en España **es más prioritario el crecimiento o estabilidad económico** que avanzar a la descarbonización	9%	67%	75%

Q52 A continuación te mostramos algunas opiniones que personas como tú han compartido sobre temas de sostenibilidad y en concreto, sobre descarbonización, es decir, la reducción de las emisiones de C02. Elige cuál de las dos opciones mejor refleja tu opinión personal.

Los Hopeless o desesperanzados **tienden a ser más jóvenes** mientras que en el extremo, los Skepticals tienen **mayor presencia en el grupo de edad más maduro**



2- DESAFÍOS CLAVE EN LA DESCARBONIZACIÓN

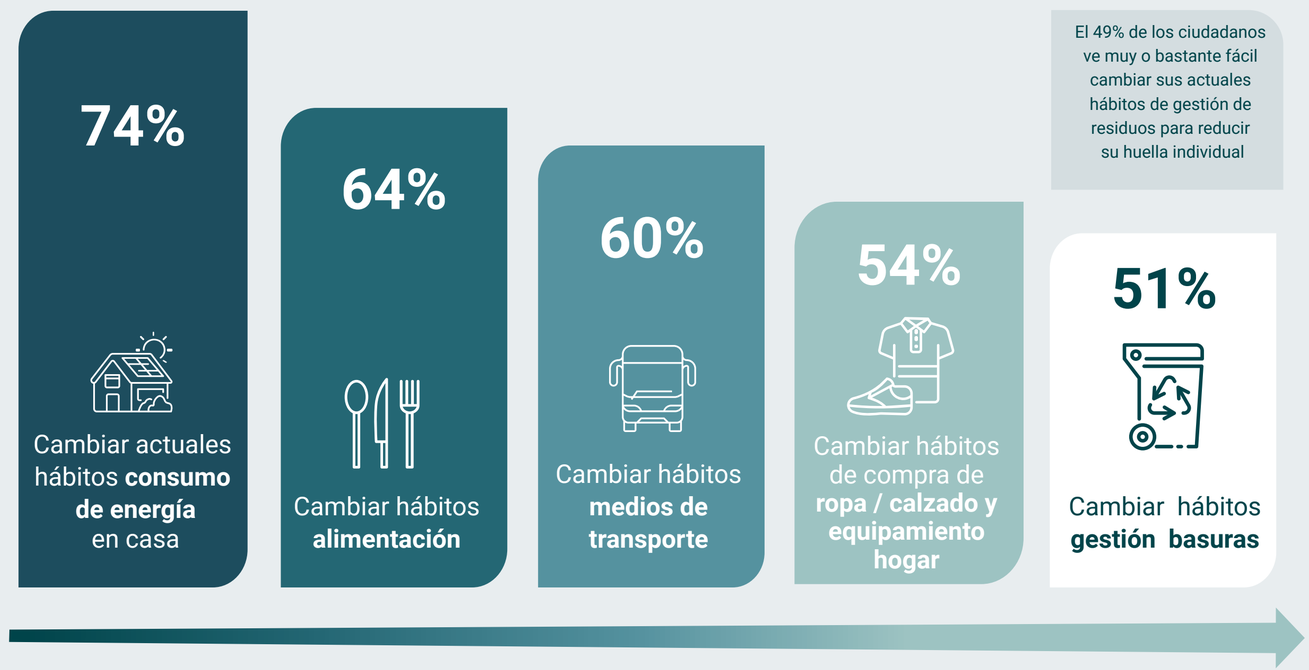
"Cambiar hábitos es difícil y constituye el principal freno para la ciudadanía. Sin embargo, incentivos económicos y las infraestructuras pueden contribuir a impulsar ese cambio"

1 de cada 2 ciudadanos ve muy o bastante difícil adoptar algún hábito más sostenible en su día a día.

La gestión de basuras, el consumo de bienes y la movilidad, son áreas en las que los ciudadanos ven más fácil actuar, mientras que alimentación y el consumo de energía, son las más difíciles

% CIUDADANOS DECLARAN QUE ES MUY DIFÍCIL + BASTANTE DIFÍCIL ADOPTAR HÁBITOS SOSTENIBLES EN CADA ÁMBITO

El 74% de los ciudadanos ve muy o bastante difícil cambiar sus hábitos de consumo energético en el hogar



El 49% de los ciudadanos ve muy o bastante fácil cambiar sus actuales hábitos de gestión de residuos para reducir su huella individual

* XX% = Muy + Bastante difícil.

Q49. Pensando en tus necesidades y situación, de cara al próximo año, ¿cuán fácil o difícil sería para ti cambiar tus actuales hábitos, en cada uno de los siguientes ámbitos, para reducir tu huella de carbono?

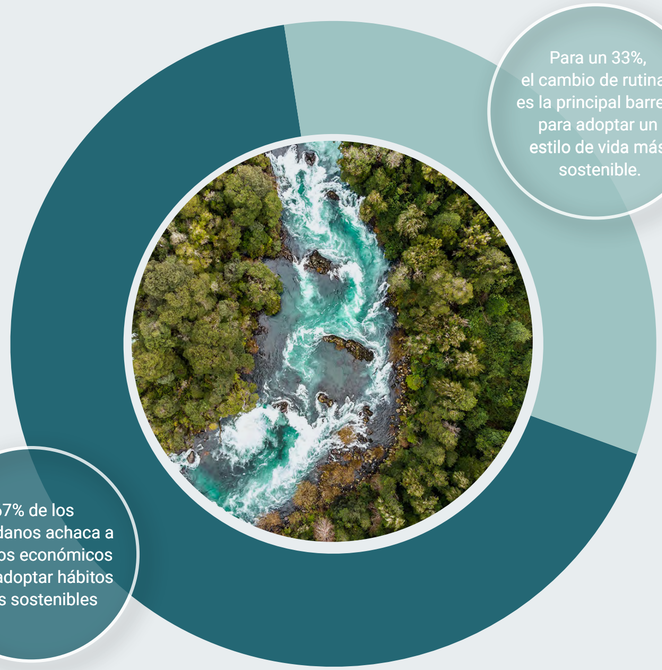
La desactivación de las barreras de la ciudadanía para avanzar en la descarbonización pasa por una **mayor inversión** y una **mayor sensibilización** que rompa con rutinas arraigadas y actitudes auto exculpatorias

BARRERAS DE LA CIUDADANIA PARA AVANZAR EN LA DESCARBONIZACIÓN INDIVIDUAL

67%
Barreras económicas

70% Falta de subvenciones

57% No dispongo de suficientes recursos económicos



Para un 33%, el cambio de rutinas es la principal barrera para adoptar un estilo de vida más sostenible.

