



La fuerza  
de tus decisiones

# Consumocracia:

## El consumidor comprometido

III CONGRESO EUROPEO DE PROXIMIDAD,  
PARTICIPACIÓN Y CIUDADANÍA  
Getafe, 28 de marzo 2019

[www.ocu.org](http://www.ocu.org)

---



- ❖ Asociación de consumidores y usuarios con mas de 40 años
- ❖ 250.000 socios en toda España
- ❖ 200 profesionales
- ❖ Representante del Consejo de Consumidores y Usuarios en el Consejo Económico y social
- ❖ Objetivo: Información independiente y defensa de los consumidores

Informe visual: [www.ocu.org](http://www.ocu.org)  
Informe extenso: pedirlo por email a [cc@ocu.org](mailto:cc@ocu.org)



# ¿Cómo son los consumidores españoles?

Fuente: encuesta representativa a 1284 consumidores

El **73,5%**

de los españoles ya toma decisiones de consumo por motivos éticos o de sostenibilidad.

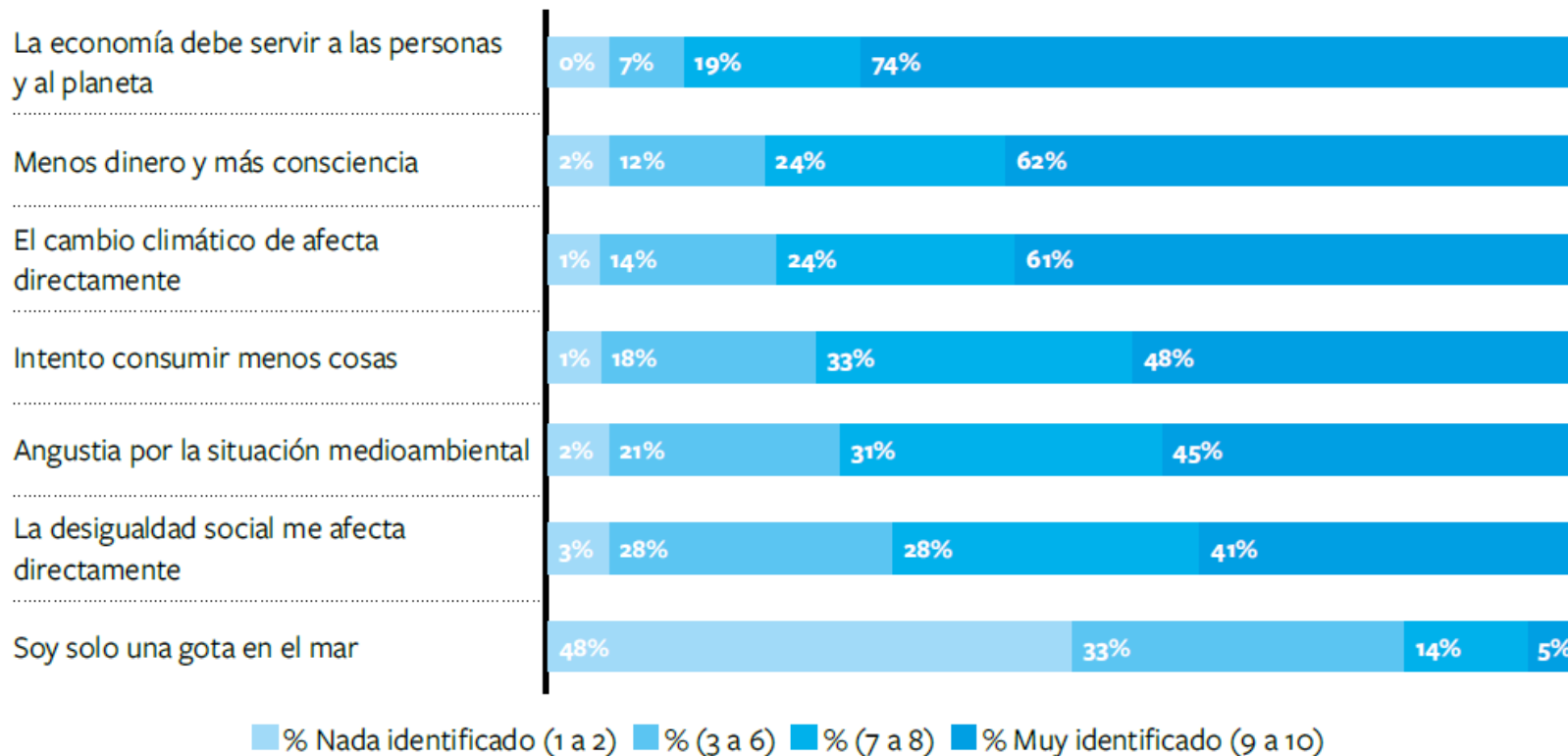
El **62%**

de los españoles cree que su consumo es una herramienta muy potente para cambiar el mundo

# Creencias de los consumidores comprometidos

Fuente: Focus group con consumidores comprometidos (Barcelona, Bilbao y Madrid) y encuesta exploratoria

