

El 80% de los europeos considera prioritaria la sostenibilidad y ésta ya influye en sus hábitos de consumo

- **Un 75% de la ciudadanía europea considera que los gobiernos y las empresas deberían dedicar más recursos a la implementación de los ODS.**
- **La regulación en sostenibilidad es percibida como esencial en Europa, pero con diferencias: mientras el sur reclama normas más estrictas en sostenibilidad, en el norte apoyan la flexibilidad.**

Nueva York, 24 de septiembre de 2025. – La sostenibilidad se consolida como un valor central para la ciudadanía europea. Así lo revela un [nuevo estudio](#) del Pacto Mundial de la ONU, elaborado a partir de 13.000 encuestas en 16 países del viejo continente, que muestra que el 80% de las personas encuestadas considera que el desarrollo sostenible debe ser una prioridad en la agenda política.

Este consenso atraviesa a todos los grupos de edad, aunque con matices: la población más joven (18-44 años) es la más proclive a situar la sostenibilidad como una prioridad absoluta, mientras que en los grupos de mayor edad el apoyo se mantiene mayoritario, aunque con mayor tendencia a considerarla importante, pero secundaria. Solo una pequeña minoría cree que los gobiernos y la Unión Europea deberían centrarse en otras cuestiones.

Asimismo, si nos centramos en la Agenda 2030, el estudio revela que un 75% de los encuestados cree que los gobiernos y las empresas deberían destinar más recursos a su implementación. En el caso de España este porcentaje asciende al 78% en el caso de los gobiernos y al 77% en el caso de las empresas. Estos datos refuerzan la percepción de que la sostenibilidad ya no es un aspecto secundario, sino una exigencia transversal hacia todos los actores sociales.

“La ciudadanía tiene claro que la sostenibilidad no puede retroceder. Lo que estamos viendo es una demanda de coherencia, que la política y la economía respondan a lo que la gente ya percibe como urgente. Gobiernos y compañías no pueden quedarse atrás ni defraudar la confianza que la ciudadanía deposita en ellos”, asegura Cristina Sánchez, directora Ejecutiva del Pacto Mundial de la ONU España.

De los hábitos de consumo a la necesidad de mayor regulación

El 80% de los europeos declara tener en cuenta la sostenibilidad en sus decisiones de consumo, aunque solo un 27% lo hace siempre. En el lado contrario, apenas un 20% reconoce priorizar otros aspectos como el precio o la comodidad. España se sitúa entre los países donde este criterio tiene más peso,

junto a Bulgaria, el Reino Unido e Irlanda, lo que confirma que se trata de un factor cada vez más determinante en la vida cotidiana de los ciudadanos.

De este modo, el estudio refleja una evolución de fondo: la sostenibilidad ya no aparece como un añadido, sino como un valor que compite de tú a tú con variables clásicas como el coste o la conveniencia. Aunque aún no condiciona todas las compras, su presencia en cuatro de cada cinco consumidores anticipa un cambio estructural en el mercado europeo.

Más allá de los hábitos individuales, la ciudadanía europea traslada esta exigencia al terreno normativo. Mientras en el sur de Europa la población apoya mayoritariamente el endurecimiento de las normas en sostenibilidad, en el norte gana terreno la flexibilidad. Alemania (24%), Austria (20%) y Países Bajos (19%) se sitúan entre los países que menos apoyan la regulación, frente a España (13%), Croacia (11%), Bulgaria (10%), Irlanda (9%) y Portugal (6%), donde se observa mayor respaldo a fortalecer la regulación. Entre ambos bloques, hasta 18 puntos de diferencia marcan el contraste.

Empresas: entre la oportunidad y la desconfianza ciudadana

La ciudadanía europea reconoce un papel relevante de las empresas en la construcción de un futuro sostenible, aunque con matices significativos. El 47% de las personas encuestadas percibe que las compañías tienen un impacto positivo, especialmente en el ámbito de los derechos laborales. A continuación, se sitúan los derechos humanos (43%) y la protección del medioambiente (43%). En cambio, la confianza disminuye de forma notable cuando se trata de la lucha contra la corrupción, donde apenas un 35% valora positivamente la contribución empresarial.

La encuesta también refleja un amplio consenso en torno al valor estratégico de la sostenibilidad: siete de cada diez europeos creen que es un motor de competitividad para las compañías. A esta visión se suma la confianza mayoritaria en que la inteligencia artificial puede convertirse en una herramienta útil para avanzar en sostenibilidad, aunque con diferencias importantes entre países. Finlandia (77%), Grecia (76%) o Croacia (73%) se muestran claramente optimistas, mientras que en Bulgaria solo un 58% comparte esta percepción.

Este optimismo se ve, sin embargo, ensombrecido por la percepción del compromiso real de las compañías líderes: un tercio de las personas encuestadas (33%) duda de que estén verdaderamente implicadas y teme que predominen prácticas de *greenwashing*. En España este porcentaje aumenta, con 4 de cada 10 personas que no cree que los compromisos sostenibles de las empresas líderes sean sinceros.

Accede al estudio completo [aquí](#).



Pacto Mundial
Red España