67% de los ciudadanos achaca a motivos económicos el no adoptar hábitos más sostenibles

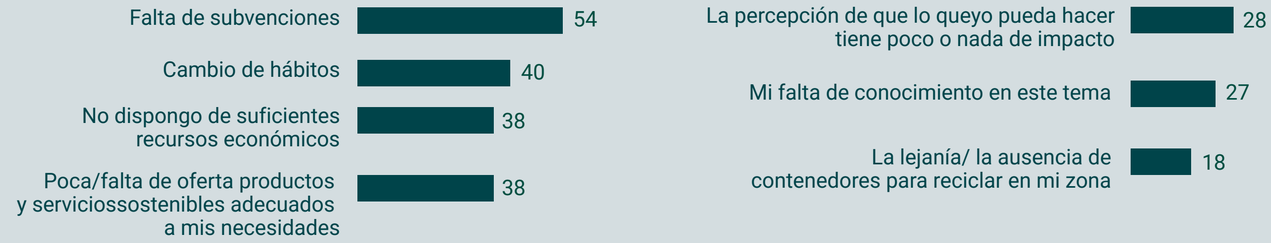
33%
Barrera relacionadas con hábitos y sensibilización

62% Cambio de hábitos

41% Mi falta de conocimiento

40% La lejanía/ la ausencia de contenedores para reciclar en mi zona

OTRAS BARRERAS



Q55. Pensando en ti, ¿qué aspectos hacen difícil que adoptes hábitos que te permitan reducir tu huella de carbono individual? Por favor, indica los 3 aspectos que más te dificultan adoptar hábitos más sostenibles

3- ¿DESCARBONIZACIÓN O ECONOMÍA?

"Algo más de la mitad de la población considera posible abogar por la sostenibilidad sin perjudicar el crecimiento económico; la otra mitad, no lo ve posible"

Algo más de la mitad de la población considera posible **abogar por la sostenibilidad sin perjudicar el crecimiento económico**; la otra mitad, no lo ve posible.

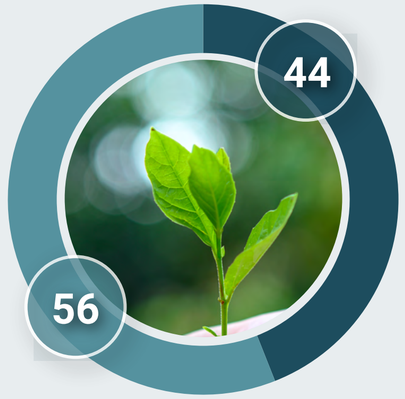
El factor generacional, justifica las diferencias de percepción

COMPATIBILIDAD ENTRE SOSTENIBILIDAD Y DESARROLLO ECONÓMICO

TOTAL

CRECIMIENTO ECONÓMICO + DESCARBONIZACIÓN SON COMPATIBLES

CRECIMIENTO ECONÓMICO PRIORITÁRIO

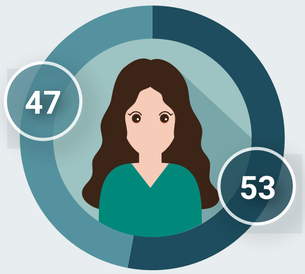


(n=2000)

Ciudadanos que creen que actualmente en España es más prioritario el crecimiento o estabilidad económicos que avanzar hacia la descarbonización

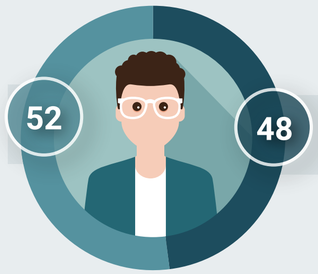
Ciudadanos que creen posible conseguir a la vez crecimiento económico y avanzar hacia la descarbonización, son compatibles

Gen Z
(18 a 29 años)



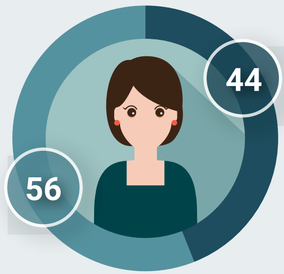
(n=299)

Millennials
(30 a 44 años)



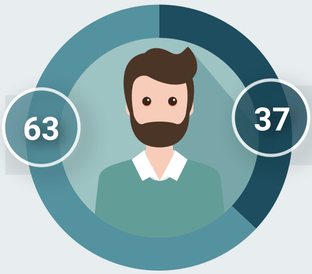
(n=510)

Generación X
(45 a 55 años)



(n=427)

Baby Boomers
(+55 años)



(n=764)

Para el 53% de los GenZ el crecimiento económico es prioritario a la descarbonización

El 63% de los Baby Boomers cree que progreso económico y descarbonización son compatibles