## Afinidad con afirmaciones



Fuente: Encuesta exploratoria a 340 consumidores

# ¿Por qué se comprometen?

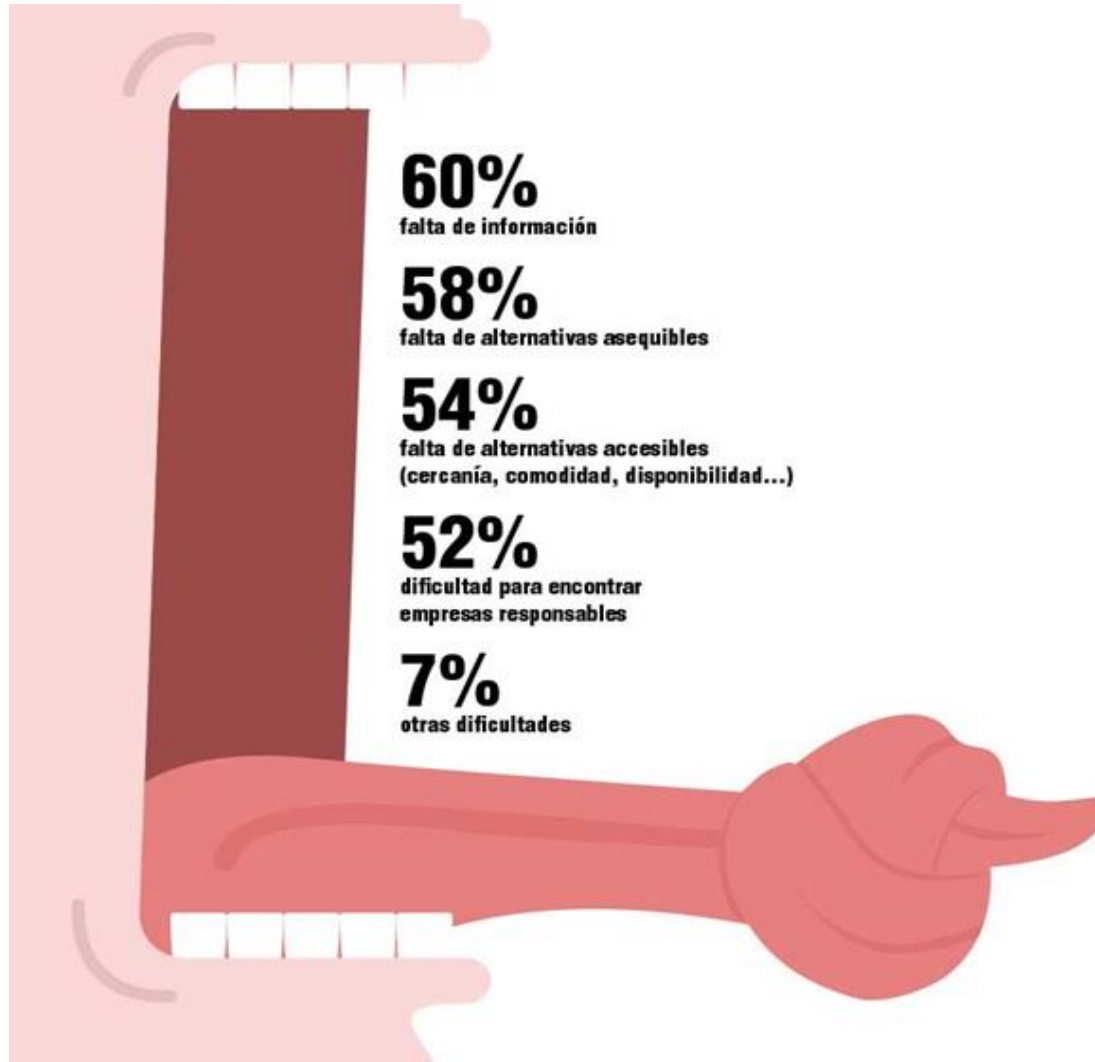
Fuente: Focus group con consumidores comprometidos (Barcelona, Bilbao y Madrid)

Educación  
Naturaleza  
Motivaciones experienciales  
Documentales  
Satisfacción



# ¿Con qué barreras se encuentran?

Fuente: Focus group con consumidores comprometidos (Barcelona, Bilbao y Madrid) y encuesta exploratoria



# Hábitos sostenibles por sectores

Fuente: Focus group con consumidores comprometidos (Barcelona, Bilbao y Madrid) y encuesta exploratoria



**ALIMENTACIÓN**



**HOGAR**



**MOVILIDAD DENTRO DEL MUNICIPIO**



**MOVILIDAD DE LARGO RECORRIDO**



**MODA**



**FINANZAS**



**OCIO Y TURISMO**



# Recomendaciones para las Administraciones locales

## Mejorar la información:

Campañas educativas y de sensibilización. Nueva narrativa...

## Disminuir el precio:

Compra pública sostenible. Incentivos fiscales. Bonificaciones...

## Aumentar la accesibilidad:

Apoyo a las empresas sostenibles. Fomento del consumo de barrio. Colaboración vecinal. Intercambios de recursos. Movilidad sostenible. Eficiencia energética...

## Aportar confianza:

Transparencia. Trazabilidad...



NESI





La fuerza  
de tus decisiones

Muchas gracias  
por la atención

Amaya Apesteguía  
amayapes@ocu.org  
[www.ocu.org](http://www.ocu.org)