En el marco del nuevo estudio realizado por Beko en Europa sobre la concienciación medioambiental y la sostenibilidad

**El 87% de los españoles afirma que la acción individual es clave para crear un futuro más sostenible**

* No obstante, el 47% de los encuestados asegura que la acción humana es la amenaza más crítica para el planeta
* El 48% de los españoles cree que los productos sostenibles son más caros, generando una brecha en la realidad y planteando un gran obstáculo para la protección medioambiental
* El reciclaje es la acción más común en materia de sostenibilidad
* El 86% de la población concuerda que el uso de electrodomésticos sostenibles genera una reducción considerable en la huella medioambiental

**Barcelona, 28 de junio de 2021.-** Beko, la compañía de electrodomésticos referente en soluciones inteligentes para el hogar, ha realizado un estudio en toda Europa\* sobre las actitudes y preocupaciones de los ciudadanos en materia de sostenibilidad y conciencia medioambiental. Los resultados muestran que **la acción individual resulta clave para marcar la diferencia y crear un futuro medioambientalmente más sostenible para el planeta.**

Uno de los aspectos más destacados que se extraen del estudio es el elevado porcentaje de ciudadanos que considera que sus **acciones personales pueden contribuir al cambio**, minimizando el uso de residuos, agua y energía en su vida diaria; así lo asegura un 87% de los españoles. A su vez, el 86% de los encuestados concuerda en que **los electrodomésticos sostenibles pueden generar una reducción significativa en el impacto medioambiental**.

Por otro lado, el informe detalla que **el impacto humano es la amenaza más crítica para un planeta sostenible** -así lo afirma el 47% de los españoles-, seguido por el desafío de la gestión del plástico y de las enfermedades infecciosas. Seguidamente, se mencionan como amenazas el clima extremo las catástrofes naturales, la crisis de los recursos naturales, la pérdida de la biodiversidad, el desperdicio de alimentos y, por último, la escasez de agua.

**Hasan A. Yardimci**, **General Manager para España,** ha asegurado: *"El resultado de la investigación está perfectamente alineado con los objetivos de sostenibilidad de Beko y los objetivos de nuestros clientes. Es alentador que la población sea cada vez más consciente de la necesidad de tener mayor cuidado del medioambiente, y así contribuir a crear una sociedad más sostenible. Pequeñas acciones del día a día pueden ser determinantes y, en este sentido, Beko tiene mucho que ofrecer”.*

Y prosigue: *“La estrategia de Beko pasa a día de hoy por desarrollar tecnologías de última generación que sean accesibles para todos los consumidores, de manera que éstos puedan disfrutar de una experiencia más cómoda y saludable en el hogar. Además, hemos incorporado la sostenibilidad en el seno de nuestro modelo de negocio y está presente en toda la cadena de valor con el objetivo de contribuir a un futuro próspero y de calidad”*. Y, finalmente, concluye: *“Adaptar las tecnologías existentes para hacerlas más sostenibles forma parte de nuestra hoja de ruta. Y, en este sentido, la nueva gama de electrodomésticos sostenibles marcará un gran hito y supondrán un paso adelante en nuestro compromiso medioambiental”.*

**El reciclaje, la acción más popular entre los españoles**

En cuanto a las acciones más comunes, destaca significativamente el **hábito de reciclar en el hogar, un hábito que lleva a cabo el 77% de los españoles**, por debajo de países como Inglaterra (84%), pero significativamente superior a la de países como Alemania (66%).

Si analizamos la protección medioambiental, los encuestados españoles enumeran, por orden de eficacia, la **compra de productos sostenibles**, la lucha **contra el desperdicio de alimentos**, la reducción de viajes en avión y el consumo de menos carne. Las categorías de la energía y la alimentación son las más relevantes para introducir y utilizar productos respetuosos con el medio ambiente, seguido por los electrodomésticos. En última instancia constan la ropa y los viajes.

**El elevado coste de los productos sostenibles: una percepción que plantea un gran desafío**

El principal obstáculo para vivir de forma más sostenible en casa es la **percepción de que los productos sostenibles tienen un mayor coste económico.** Así lo considera un45% de los españoles, generando una brecha en la realidad y planteando un gran obstáculo para la protección medioambiental.

El precio es el factor más importante a la hora de comprar un electrodoméstico, seguido por la durabilidad y el respeto por el medio ambiente. Aun así, la mayoría de encuestados (Italia 88%, España 86%, Francia 85%, Polonia 84%, Reino Unido 77%, Dinamarca 75%) están de acuerdo en la importancia de comprar electrodomésticos sostenibles que generen un impacto positivo en la huella medioambiental.

Sin embargo, la falta de conocimientos, de voluntad o de creencia en poder marcar la diferencia ocupan uno de los últimos lugares en el ránking de razones para no vivir de forma sostenible en casa.

Para acceder a toda la información y fotos de la gama de productos sostenibles, accede al siguiente enlace:

<https://www.beko.com/es-es/sostenibilidad>

MISSING LINK PHOTO GALLERY

**Nota metodológica:**

\*La encuesta se realizó a 1.800 personas en el Reino Unido, Francia, Alemania, Italia, Polonia y España.

**Sobre Beko**

Beko es la marca internacional de electrodomésticos de Arçelik Group y uno de los patrocinadores principales del FC Barcelona a nivel mundial. Beko es la segunda mayor marca en Europa en el sector de productos de gama blanca y ha sido la marca que más rápido ha crecido en el mercado europeo global en los últimos siete años, y que ofrece líneas de productos que incluyen grandes y pequeños electrodomésticos junto con una selección de aires. En España, Beko es la tercera marca de electrodomésticos en unidades vendidas. Para la compañía, la generación inteligente es su mayor fuente de inspiración para desarrollar soluciones futuras y consigue inspirarse en las necesidades y los estilos de vida constantemente cambiantes de la gente, con el objetivo de facilitarles la vida a los consumidores. Sus electrodomésticos son rápidos, flexibles y eficientes energéticamente, y aúnan tecnologías inteligentes y un gran diseño.

**Sobre Arçelik:**

Arçelik se enorgullece de haber sido reconocida como ‘Líder de la Industria en el Índice de Sostenibilidad Dow Jones (DJSI)’ en la categoría de bienes duraderos para el hogar en 2019 y 2020. Arçelik ha sido incluida en el índice por cuarto año consecutivo. La misión de Arçelik es "Respetar el mundo, respetar el mundo".

Para obtener más información o imágenes, póngase en contacto con: bekomsl@mslgroup.com

**Contacto:**

Evercom: Pablo Gutiérrez / Albert Cuesta

[beko@evercom.es](mailto:beko@evercom.es)

T. 93 415 37 05 | 676 869 856