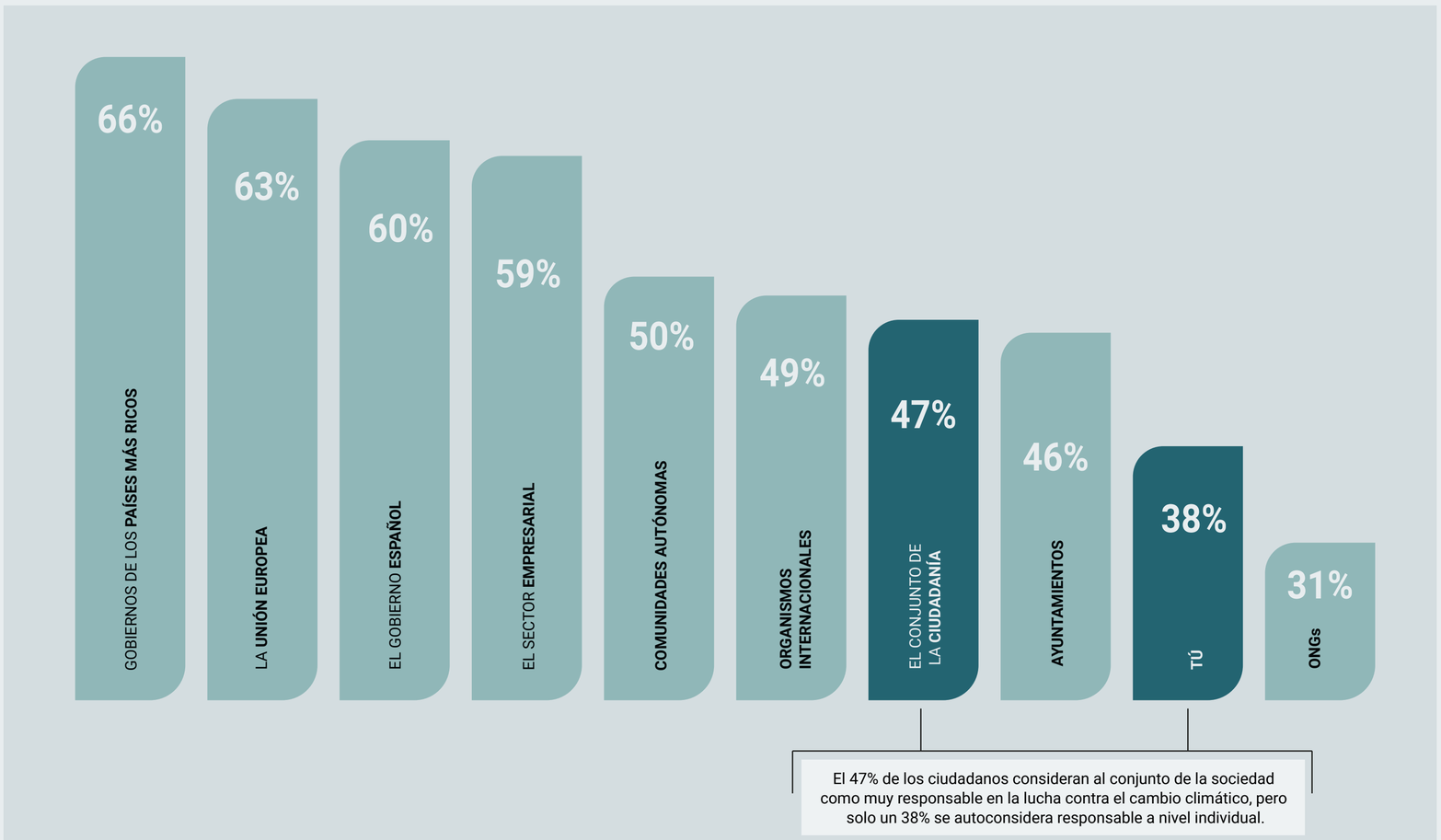
Q52 A continuación te mostramos algunas opiniones que personas como tú han compartido sobre temas de sostenibilidad y en concreto, sobre descarbonización, es decir, la reducción de las emisiones de C02.
Elige cuál de las dos opciones mejor refleja tu opinión personal.

4- ¿QUIÉN ES EL RESPONSABLE DE LA DESCARBONIZACIÓN?

"La principal responsabilidad se atribuye a gobiernos e instituciones. Aunque los jóvenes se consideran más informados, se sienten menos responsables"

La ciudadanía considera que los **principales responsables** de avanzar hacia la descarbonización son, sobre todo, **gobiernos y organismos públicos además de las empresas**

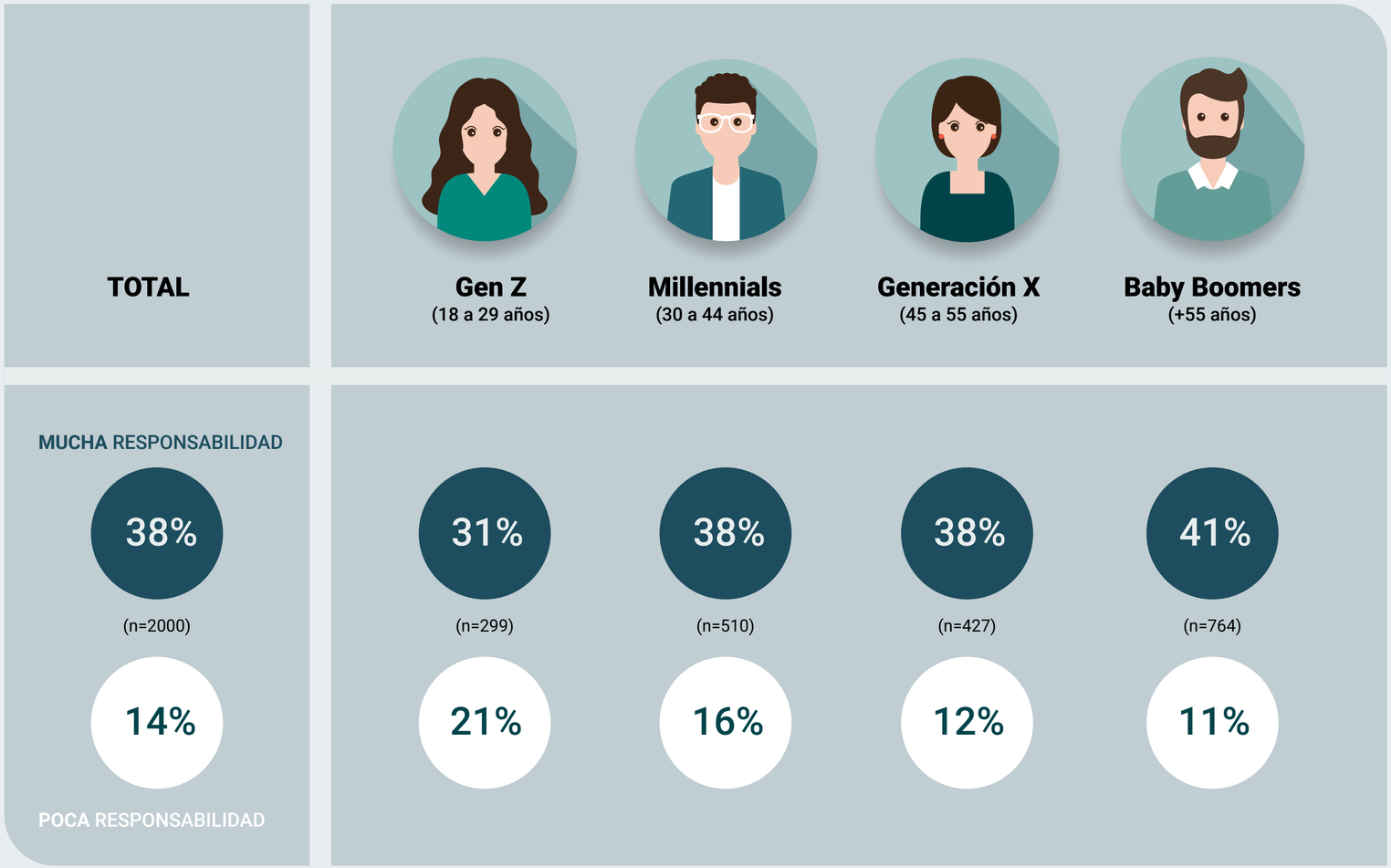
NIVEL DE RESPONSABILIDAD ATRIBUIDO A CADA AGENTE EN EL PROCESO DE DESCARBONIZACIÓN
% CIUDADANOS ATRIBUYEN "MUCHA RESPONSABILIDAD"



Q53. En el proceso de descarbonización y lucha contra el cambio climático, ¿qué nivel de responsabilidad crees que tiene cada una de las siguientes entidades?

Las generaciones jóvenes se sienten **menos responsables** del proceso de descarbonización

NIVEL DE AUTOPERCEPCIÓN DE RESPONSABILIDAD EN EL PROCESO DE DESCARBONIZACIÓN %



El 41% de los Baby Boomers se siente muy responsable, un 10% más que los GenZ quienes parecen atribuir la responsabilidad a generaciones anteriores

Q53. En el proceso de descarbonización y lucha contra el cambio climático, ¿qué nivel de responsabilidad crees que tiene cada una de las siguientes entidades? Respuestas para "Tú"

7 de cada 10 ciudadanos reconocen tener **falta de sensibilización y formación** sobre su huella de carbono personal

AUTOPERCEPCIÓN DE CONOCIMIENTO SOBRE HUELLA PERSONAL

El 41% de los GenZ declara estar muy concienciado e informado sobre su huella individual y cómo reducirla, muy por encima del resto de generaciones






	TOTAL	Gen Z (18 a 29 años)	Millennials (30 a 44 años)	Generación X (45 a 55 años)	Baby Boomers (+55 años)
Soy muy consciente de las emisiones de carbono que género en mi día a día **y de qué puedo hacer para reducirlas**	29%	41% bcd	28%	29%	25%
Sé que algunos de mis hábitos generan un nivel de emisiones de carbono considerable, pero **desconozco hasta qué punto**	42%	42%	49% cd	42%	39%
Desconozco qué nivel de emisiones género en mi día a día, me falta información sobre ello **y sobre qué puedo hacer para reducirlas**	29%	17%	23%	29% ab	36% abc
	71%	59%	72%	71%	75%
	(n=2000)	(n=299)	(n=510)	(n=427)	(n=764)

Q48. ¿Cuánto crees saber sobre las emisiones de carbono que tú personalmente generas, y sobre las opciones de las que dispones en tu día a día para reducir esta huella? Elige con cuál de estas frases te identificas más.

5- CONTRADICCIONES DEL CIUDADANO ANTE LA DESCARBONIZACIÓN

"Los grupos sociales que se presume deberían ser más sostenibles, en la práctica no siempre lo son"

Un **mayor poder adquisitivo tiene efectos contradictorios** en términos de hábitos sostenibles y descarbonización

RENTAS ALTAS VS. RENTAS BAJAS

Aunque muchos ciudadanos de renta alta están ya concienciados e invierten en equipamiento sostenible…

+40%
Uso fuentes renovables

2 x
Coches eléctricos

3 x
Placas solares

…su estilo de vida en otros ámbitos genera mayor nivel de emisiones

+40%
Kms coche al año

2 x
Vuelos por motivos personales

2 x
Compras de ropa

2 x
Compras online

Los GenZ se declaran

más concienciados

e informados,

pero **no renuncian**

a su estilo de vida

y causan incrementos

notables en nuevas

fuentes de impactos

GENZ VS. MEDIA POBLACIONAL



Utilizan en su día a día medios de transporte más sostenibles y compran en mayor medida en el mercado de 2ª mano…

2 x
Uso autobús

-20%
Uso de coche

2 x
Compras 2ª mano

…pero a la vez viajan más en avión y tienen mayores niveles de consumo

2 x
Vuelos por motivos personales

2 x
Compra Bienes tecnológicos

2 x
Comida preparada y a domicilio

Baby Boomers:

los sostenibles silenciosos.

Se auto consideran

menos capacitados

en el tema y en general,

menos sostenibles,

pero sus hábitos

no corresponden

BABY BOOMERS VS. MEDIA POBLACIONAL



En la práctica tienen hábitos más sostenibles que las generaciones más jóvenes

2 x Caminan a pie

Menos **2 x** Vuelos por motivos personales

Menos **3 x** Comida preparada envasada

Menos **2 x** Comida preparada y a domicilio

Menos **3 x** Compran prendas de vestir

Menos **2 x** Compran bienes tecnológicos

Menos **2 x** Compran online

La nota media con la que se autoevalúan su nivel de sostenibilidad está por debajo de la que se adjudican los Gen Z



5,30 sobre 10 Baby Boomers



6,12 sobre 10 GenZ

6- EL PESO DE LAS VERTICALES: CREENCIA VS REALIDAD

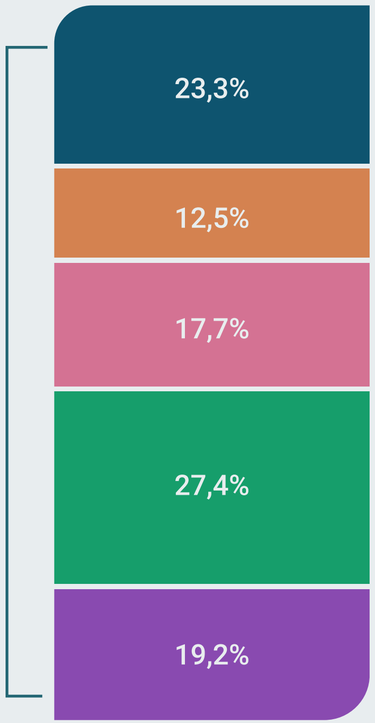
"La ciudadanía subestima el impacto real de sus hábitos de movilidad, compra de bienes y consumo energético"

La ciudadanía **subestima el impacto real** de **sus hábitos de movilidad, compra de bienes y consumo energético**

CONTRIBUCIÓN DE LAS DISTINTAS VERTICALES: REAL VS. PERCEPCIÓN DE LA CIUDADANÍA

MOVILIDAD / COMPRA DE BIENES / ALIMENTACIÓN / ENERGÍA / RESIDUOS

AUTOPERCEPCIÓN de la población sobre su huella individual (Base=100)



PESO REAL de cada vertical en la actual huella de la ciudadanía (Base=100)

La ciudadanía atribuye de media el 23% de su huella individual a sus hábitos de movilidad. Sin embargo, en realidad la movilidad es la responsable del 32% de las emisiones generadas por la ciudadanía.



7- PRESENTACIÓN DEL SUMA NET ZERO INDEX

"La población debe iniciar una fase de activación y alineación entre contribución, percepción e impacto en la descarbonización"



Introducción al SUMA NET ZERO INDEX

En nuestra búsqueda por comprender mejor las palancas para mitigar el cambio climático y sus impactos, presentamos el SUMA NET ZERO INDEX. Este índice innovador ha sido diseñado para medir y evaluar la efectividad de las acciones de descarbonización de la ciudadanía a nivel individual y colectivo, ofreciendo una perspectiva detallada sobre la participación ciudadana en los esfuerzos por alcanzar un futuro más sostenible.

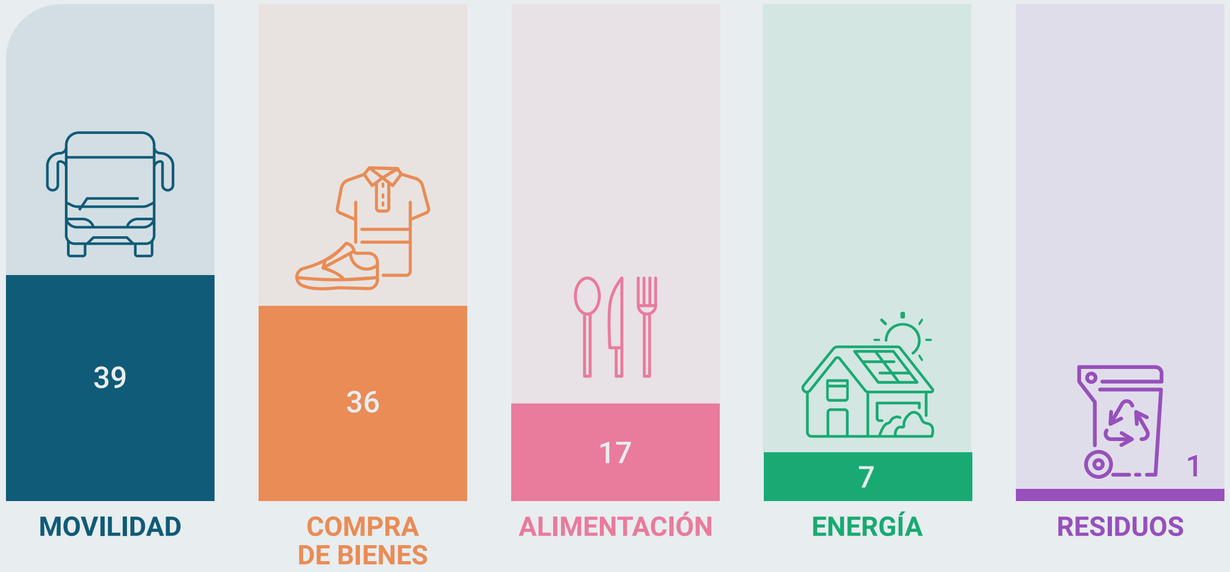
El SUMA NET ZERO INDEX se obtiene a partir de una metodología rigurosa que combina datos sociológicos con análisis estadísticos avanzados, permitiéndonos capturar no solo las actitudes y comportamientos actuales relacionados con la descarbonización, sino también las tendencias futuras. Este índice sirve como herramienta para identificar áreas clave donde las políticas y las iniciativas pueden ser más efectivas para estimular una transición más rápida hacia el objetivo Net Zero de descarbonización.

A través de este índice, exploramos diversos factores que influyen en la percepción y la acción ciudadana, desde el conocimiento y la sensibilidad sobre la problemática hasta los obstáculos que impiden un cambio más acelerado en los hábitos personales y colectivos. Al presentar este índice, aspiramos a proporcionar un recurso valioso para la toma de decisiones políticas, estrategias empresariales y movilizaciones comunitarias hacia la sostenibilidad.

Mediante el SUMA NET ZERO INDEX esperamos proporcionar una visión clara sobre cómo y por qué los ciudadanos eligen (o no) adaptar sus vidas hacia prácticas más sostenibles. El análisis realizado ayudará a entender las dinámicas de descarbonización desde la perspectiva de la demanda, un enfoque que coloca a los ciudadanos en el centro de la solución al cambio climático, en lugar de en la retaguardia como observadores pasivos.

En base a su huella actual y su intención de hábitos futuros, estimamos que la huella de la ciudadanía **se reducirá en un 3,5% en el próximo año**

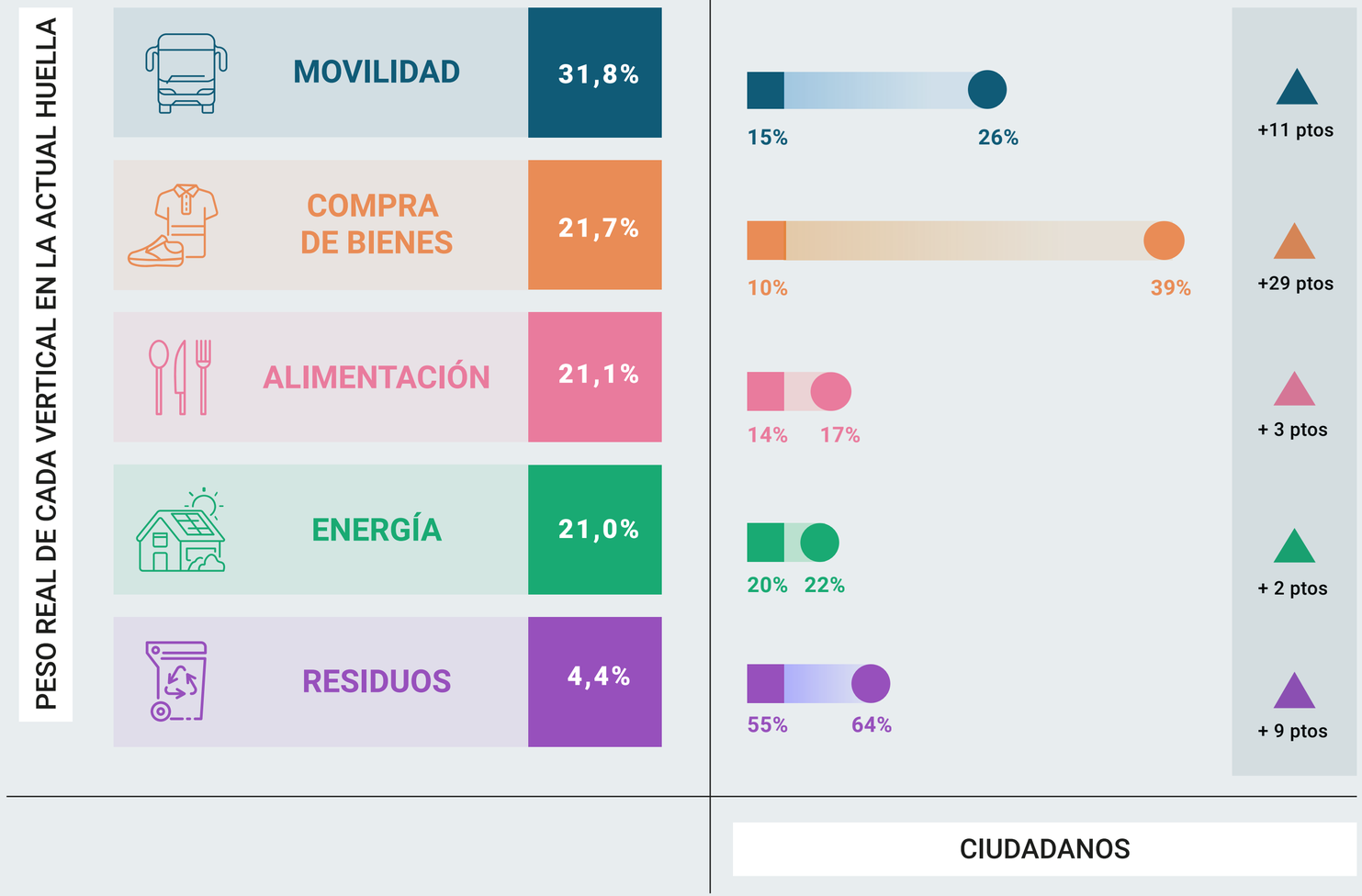
CONTRIBUCIÓN DE LAS DISTINTAS VERTICALES AL INDICADOR (Base=100)



SUMA NET ZERO INDEX
de intención de reducción de huella individual

-3,5%
12.3M kg CO_2

¿En qué **áreas podemos esperar un mayor crecimiento de demanda de descarbonización**?



% ciudadanos con HÁBITOS SOSTENIBLES HOY

% ciudadanos con INTENCIÓN REDUCCIÓN HUELLA FUTURA

Incremento

A continuación,
en las siguientes páginas
se van a mostrar resultados
de cada área de contribución
a las huellas de CO2 que
se han considerado en el
presente proyecto. Para su
correcta lectura, mostramos a
modo de ejemplo la leyenda de
cada vertical de análisis para
su correcta interpretación.

EJEMPLO



MOVILIDAD

% Peso Huella C02 HOY
31,8%

	1 % Ciudadanos con hábitos sostenibles en Movilidad HOY	2 % Ciudadanos con intención reducción huella en Movilidad FUTURA	3 % Peso Huella C02 de Movilidad HOY	4 % Intencionalidad reducción CO2 de Movilidad FUTURA
TOTAL MOVILIDAD	**14,8%**	**26,0%**	**31,8%**	**-4,3%**
KILOMETRAJE ANUAL EN COCHE		21,8%	5,3%	
VUELOS		6,2%	24,2%	
DESPLAZAMIENTO HABITUAL		3,9%	2,3%	

DIAGNÓSTICO

Si bien poca población está haciendo cambios en movilidad hoy, **la intención futura se dirige hacia el uso diario del coche que, realmente, tiene poco impacto total en CO2. En cambio, la intención respecto a vuelos, que se lleva una gran parte de las emisiones no está en la agenda** de la ciudadanía

RECOMENDACIÓN

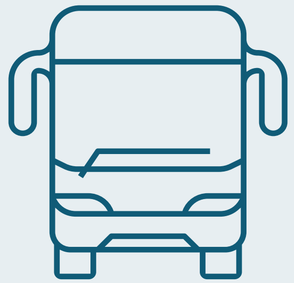
La **movilidad es un aspecto donde cuesta mucho cambiar hábitos y debemos reorientar los esfuerzos** de la ciudadanía

1 A partir de los hábitos actuales correspondientes a la vertical considerada, cuantificación del % de ciudadanos que hoy realizan hábitos sostenibles en dicho vertical

2 % de ciudadanos que según sus respuestas a los hábitos que realizarán durante los próximos 12 meses, reducirán su huella en alguna de las áreas consideradas dentro de la vertical

3 Tomando el total de Huella de CO2 actual, es el peso que representa la vertical (y las subáreas incluidas dentro de la misma) respecto al total de CO2 actual

4 % de reducción de huella de CO2 a partir de las respuestas según los hábitos proyectados para el próximo año. Este valor equivale al Net Zero Index de cada vertical



MOVILIDAD

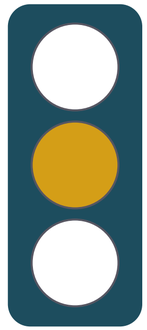
% Peso Huella C02 HOY

31,8%

	% Ciudadanos con hábitos sostenibles en Movilidad HOY	% Ciudadanos con intención reducción huella en Movilidad FUTURA	% Peso Huella C02 de Movilidad HOY	% Intencionalidad reducción CO2 de Movilidad FUTURA
TOTAL MOVILIDAD	**14,8%**	**26,0%**	**31,8%**	**-4,3%**
KILOMETRAJE ANUAL EN COCHE		21,8%	5,3%	
VUELOS		6,2%	24,2%	
DESPLAZAMIENTO HABITUAL		3,9%	2,3%	

DIAGNÓSTICO

Si bien poca población está haciendo cambios en movilidad hoy, **la intención futura se dirige hacia el uso diario del coche que, realmente, tiene poco impacto total en CO2. En cambio, la intención respecto a vuelos, que se lleva una gran parte de las emisiones no está en la agenda** de la ciudadanía



RECOMENDACIÓN

La **movilidad es un aspecto donde cuesta mucho cambiar hábitos y debemos reorientar los esfuerzos** de la ciudadanía



COMPRA DE BIENES

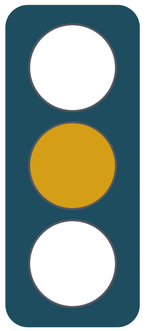
% Peso Huella C02 HOY

21,7%

	% Ciudadanos con hábitos sostenibles en Compra Bienes HOY	% Ciudadanos con intención reducción huella en Compra de Bienes FUTURA	% Peso Huella C02 de Compra Bienes HOY	% Intencionalidad reducción CO2 de Compra Bienes FUTURA
TOTAL COMPRA DE BIENES	**10,48%**	**39,4%**	**21,7%**	**-5,8%**
PRENDAS VESTIR Y CALZADO		31,4%	5,6%	
ELECTRONICA GRAN CONSUMO		15,7%	6,2%	
MOBILIARIO		12,9%	2,1%	
COMPRAS 2A MANO		11,0%	-1,6%	
COMPRAS ONLINE		7,0%	9,4%	

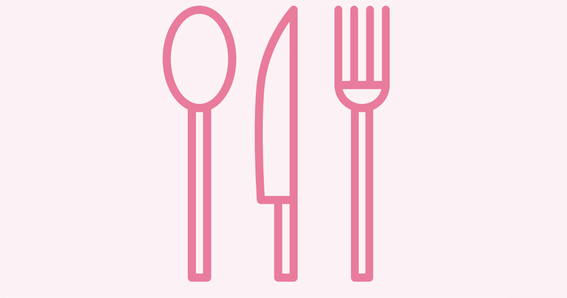
DIAGNÓSTICO

Especialmente en calzado y ropa, pero con intenciones en **todas las categorías de consumo, mucha ciudadanía manifiesta intención en adquirir hábitos más sostenibles**



RECOMENDACIÓN

Es una vertical que produce mucho CO2, por lo que la población parece bien alineada con lo prioritario que es. Sin embargo, **en relación a la compra online, que genera más emisiones, hay menos ciudadanía concienciada**



ALIMENTACIÓN

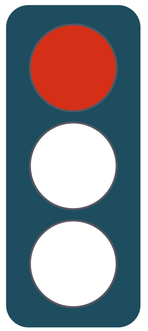
% Peso Huella C02 HOY

21,1%

	% Ciudadanos con hábitos sostenibles en Alimentación HOY	% Ciudadanos con intención reducción huella en Alimentación FUTURA	% Peso Huella C02 de Alimentación HOY	% Intencionalidad reducción CO2 de Alimentación FUTURA
TOTAL ALIMENTACIÓN	**14,2%**	**17,1%**	**21,1%**	**-2,8%**
PLATOS ENVASADOS		9,7%	<0,5%	
COMIDA PREPARADA		5,5%	<0,5%	
COMIDA A DOMICILIO		3,8%	0,6%	
CARNE BLANCA		3,6%	3,2%	
CARNE ROJA		3,2%	12,7%	
PESCADO		1,6%	3,8%	

DIAGNÓSTICO

Poca atención a día de hoy y poca intencionalidad de reduccion, a pesar de ser un área de mucha emisión. La intención se centra en los platos preparados, de poco impacto, lo que lleva a pensar más en salud y gasto que en conciencia de emisiones



RECOMENDACIÓN

Necesitamos alinear a la población con las prioridades y que centren los esfuerzos en las carnes rojas, no necesariamente reduciendo el consumo pero sí racionalizándolo y elevando su calidad



ENERGÍA

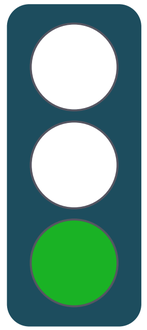
% Peso Huella C02 HOY

21,0%

	% Ciudadanos con hábitos sostenibles en Energía HOY	% Ciudadanos con intención reducción huella en Energía FUTURA	% Peso Huella C02 de Energía HOY	% Intencionalidad reducción CO2 de Energía FUTURA
TOTAL ENERGÍA	**20,4%**	**22,1%**	**21,0%**	**-1,1%**
GASOLEO/PROPANO		9,4%	10,3%	
ELECTRICIDAD		1,6%	0,9%	
GAS		19,5%	9,7%	

DIAGNÓSTICO

Es una **vertical donde la ciudadanía está concienciada y donde está también puesto el foco; la ciudadanía está muy centrada ahora con la electricidad**



RECOMENDACIÓN

Ayudar en **los esfuerzos de la ciudadanía**



RESIDUOS

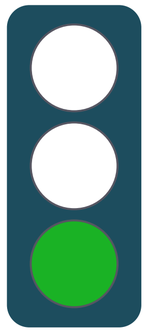
% Peso Huella C02 HOY

4,4%

	% Ciudadanos con hábitos sostenibles en Residuos HOY	% Ciudadanos con intención reducción huella en Residuos FUTURA	% Peso Huella C02 de Residuos HOY	% Intencionalidad reducción CO2 de Residuos FUTURA
TOTAL RESIDUOS	**54,5%**	**8,7%**	**4,4%**	**-1,1%**
RECICLAJE VIDRIO		3,7%	<0,5%	
RECICLAJE PLÁSTICO		3,5%	<0,5%	
RECICLAJE PAPEL		3,5%	<0,5%	
RECICLAJE BASURA ORGÁNICA		3,5%	<0,5%	
RECICLAJE ACEITES		3,5%	<0,5%	
BASURA NO RECICLADA		-	4,2%	

DIAGNÓSTICO

Si bien, **hay un alto porcentaje de la ciudadanía que ya recicla y pesar de que el impacto global es bajo, tenemos que seguir añadiendo personas ya que actúa como un "recruiter" y es un "quick win"**



RECOMENDACIÓN

Mantener la actividad y concienciación. Evitar que se frene

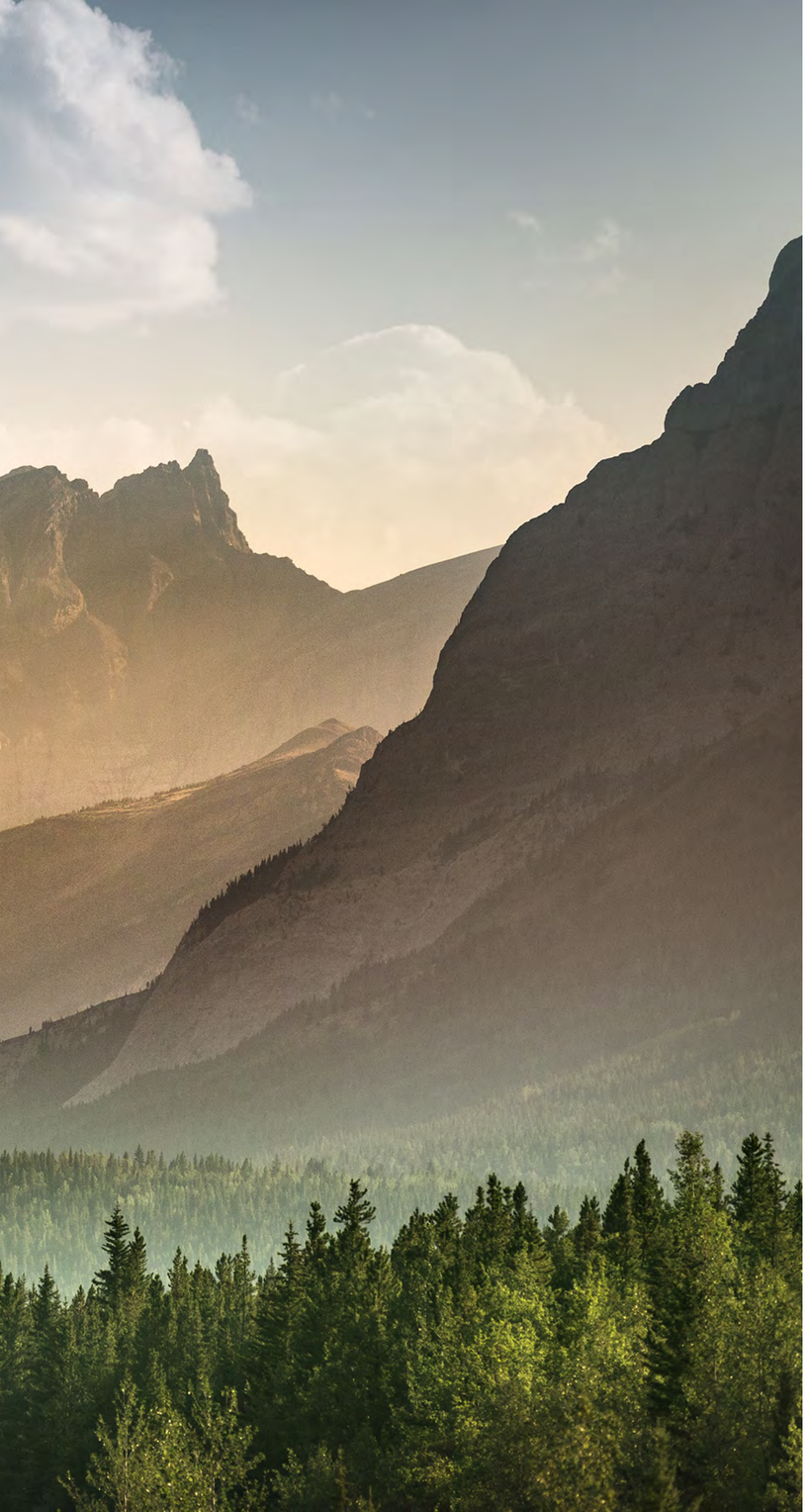
INDICADOR SUMA NET ZERO INDEX VS OBJETIVOS DE REFERENCIA

La comparativa del Suma Net Zero Index con objetivos de descarbonización de referencia, apunta a que **hay capacidad para aumentar aún más el esfuerzo de la ciudadanía**

SUMA NET ZERO INDEX de intención de reducción de huella individual	**-3,5%**
Compromiso de reducción anual lineal mínima para alinearse con el objetivo del 1.5ºC basado en la ciencia	**-4,2%**
Reducción anual lineal media entre 2020 y 2030 para alcanzar el objetivo basado en la ciencia del 1,5ºC	**-7,6%**

SCIENCE BASED TARGETS
DRIVING AMBITIOUS CORPORATE CLIMATE ACTION

ipcc
INTERGOVERNMENTAL PANEL ON climate change



CONCLUSIONES

El estudio ha revelado diferentes perspectivas sobre cómo la población española se relaciona con las prácticas sostenibles y las políticas de descarbonización, y aunque existe una conciencia general sobre la necesidad de acción climática, se observa que esta conciencia no siempre se traduce en compromisos personales o comunitarios concretos. Las discrepancias entre el conocimiento y la acción efectiva persisten como un desafío fundamental.

Las barreras identificadas, como la percepción de la ineficacia de las acciones individuales, las limitaciones económicas para adoptar alternativas sostenibles y la falta de información clara sobre el impacto personal en el bien colectivo, son obstáculos significativos. Además, las distintas tipologías de ciudadanos identificados, que varían desde los altamente comprometidos hasta los completamente escépticos, indican que las políticas deben ser suficientemente amplias y flexibles para ser efectivas en las diversas realidades y expectativas de la población.

Si bien los resultados del análisis muestran que la ciudadanía se encuentra en una fase inicial del proceso de descarbonización, la intencionalidad de reducción se sitúa ya en el 3,5% para el próximo año. La población debe iniciar de forma rápida una fase de activación con mayor ambición y la alineación entre contribución, percepción e impacto respecto a la senda de descarbonización para alcanzar el objetivo de 1,5ºC.

Desde Suma Capital, recomendamos que futuras políticas y estrategias no sólo inviertan en la sensibilización y educación sobre sostenibilidad, sino que también ofrezcan incentivos y beneficios reales centrados en las áreas de mayor impacto y dificultad para fomentar la adopción de prácticas sostenibles. Es de vital importancia mantener un diálogo continuo y abierto entre ciudadanos, empresas, administraciones y gobiernos para construir confianza y aumentar la colaboración en la lucha contra el cambio climático.

SUMA NET ZERO INDEX

El análisis y definición del indicador se han **basado en la comprensión de los actuales hábitos de los españoles, sus actitudes e intencionalidad a futuro de descarbonización en distintas áreas de su actividad cotidiana**

LAS BASES DEL INDICADOR

HÁBITOS ACTUALES EN ÚLTIMO AÑO	HUELLA ACTUAL INDIVIDUAL AGREGADA	INTENCIÓN DE CAMBIO PRÓXIMOS 12 MESES	HUELLA FUTURA INDIVIDUAL AGREGADA
MOVILIDAD	CO_2	MOVILIDAD	CO_2
COMPRA BIENES	CO_2	COMPRA BIENES	CO_2
ALIMENTACIÓN	CO_2	ALIMENTACIÓN	CO_2
ENERGÍA	CO_2	ENERGÍA	CO_2
RESIDUOS	CO_2	RESIDUOS	CO_2

SUMA NET ZERO INDEX

de intención de reducción de huella individual

%

FICHA TÉCNICA DEL ESTUDIO

ESTUDIO CUANTITATIVO

METODOLOGÍA

Entrevistas cuantitativas online a través panel de SALVETTI&LLOMBART
Muestra de 2.000 entrevistas
Error muestral +2,2% con un nivel de confianza del 95%

PERFIL

Muestra representativa de la población española 18+
Cuotas representativas por sexo, edad, provincia e ingresos

ZONA

Total España (Península y Canarias)

FECHAS DE CAMPO

Del 23-01-2024 al 31-01-2024

GÉNERO	# Entrevistas	± Error Muestral
Hombre	971	± 3,2
Mujer	1029	± 3,1
GENERACIÓN		
Gen Z (18 a 29 años)	299	± 5,8
Millennials (30 a 44 años)	510	± 4,4
Generación X (45 a 55 años)	427	± 4,8
Baby boomers (+55 años)	764	± 3,6
COMUNIDAD AUTÓNOMA		
Andalucía	341	± 5,4
Aragón	54	± 13,6
Asturias	53	± 13,7
Balears	25	± 20,0
Canarias	108	± 9,6
Cantabria	27	± 19,2
Castilla - La Mancha	79	± 11,3
Castilla y León	108	± 9,6
Cataluña	322	± 5,6
Comunitat Valenciana	207	± 7,0
Extremadura	44	± 15,1
Galicia	129	± 8,8
La Rioja	11	± 30,2
Madrid	311	± 5,7
Navarra	28	± 18,9
País Vasco	94	± 10,3
Región Murcia	59	± 13,0
TOTAL	**2000**	**± 2,2**

Suma Capital
GROWING TOGETHER

SALVETTI LLOMBART
INSPIRING CHANGES

GreeMko

SUMA NET ZERO ÍNDEX